

# **Telemedienkonzept des Norddeutschen Rundfunks**

## **Drei-Stufen-Test**

### **Angebotsbeschreibung für NDR Online (inklusive N-JOY XTRA) und NDR Text**

# INHALT

VORBEMERKUNG.....	5
<b>I. ANGEBOTSBESCHREIBUNG NDR ONLINE UND NDR TEXT.....</b>	<b>7</b>
<b>A. Einleitung .....</b>	<b>7</b>
<b>B. Zielgruppe .....</b>	<b>8</b>
1. Themeneinstiege .....	8
2. Einstieg über Regionen .....	9
3. Einstiege über Programm-Marken.....	9
4. N-JOY XTRA.....	10
5. NDR Text .....	10
<b>C. Inhalt und publizistische Ausrichtung .....</b>	<b>10</b>
1. Portalseite ndr.de.....	10
2. Themeneinstiege .....	13
a. <i>Nachrichten</i> .....	13
b. <i>Sport</i> .....	15
c. <i>Kultur</i> .....	16
d. <i>Wirtschaft</i> .....	18
e. <i>Unterhaltung</i> .....	19
f. <i>Ratgeber</i> .....	20
g. <i>Kinder</i> .....	21
3. Redaktionelle Weiterentwicklung des Einstiegs über Regionen .....	22
a. <i>Reise &amp; Freizeit</i> .....	24
b. <i>Land &amp; Leute</i> .....	24
4. Fernsehen .....	24
5. Hörfunk.....	28
a. <i>Landesprogramme</i> .....	28
b. <i>NDR 2</i> .....	28
c. <i>NDR Kultur</i> .....	29
d. <i>NDR Info</i> .....	30
e. <i>N-JOY</i> .....	31
6. N-JOY XTRA.....	33
7. EPG .....	34

8.	<b>NDR Text</b> .....	35
	<i>a. Nachrichten/Wetter</i> .....	35
	<i>b. Sport</i> .....	36
	<i>c. NDR Fernsehen</i> .....	36
	<i>d. NDR Hörfunk</i> .....	36
	<i>e. Service / Verkehr</i> .....	36
	<i>f. Sonderseiten</i> .....	37
D.	<b>Angebotsformen und Darstellung</b> .....	37
	1. <b>Rich Media</b> .....	38
	2. <b>Mediathek</b> .....	39
E.	<b>Barrierefreiheit</b> .....	41
F.	<b>Interaktion</b> .....	42
	1. <b>Interaktive Elemente im NDR Telemedienangebot</b> .....	42
	2. <b>Ausbau der interaktiven Elemente von NDR Online</b> .....	43
G.	<b>Verweildauerkonzept</b> .....	44
	1. <b>Verweildauer für Audio- und Videoinhalte</b> .....	44
	2. <b>Verweildauer für Bild-, Text- und multimediale Inhalte</b> .....	46
II.	<b>BEITRAG ZUR ERFÜLLUNG DER DEMOKRATISCHEN, SOZIALEN UND KULTURELLEN BEDÜRFNISSE DER GESELLSCHAFT</b> .....	49
A.	<b>Bestimmung des kommunikativen Bedürfnisses</b> .....	49
	1. <b>Bedeutungszuwachs des Internets</b> .....	49
	2. <b>Gesellschaftlich relevante Funktionen des Internets</b> .....	51
	3. <b>Kommunikatives Bedürfnis für NDR Online</b> .....	52
	4. <b>Kommunikatives Bedürfnis für N-JOY XTRA</b> .....	54
	5. <b>Kommunikatives Bedürfnis für den NDR Text</b> .....	55
B.	<b>Auftragsrelevanz des kommunikativen Bedürfnisses</b> .....	56
III.	<b>BESTIMMUNG DER PUBLIZISTISCHEN WETTBEWERBSSITUATION</b> .....	58
A.	<b>Analyse der publizistischen Wettbewerbsbereiche</b> .....	58
	1. <b>Recherche der Wettbewerbssituation</b> .....	58
	2. <b>Abgrenzung publizistischer Wettbewerbsbereiche für NDR Online</b> .....	59
	3. <b>Abgrenzung publizistischer Wettbewerbsbereiche für N-JOY XTRA</b> .....	60
	4. <b>Qualitative Bewertungskriterien für den publizistischen Wettbewerb</b> .....	63

B.	Bestimmung des Beitrags von NDR Online zum publizistischen Wettbewerb .....	64
C.	Publizistische Wettbewerbssituation für N-JOY XTRA.....	67
D.	Wettbewerbssituation für den NDR Text .....	69
IV.	FINANZIELLER AUFWAND .....	71
A.	Finanzieller Aufwand für NDR Online.....	71
B.	Finanzieller Aufwand für N-JOY XTRA .....	71
C.	Finanzieller Aufwand für den NDR Text.....	72
	GLOSSAR.....	73

## VORBEMERKUNG

Der Norddeutsche Rundfunk (NDR) ist der öffentlich-rechtliche Sender für Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein. Er trägt durch objektive, unabhängige und überparteiliche Informationen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Unterhaltung zur individuellen und öffentlichen Meinungsbildung bei. Mit seinen informativen, beratenden, bildenden, kulturellen und unterhaltenden Angeboten ermöglicht der NDR einen breiten öffentlichen Diskurs.

Der Auftrag des NDR findet seine Grundlage in Art. 5 Grundgesetz und wird im Rundfunkstaatsvertrag (RStV) und speziell im NDR Staatsvertrag konkretisiert. Der NDR Staatsvertrag verpflichtet den NDR, „(...) den Rundfunkteilnehmern und Rundfunkteilnehmerinnen einen objektiven und umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und länderbezogene Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben.“ (§ 5 Abs. 1 NDR Staatsvertrag). Ein wesentlicher Schwerpunkt der Programme des NDR liegt darin, Norddeutschland und die Vielfalt seiner Regionen, ihre Kultur und Sprache abzubilden sowie zur Erhaltung und Stärkung der kulturellen Identität in den norddeutschen Ländern und Regionen beizutragen.

Zu den im NDR Staatsvertrag festgelegten Programmgrundsätzen gehört es, die Würde des Menschen zu achten und die Verständigung der Menschen untereinander in allen Bereichen des Lebens zu fördern. Darüber hinaus sieht sich der NDR in der Verantwortung, u.a. für den Erhalt von Natur und Umwelt einzutreten, die Gleichstellung von Frauen und Männern zu unterstützen, zur sozialen Gerechtigkeit beizutragen sowie die sittlichen und religiösen Überzeugungen der Bevölkerung zu achten. Einen besonderen Stellenwert bei den Programmgrundsätzen nimmt der Jugendschutz ein. Die journalistischen Angebote des NDR in Fernsehen, Hörfunk und Internet wirken integrierend, da sie sich in ihrer Gesamtheit an alle Bevölkerungsgruppen richten, auch Minderheiten einbeziehen und Orientierung in der zunehmend segmentierten Medienwelt geben.

Die Kernaufgabe des NDR ist und bleibt es, den Menschen in den norddeutschen Bundesländern qualitativ hochwertige öffentlich-rechtliche Radio- und Fernsehprogramme anzubieten. Der NDR leistet dies mit acht Radioprogrammen mit unterschiedlicher inhaltlicher oder regionaler Ausrichtung, einem regionalen Fernsehprogramm und seinem hohen Anteil an Sendungen für die Gemeinschaftsprogramme der ARD. Darüber hinaus stellt der NDR mit seinem Telemedienangebot im Einklang mit seinem öffentlich-rechtlichen Auftrag breit gefächerte Informationen zur Verfügung. Das NDR Telemedienangebot nimmt die Berichterstattung zu regionalen Ereignissen auf und erweitert sie mit Hintergrund- und Serviceinformationen. Auch hier gilt es, die Menschen in den vier NDR Staatsvertragsländern zu informieren, zu bilden, zu beraten und zu unterhalten.

Im NDR Sendegebiet nutzen etwa zwei Drittel der Bevölkerung das Internet, wobei diese Tendenz in allen Altersgruppen steigt. Die Bedeutung von Telemedienangeboten nimmt mithin stetig zu. Insbesondere für die junge Generation ist das Internet bereits heute das Hauptmedium. Dabei spielt die Zeitsouveränität eine zentrale Rolle. Aber auch im Alltag älterer Nutzerinnen und Nutzer<sup>1</sup> zählen Onlineangebote neben den klassischen Radio- und

---

<sup>1</sup> Zur besseren Lesbarkeit der Angebotsbeschreibung wird im Folgenden der Begriff „Nutzer“ eingesetzt. Gleiches gilt für die Begriffe „Zuschauer“ und „Hörer“. Mit allen vorgenannten Begriffen werden im gesamten Text weibliche *und* männliche Rezipienten beschrieben.

Fernsehangeboten zum festen Bestandteil und erfüllen auch in dieser Gruppe wichtige Informations- und Kommunikationsbedürfnisse.<sup>2</sup>

Zudem führt die Digitalisierung zunehmend zur Aufhebung der Trennung zwischen linearen audiovisuellen Diensten (Fernsehen und Radio) und nichtlinearen audiovisuellen Diensten (Telemedien beispielsweise in Form von Fernsehen on demand und Onlineangeboten, die sich an die Allgemeinheit richten). Damit weiterhin der gesamten Bevölkerung ein umfassendes Programmangebot zur Verfügung gestellt und den Bedürfnissen an Information, Wissen und Unterhaltung entsprochen werden kann, bedarf es entsprechender internetbasierter Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Vor diesem Hintergrund ist es unerlässlich, dass auch der NDR sein umfassendes Angebot den sich dynamisch entwickelnden medialen Bedingungen anpasst und das sich wandelnde Bedürfnis der Nutzer nach orts- und zeitsoverän verfügbaren öffentlich-rechtlichen Inhalten mit seinem Telemedienangebot bedient. Dies gilt nicht zuletzt für die wachsende Nachfrage nach Videoangeboten im Netz.

Der Gesetzgeber des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages (RÄStV) hat die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten vor diesem Hintergrund ausdrücklich mit der Veranstaltung von Telemedien beauftragt (s. § 11a RStV). Angebote der Rundfunkanstalten sind neben Hörfunk- und Fernsehprogrammen auch Telemedien nach Maßgabe des Staatsvertrages und der jeweiligen landesrechtlichen Regelungen.

Das Online-Engagement der Rundfunkanstalten hat insbesondere durch § 11d RStV eine Ausformung erhalten, mit der zugleich die ohnehin von der Entwicklungsgarantie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks umfassten Abrufdienste als Aufgabenfeld der Rundfunkanstalten festgeschrieben werden. Auch der so genannte „Beihilfekompromiss“<sup>3</sup> erkennt das Betätigungsfeld der Rundfunkanstalten im Online-Bereich an und entspricht damit der wachsenden Bedeutung des Internets.

Der RStV schreibt den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Artikel 7 Abs. 1 zudem vor, den Bestand ihrer Telemedienangebote einem Drei-Stufen-Test zu unterziehen und der Rechtsaufsicht in einem Konzept darzulegen. Der NDR kommt dieser Anforderung für seine anstaltsindividuellen Angebote mit dieser Angebotsbeschreibung nach.

---

<sup>2</sup> Vgl. zur wachsenden Bedeutung von Onlineangeboten im Alltag der Nutzer im Einzelnen die Ausführungen in Kapitel II.

<sup>3</sup> Entscheidung der EU-Kommission vom 24.04.2007 – KOM (2007) 1762 endg.

# I. ANGEBOTSBESCHREIBUNG NDR ONLINE UND NDR TEXT

## A. Einleitung

Audiovisuelle Angebote sind per se - und dies gilt insbesondere für das sich dynamisch entwickelnde Internet - einem ständigen Wandel unterworfen. Mit der vorliegenden Angebotsbeschreibung setzt der NDR daher die gesetzliche Vorgabe der **Bestandsbeschreibung** um und legt das geforderte Telemedienkonzept vor. Zudem enthält die vorliegende Angebotsbeschreibung Ausführungen zu geplanten redaktionellen Weiterentwicklungen des NDR Telemedienangebotes sowie die **Beschreibung eines neuen bzw. veränderten Telemedien-Teilangebots** im Sinne von § 11f RStV.

Im Rahmen des Bestandes ist eine **redaktionelle Weiterentwicklung** des NDR Telemedienangebots vor allem durch eine Verstärkung der regionalen Elemente sowie durch eine Verbesserung der interaktiven Möglichkeiten vorgesehen. Der regionale Schwerpunkt soll durch eine überarbeitete Gestaltung der Regionalseiten und Themeneinstiege weiterentwickelt werden, um die Nutzer noch mehr als bisher mit Blick auf ihre regionale Identität anzusprechen. Zudem plant der NDR, auf Grund der besonderen Relevanz für die Nutzer verstärkte Möglichkeiten der Interaktivität zu nutzen. Diese sollen in einem eigenen Zugang bei NDR Online gebündelt und den Nutzern auf einer Seite („Mein Norden“) angeboten werden. Das Gesamtangebot wird auch wie bisher regional geprägt sein. Dabei handelt es sich nicht um ein neues oder verändertes Angebot im Sinne des § 11f RStV in Verbindung mit den Programmrichtlinien zur Ausführung des § 11 RStV.

Darüber hinaus möchte der NDR insbesondere jüngeren Nutzern das Teilangebot N-JOY XTRA zur Verfügung stellen. Anders als die rein redaktionellen Weiterentwicklungen erfüllt dieses die **Kriterien eines veränderten Angebots** und wird daher im Folgenden in Bezug auf das kommunikative Bedürfnis, die Wettbewerbssituation und den finanziellen Aufwand gesondert ausgewiesen. Die gemeinsame Darstellung des Bestandes und dieser geplanten Änderung wurde auf Grund der zeitlich kongruenten Planungen gewählt. Formal handelt es sich um zwei jeweils eigenständige Testverfahren, die durch ihre textliche Verbindung ein Telemedienkonzept „aus einem Guss“ ergeben, das die Basis für die künftigen NDR-Online- und NDR-Text-Aktivitäten schafft.

Die Angebotsbeschreibung umfasst alle Zugänge und wesentlichen Inhaltsbereiche des NDR Telemedienangebots, die den Nutzern von NDR Online sowie durch den NDR Text zur Verfügung gestellt werden. Im Einklang mit den staatsvertraglichen Vorgaben werden Zielgruppe, Inhalt, Ausrichtung und Verweildauer des NDR Telemedienangebots näher beschrieben. Konkretisierend werden des Weiteren erläuternde Angaben zu den verschiedenen Angebots- und Darstellungsformen, zur Barrierefreiheit und zu den interaktiven Elementen des Angebots gemacht.

Schon an dieser Stelle soll darauf hingewiesen werden, dass die Umsetzung des Verweildauerkonzepts sowie der Bestimmungen der staatsvertraglichen Negativliste für öffentlich-rechtliche Telemedien zu einer erheblichen Reduktion des NDR Telemedienangebots führen wird. Sowohl bei Audio- und Videoinhalten als auch bei Textangeboten wird es zu einer Depublizierung großer Teile des aktuellen Telemedienbestands kommen. Dazu zählen beispielsweise die Kochrezepte des NDR, die künftig grundsätzlich nur noch zwölf Monate ab ihrer Einstellung im Internet verfügbar gemacht werden. Auch das Angebot des NDR Textes muss verringert werden.

Ebenfalls soll bereits einleitend betont werden, dass das NDR Telemedienangebot in seiner Gesamtheit journalistisch-redaktionell veranlasst und gestaltet ist. Der NDR kommt mit dem Telemedienangebot seinem Auftrag nach und versorgt die Bürger in Norddeutschland mit Qualitätsinhalten in den Bereichen Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung. Mit seinem in allen Bereichen werbefreien und von kommerziellen Interessen unabhängigen Telemedienangebot strebt der NDR eine Verbesserung der Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen an der Informationsgesellschaft an. NDR Online will seinen Nutzern Orientierungshilfen in einer zunehmend komplexen Welt geben und dazu beitragen, ihre inhaltliche und technische Medienkompetenz zu stärken.

## B. Zielgruppe

NDR Online bietet eine umfassende thematische Vielfalt und richtet sich nicht zuletzt auf Grund des NDR Programmauftrags mit seinen Inhalten an alle Bürger im Sendegebiet des NDR. Mit seinem Telemedienangebot möchte der NDR also alle Erwachsenen, Jugendlichen und Kinder in Norddeutschland erreichen. Auf Grund der besonderen Bedeutung des Internets für die Mediennutzung der jüngeren Generation sollen mit dem NDR Telemedienangebot in allen Bereichen vor allem auch junge Nutzer für die Inhalte des NDR in Hörfunk, Fernsehen und Internet gewonnen werden. Auf diese Weise wird der Auftrag des NDR in der gebotenen umfassenden Weise erfüllt.

Die Startseite ndr.de führt zu allen Teilen des NDR Onlineangebots, das sich aus verschiedenen Themenzugängen, aus den auf die einzelnen Rundfunkprogramme des NDR bezogenen Seiten, aus dem NDR Text sowie der speziellen Angebotsform der NDR Mediathek zusammen setzt. Die Audio- und Video-Inhalte der Mediathek richten sich an alle Hörer und Zuschauer aus dem NDR Sendegebiet, die sich für die Hörfunk- und Fernsehprogramme des NDR interessieren und deren Inhalte zeit- und ortssouverän nutzen möchten.

Auch wenn der NDR mit seinem Telemedienangebot folglich alle Nutzer aus seinem Sendegebiet erreichen möchte, gibt es bei den einzelnen Themen- und Programzugängen graduelle Unterschiede hinsichtlich der Zielgruppe. Diese sollen anhand der folgenden Differenzierungen erläutert werden.

### 1. Themeneinstiege

Der Themeneinstieg **Nachrichten** richtet sich an Menschen aller Altersgruppen, die sich für das aktuelle Geschehen in Norddeutschland interessieren. Nicht zuletzt sollen junge Nutzer wieder verstärkt für politische Informationen interessiert werden. Die Nachrichtenseiten werden zudem für Hörer und Zuschauer des NDR konzipiert, die vertiefende Informationen über das im Radio Gehörte bzw. das im Fernsehen Gesehene aus ihrer Region wünschen.

Die Zielgruppe des Themeneinstiegs **Sport** besteht aus den Zuschauern und Hörern der NDR Programme sowie aus Nutzern, die an die NDR Programme herangeführt werden sollen. Das Angebot richtet sich an alle Sportinteressierten in Norddeutschland.

Die Zielgruppe des Themenzugangs **Kultur** ist hinsichtlich Alter und Kulturinteresse breit zusammengesetzt. Dieser Themeneinstieg richtet sich folglich an Kulturinteressierte mit einer ausgeprägten Webaffinität, aber auch an Hörer und Zuschauer der Kultursendungen aller NDR Programme.

Der Themeneinstieg **Wirtschaft** richtet sich an Menschen aller Altersgruppen, die sich für Wirtschaftsnachrichten aus Norddeutschland interessieren. Die Wirtschaftsseiten im Netz sind



so konzipiert, dass Hörer und Zuschauer des NDR vertiefende Informationen über Wirtschaftsthemen erhalten, die sie im Radio gehört oder im Fernsehen gesehen haben. Dabei wendet sich dieser Themenzugang in besonderem Maße an eine Zielgruppe, die sich über die regionale Wirtschaft umfassend informieren will.

Der Themenzugang **Unterhaltung** möchte alle Zuschauer und Hörer der NDR Programme erreichen, soll aber darüber hinaus auch Zielgruppen ansprechen, die das traditionelle Rundfunkangebot des NDR nur wenig nutzen. Insbesondere für jüngere Nutzer soll die Attraktivität des NDR Angebots in Hörfunk und Fernsehen etwa durch interaktive Elemente - beispielsweise Blogs mit Programmbezug - erhöht werden.

Der Themeneinstieg **Ratgeber** richtet sich an die Hörer und Zuschauer aller NDR Programme sowie an alle, die sich unabhängig, vertiefend und ohne kommerziellen Hintergrund über Ratgeberthemen informieren möchten.

Die Kernzielgruppe des Themenzugangs **Kinder** sind vor allem Kinder im Alter ab drei Jahren. Darüber hinaus gehören auch deren Eltern zur Zielgruppe, da insbesondere Kinder im Vorschulalter das Internet in der Regel in Begleitung ihrer Eltern nutzen. Daher soll das Angebot ebenfalls die Eltern ansprechen und sie davon überzeugen, dass die Inhalte für ihre Kinder geeignet und sinnvoll sind.

Im Zuge einer geplanten stärkeren Fokussierung auf den regionalen Schwerpunkt plant der NDR zukünftig einen Themeneinstieg **Land & Leute** sowie die deutlichere Hervorhebung des im Kontext Ratgeber bereits vorhandenen Bereichs **Reise & Freizeit**. Die Zielgruppe beider Einstiege deckt sich mit der im Folgenden beschriebenen des regionalen Zugangs.

## 2. Einstieg über Regionen

Die vorgesehene redaktionelle Weiterentwicklung des **regionalen Schwerpunkts** von NDR Online soll vor allem in Norddeutschland lebende Nutzer ansprechen, die sich mit ihrem Land und ihrer Region identifizieren. Stärker als im Programmumfeld der NDR Hörfunk- und Fernsehprogramme möglich, soll das regionale Internetangebot auch jüngere Nutzer mit Interesse an ihrem Lebensumfeld an die NDR Rundfunk- und Telemedienangebote heranführen. Auch wenn der regionale Schwerpunkt sich in erster Linie an Nutzer aus dem NDR Sendegebiet richtet, soll er darüber hinaus für Menschen einen Mehrwert bieten, die Interesse am Norden haben oder Reisen nach Norddeutschland unternehmen wollen.

## 3. Einstiege über Programm-Marken

Mit dem Programmzugang **Fernsehen** werden unter ndr.de ausführliche Informationen zu den Sendungen des NDR Fernsehens angeboten. Er richtet sich aufgrund seiner am Fernsehprogramm orientierten breiten Themenvielfalt mit dem regionalen Schwerpunkt Norddeutschland an alle Bürger aus dem Sendegebiet.

Die Programmmzugänge **Hörfunk der Landesfunkhäuser** im Internet richten sich mit ihrer umfassenden thematischen Vielfalt an alle Bürgerinnen und Bürger, also an Erwachsene, Jugendliche und Kinder im jeweiligen Sendegebiet des regionalen Hörfunkprogramms.

Die Internetseiten von **NDR 2** bedienen in erster Linie die Hörer der Welle, indem sie z.B. über das aktuelle Programm, Veranstaltungen und das Moderatoren-Team informieren. Die Seiten sollen die Hörer an das Programm binden, aber auch dazu beitragen, neue Hörer für NDR 2 zu gewinnen.

Der Programmzugang von **NDR Kultur** im Internet wendet sich an alle Hörer der Kernzielgruppe von NDR Kultur, darüber hinaus aber auch an alle an Kultur interessierten Nutzer. Es sollen sowohl die Hörer enger an das Hörfunkprogramm gebunden werden, als auch neue Nutzer gewonnen werden.

Der Programmzugang über **NDR Info** richtet sich an alle Informationsinteressierten, die das Programm verfolgen und die Reportagen noch einmal hören oder die Inhalte der Berichterstattung vertiefen wollen. Angesprochen werden sollen ebenfalls Hörer der abendlichen Jazz- und Rockmusiksendungen, die etwa an einer Playlist interessiert sind oder aber über einen Loopstream ein verpasstes Programm nachhören wollen. Ziel ist es darüber hinaus, über den Internetauftritt neue Hörer für NDR Info zu gewinnen.

Die Internetseiten von **N-JOY** richten sich vor allem an junge Menschen zwischen 14 und 29 Jahren in Norddeutschland, die die Inhalte und Themen von N-JOY zeit- und ortsunabhängig nutzen und sich rund um das Radioprogramm informieren möchten. So erreicht der NDR auch junge Menschen im Norden, die N-JOY nicht via UKW empfangen können. Das Angebot ist aufgrund der fehlenden flächendeckenden Frequenz-Ausstattung ein wichtiger Broadcasting-Kanal für das Radioprogramm von N-JOY.

#### **4. N-JOY XTRA**

Das neue Teilangebot **N-JOY XTRA** soll sich ebenfalls vor allem an Jugendliche und junge Erwachsene aus dem Sendegebiet des NDR richten. Angesprochen werden sollen Nutzer mit Interesse an anspruchsvoll aufbereiteten Inhalten aus den Themenbereichen Gesellschaft, Unterhaltung und Musik. Mit dem neuen Internetauftritt sollen insbesondere jüngere Zuschauer und Hörer der NDR Programme erreicht werden. N-JOY XTRA möchte ebenfalls Nutzer gewinnen, die an einzelnen Inhalten der NDR Programme interessiert sind, sie aber wegen des Programmumfeldes und der veränderten Mediennutzung dort nur teilweise oder gar nicht nutzen.

#### **5. NDR Text**

Der NDR Text richtet sich an Menschen aller Altersgruppen, die sich unabhängig von festen Sendezeiten über das aktuelle Geschehen und das Angebot des NDR und von Radio Bremen (RB) informieren möchten. Überdies ist der Teletext als Serviceangebot für hörgeschädigte und gehörlose Menschen konzipiert. Das Medium ermöglicht ihnen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft, da sie sich zu jeder Zeit auf Abruf visuell mit den neuesten Nachrichten und wichtigsten Informationen versorgen können. Zudem werden im NDR Text regelmäßig vorproduzierte oder live erstellte Untertitel zu Fernsehsendungen ausgestrahlt.

### **C. Inhalt und publizistische Ausrichtung**

#### **1. Portalseite ndr.de**

ndr.de erfüllt zwei grundlegende Aufgaben: Das Portal bietet einen thematischen Zugang zu den Inhalten des NDR Telemedienangebots und bildet gleichzeitig die Klammer für die Sendungsbegleitung aller NDR Hörfunkwellen und des NDR Fernsehens. Es bündelt und vernetzt damit sämtliche Onlineangebote des NDR. Dabei werden alle relevanten Themenbereiche abgedeckt und ein zentraler Zugang zu den Fernseh- und Radioprogrammen des NDR, zur Unternehmensdarstellung sowie zur NDR Mediathek angeboten.

NDR Online bietet ausnahmslos redaktionell veranlasste und gestaltete Artikel und Beiträge aus verschiedenen Themenbereichen. Diese werden redaktionell den verschiedenen Teilen des Gesamtangebots zugeordnet und sind über die einzelnen Programm-Marken (Hörfunkwellen und Fernsehsendungen) oder über die Themeneinstiege bzw. Rubriken auffindbar. Die Navigationsstruktur von ndr.de wird nach journalistisch-redaktionellen Kriterien festgelegt und kann je nach aktuellen Anforderungen geändert werden. Ebenso können das Layout angepasst und technische Innovationen eingebaut werden. Leitlinie des Angebots ist es, die Inhalte von NDR Online den Nutzern zeitgemäß und anwenderfreundlich zur Verfügung zu stellen.

Verlinkungen werden im Telemedienangebot des NDR nur auf redaktionelle Veranlassung und nach vorheriger redaktioneller Prüfung vorgenommen und dienen ausschließlich der unmittelbaren Ergänzung, Vertiefung oder Erläuterung von NDR Inhalten bzw. von Inhalten der Unternehmen, an denen der NDR beteiligt ist.

Derzeit umfasst NDR Online die Themeneinstiege bzw. Rubriken *Nachrichten, Sport, Kultur, Wirtschaft, Unterhaltung, Ratgeber* und *Kinder*. Die Rubriken sind über die Hauptnavigation abrufbar. Zusätzlich finden sich dort die Punkte *Fernsehen, Radio, Mediathek* sowie die *Darstellung des Unternehmens, der Orchester* und des *Chors*. Unter den Rubriken Radio und Fernsehen können sich Nutzer über die aktuellen Programme des NDR informieren. Außerdem finden sie weitergehende Informationen zu einzelnen Sendungen oder Hörfunkwellen sowie Hintergründe zu Programmschwerpunkten (z.B. NDR Info Themennächte) und besonderen Programmaktivitäten (z.B. Konzertberichterstattung). Über die Mediathek können die Nutzer ausgewählte Sendungen und Beiträge des NDR Fernsehens sowie der Hörfunkprogramme des NDR zeit- und ortssouverän abrufen. Eine Verlinkung ermöglicht es, die laufenden Programme live zu verfolgen. Die Rubrik Unternehmen informiert über den NDR und seine Organisation, über Stellenangebote und Ausbildungsplätze. Außerdem werden dort Presseinformationen veröffentlicht.

Die regionale Schwerpunktsetzung wirkt sich sowohl in der Navigation als auch in der Gewichtung der einzelnen Bereiche auf der Startseite aus. Denkbar ist beispielsweise, Themeneinstiege wie *Freizeit & Reise* oder *Land & Leute* in die Hauptnavigation aufzunehmen.

**Wirtschaft**  
**Karmann will offenbar weitere Stellen abbauen**  
 Nach Angaben des Karmann-Betriebsrats plant der insolvente Cabrio-Bauer, weitere rund 500 Mitarbeiter zu entlassen. Demnach soll unter anderem der Bereich Werkzeugbau geschlossen werden.  
**mehr**



FERNSEHEN		RADIO		NACHRICHTEN	
<p><b>Tipps</b></p> <p><b>Großstadtrevier Fremdgänger</b> 03.06.   21:45 Uhr Harry und Henning stehen vor einem Rätsel: Bei einem Überfall soll der Täter durch den Hintereingang der Pfandleihe geflohen sein - behauptet die Putzfrau. Doch der Nachbar hat niemanden gesehen. <b>mehr</b></p>	<p><b>Jetzt im NDR Fernsehen</b></p> <p><b>Pinguin, Löwe &amp; Co. Livestream starten</b> Im Anschluss: 18:00 Niedersachsen 18.00 18:15 So ein Tag 18:45 DAS! Programme von A bis Z</p>	<p><b>N-JOY: NDR Comedy Contest Stimmt jetzt ab!</b> Wer wird Deutschlands neuer Comedy-Star? Wir stellen euch die besten Bewerber vor. Ihr bestimmt die Finalisten. <b>mehr</b></p>	<p><b>mediathek</b></p> <p><b>NDR Fernsehen: NDR aktuell Schüler helfen leben</b> 03.06.2009 14:00 Uhr Am bundesweiten Sozialen Tag am 18. Juni werden auch im Norden Tausende Schüler einen Tag lang arbeiten und mit ihrem Lohn ein Hilfsprojekt auf dem Balkan unterstützen. <b>mehr</b></p>	<p><b>Regionale Nachrichten</b></p> <p><b>Tausende Kita-Mitarbeiter im Norden streiken</b> <b>Fischer scheitern mit Klage gegen Windparks</b> <b>Ausschuss soll Fehler bei HSH Nordbank aufklären</b> <b>Weltgrößte Biogasanlage geht ans Netz</b></p> <p>tagesschau.de</p> <p><b>Suche nach Überresten und Flugschreiber des Airbus</b> <b>Flugunglück: Weiter Ungewissheit über deutsche Opfer</b></p>	

Wetter		Verkehr		Web-TV		Webradio	
<p><b>Hannover</b> max. 13° min. 7°</p>	<p><b>Kiel</b> max. 14° min. 8°</p>	<p><b>Schwerin</b> max. 12° min. 6°</p>	<p><b>Hamburg</b> max. 15° min. 10°</p>	<p><b>Niedersachsen</b> <b>Schleswig-Holstein</b> <b>Mecklenburg-Vorpommern</b> <b>Hamburg</b></p>	<p><b>Tagesschau in 100 Sekunden</b> <b>Die lange Extra 3 Nacht</b> <b>NDR Korrespondenten-Blog</b></p>	<p><b>NDR 2 Musik Specials</b> <b>NDR 1 Radio MV Kultshow</b> <b>N-JOY Webradio</b> <b>Alle Angebote</b> <b>Podcasts</b></p>	

<p><b>JadeWeserPort Streit über Bahnanbindung für JadeWeserPort</b> Einen internen Bahn-Papier zufolge soll sich der Ausbau der Bahnstrecke zum JadeWeserPort um zwei Jahre verzögern. Das Wirtschaftsministerium in Hannover will das nicht hinnehmen. <b>mehr</b></p>	<p><b>Nachrichten Tausende Kita-Mitarbeiter im Norden streiken</b> In Niedersachsen, Hamburg und Schleswig-Holstein haben am Mittwoch Tausende Kita-Beschäftigte ihre Streiks fortgesetzt. Sie forderten erneut mehr Geld und einen besseren Gesundheitsschutz. <b>mehr</b></p>	<p><b>Nachrichten Airbus-Absturz: Offenbar zwei Hamburgerinnen an Bord</b> Unter den 228 Menschen in der verunglückten Air-France-Maschine waren offenbar auch zwei Frauen aus Hamburg. Dass ein Mann aus der Nähe von Bremen mit an Bord war, wurde bisher nicht bestätigt. <b>mehr</b></p>	<p><b>Mecklenburg-Vorpommern Weltgrößte Biogasanlage geht ans Netz</b> Erstmals spielt eine Biogasanlage in Deutschland Gas in das überregionale Versorgungsnetz. Im BioEnergy Park Gustrow drehte der Betreiber Navaro am Mittwoch die Ventile auf. <b>mehr</b></p>
---	---	--	--

<p><b>Nachrichten Europawahl: Das Rennen um einen Sitz in Straßburg</b> Am 7. Juni bestimmen die Bürger der EU-Staaten die Zusammensetzung des Europäischen Parlaments. Die Wahlbeteiligung ist jedoch traditionell gering - auch in den norddeutschen Bundesländern. <b>mehr</b></p>	<p><b>Fußball Hertha-Coach Favre angeblich Kandidat beim HSV</b> Auf der Suche nach einem neuen Trainer hat der Hamburger SV offenbar auch Hertha-Coach Lucien Favre auf dem Zettel. Der Schweizer ist entlassen über die finanziellen Möglichkeiten beim Hauptstadtclub. <b>mehr</b></p>	<p><b>Handball THW will in Essen Bestmarke knacken</b> Kiel gastiert heute bei Zwangsabsteiger TuSEM Essen. Nur zwei Zähler fehlen noch, um den 2003 vom TBV Lemgo aufgestellten Rekord von 62-S-Punkten innerhalb einer Spielzeit zu überbieten. <b>mehr</b></p>	<p><b>Reise &amp; Freizeit Die BUGA blüht auf: Neue Bilder von der Bundesgartenschau</b> Von herrschaftlichen Schlossgärten bis zum modernen Garten des 21. Jahrhunderts: Sieben Themengärten spiegeln die Geschichte der Gartenkunst wider. Informationen, Hintergründe und aktuelle Bilder. <b>mehr</b></p>	<p><b>Veranstaltungen Wir sehen uns! Sommertour-Auftakt in Braunschweig</b> Bis Anfang September besucht das NDR Fernsehen 50 Orte in ganz Norddeutschland. Die Aktuelle Schauube beginnt ihre Sommertour am 4. Juni um 17.00 Uhr auf dem Braunschweiger Burgplatz. <b>mehr</b></p>
---	---	---	---	---

Index			Dossier	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ausbildung</li> <li>Ausstellungen</li> <li>Besser fernsehen</li> <li>Börse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flugdaten</li> <li>Frequenzen</li> <li>Geschichte</li> <li>Gesundheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>NDR Studios Schleswig-Holstein</li> <li>NDR Studios Mecklenburg-Vorpommern</li> <li>NDR Studios Hamburg</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rezepte</li> <li>Sportprogramm</li> <li>Sportergebnisse</li> <li>Stellenangebote</li> </ul>	<p><b>NDR Online Spezial Raus aus der Krise</b> Seit Monaten bestimmt die Finanz- und Wirtschaftskrise die Schlagzeilen wie kein anderes Thema. Wo liegen die Ursachen des Abschwungs, was sagen Experten und wie kann der Einzelne reagieren? <b>mehr</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Buchtipp</li> <li>Der NDR Chor</li> <li>Die NDR Bigband</li> <li>Die NDR Radiophilharmonie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Handball</li> <li>Hörspiele</li> <li>Info-Dienste</li> <li>Konzerte und Events</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>NDR Mitschnittservice</li> <li>NDR Shop</li> <li>NDR Ticketshop</li> <li>Pressemittelungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rundfunktechnik</li> <li>Rundfunkgebühren</li> <li>Rundfunkrat</li> <li>Unternehmensporträts</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Das NDR Sinfonieorchester</li> <li>Film</li> <li>Fußball</li> <li>Fragen &amp; Antworten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kino-Tipps</li> <li>Live-Ticker Sport</li> <li>Musik</li> <li>NDR Studios Niedersachsen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programmorschau</li> <li>Plattdeutsch</li> <li>Radioprogramme</li> <li>Radiotipps</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Veranstaltungen</li> <li>Verkehrsmeldungen</li> <li>NDR Videotext</li> <li>Wetter</li> </ul>	

Die auf der Startseite ndr.de präsentierten Inhalte werden durch eine Redaktion ausgewählt und zusammengestellt. Den thematischen Schwerpunkt von ndr.de bilden aktuelle Meldungen und Berichte aus den vier NDR Staatsvertragsländern Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Hamburg. Überregionale Nachrichten werden von tagesschau.de übernommen. Darüber hinaus werden Hinweise auf Sendungen im NDR Fernsehen sowie in den verschiedenen Hörfunkwellen präsentiert. Außerdem können Nutzer Videos und Audios abrufen, beispielsweise die „Tagesschau in 100 Sekunden“, sowie laufende Programme live sehen bzw. hören. Bei entsprechendem Anlass kann auch eine Vorabausstrahlung von einzelnen Elementen im Internet vorgenommen werden. Darüber hinaus bietet das Portal verschiedene Serviceelemente wie eine Programmübersicht oder Wetter- und Verkehrsmeldungen. Das Gesamtangebot von NDR Online hält außerdem Inhalte vor, die von den Nutzern abonniert werden können, dazu gehören z.B. Podcasts oder Newsletter.

Die vom NDR produzierten Inhalte werden auf verschiedenen Plattformen und Ausspielwegen publiziert. Das NDR Telemedienangebot wird damit den Nutzern so angeboten, dass es in verschiedenen Situationen und auf verschiedenen Endgeräten genutzt werden kann. Die Entscheidung darüber, wie er die digital vorgehaltenen Inhalte nutzt, liegt beim Gebührenzahler. So können die Inhalte der Angebote von NDR Online zum Beispiel über den PC, PDA, Handys oder Fernseh- und Radiogeräte genutzt werden. Grundlage dafür ist eine Bereitstellung der Inhalte oder der beschreibenden Daten dieser Inhalte (Metadaten). Diese Form der Bereitstellung wird stetig den technischen Entwicklungen angepasst.

Die Angebote und Beiträge von NDR Online bieten den Nutzern aktuelle und umfassende Informationen für Norddeutschland und sind somit eine wichtige Grundlage für die freie und unabhängige Meinungsbildung. Sie bieten zusammen mit den Hörfunk- und Fernsehprogrammen des NDR einen programmlichen und publizistischen Mehrwert im Sinne des öffentlich-rechtlichen Rundfunkauftrags und geben ihren Nutzern vielfältige Orientierungshilfen. Durch den uneingeschränkten Zugang zu seinem Angebot ermöglicht NDR Online allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft.

## **2. Themeneinstiege**

Nutzer können sich das Gesamtangebot von NDR Online prinzipiell über drei verschiedene Wege erschließen – erstens über die verschiedenen Sendungen und Wellen des NDR, zweitens über eine thematische Sortierung und drittens über einen regionalen Einstieg. Die Rubriken oder Themeneinstiege erleichtern die Navigation innerhalb des Angebots. Die jeweiligen Artikel und Beiträge werden von der Onlineredaktion den verschiedenen Rubriken zugeordnet. Die Bezeichnung der Themeneinstiege richtet sich ebenfalls nach redaktionellen Gesichtspunkten und kann gegebenenfalls angepasst bzw. geändert werden. Folgende Themeneinstiege sind derzeit über ndr.de auszuwählen:

### **a. *Nachrichten***

Der Themeneinstieg *Nachrichten* bildet das aktuelle Geschehen in den vier Staatsvertragsländern ab. Er gibt den Nutzern einen Überblick über die aktuellen Geschehnisse im Norden. Unter ndr.de/nachrichten finden sich Themen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Gesellschaft - ergänzt um Wetter, Verkehr und Börse. Überregionale Inhalte mit Bezug zum Norden finden die Nutzer durch die Verlinkung zu tagesschau.de oder zu anderen ARD-Onlineangeboten. Umgekehrt ist das Nachrichtenangebot auf ndr.de auch über andere ARD-Internetseiten erreichbar.

The screenshot shows the NDR website interface. At the top, there is a navigation bar with the NDR logo and the slogan "Das Beste am Norden". Below this, a menu lists various categories: HOME, FERNSEHEN, RADIO, UNTERNEHMEN, NACHRICHTEN, WIRTSCHAFT, SPORT, RATGEBER, KULTUR, UNTERHALTUNG, KINDER, MEDIATHEK, and SUCHE. A search bar is also present. The main content area features a large article titled "Warnstreik: Viele Kitas bleiben heute dicht" with a photo of children at a table. Below this are three smaller articles: "Volkswagen VW und Porsche: Wer macht das Rennen an der Spitze?", "Fußball Magath kündigt Erklärung an", and "Hamburger dpa-Redaktion zieht nach Berlin um". On the right side, there are sections for "BUGA-Special", "Bundesgartenschau in Schwerin", "Radio & Fernsehen", "Regionalmagazine im NDR Fernsehen", "Regionalprogramme im Radio", and "Kurzmeldungen".

Die Nachrichten werden nach den üblichen journalistischen Kriterien ausgewählt, also vor allem nach der Aktualität und der Relevanz für das Zielpublikum. Angesichts des weiten, heterogenen Sendegebiets des NDR ist die so genannte „soziale Nähe“ von besonderer Bedeutung: Was interessiert die Menschen? Was betrifft sie? Die Redakteure wählen die Themen für die Nachrichtenseiten entsprechend aus und gewichten sie. Das tagesaktuelle Angebot wird - wann immer es sich anbietet - um einordnende Hintergründe, weiterführende Informationen, Programmtipps, Audios, Videos ergänzt. Zu Großereignissen (etwa Landtags- oder Kommunalwahlen, Staatsbesuche im Norden etc.) oder anderen wichtigen Themen wie in der Vergangenheit dem Transrapid-Unglück, der VW-Affäre, dem Fall Lea-Sophie oder dem Bau der Elbphilharmonie erstellt die Redaktion umfangreiche Dossiers.

Die veröffentlichten Onlinethemen korrespondieren mit den Inhalten der Fernseh- und Hörfunkprogramme des NDR. Die Nachrichtenredaktion von ndr.de kann auf die Inhalte von Hörfunk und Fernsehen zugreifen. Immer dann, wenn es redaktionell geboten erscheint, wird diese Möglichkeit genutzt und werden die Inhalte mediengerecht umgesetzt. Den Nutzern wird somit eine umfassende Berichterstattung mit vertiefenden Informationen geboten.

Die Onlineseiten werden unabhängig von einzelnen Sendungen und festen Sendezeiten in Hörfunk und Fernsehen konzipiert und veröffentlicht. Sofort nach Fertigstellung können Meldungen und Berichte online gestellt werden. Für die Akzeptanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist die schnelle Veröffentlichung von Nachrichten im Netz entscheidend. Schnell, umfassend und objektiv informiert zu werden, entspricht der Erwartungshaltung der Nutzer.

Die Einstiegsseite von ndr.de/nachrichten bietet einen Überblick über aktuelle Ereignisse und Themen in Norddeutschland. Über eine zusätzliche Navigationsfunktion können Nutzer auch eine regionale Auswahl treffen. Derzeit umfasst das Nachrichtenangebot Unterseiten zu den vier Staatsvertragsländern sowie eine Übersichtsseite der Dossiers.

## b. Sport

Der Themeneinstieg *Sport* ermöglicht die Nutzung des aktuellen NDR Sportangebots im Internet. Er bietet den Nutzern journalistisch aufbereitete aktuelle, umfassende Informationen zu allen Aspekten des Sports in Norddeutschland. Die Nutzer finden hier sowohl aktuelle Sportberichte als auch erläuternde, vertiefende Hintergrundinformationen. Das Angebot bildet wie die NDR Fernseh- und Hörfunkprogramme in ihrer Gesamtheit die ganze Vielfalt des Sportgeschehens in Norddeutschland ab - vom Spitzensport bis zum Breitensport und Behindertensport. Der NDR Online Themeneinstieg *Sport* bietet aktuelle norddeutsche Sportnachrichten, nationale und internationale Themen mit norddeutschem Bezug sowie Hintergründe zum Sportgeschehen im Norden. Dabei spielt die kritische Berichterstattung etwa über die Rolle des Dopings, sportpolitische Themen und nicht zuletzt die gesellschaftspolitische Relevanz des Sports unterstreichende Inhalte eine wesentliche Rolle. Auch Sendehinweise auf die Sportberichterstattung in Hörfunk und Fernsehen sind ein wichtiger Bestandteil.

Veröffentlicht werden mediengerecht aufbereitete Inhalte rund um die Themen, die ebenfalls in der Sportberichterstattung der verschiedenen NDR Wellen und Kanäle behandelt werden. Dabei konzentriert sich dieser Themeneinstieg auf die regionale Sportberichterstattung aus den NDR Staatsvertragsländern. Überregionale Inhalte werden den Nutzern durch die Verlinkung von sport.ARD.de und von Onlineangeboten der anderen Landesrundfunkanstalten zugänglich gemacht. Umgekehrt sind die Inhalte des Themeneinstiegs *Sport* über eine Verlinkung auf den Seiten von sport.ARD.de erreichbar.

Durch den bündelnden Sendungsbezug des Themeneinstiegs *Sport* werden Schwerpunkte auf Sportarten gesetzt, für die z.B. im Fernsehen die Übertragungsrechte beim NDR liegen. Der Themeneinstieg *Sport* bezieht sich jedoch nur zum Teil auf einzelne Sendungen. Die zuständige Redaktion kann auf die gesamte Sportberichterstattung des NDR in Hörfunk und Fernsehen zurückgreifen. Diese deckt eine Vielfalt an Sportarten aus allen Leistungsklassen ab und geht

weit über eine reine Ergebnisberichterstattung hinaus. Sportthemen und Hintergründe werden nicht nur in Sportsendungen behandelt. Sie finden sich in vielfältiger Form und zu allen Bereichen des Sportgeschehens in Meldungen, Beiträgen und Reportagen in den Nachrichten- oder Magazinsendungen und sonstigen Formaten aller NDR Hörfunkwellen und des NDR Fernsehens. Darüber hinaus gibt es einen ständig aktualisierten Statistikteil zu verschiedenen Disziplinen. Medaillen, Platzierungen und Tabellen spielen im Sport eine zentrale Rolle und werden in den Hörfunk- und Fernsehsendungen fortwährend thematisiert, allerdings oft nur punktuell. Im Netz ist eine solch punktuelle Darstellung nicht sinnvoll. Der NDR Online Themeneinstieg Sport zeigt deshalb die Tabellen in Gänze.

Als aktuelles Sportnachrichtenangebot veröffentlicht ndr.de unter dem Themeneinstieg *Sport* originäre Onlineinhalte unabhängig von einzelnen festen Sendungen und Sendezeiten in Hörfunk und Fernsehen. Meldungen und Berichte werden sofort nach Fertigstellung online gestellt, häufig vor einer Veröffentlichung in Radio und Fernsehen. Der Themeneinstieg *Sport* setzt also auch eigene Themen, z.B. mit Interviews und mit Schwerpunkten wie der Faustballweltmeisterschaft in Niedersachsen oder den Beachvolleyball-Europameisterschaften in Hamburg. Hinzu kommen Dossiers zum Breitensport und Freizeitsport in Norddeutschland sowie eine vertiefende Berichterstattung zu einzelnen Sendungen.

### c. Kultur

Unter dem Themeneinstieg *Kultur* werden alle im NDR Angebot vorhandenen Kulturangebote gebündelt. Hier können die Nutzer einen Überblick über Kulturereignisse bekommen sowie sich über Kulturthemen im Sendegebiet informieren. Schwerpunktmäßig finden sich Berichte zu Themen der Kulturbereiche, die in den Hörfunk- und Fernsehprogrammen des NDR eine Rolle spielen – aktuell und dauerhaft.



Damit soll einerseits vermittelt werden, welche Kulturthemen im Norden bedeutsam sind, andererseits soll das Spektrum des kulturellen Interesses der Website-Besucher erweitert werden.

Der Themeneinstieg *Kultur* umfasst die Bereiche Ausstellungen, Film, Musik, Bücher und Literatur, Hörspiele, Bühnen und Theater, Geschichte und Plattdeutsch. Thematisch zugeordnet ist die Darstellung der NDR Orchester und des NDR Chores im Internet.

In der Rubrik *Film* sind beispielsweise alle im NDR Angebot vorhandenen Informationen zum Thema wie etwa Filmkritiken oder Premierenberichterstattungen gebündelt. Beiträge aus den NDR Fernseh- und Hörfunkprogrammen werden durch aktuelle Berichte ergänzt und vertieft. Die umfassende Berichterstattung über gesellschaftlich relevante Themen wie die norddeutschen Filmfestivals ist ein wichtiger Bestandteil des Themeneinstiegs. Vertiefende Hintergründe und Berichte über Filmereignisse mit Nordbezug oder Beteiligung des NDR ergänzen das Angebot.

Ein weiteres Beispiel: Die Rubrik *Plattdeutsch* gibt einen Überblick über alle plattdeutschen Sendungen in Radio und Fernsehen des NDR. Durch interaktive Elemente wie der Community oder dem Wörterbuch können Nutzer sich selbst einbringen, das Angebot bereichern und Kontakte zur Platt-Gemeinde pflegen. Berichte und umfassende Hintergründe ergänzen die Inhalte der Rubrik.

Die Rubrik stellt einen Beitrag zur kulturellen Sprachpflege dar und trägt dazu bei, das Plattdeutsche lebendig zu halten.

Einen thematischen Schwerpunkt bildet zudem der Bereich *Geschichte*. Er soll den Nutzern Informationen über relevante norddeutsche historische Ereignisse, Personen oder Themen bieten. Zudem können sich die Nutzer die Inhalte über eine chronologische Sortierung oder etwa über historische Schauplätze in Norddeutschland erschließen. Im Bereich *Zeitzeugen* bekommen die Nutzer beispielsweise Informationen aus erster Hand zu bedeutsamen Ereignissen wie z.B. dem Feuersturm in Hamburg 1943, der Bombardierung Helgolands 1945, der Schneekatastrophe 1978/79 oder dem Zugunglück von Eschede 1998.

Die NDR *Orchester* sowie der *Chor* verfolgen mit ihrer Webpräsenz einerseits den Wunsch nach Vorstellung und Selbstdarstellung der eigenen Arbeit und der Musiker, andererseits bieten die Seiten den Musik-Interessierten Informationen über die Präsenz von NDR Sinfonieorchester, NDR Radiophilharmonie, NDR Chor und NDR Bigband auf Konzertbühnen und in den NDR Programmen in Hörfunk und Fernsehen. Beispiele hierfür sind die ankündigende Vorstellung einzelner Konzerte oder Themen, Konzertkritiken, die Begleitung von Tourneen, die Vorstellung von Sendungen mit den Orchestern in Radio und Fernsehen. Insbesondere hierfür gibt es ereignisabhängig auch Kooperationen mit den Onlineredaktionen der Kulturkanäle, an denen der NDR beteiligt ist, also 3sat und Arte.

#### d. Wirtschaft

Wie die regionalen Nachrichten bildet auch der Themeneinstieg *Wirtschaft* das aktuelle Geschehen in den vier Staatsvertragsländern ab. Er gibt den Nutzern einen Überblick über die aktuellen Wirtschaftsthemen im Norden. Unter [ndr.de/wirtschaft](http://ndr.de/wirtschaft) finden sich Wirtschafts-, Unternehmens- und Börseninformationen. Überregionale Inhalte mit Bezug zum Norden

erhalten die Nutzer durch die wechselseitige Verlinkung von tagesschau.de, boerse.ARD.de und von Onlineangeboten anderer Landesrundfunkanstalten.

Die Wirtschaftsthemen werden nach den üblichen journalistischen Kriterien ausgewählt, also vor allem nach der Aktualität und der Relevanz für das Zielpublikum. Die Themen zur norddeutschen bzw. regionalen Wirtschaft kommen u.a. aus folgenden Bereichen:

- Wirtschaft und Soziales (Wirtschaftspolitik, Konjunktur, Arbeitsmarkt, Landwirtschaft, Gewerkschaften, Wirtschaftskriminalität)
- Unternehmen und Branchen (Norddeutsche Unternehmen, Regionale Branchen, Industrie, Dienstleister, Verkehr)
- Geld und Finanzen
- Verbraucher und Service
- Börse

Angesichts des räumlich großen und heterogenen Sendegebiets des NDR ist die so genannte „soziale Nähe“ wie beim Themeneinstieg *Nachrichten* auch bei der Wirtschaftsberichterstattung von besonderer Bedeutung. Die Redakteurinnen und Redakteure wählen die Themen für die Wirtschaftsseiten entsprechend aus und gewichten sie. Das tagesaktuelle Angebot wird - wann immer es sich anbietet - um einordnende Hintergründe, weiterführende Informationen, Programmtipps, Audios und Videos ergänzt. Zu Großereignissen oder anderen wichtigen Themen wie etwa der Krise der HSH Nordbank bzw. des Reifenherstellers Conti oder der VW-Affäre erstellt die Redaktion umfangreiche Dossiers.

Die online veröffentlichten Themen korrespondieren mit den Inhalten der Fernseh- und Hörfunkprogramme des NDR. Die Nachrichten- und Wirtschaftsredaktion von ndr.de kann auf die Inhalte von Hörfunk und Fernsehen zugreifen. Den Nutzern kann somit eine umfassende Berichterstattung mit vertiefenden Informationen geboten werden.

Die Online-Wirtschaftsseite wird unabhängig von einzelnen Sendungen und festen Sendezeiten in Hörfunk und Fernsehen konzipiert und veröffentlicht. Sofort nach Fertigstellung können Meldungen und Berichte online gestellt werden. Durch schnelle, umfassende und objektive Informationen wird der Erwartungshaltung der Nutzer entsprochen.

### **e. Unterhaltung**

Der Themeneinstieg *Unterhaltung* bietet einen umfassenden Überblick zu den Unterhaltungsthemen des NDR im Internet. Die Nutzer finden eine Mischung aus aktuellen und vertiefenden Informationen zu norddeutschen Themen sowie Berichte, Sendungsankündigungen und Aktionen aus den NDR Fernseh- und Hörfunkprogrammen.

Das Angebot spiegelt die Vielfalt an Unterhaltungsthemen aus den NDR Programmen wider. Dazu zählen Konzertmitschnitte aus den Radioprogrammen ebenso wie aktuelle Berichte beispielsweise über norddeutsche Prominente wie Schauspieler, Musiker oder Adlige sowie etwa über Großereignisse wie das Heavy-Metal-Musikfestival in Wacken. Behandelt werden auch gesellschaftlich relevante Themen wie etwa die Paraden zum Christopher Street Day in Norddeutschland. Der Fokus der aktuellen Berichterstattung liegt auf Themen aus den NDR Staatsvertragsländern sowie auf Themen mit Bezug zu Norddeutschland oder dem NDR.

Beim Themeneinstieg *Unterhaltung* steht journalistisches Infotainment neben unterhaltsamen Inhalten aus Show und Fiktion. Filme, Serien, Comedy, Musiksendungen, Talk-, Quiz- und Gameshows werden vom NDR erfolgreich produziert. Diese populären Formate aus Hörfunk und

Fernsehen werden mit den Mitteln des Internets aufbereitet und ansprechend präsentiert. Besonderes Augenmerk richtet sich auf die Mitwirkungsmöglichkeiten der Zuschauer. Sie können sich in Form von Kommentaren oder Abstimmungen beteiligen oder auch durch das Hochladen von eigenen Beiträgen, die dann möglicherweise wieder Eingang in Sendungen finden können. Diese interaktiven Möglichkeiten sind eingebettet in die umfangreiche Programmbegleitung mit Hintergrundinformationen, Bildern, Videos und dem Blick hinter die Kulissen.

Der Themeneinstieg *Unterhaltung* soll insbesondere jüngeren Nutzern als Schaufenster der Fernseh- und Hörfunkprogramme des NDR mit Verweisen auf Aktionen, Sendetermine und Hintergrundinformationen dienen. Zudem werden auch Fragespiele, Blogs oder Abstimmungen angeboten. Ergänzt wird das Angebot durch Live-Streams von NDR Konzerten wie etwa Hamburg Sounds. Die Streams erlauben es Nutzern, die nicht persönlich an einer Veranstaltung teilnehmen können, diese via Internet zu verfolgen. Darüber hinaus werden Veranstaltungstipps der NDR Fernseh- und Hörfunkprogramme sowie der Klangkörper gebündelt. Unabhängig von Sendezeiten der Hörfunk- und Fernsehprogramme werden originäre Online-Inhalte zudem nach Maßgabe der Aktualität eigenständig veröffentlicht, häufig vor der Ausstrahlung in den Programmen.

Die Inhalte des Themeneinstiegs *Unterhaltung* werden nach journalistisch-redaktionellen Kriterien medien- und themengerecht aufbereitet und dem Nutzer gebündelt angeboten. Auf der Einstiegsseite finden sich wichtige und aktuelle Themen aus den verschiedenen Themenfeldern. Sie verschafft einen Überblick über die Vielfalt des Angebots. Zusätzlich können einzelne Rubriken wie „Konzerte & Events“, „Royalty“ oder „Leute“ mit Beiträgen zu spezifischen Themen abgerufen werden.

#### **f. Ratgeber**

Der Themeneinstieg *Ratgeber* bündelt und vertieft ausgewählte Ratgeberinhalte aus den Hörfunk- und Fernsehsendungen des NDR. Auf der Startseite finden die Nutzer aktuelle Beiträge aus verschiedenen Themenbereichen. Außerdem können sie verschiedene Rubriken abrufen, die einzelne Interessengebiete wie zum Beispiel Gesundheit, Reise & Freizeit und Kochen oder Schwerpunktthemen (Bundesgartenschau, CeBIT, Weihnachten) abdecken. Hinweise auf Ratgebersendungen in Hörfunk und Fernsehen des NDR sind ebenfalls integraler Bestandteil des Angebots.

Der Themeneinstieg *Ratgeber* informiert unabhängig und seriös über Sachfragen aller Lebensbereiche. Er leistet Hilfestellung und gibt praktische Tipps. Die Nutzer erhalten auf den Seiten aktuelle oder saisonale Informationen über Ratgeberthemen, die auch in den Sendungen des NDR Hörfunks und Fernsehens behandelt werden. Die Ratgeberinhalte haben im Unterschied zu den meisten privaten Anbietern keinen kommerziellen Hintergrund oder Bezug.

Das Themenspektrum reicht von Auto & Verkehr über Garten, Gesundheit, Ernährung/Kochen und Reise & Freizeit bis zu Leben mit Technik. Die Nutzer finden serviceorientierte Informationen wie etwa die Meldungen des NDR Verkehrsstudios, Schulfertetermine in Norddeutschland, saisonale Tipps für Hobbygärtner sowie Hintergrundinformationen und Empfehlungen aus den Bereichen Gesundheit und Ernährung. Dazu gehören etwa aktuelle Therapiemöglichkeiten bestimmter Krankheiten, Informationen über die Grippewelle im Norden oder Beiträge über Lebensmittel, deren ernährungsphysiologischen Wert sowie Lagerung und Zubereitung einschließlich einer Sammlung der in Hörfunk- und Fernsehsendungen vorgestellten Rezepte. Das Angebot umfasst außerdem Freizeit-, Ausflugs- und Reisetipps für

Norddeutschland sowie umfangreiche, vertiefende Beiträge über Orte im Norden, Landschaften und Regionen wie beispielsweise den Harz, die Vorpommersche Boddenlandschaft oder das Wattenmeer. Es ist damit Teil der regionalen Berichterstattung und trägt zur Bindung an die Regionen bei.

Ein weiterer Themenkomplex ist Technik/Multimedia. Hier werden aktuelle technische Neuerungen wie etwa Blogs, RSS-Feeds oder Maßnahmen für einen besseren Datenschutz anschaulich und auch für Laien verständlich beschrieben und im Detail erläutert. Das Angebot ermöglicht es Nutzern, an wichtigen technischen Innovationen im Bereich der neuen Medien teilzuhaben und leistet damit einen Beitrag zur Bildung und Wissensvertiefung.

Die Inhalte werden je nach Bedarf in verschiedenen Formen wie Nachrichten, Reportagen, Interviews, Berichten oder gebündelt als Dossier - etwa zu Themen wie Radfahren im Norden, CeBIT, Landesgartenschau - angeboten.

The screenshot shows the NDR website interface. At the top, there is a navigation bar with the NDR logo and the slogan 'Das Beste am Norden'. Below this is a menu with categories: HOME, FERNSEHEN, RADIO, UNTERNEHMEN, NACHRICHTEN, WIRTSCHAFT, SPORT, RATGEBER, KULTUR, UNTERHALTUNG, KINDER, MEDIATHEK, and SUCHE. A search bar is also present. The main content area is divided into several sections. On the left, there is a 'Ratgeber' sidebar with sub-categories: Kochen, Reise & Freizeit, Gesundheit, Auto & Verkehr, Leben mit Technik, and Garten. The main content features a large image of fresh vegetables with the headline 'Kochen Spargel: Tipps und Rezepte'. Below this, there are two smaller articles: 'Visite Makuladegeneration: Was hilft, wenn das Augenlicht schwindet?' and 'Reise & Freizeit Sieben Gärten mittendrin: Bundesgartenschau in Schwerin'. On the right side, there are additional sections: 'Weitere Informationen' with a link to 'NDR Miro Player liefert NDR Podcasts auf den Rechner', and 'Internet-Links' with a link to 'Ist doch Ehrensache!'. The bottom right corner contains a 'Wettbewerb: "teil.a.vision: Zeig, was du machst!"' announcement.

## g. Kinder

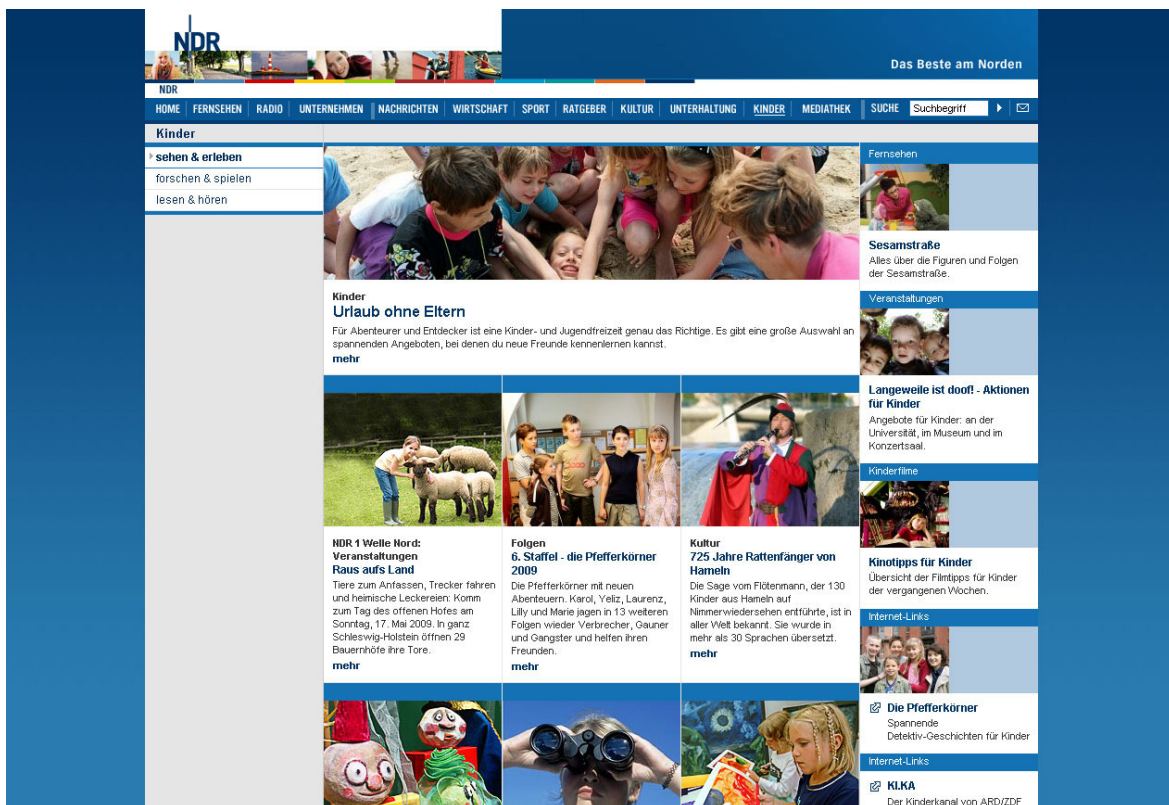
Der Themeneinstieg *Kinder* bündelt und vertieft ausgewählte Inhalte für Kinder und ihre Eltern aus den Hörfunk- und Fernsehsendungen des NDR. Auf der Startseite finden sich aktuelle Beiträge aus den verschiedenen Sendungen und Themenbereichen, nach denen das Kinder-Angebot untergliedert ist. Dabei handelt sich derzeit um eine Sortierung nach Interessengebieten: "sehen und erleben", "forschen und spielen" sowie "lesen und hören".

Im Kinder- und Elternangebot wird beispielsweise auf Aktionen von Museen für Kinder im Sendegebiet hingewiesen, werden regionale Basteltipps für Ostern oder Weihnachten angeboten sowie Anregungen für Outdooraktivitäten gegeben und auf Kindertheater hingewiesen. Es werden Angebote zum Thema Lesen und Vorlesen im Sendegebiet gemacht und z.B. auch auf Naturschutzaktionen für Kinder und Jugendliche hingewiesen. Darüber hinaus werden auf den Internetseiten soziale Konflikte, die etwa in Fernsehsendungen angesprochen werden, mit den Kindern diskutiert und so auch Medienkompetenz vermittelt.

Die Themenangebote werden durch Programmtipps zum Angebot der ARD und des NDR ergänzt. Für herausragende und dauerhafte Sendungen wie Mikado im Hörfunk oder die Sesamstraße

und die Pfefferkörner im Fernsehen gibt es separate, zielgruppengerechte Internetangebote (derzeit beispielsweise [sesamstrasse.de](http://sesamstrasse.de), [pfefferkoerner.de](http://pfefferkoerner.de)), in denen die Erlebniswelten aus Hörfunk und Fernsehen ins Internet verlängert werden. Hier finden sich beispielsweise Neuigkeiten über die Sendungen, Informationen zu den Schauspielern. Dabei wird Wissen altersgerecht vermittelt. Durch Spiele- und Quizformate mit Programmbezug wird die Phantasie der jungen Nutzer angeregt und der Umgang mit dem Medium geübt.

Unter der eigenen URL [www.sesamstrasse.de](http://www.sesamstrasse.de) setzt sich im Online-Angebot des NDR die Erfolgsgeschichte der Sesamstraße im Internet fort. Sie richtet sich in erster Linie an Vorschulkinder und deren Eltern. In diesem gesicherten Umfeld sollen Kindern erste Erfahrungen im Umgang mit dem Medium Internet ermöglicht werden. Damit wird das pädagogische Konzept aus dem Fernsehen auf den Internetauftritt übertragen. Angeboten werden neben Videos und dem Streaming der Sendungen vertiefende Bildergalerien, Lernspiele und Hintergrundinformationen. So werden beispielsweise die verschiedenen Charaktere der Serie ausführlich vorgestellt. Die jungen Nutzer nehmen jedoch nicht nur an den Inhalten teil, sondern sollen selber kreativ werden. Sie können zum Beispiel Bewertungen abgeben, kommentieren, Ausmalbilder downloaden oder eigene Bilder einstellen. Aber auch „ältere“ Liebhaber der Serie finden auf den historischen Seiten Erinnerungen und Wissenswertes in Bildern, Berichten und Videos rund um die traditionsreiche Vorschulserie.



### 3. Redaktionelle Weiterentwicklung des Einstiegs über Regionen

Eine der zentralen Aufgaben und Kompetenzen des NDR liegt in der umfassenden Abbildung und journalistischen Begleitung des regionalen Geschehens in den NDR Staatsvertragsländern. Auch das NDR Telemedienangebot ist diesem Auftrag verpflichtet. Der NDR will daher den regionalen Schwerpunkt seines Internetangebots weiterentwickeln. Das regionale Internetangebot des NDR soll noch mehr als bisher aktuelle Informationen aus den

norddeutschen Ländern und Regionen, insbesondere auch aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Sport und Kultur sowie Beiträge aus dem Lebensumfeld und dem Kulturraum bündeln.

Mit seinem auf alle vier Bundesländer im Norden gerichteten Fokus besitzt das NDR Telemedienangebot schon heute ein Alleinstellungsmerkmal und wirkt in den Staatsvertragsländern gleichzeitig identitätsstiftend. Kein anderer Medienanbieter ist gleichermaßen in Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Hamburg und Mecklenburg-Vorpommern mit Studios, Reportern und Programmen so präsent und misst der regionalen Berichterstattung in einer so breiten thematischen Vielfalt Bedeutung zu. Diese publizistische Rolle will der NDR verstärkt auch im Internet wahrnehmen. Neben der aktuellen Berichterstattung wird dies auch durch Beiträge, die die Rolle Norddeutschlands als Kultur-, Natur- und Urlaubsregion beschreiben, unterstützt werden. Das Regionalangebot bietet nicht zuletzt eine Beschreibung der Landschaften des Nordens, seiner Geschichte, von Brauchtum, Traditionen, Mundart und Sehenswürdigkeiten.

Das Bedürfnis der Nutzer nach Informationen aus ihrem Lebensumfeld soll die verstärkte regionale Schwerpunktsetzung mit ihren Inhalten und durch ihren Aufbau befriedigen. Das Angebot wird gegliedert sein in Seiten für jedes der vier Staatsvertragsländer sowie in Seiten für die Regionen Norddeutschlands. Der geografische Zuschnitt der Seiten beruht auf kulturellen, historischen, sprachlichen und körperschaftlichen Gemeinsamkeiten. Ziel ist es, Nutzer gemäß ihrer regionalen Identität anzusprechen. Der NDR ist in jeder dieser Regionen entweder durch ein Landesfunkhaus, ein Studio oder ein Korrespondentenbüro vertreten. Für die Internetangebote unterhalb der Länderebene werden geografische Einheiten zugrunde gelegt, die jeweils aus mehreren Landkreisen bestehen. So bleibt das Angebot deutlich oberhalb einer lokalen Ebene, rückt unterhalb der Länderangebote aber näher an das Umfeld der Nutzer heran. Für Schleswig-Holstein beispielsweise sollen bis zu fünf Regionen analog der für die NDR Regionalstudios geltenden Aufteilung gebildet werden. Die Region Südholstein beispielsweise umfasst die Kreise Stormarn, Segeberg und Pinneberg.

Für jede Region sollen die Informationen auf der Grundlage der Inhalte aus den NDR Hörfunk- und Fernsehangeboten aus dem Berichtsgebiet gebündelt werden. Die Menge der Themen und die Aktualisierungsfrequenz sollen in etwa der in Hörfunk und Fernsehen entsprechen. Entscheidendes Kriterium ist der regionale Blickwinkel. Im Zentrum stehen dabei aktuelle Informationen und Nachrichten. Auf der Ebene der Bundesländer sind dies zum Beispiel Berichte aus den Landtagen, über Unternehmen, aber auch Informationen über Kultur und Forschung sowie andere Themen, die für das gesamte Land relevant sind. Auf der Ebene der Regionen kommen Themen aus dem Lebensumfeld der Menschen und solche mit Nutzwert den Erwartungen und Bedürfnissen der Nutzer entgegen.

Die von regionalen Informationen geprägten Formate des NDR gehören in Hörfunk und Fernsehen zu den prägenden und akzeptanzstärksten. Die NDR 1-Hörfunk-Wellen mit ihrer explizit regionalen Ausrichtung werden mehrmals täglich in regionale Fenster auseinandergeschaltet und produzieren eine große Menge nachrichtlicher Inhalte, die zukünftig auch über das Internet abrufbar sein sollen. Hinzu kommen Berichte und Recherchen aus den in Hamburg angesiedelten Wellen und Sendungen mit Regionalbezug. Im Fernsehen bilden die Magazine der Landesfunkhäuser ebenfalls seit Jahren das relevante Forum für anspruchsvolle und verlässliche Information aus den norddeutschen Bundesländern. Aber auch Sendungen wie „Panorama – die Reporter“, „Menschen und Schlagzeilen“ oder das Magazin „DAS!“ liefern Geschichten, Berichte und Recherchen, die das Onlineangebot bereichern.

Zugänglich gemacht werden sollen die regionalen Beiträge über zwei Wege. Ein Regionalangebot stellt die Inhalte über eine geografische Struktur für Länder und Regionen zur

Verfügung (geplant ist eine navigierbare Norddeutschland-Karte). Parallel bündeln thematisch ausgerichtete Seiten das regionale Angebot.

#### **a. Reise & Freizeit**

Neben der aktuellen Berichterstattung bilden die die Länder und Regionen charakterisierenden Themen den zweiten Schwerpunkt der weiterentwickelten regionalen Seiten. Geschichten über die Landschaften des Nordens, die Städte, Kultur- und Naturräume prägen dieses Angebot und verstärken damit das regionale Profil des NDR Internetauftrittes.

Der Themeneinstieg **Reise & Freizeit** (Arbeitstitel) bündelt den Teil der regionalen Inhalte, die ihren Schwerpunkt auf Nutzwert und Service haben und soll aktuelle Inhalte über Veranstaltungs-, Ausflugs- und Reisetipps der NDR Redaktionen zugänglich machen. Eine wesentliche Rolle werden zudem redaktionelle Hinweise auf Veranstaltungen im Sendegebiet einnehmen.

#### **b. Land & Leute**

Während auf einer „Reise & Freizeit“-Seite Nutzwert und Service das Ordnungsraster bestimmen, stehen auf einer **Land- & Leute**-Seite (Arbeitstitel) Hintergründiges und Landsmannschaftliches im Mittelpunkt.

Mit einer vielfältigen Berichterstattung zur niederdeutschen Sprache, zu Brauchtum, zur norddeutschen Geschichte und zur Küche im Norden sowie zu traditionellen Veranstaltungen will der NDR einen auftragsgemäßen Zugang zu wichtigen regionalen Themen bieten. Mit multimedialen lexikalischen Spielen, Erzähl- und Schreibwettbewerben sollen beispielsweise die traditionellen Angebote wie plattdeutsche Magazine, Lesungen, Hörspiele und Nachrichten sinnvoll ergänzt werden.

Insgesamt sollen die Themenrubriken noch stärker als bisher die norddeutsche Ausrichtung des NDR Onlineangebots unterstützen.

Die Weiterentwicklung des regionalen Schwerpunktes wird sich dabei sowohl in der Navigation als auch in der Gewichtung von Themen und Formaten auf den zentralen Seiten des Angebotes widerspiegeln. Regionalität wird prominenter präsentiert als beispielsweise die Themeneinstiege Wirtschaft und Ratgeber.

### **4. Fernsehen**

Unter ndr.de werden ebenfalls Angebote gebündelt und vernetzt, die direkt im Zusammenhang mit einer Sendung im NDR Fernsehen oder im Ersten stehen. Die Themenbereiche sind so breit angelegt wie das Fernsehprogramm selbst: Nachrichten und Informationen aus Politik, Wirtschaft, Bildung, Ratgeber, Wissen, Kultur, Unterhaltung und Sport - alles vorrangig aus Sicht oder mit Blick auf die norddeutschen Belange.



The screenshot shows the NDR Fernsehen website interface. At the top, there is a navigation bar with 'HOME', 'SENDUNGEN', 'PROGRAMM', 'ZUSCHAUERSERVICE', and 'MODERATION'. Below this is a search bar and a grid of program thumbnails. The main content area is titled 'Sendungen A-Z' and contains a table of program listings. Below this is a section for 'Der NDR im Ersten'.

Sendungen A-Z				
<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktuelle Schaubude</li> <li>Bingo! - Die Umweltlotterie</li> <li>Bücherjournal</li> <li>Das Leben!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Expeditionen ins Tierreich</li> <li>extra 3</li> <li>Hamburg Journal</li> <li>Hamburg Journal 18.00</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lieb &amp; teuer</li> <li>Liga 1 - Handball</li> <li>Lust auf Norden</li> <li>Länder - Menschen - Abenteuer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nordmagazin</li> <li>Nordseereport</li> <li>Nordtour</li> <li>Ostseereport</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Weltbilder</li> <li>Wer hat's gesehen?</li> <li>Wünsch dir Sass!</li> <li>Zapp</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Das NDR Reisequiz</li> <li>Das NDR Tiermagazin</li> <li>Das!</li> <li>Die klügsten Kinder im Norden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hanseblick</li> <li>Hilfsten des Nordens</li> <li>Inas Nacht</li> <li>Kriminalreport</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>mareTV</li> <li>Markt</li> <li>Mein Nachmittag</li> <li>Menschen und Schlagzeilen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Panorama - die Reporter</li> <li>Polettos Kochschule</li> <li>Rund um den Michel</li> <li>Schleswig-Holstein 18:00</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Die NDR Quizshow</li> <li>Die Tiefen und Dibaba</li> <li>Die Welt op Platt</li> <li>Entdeckerlust!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kulturjournal</li> <li>Land &amp; Liebe</li> <li>Land und Leute</li> <li>Landpartie - Im Norden unterwegs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>NDR Talk Show</li> <li>Neues aus Büthenwarder</li> <li>Niedersachsen 18.00</li> <li>Niedersachsen 19.30 das Magazin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schleswig-Holstein Magazin</li> <li>Sesamstraße</li> <li>Sportclub</li> <li>Visite</li> </ul>	
Der NDR im Ersten				
<ul style="list-style-type: none"> <li>Anne Will</li> <li>ARD Ratgeber Technik</li> <li>Beckmann</li> <li>Bilderbuch</li> <li>Die Pfefferkörner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Druckfrisch</li> <li>Eurovision Song Contest</li> <li>Expeditionen ins Tierreich</li> <li>Großstadtrevier</li> <li>Panorama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plusminus</li> <li>Royalty</li> <li>Titel Thesen Temperamente</li> <li>W wie Wissen</li> <li>Weltreisen</li> </ul>		

In den Nachrichten stehen Meldungen aus den vier NDR Staatsvertragsländern im Vordergrund, es wird über alle für Norddeutschland interessanten und relevanten Themen berichtet. Die Landesprogramme begleiten kontinuierlich die jeweilige Landespolitik und die kommunalen Wahlen. Auch bei wirtschaftlichen Beiträgen stehen die norddeutschen Themen im Vordergrund der Berichterstattung. Informationen aus den Bereichen Wissen und Ratgeber tauchen in verschiedenen Programmformaten auf. Besondere Aufmerksamkeit richtet sich auf populäre Sportarten und deren Begleitung im Programm. Kulturelle Ereignisse werden vielfältig abgebildet. In der Unterhaltung haben u.a. Quizsendungen und Listingformate besondere Bedeutung. Neben den klassischen Disziplinen umfasst das Angebot z.B. auch Porträts von Menschen oder musikalische Touren durch norddeutsche Landschaften.

Der programm- und sendungsbegleitende Internetauftritt des NDR Fernsehens ermöglicht es den Zuschauern, unabhängig von den jeweiligen Sendezeiten des linearen Programms weitergehende Informationen abzurufen. Auf Basis eines elektronischen Programmführers (EPG) werden bei ndr.de ausführliche Hinweise auf geplante Programme und Sendungen angeboten.<sup>4</sup> Ein Index ermöglicht einen direkten Sprung zu den verschiedenen Programmen, die von A bis Z aufgelistet werden. Im EPG selbst kann der Nutzer nach Ausstrahlungsdatum, Name oder Stichwort suchen. Zusätzlich lassen sich ganztägige Programmvorschauen anzeigen. Außerdem kann man das laufende Programm als Livestreaming verfolgen. Die Darstellung des bereits gesendeten Materials erfolgt vorrangig innerhalb der Mediathek.

<sup>4</sup> Eine umfassende Darstellung des NDR EPG findet sich in Kapitel I. C. 6.

The screenshot shows the NDR Fernsehen website interface. At the top, there is a navigation bar with 'HOME', 'SENDUNGEN', 'PROGRAMM', 'ZUSCHAUERSERVICE', and 'MODERATION'. A search bar is located on the right. Below the navigation bar, there are five program highlights, each with a video thumbnail and a 'zum Video' link. The highlights include 'Expeditionen ins Tierreich', 'Corry Littmann - der Macher vom Kiez', 'mareTV Korsika - die wilde Schöne und Bretagne', 'Schockermöhles Pferdetraum', and 'Die Tietjen und Dibaba Talk aus Hannover'. Below these highlights is a 'Tagesprogramm' section for Wednesday, June 3, 2009. It features a 'Schnell gefunden' sidebar with links to 'Heute um 20:15 Uhr', 'Fernsehtipps der Woche', 'Spielfilmvorschau', 'Dokus und Reportagen', and 'Sport im NDR Fernsehen'. The main program list includes 'Lindenstraße (122)', 'Elefant, Tiger & Co. (Wdh.)', 'Sesamstraße (2458)', 'Rote Rosen (564)', 'Sturm der Liebe (835)', 'Nordmagazin (Wdh.)', and 'Hamburg Journal (Wdh.)'. A calendar for May 2009 and a search box are also visible.

Auf der Fernseh-Startseite im Angebot von ndr.de gibt es redaktionell gestaltete Hinweise auf kommende Sendungen im NDR Fernsehen. Von hier aus lässt sich auch der Livestream starten und der EPG erreichen. Von der Fernseh-Startseite aus lassen sich auch die verschiedenen Blogs von Sendungen, das Newsletter-Bestellformular sowie eine Ordermöglichkeit vom NDR Mitschnittservice ansteuern.

Zusätzlich finden sich weiterführende Informationen zu den Sendungen, die so im linearen Programm nicht abgebildet werden können. Hier erfahren Zuschauer Telefonnummern oder Mail-Adressen, können Fragen stellen oder weiteres Material anfordern. Auch z.B. für Serien und Mehrteiler im Fernsehprogramm gibt es umfangreiche sendungsbegleitende Angebote. Der Zuschauer kann sich über den Handlungsbogen, Schauspieler und Drehorte informieren, verpasste Folgen sehen und Zusammenhänge nachlesen.

Die zusätzlichen Möglichkeiten des Internets werden genutzt, um Inhalte miteinander zu vernetzen. Dadurch sind sie dem Nutzer einfacher zugänglich. Bestimmte Inhalte und Begleitinformationen werden thematisch oder regional neu zusammengestellt, damit sie über Themen, Genres oder die Region auffindbar sind. Durch die Bündelung der Hörfunk- und Fernsehbeiträge in Kombination mit Texten, Bildern und Grafiken bekommt die Berichterstattung von Großereignissen (z.B. Wahlen) bei ndr.de eine neue Qualität.

Zu den erweiterten Möglichkeiten des Internets zählt auch der Rückkanal. Deshalb bietet das NDR Fernsehen verschiedene Stufen der Interaktivität an. In redaktionell begleiteten Foren und Blogs mit Sendungsbezug können Zuschauer Fragen stellen, ihre Meinung veröffentlichen oder eigene Erlebnisse schildern, bis hin zu Möglichkeiten, eigene Fotos und Videos einzustellen. Über diese Interaktion kann wiederum der Zugang ins klassische Fernsehprogramm eröffnet werden. Die Zuschauer wirken aktiv an Sendungen mit. Sie können im Vorwege Fragen an

Politiker oder Talkgäste formulieren, bei aktuellen Verbraucherthemen Beispielfälle schildern oder eigene Beiträge für Unterhaltungssendungen anbieten.

Zu besonderen Ereignissen werden immer wieder spezielle Internetseiten mit eigener Aufbereitung und eigenem Design gebaut. Prominentes Beispiel ist der jährlich wiederkehrende Eurovision Song Contest (ESC), der vom NDR produziert und im Ersten ausgestrahlt wird. Die erfolgreichste Musiksendung im Deutschen Fernsehen erfährt im Internet eine ausführliche Begleitung mit intensiver Vorberichterstattung und opulenter Begleitung des eigentlichen Events. Dazu gehören innovative Möglichkeiten einer umfänglichen Beteiligung der Zuschauer sowie die Begleitung der nationalen Kandidaten von der Auswahl bis hin zum Finale und der Kür des Gewinners. In Blogs werden Protagonisten und Proben zur Sendung vorgestellt und kommentiert. Mit ausführlichen Berichten, Fotodokumentationen und Videos liefert das Angebot Hintergründe zum Wettbewerb und den teilnehmenden Künstlern. Aufgrund des großen Publikumsinteresses am Eurovision Song Contest ist dieses Angebot stark nachgefragt.

Insgesamt gibt es vier Grundtypen zum begleitenden Auftritt von Fernsehsendungen:

- Die Grundvariante ist die einfache Programmbegleitung mit Hinweis auf die Themen der letzten, der aktuellen und der nächsten Sendungen der Reihe. Die Informationen, z.B. Sendeplatz und Preetext, kommen aus der EPG-Datenbank. Sie werden mit Fotos angereichert. In dieser Weise werden Sendungen wie z.B. „Expeditionen ins Tierreich“ begleitet.
- Die etwas umfangreichere Variante enthält neben den EPG-Informationen und Fotos auch zusätzliche Texte, etwa Moderatorenporträts, weiterführende Adressenlisten oder auch Informationen und Aufrufe zu bestimmten Sendungsaktionen. In dieser Form werden Sendungen wie „Länder, Menschen Abenteuer“, „Das Leben“, „Inas Nacht“, „Menschen und Schlagzeilen“ oder „Mein Nachmittag“ begleitet.
- Die ausführliche, redaktionell gestaltete Aufbereitung beinhaltet neben den bereits unter den ersten beiden Punkten beschriebenen Bestandteilen erhebliche Weiterungen: Die in der Fernsehsendung enthaltenen Themen erfahren eine internetspezifische Präsentation. Dazu zählen ergänzende, ausführliche Materialien zu den Themen, eine Liste weiterführender Links, thematisch verknüpfte Videos (embedded), wie z.B. Interviews in ganzer Länge, anderes ergänzendes Material (related content), und verschiedene Möglichkeiten der Nutzerbeteiligung, wie Blogs oder Foren etc.. In dieser Art und Weise werden Sendungen wie „markt“, „Zapp“ oder das Gesundheitsmagazin „Visite“ begleitet. Einige von ihnen werden interaktiv aufbereitet, im Video können dabei zusätzliche Informationen zu dem laufenden Beitrag über Links abgerufen werden.
- In der umfänglichsten Kategorie erhält die Darbietung der Inhalte ein eigenes Design. Die besondere Aufmachung ist wegen des herausgehobenen Charakters des Angebotes notwendig. Ein Beispiel hierfür ist das trimediale Projekt „20 Jahre Mauerfall“. Auch Sendungen für eine spezielle Zielgruppe können diese Variante erforderlich machen, so z.B. bei den „Pfefferkörnern“ oder der „Sesamstraße“. Neben der besonderen Gestaltung werden vielfältige Inhalte umfangreich präsentiert.

Der Bereich „Zuschauerservice“ liefert umfangreiche Informationen rund um das NDR Fernsehen. Dazu gehören Antworten auf häufig gestellte Fragen zum Empfang der NDR Programme (inkl. Frequenztabellen der unterschiedlichen Verbreitungswege), einen Zugang zum Videotextangebot, die Möglichkeit, Karten für öffentliche Veranstaltungen des NDR zu bestellen und Informationen über Einschaltquoten.

Zudem begleitet der NDR auch seine Sendungen im Ersten mit entsprechenden Internetauftritten. Sendungen wie „Panorama“, „Anne Will“, „Weltspiegel“ und „Druckfrisch“ sind im Netz unter [daserste.de](http://daserste.de) zu finden. Sie verfügen wie bereits beschrieben über ausführliche sendungsbegleitende Informationen. Dazu gehören Videos der Sendungen, teils umfängliche Archive von zeitgeschichtlichem Wert, Bilderstrecken, ausführliche Porträts von Studiogästen sowie Linklisten.

Viele Sendungen des NDR Fernsehens sind neben ihrer [ndr.de](http://ndr.de)-Adresse auch über eine direkte auf den Sendungstitel bezogene URL erreichbar (z.B. [xdrei.de](http://xdrei.de))

## **5. Hörfunk**

### **a. Landesprogramme**

Analog zum Fernsehen sind auch die Hörfunkprogramme online sowohl über ihre Markennamen ([wellenord.de](http://wellenord.de), [nдр1radomv.de](http://nдр1radomv.de), [nдр903.de](http://nдр903.de) und [nдр1niedersachsen.de](http://nдр1niedersachsen.de)) als auch über ihre [nдр.de](http://nдр.de)-Adresse erreichbar. Sie bündeln alle Informationen über das jeweilige Radioprogramm und liefern Informationen zu allen relevanten Themenbereichen im jeweiligen Sendegebiet wie Nachrichten, Wirtschaft, Ratgeber, Kultur, Unterhaltung und Sport.

Alle Themen, die im jeweiligen regionalen Hörfunkprogramm des Landesfunkhauses behandelt werden, können auch auf den jeweiligen Internetseiten mediengerecht abgebildet werden.

Besonderes Augenmerk wird auf die Beschreibung von Programmaktionen und Programmschwerpunkten (z.B. Sommertouren und Off-Air Veranstaltungen der Programme) und auf redaktionelle Veranstaltungshinweise und Konzertberichterstattung gelegt.

Die Rubrik „Wir über uns“ informiert über die Moderatoren und Studios im jeweiligen Landesfunkhaus.

Unter der Rubrik „Service“ werden Hinweise auf Frequenzen, Newsletter, Podcast, Pressemitteilungen, Rezepte, Verkehr- und Wetterinformationen gebündelt. Eine weitere Funktion ist die Titelsuche. Hier können Nutzer weitere Informationen zu den im Radioprogramm gespielten Musiktiteln erhalten. Außerdem werden in der Rubrik „Service“ Mitmachaktionen und interaktive Elemente wie Diskussionsforen gebündelt.

Von besonderer Bedeutung für die Internetangebote der Radioprogramme sind die Audioangebote, die nicht nur als Podcast im Abo, sondern auch als On-Demand-Angebote präsentiert werden.

### **b. NDR 2**

Der Internetauftritt von NDR 2 begleitet und ergänzt das Hörfunkprogramm von NDR 2. Im Angebot finden sich multimedial aufbereitete Beiträge zum aktuellen Programm, das Moderatoren-Team, Programmaktionen und Veranstaltungspräsentationen. Die publizistische Ausrichtung entspricht der Ausrichtung des laufenden NDR 2 Programms. Die Seiten sollen vor allem die Musik- und Informationskompetenz des Senders transportieren. Die inhaltliche Ausrichtung und die Ansprache der Nutzer werden eng mit dem Radioprogramm abgestimmt.

Sofern es inhaltlich und journalistisch sinnvoll erscheint, finden Besucher des NDR 2 Internetangebots Zusatzinformationen zu Beiträgen im NDR 2 Programm, d.h. vertiefende Texte, Bilder, weiterführende Links und Audios. Die Texte sind zum Teil bearbeitete Manuskripte, zum Teil eigen recherchierte Inhalte. Thematisch handelt es sich dabei vor allem um Beiträge zum laufenden Programm (z.B. tägliche Shownews, Kinotipps, Programmaktionen, Hintergründe zu den NDR 2 Comedys, Konzertberichte, Programmankündigungen, erweiterte Interviews). Über

das aktuelle Geschehen der 1. und 2. Fußball-Bundesliga informiert ein Feed; ebenso gilt dies für die Handball-Bundesliga, jeweils fokussiert auf die norddeutschen Vereine.

Als wichtige Ergänzung zum Wetter- und Verkehrsservice im NDR 2 Programm lassen sich die aktuellen Meldungen zeit- und ortssouverän online im NDR 2 Internetangebot abrufen. Die multimedial aufbereiteten Verkehrsmeldungen können entweder für den gesamten Norden oder regionalisiert abgefragt werden. Zum aktuellen Wetter im Norden erscheint bereits auf der Startseite eine Übersicht über die Landeshauptstädte der Staatsvertragsländer mit Angaben zu Temperaturen und Wetterlage. Über ein Menü lassen sich auch hier alle vorliegenden norddeutschen Wetterinformationen oder eine regionalisierte Übersicht abrufen, sortiert nach den Staatsvertragsländern. Auch an dieser Stelle ist eine regionale Filterung möglich; hinzu kommen weitere Wetterangaben wie z.B. europaweite und weltweite Temperaturangaben, Pollenflugvorhersage mit regionalisierten Angaben, Informationen zum Biowetter und ein Agrarmeteorologischer Bericht.

Das laufende NDR 2 Programm ist als Internet-Livestream empfangbar. Zudem findet sich im NDR 2 Internetangebot eine Sammlung von Links zu Outdoor-Webcams im Norden („Nordcams“). Studiocams erlauben den Blick in das Sende- und Nachrichtenstudio. Suchfunktionen und ein Kontaktformular vereinfachen es, sich an den NDR zu wenden.

Informationen zur NDR 2 Musik gibt es in Form einer aktuellen Titelanzeige, einer Titelrecherche (bis zu sieben Tage rückwirkend), kurzer Beiträge zu neuen Singles im Programm und ausgewählter Albumtipps. Darüber hinaus finden sich im Angebot Vorschauen auf die täglichen Musikspezialsendungen. Nach Ausstrahlung werden die Musikspezialsendungen (exklusive Radiokonzert) zum Nachhören bereitgestellt („NDR 2 Webradio“). In seltenen Fällen finden sich auch ausführliche Textfassungen von Interviews, die zwar im Programm von NDR 2 gelaufen sind, allerdings nicht in der längeren Form.

Auf von NDR 2 präsentierte Events wird per Text, Bild und Serviceangaben (Ort und Zeit, Adresse, Ticketpreise) im Vorfeld hingewiesen. Die Seiten werden zum Teil ergänzt durch weitere Infos (Anfahrt-Tipps, Besucherinfos, weiterführende Links) und in vielen Fällen nachbereitet mit Bildershows und Konzertberichten.

### **c. NDR Kultur**

Der Internetauftritt von NDR Kultur bietet einen Überblick über das laufende Programm und vertiefende Informationen. Die Nutzer erhalten neben klassischen Programm-Informationen im Sinne eines elektronischen Programmführers („was läuft wann?“) Hintergrundinformationen über einzelne Sendungen und Sendereihen. [ndr.de/ndrkultur](http://ndr.de/ndrkultur) verknüpft das On-Air-Programm der Welle so mit internetspezifischen Inhalten zu einem multimedial aufbereiteten und vernetzten Angebot. Hinzu kommen Programm-Tipps für das Radioangebot.

Das Internet erlaubt neue, technisch zeitgemäße Formen der Nutzeransprache, die on air nicht oder nur begrenzt möglich sind: Dazu gehören beispielsweise die Möglichkeit, sich Sendungen als Podcast zu abonnieren oder on demand zum Zeitpunkt seiner Wahl anzuhören oder auch die langfristige Abrufbarkeit der Buch-, CD-, DVD- und Filmrezensionen, inklusive der Rahmendaten wie ISBN-Nummer, Preis oder Kinostart-Termin. Des Weiteren bietet das NDR Kultur Angebot beispielsweise Informationen zu Ausstellungen in Norddeutschland sowie Interviews aus Sendungen wie „Klassik à la Carte“, „Das Gespräch“ und „Wickerts Bücher“ zum nochmaligen Hören. Hinzu kommen Live- und On-demand-Streams zu bestimmten Sendungen, z.B. „Foyerkonzert“, Podiumsdiskussionen „NDR Kultur Kontrovers“ sowie zu einzelnen Programm-Highlights.

**NDR kultur** Hören und genießen

HOME PROGRAMM FEUILLETON MUSIK TEAM VERANSTALTUNGEN SERVICE SACHBUCHPREIS

SUCHE Suchbegriff

**Hörspiel**  
**Schweigeminute**  
 06.05.2009 20:00 Uhr  
 Mit 82 Jahren hat Siegfried Lenz seine erste Liebesgeschichte geschrieben. Sven Stricker hat die Novelle jetzt für NDR Kultur zu einem Hörspiel bearbeitet - zu hören ist die Ursendung heute abend.  
[mehr](#)

**Livestream**  
 Jetzt live hören  
 Titelsuche

**Jetzt**  
 Mendelssohn Bartholdy, Felix (1809-1847): Ouvertüre C-Dur op. 101 "Trompetenouvertüre"

**Davor**  
 Bach, Johann Sebastian (1685-1750): Violinkonzert E-Dur, BWV 1042, daraus: Adagio (2. Satz)  
 Mozart, Wolfgang Amadeus (1756-1791): Don Giovanni (Oper), daraus: Ouvertüre

**Klassik à la carte**  
**Die erste Saison der "Elbphilharmonie Konzerte"**  
 06.05.2009 13:00 Uhr  
 Auf der diesjährigen Pressekonferenz wird Christoph Lieben-Seutter, Generalintendant der Laeiszhalle und künftigen Elbphilharmonie, das neue Programm für die Saison 2009/2010 vorstellen.  
[mehr](#)

**neue musik**  
**Festival-Nachlese Witten 2009**  
 06.05.2009 21:05 Uhr  
 Hugues Dufourt und Misato Michizuki sind nur zwei der Komponisten, die spannende Neuheiten bei den Witterer Tagen für neue ...

**Opernkonzert**  
**"Brüderlein, komm tanz mit mir ..."**  
 07.05.2009 20:00 Uhr  
 Die Liebe zwischen Mann und Frau steht in vielen Opern im Mittelpunkt. Doch manch ein Komponist reizt

[NDR Mediathek](#)  
[Podcast-Angebote](#)  
[Webradio](#)  
[Musikprogramme](#)  
[Programmübersichten](#)  
[Hörertelefon](#)

Schwerpunktthema des Onlineauftritts von NDR Kultur ist die ständige Programmbegleitung von herausragenden Kulturereignissen im Norden wie z.B. des Schleswig-Holstein Musik Festivals, der Festspiele Mecklenburg-Vorpommern, des Braunschweig Classix Festivals oder auch der Sommerlichen Musiktage Hitzacker innerhalb des ARD-Radiofestivals (vormals IMF - Internationale Musikfestspiele). Dazu stehen kulturelle Großereignisse wie die Berlinale, die Bayreuther Festspiele oder die Frankfurter und Leipziger Buchmessen im Mittelpunkt.

Außerdem werden für thematische Programm-Schwerpunkte eigene Internet-Specials in enger Verknüpfung zum Hörfunkprogramm realisiert, so zum Beispiel für die Thementage „Buch“, „Musik“, „200. Geburtstag Felix Mendelssohn Bartholdy“, „CD Neuheiten XXL“ und „Bildung“.

Zu kulturellen Veranstaltungen in Norddeutschland werden in vielen Fällen ausführliche und vertiefende Hintergrundinformationen angeboten.

Die intensive Begleitung ausgewählter Programm-Schwerpunkte im Internet soll der Nutzerbindung dienen und Hintergrundinformationen verfügbar machen. Als ein Beispiel sei hier die Möglichkeit genannt, von einer Filmkritik auf die Rezension der dazugehörigen Filmmusik zu verlinken oder zum aktuellen Werk eines Autors auch auf die Kritiken der vorhergehenden Bücher zu verweisen.

Schließlich werden die Moderatoren von NDR Kultur vorgestellt und eine Reihe von Serviceleistungen wie etwa die Nummer des Hörertelefons sowie die Frequenzkarte für das Sendegebiet angezeigt.

#### d. NDR Info

Das Angebot bietet Informationen zu allen Themen, die im On-Air-Programm von NDR Info vertreten sind. Im Vordergrund stehen dabei Reportagen und Berichte aus dem Sendegebiet sowie Berichte und Interviews zum täglichen Schwerpunkt-Thema. Dieses Thema kann sowohl international als auch national oder norddeutsch ausgerichtet sein. Dazu kommen Service-Stücke, Kulturbeiträge sowie Kommentare und Glossen wie etwa die Rubrik ‚Auf ein Wort‘.

Neben dem täglichen Schwerpunkt bietet die Hauptseite die jeweils neueste Aufmachermeldung der kommenden Nachrichtensendung mit aktuellen Informationen. Die Startseite enthält den thematischen Schwerpunkt der Berichterstattung des Tages und die letzte Nachrichtenmeldung. Dazu werden die wichtigsten Reportage-, Service- und Kommentarangebote aufgelistet. Außerdem wird über aktuelle Medienkooperationen und Off-Air-Aktivitäten wie Podiumsdiskussionen informiert. Darüber hinaus werden Webradio, Wetterbericht sowie ausgewählte Audios angeboten. Dazu gibt es Elemente der auditiven Hörerbindung wie Zwischenmusiken und Jingles von NDR Info zum Herunterladen.

Als wichtige Ergänzung zum Wetter- und Verkehrsservice im NDR Info Programm können die aktuellen Meldungen zeit- und ortssoverän auf ndrinfo.de abgerufen werden. Die multimedial aufbereiteten Verkehrsmeldungen können entweder für den gesamten Norden oder regionalisiert abgefragt werden. Auch in Bezug auf Wetterinformationen liefert das Internet-Angebot vertiefende Informationen zum Hörfunkprogramm. Das Angebot auf der Startseite beinhaltet außerdem die aktuellen Flugdaten u.a. der norddeutschen Flughäfen.

Die inhaltliche Schwerpunkt *Nachrichten* bietet die komplette aktuelle Nachrichtenausgabe mit allen Meldungen, unter dem Begriff ‚Interviews‘ werden auf NDR Info geführte Interviews aufgelistet und als Audio angeboten. Unter den Begriffen *Service* sowie *Kultur* werden die entsprechenden Berichte angeboten. Zudem werden Serviceleistungen untergliedert nach ‚Freizeit/Reise‘, ‚Gesundheit/Ernährung‘, ‚Recht/Geld/Beruf‘ sowie ‚Familie/Partnerschaft‘ angeboten. Kulturinhalte werden derzeit in verschiedenen Kategorien wie z.B. ‚Kultur-Tipp‘, ‚Konzert-Tipp‘, ‚Buch-Tipp‘, ‚CD-Tipp‘, ‚DVD-Tipp‘, ‚Hörspiel‘, ‚Nachclub‘ und ‚Jazz‘ bereitgestellt.

Soweit möglich wird zu allen dargestellten Themen ein ‚Audio on demand‘ angeboten, zu ausgewählten Sendungen wie etwa Jazzmusiksendungen ein loopstream. Die Bündelung von Einzelbeiträgen und Texten zu Themenseiten macht es den Nutzern zudem möglich, sich vertiefend zu informieren. Darüber hinaus bietet ndr.de/ndrinfo das gesamte Podcast-Angebot des Programms sowie die Möglichkeit in einem Gästebuch die Meinungen der Hörer zu dokumentieren. Auch Radiotipps sind Bestandteil des Internetauftritts, zudem wird das Programmschema als Wochenplan dargestellt und die Hörer können sich anhand der Stundenuhren über das Programmschema von NDR Info informieren.

ndr.de/ndrinfo informiert auch über die Korrespondenten und Moderatoren des Programms sowie über das Redaktionsteam. Außerdem werden die Sendestudios vorgestellt und die Frequenzen, auf denen NDR Info zu empfangen ist.

#### **e. N-JOY**

Der Internetauftritt von N-JOY versteht sich als Navigator durch die multimediale Welt. Kurze und kompakte Informationen, Unterhaltung und musikjournalistische Inhalte, die auch im Radioprogramm von N-JOY stattfinden, werden abgebildet und mit interaktiven Rückkopplungsmöglichkeiten versehen. ndr.de/n-joy versorgt die Zielgruppe mit Informationen zu „jungen“ Themen und bereitet diese multimedial auf. Dabei wird sowohl auf das Korrespondentennetz der ARD als auch auf Bewegtbild-Inhalte aus dem NDR Fernsehen zurückgegriffen.

Das Angebot spiegelt die Meinung der jungen Norddeutschen wider. Dazu wird auch die Rückkanalfähigkeit von Internet und Handy genutzt. Aktuelle Themen werden für die junge Zielgruppe aufbereitet und greifbar gemacht. In einer zunehmend komplexen Lebenswelt bietet diese Seite Orientierungshilfen mit einfach erklärten Serviceinformationen, insbesondere auch zu den Themen Internet, Mediennutzung und Telekommunikation. Zum Informationsschwerpunkt gehören ebenfalls Wissensformate rund um Alltägliches und Aktuelles aus Politik und Gesellschaft.

Es gibt zudem einen Zugang zum Liveradio und einen direkten Kontakt zum Moderator im Studio sowie aktuelle Themen und einen Nachrichtenüberblick. Aktuelle Berichte, Service mit Nutzwert („news to use“) und verschiedene Wissensformate aus dem N-Joy Radioprogramm mit Hintergründen informieren die Nutzer über relevante politische und gesellschaftliche Themen. Angeboten werden zudem Informationen zum Programm, den Moderatoren und den Musikinhalten. ndr.de/n-joy macht zudem seine beliebtesten Sendungen zum nochmaligen Anhören verfügbar und erlaubt es, einzelne Musikspezialsendungen erneut zu verfolgen und die N-Joy Charts einzusehen.

Jugendkulturelle Themen spielen ebenfalls eine herausgehobene Rolle. Journalistische Rezensionen von neuen Musik-CDs und Konzerten gehören ebenso dazu wie die Vorstellung neuer Künstler und die Förderung von Nachwuchsbands - vor allem auch aus dem NDR Sendegebiet. Hinzu kommen Reportagen über Konzerte, norddeutsche Feste und kulturelle Veranstaltungen für junge Menschen in Norddeutschland. Portraits von Newcomern, Konzertmitschnitte und Musikfeatures von Korrespondenten und anderen ARD-Anstalten werden zum Abruf zur Verfügung gestellt. Auch Radio-Interviews werden online abrufbar gemacht.

Im Bereich Film werden beispielsweise neue Werke im Kino bzw. auf DVD rezensiert, Schauspieler interviewt und Hinweise auf interessante Filme in den öffentlich-rechtlichen Fernsehprogrammen online gestellt.



News und Infos aus der Welt der Stars, Musiker und Schauspieler werden Programm begleitend zu den VIP-News online abgebildet. Zur Unterhaltung gehören die beliebten Qualitäts-Comedys aus dem N-JOY Radioprogramm (derzeit etwa aktuelle Folgen der „Pisa Polizei“ und der „Supermerkel“ sowie tagesaktuelle Satiren und Comedy-Reihen). Neben den Audios sind Bewegtbild-Versionen ausgewählter Comedys verfügbar.

Wettervorhersage und Verkehrsinformationen gehören zu den besonders stark nachgefragten Programmleistungen von Hörfunkprogrammen. N-JOY bietet daher auch online zuverlässige Wetter- und Verkehrsservices an.

## **6. N-JOY XTRA**

Ausgehend von den Internetseiten für das Radioprogramm N-JOY will der NDR unter dem Arbeitstitel N-JOY XTRA Inhalte der Themenbereiche Gesellschaft, Unterhaltung und Musik für eine junge Zielgruppe online redaktionell bündeln. So soll die publizistische Kompetenz des NDR für das junge Nutzersegment zusammengefasst werden. Dabei soll eine multimediale Darstellung mit vielen Videos den Erwartungen der Zielgruppe an Ansprache und Darstellung gerecht werden. Vorgesehen ist, dass der derzeitige Internetauftritt von N-JOY in den umfassenderen Seiten von N-JOY XTRA aufgeht. Zentrale Elemente des neuen Telemedienzugangs für das junge Publikum sollen Produktionen der Radio- und Fernsehprogramme des NDR sowie cross-mediale Formate sein, die bisher an verschiedenen Stellen des NDR Internetangebots verbreitet werden. Darüber hinaus wird der interaktive Kontakt zu den Nutzern verstärkt. So können Video-Chats oder eine „Frage des Tages“ zur Diskussion einladen, nutzergenerierte Inhalte in das Programm mit einfließen oder Votings den Ausgang von Webformaten bestimmen. Das Angebot soll mit Audios, Videos und Internetanwendungen (z.B. interaktive Quizformate) multimedial ausgerichtet sein und damit den Nutzungsgewohnheiten und der Erwartungshaltung der Zielgruppe entsprechen.

Inhaltlich wird sich das Angebot auf die Themenbereiche Comedy/Unterhaltung, Musik, Events/Backstage, Film und Lebenswelt (Gesellschaft) konzentrieren. Außerdem sollen für die Zielgruppe entsprechend ausgesuchte und aufbereitete Themen aus den Bereichen Nachrichten, Wissen und Sport eine wichtige Rolle spielen. Dafür werden Inhalte des NDR und der ARD integriert und verlinkt. Die meisten Inhalte von N-JOY XTRA werden - soweit möglich und redaktionell sinnvoll - ein norddeutsches Profil haben sowie regionale Bezüge herstellen.

Der NDR hat bereits vielfältige Inhalte für die junge Zielgruppe in seinen Hörfunk- und Fernsehprogrammen. Diese werden mit Sendungsbezug unter N-JOY XTRA gebündelt und mediengerecht aufbereitet. Im Fernsehen zählen dazu beispielsweise wöchentlich wiederkehrende Formate mit norddeutschem Bezug wie „Extra 3“, gelegentliche Comedy-Staffelproduktionen wie „Dennis und Jesko“ oder fiktionale Serien für Jugendliche. Aber auch einzelne Reportagen, die in der Lebenswelt der jungen Zielgruppe spielen, Teile von Sendungen wie etwa die Auftritte einzelner Gäste aus Talkformaten, und kleinere Reihen in Magazinsendungen oder Kinokritiken, z.B. aus dem Kulturjournal, sollen für N-JOY XTRA verwendet werden.

Daneben sollen geeignete Inhalte aus den NDR Radioprogrammen, insbesondere N-JOY, bei N-JOY XTRA multimedial aufbereitet und angeboten werden. Hierzu zählen etwa Comedyformate wie die an norddeutschen Spielorten und mit norddeutschen Teilnehmern produzierte „Pisa-Polizei“ und Musikspezialsendungen wie „N-JOY Abstrait“, die als Webradios angeboten werden sollen. Aber auch zielgruppenaffine Reportagen oder Beiträge aus anderen Programmen gerade im Bereich der Kulturpublizistik (Musik, Film, Bücher) sollen bei N-JOY XTRA in gebündelter Form

abgebildet werden. Dies können beispielsweise Musik- und Filmrezensionen oder filmische Portraits über Schauspieler oder Autoren sein.

Dem N-JOY Radioprogramm wird bereits jetzt große Musikkompetenz zugeschrieben, die auch im Internet Niederschlag findet. Daher sollen auch die Webradios des NDR hier gebündelt werden. Damit werden Angebote auch für kommerziell nicht attraktive Musikrichtungen und ihre musikpublizistische Aufarbeitung einer Zielgruppe jenseits des Stammpublikums des jeweiligen Radioprogramms zugänglich gemacht.

Die Begleitung von für die Zielgruppe relevanten Kulturveranstaltungen, etwa von NDR Programmen präsentierten Festivals soll auch in Bewegtbildformaten Teil der Weiterentwicklung werden. N-JOY XTRA soll beispielsweise in Backstageberichten Interpreten bei Konzerten und Festivals im NDR Sendegebiet oder bei der Arbeit im Studio begleiten und Künstler in einem Video-Tagebuch über ihre jeweilige Tour zu Wort kommen lassen, um die Berichterstattung im Hörfunk internetgerecht zu ergänzen. N-JOY XTRA wird die Musikszene in Norddeutschland begleiten und jungen, aufstrebenden Künstlern sowie Nachwuchsbands aus Norddeutschland ein Forum abseits kommerzieller Verwertung geben.

Die inhaltliche Bandbreite soll gerade im Bereich Lebenswelt auch komplexere und weniger massentaugliche Themen erfassen. So ist ein Internet-Tagebuch über junge Erwachsene aus Norddeutschland, die für ein Jahr ins Ausland gehen, ebenso denkbar wie eine Dokumentation über minderjährige Schwangere. Hier wird das Angebot journalistisch-unabhängige Orientierungshilfe und praktische Lebenshilfe für Jugendliche und junge Erwachsene in Norddeutschland geben.

Zusätzlich zu den Inhalten aus NDR Hörfunk- und Fernsehprogrammen sollen in geeigneten Fällen auch spezielle Onlineformate produziert werden. Diese eigenen Beiträge, Audios und Videos sollen insbesondere über die Internetangebote verbreitet werden. Dabei werden gängige journalistische Angebotsformen wie Beitrag, Reportage oder Interview verwendet. Texte, Audios, Videos und interaktive Elemente können zu vertiefenden Schwerpunkten gebündelt werden. Die NDR Mediathek soll integraler Bestandteil von N-JOY XTRA werden. Zudem wird N-JOY XTRA das Radioprogramm von N-JOY begleiten und z.B. Sendungen wie die „Frech durch den Norden Tour“, die „N-JOY Starshow“ aus Hannover oder den „N-JOY Band Battle“ mit einer vertiefenden Berichterstattung unterstützen.

## **7. EPG**

Der elektronische Programmführer des NDR (EPG - Electronic Program Guide) ist eine Datenbank mit Programminformationen zu den Sendungen des NDR. Im EPG werden die Informationen aus allen Hörfunkwellen und dem Fernsehprogramm zentral erfasst, gebündelt und nach redaktionellen Kriterien aufbereitet. Neben den Programmankündigungen (Pressetexten) enthält er auch Personendaten (Mitwirkende, Gäste, Autoren) sowie Fotos, Videos, Audios, Grafiken, Animationen oder andere ergänzende Dokumente.

In erster Linie dient der EPG dazu, den Zuschauern und Hörern Informationen über das Programm des NDR zur Verfügung zu stellen. Die Daten werden ständig aktualisiert und über unterschiedlichen Ausspielkanäle anwenderfreundlich präsentiert: im Videotext des NDR Fernsehens, auf den Internetseiten von NDR Online, über digitale TV-Empfänger sowie mobil über Handys. Die Programmdaten sind auf vielfältige Weise damit rund um die Uhr einsehbar und stets aktuell. Sie werden dem jeweiligen Ausspielweg entsprechend automatisch aufbereitet und angepasst. So können im Videotext bislang beispielsweise nur Texte wiedergegeben werden. Fotos, Audios oder Videos werden dort nicht angezeigt. Im Internet sind dagegen z.B. auch Programmankündigungen als Videos (sogenannte Trailer) abrufbar.

Mit Hilfe der Daten aus dem EPG werden darüber hinaus Internetseiten zu Sendereihen automatisch generiert. Den Nutzern werden damit zu bereits ausgestrahlten Sendungen Informationen zur Verfügung gestellt. Sie können neben Texten und Bildern auch Videos, Audios, Grafiken oder Animationen enthalten. Abhängig von den Rechten werden so ganze Sendungen oder einzelne Beiträge zum Nachlesen, Nachschauen oder Nachhören angeboten.

Der NDR EPG bietet den Zuschauern und Hörern damit einen umfassenden, mediengerecht aufbereiteten Überblick über das gesamte Programmangebot des NDR sowie detaillierte Informationen zu den Inhalten einzelner Sendungen.

Der EPG enthält derzeit Informationen zu den Sendungen der kommenden sechs Wochen sowie der vergangenen Sendungen. Die Informationen bleiben auch über den Sendetermin hinaus im Programmdatenarchiv verfügbar. Dies geschieht auch, um den presserechtlichen Verpflichtungen gerecht zu werden. Wie lange die einzelnen Daten auf den verschiedenen Ausspielkanälen den Nutzern jeweils zur Verfügung gestellt werden, richtet sich nach den Verweildauerkonzepten der einzelnen Sendungen und der jeweiligen Ausspielkanäle.

## **8. NDR Text**

Der NDR Text, der derzeit 1:1 auf ndr.de abgebildet wird, ist der Videotext des NDR. Das Angebot ist kanalgebunden und wird seit dem 30. September 1988 ausgestrahlt. Der Videotext ist frei zugänglich für jedermann: Ohne finanziellen oder technischen Zusatzaufwand ist er über die TV-Fernbedienung rund um die Uhr erreichbar. Es handelt sich beim NDR Text um ein Informationsangebot mit hohem tagesaktuellen Anteil. Schwerpunkte der Berichterstattung sind das aktuelle Geschehen in den vier NDR Staatsvertragsländern (und Bremen), Programm-Informationen des NDR und von Radio Bremen sowie Service-Informationen. Die aktuellen Seiten für Bremen (u.a. Nachrichten/Sport) erstellt die Redaktion des NDR Text in Hamburg, für den radiobremen-text im NDR Text zeichnet Radio Bremen selbst verantwortlich. Ziel des NDR Textes ist es, die Zuschauer umfassend über das aktuelle Geschehen und über den NDR (RB) und seine Programme zu informieren. Aktuelles aus den NDR Staatsvertragsländern sowie aus Bremen bestimmt in weiten Teilen den Inhalt des Angebots. Überregionale, nationale und internationale Inhalte werden vom ARD Text übernommen.

Das inhaltliche Spektrum des NDR Texts umfasst alle Themen, die auch das NDR Fernsehprogramm und die Hörfunkwellen aufgreifen. Schnelligkeit, Aktualität und die Möglichkeit der zeitsouveränen Nutzung sind die wesentlichen Merkmale des NDR Text. Jeden Tag werden gegenwärtig Hunderte Videotextseiten neu geschrieben. Für eine bessere Übersicht sind die Seiten in verschiedene Rubriken unterteilt, die nach redaktionellen Kriterien bestimmt werden. Derzeit ist der NDR Text in *Nachrichten/Wetter*, *Sport*, *NDR Fernsehen*, *NDR Hörfunk*, *Service/Verkehr* und *Sonderseiten* gegliedert.

### **a. Nachrichten/Wetter**

Das von den Zuschauern am häufigsten abgefragte Angebot im NDR Text sind die Nachrichtenseiten. Die Themen der Nachrichtenseiten kommen aus allen Lebensbereichen der Norddeutschen wie etwa Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft. Außerdem wird im Videotext das wichtigste nationale und internationale Geschehen abgebildet. Um Doppelarbeit innerhalb der ARD zu vermeiden, übernimmt der NDR die überregionalen Seiten vom ARD Text. Eilmeldungen und Topthemen aus Norddeutschland werden in einem Ticker ständig aktualisiert und können wahlweise dem Fernsehbild zugeschaltet werden. Ergänzt wird das Nachrichtenangebot von einem umfassenden Wetterblock. Wichtiger Bestandteil des Angebots sind zudem die Warnmeldungen vor Unwetter und Sturmflut, die rund um die Uhr direkt vom

Deutschen Wetterdienst und dem Bundesamt für Seeschifffahrt und Hydrographie auf den entsprechenden Länder- und Warnseiten einlaufen können.

### **b. Sport**

Der NDR Text bildet die gesamte Vielfalt des Sportgeschehens in Norddeutschland ab – vom Hochleistungs- und Spitzensport bis hin zum Breiten- und Behindertensport. Tagesaktuelle norddeutsche Sportnachrichten, nationale und internationale Sportnachrichten mit Bezug zum Norden und sportpolitische Themen sind ein wichtiger Bestandteil des Angebots. Hinzu kommen ein umfassender Statistik- und Tabellenteil sowie Sendehinweise auf den Sport in Hörfunk und Fernsehen. Die Live-Berichterstattung erfolgt über so genannte Live-Ticker. Wahlweise können manche Ticker-Angebote dem Fernsehbild zugeschaltet werden. Die Videotextseiten sind inhaltlich nach Sportarten untergliedert. Zu besonderen Ereignissen oder Schwerpunktthemen werden Hintergründe und umfangreiche Dossiers erstellt.

### **c. NDR Fernsehen**

Umfassende Informationen zu den einzelnen NDR Sendungen finden die Zuschauerinnen und Zuschauer auf den Fernsehseiten. Es gibt eine Vorschau über das Programm von heute und morgen. Zu jeder Sendung wird eine Begleittextseite mit einer Inhaltsangabe erstellt. Es werden zudem die Wiederholungstermine angegeben und technische Informationen aufgeführt (Untertitel, Audiodeskription, Dolby Surround, Dolby Digital, Schwarzweiß-Film, Original mit Untertiteln etc.). Außerdem findet man auf den Fernsehseiten interessante Zusatzinformationen wie etwa bei Spielfilmen über den Regisseur oder die Darsteller. Neben dem ausführlichen aktuellen Programmtag und den Sendungen für den nächsten Tag kündigt der NDR Text auch das Programm der folgenden sieben Tage an. Informationen über die Sendung, die momentan im Fernsehen läuft, können sich die Zuschauer über eine transparent gestaltete Seite dem Fernsehbild zuschalten.

Die Fernsehseiten haben jedoch nicht nur ankündigenden Charakter: Der NDR Text veröffentlicht auch alle Zusatzinformationen, die die NDR Fernsehredaktionen an die Zuschauer weitergeben möchten. Dabei handelt es sich u.a. um Adressen, Tipps, Rezepte, Aufrufe, Ratespiele, Telefonnummern und vertiefende oder weiterführende Informationen. Die Begleitseiten zum Fernsehprogramm haben also vor- und nachbereitenden Charakter. Außerdem finden sich im Angebot zahlreiche Serviceseiten, die den NDR betreffen wie etwa „Wir über uns“ (aktuelle Pressemitteilungen des NDR), und Informationen beispielsweise zu DVB-T, Sendern, Kanälen, Satelliten-Empfang, Mitschnittservice und technischer Hotline. Die Videotextseiten zum Fernsehprogramm von Radio Bremen werden in Bremen erstellt und vom RB verantwortet.

### **d. NDR Hörfunk**

Allen Hörfunk-Wellen ist ein weiterer Schwerpunkt im NDR Text gewidmet: Für jede Welle wird jeden Tag ein Programmtipp geschrieben, zudem können sich die Zuschauer über die jeweiligen Stundenuhren und Frequenzen informieren. NDR2 nimmt im Videotext des NDR eine Sonderrolle ein - das Programm präsentiert sich und seine On-Air- und Off-Air-Aktivitäten in einem größeren Meldungsbereich. Die Radio-Seiten des RB werden in Bremen geschrieben und vom RB verantwortet.

### **e. Service / Verkehr**

Das Angebot des NDR Texts wird durch Serviceinformationen wie etwa Börsenkurse, Gewinnzahlen, aktuelle Telefonatarife, Veranstaltungstipps, Horoskop, Kalenderblatt, Lifestyle, Multimedia-News, Kinotipps, Gesundheitstipps und Schulferienterminen ergänzt. Der Bereich

„Lesen statt Hören“ richtet sich an gehörlose und schwerhörige Menschen. Aktuelle Informationen ihrer Verbände in den NDR Staatsvertragsländern und Bremen werden veröffentlicht. Außerdem finden sich in diesem Bereich Informationen über das Untertitel-Angebot für das NDR Fernsehen.

Wo staut sich der Verkehr im Norden? Welche Straßen sind gesperrt? Wo fällt wegen starken Schneefalls oder Hochwasser die Schule aus? Die Meldungen des NDR Verkehrsstudios werden im NDR Text beinahe minütlich aktualisiert. NDR Zuschauer können sich zudem über Baustellen auf den Bahnstrecken im Norden, über Fahrplanänderungen, Verspätungen oder Lokführer-Streiks per Knopfdruck informieren. Auch die Ankunft- und Abflugzeiten auf den für die Norddeutschen wichtigsten Flughäfen finden sich im Angebot.

#### **f. Sonderseiten**

Zu bestimmten Großereignissen wie etwa Wahlen, norddeutsche Veranstaltungen, NDR oder Sport-Events, NDR oder ARD Themenwochen und NDR Programmschwerpunkten werden im NDR Text umfassende Dossiers veröffentlicht. Der Sonderseitenbereich wird zudem genutzt, wenn aktuelle Themen eine Hintergrundberichterstattung erfordern.

Der Teletext lebt von der Aktualität und prägnanten Formulierungen. Medienbedingt handelt es sich in der Regel um reine Textseiten, die vereinzelt um Grafiken ergänzt werden. Folgende Darstellungsformen werden genutzt: Schlagzeilenseiten, Lang- und Kurzmeldungsseiten, Dossiers, Statistiken, Tabellen und Live-Ticker. In sehr beschränktem Umfang bietet der NDR Text auch interaktive Inhalte, wobei Interaktion wahlweise über Fax, E-Mail oder auf dem Postweg möglich ist. Interaktive Inhalte finden sich im Text zum Beispiel in Form von redaktionell gestalteten Votings, von Zuschauerkommentaren, Zuschauerbeiträgen oder in Form des Fernseh-Quiz.

Der Videotext hat kein für die Zuschauer einsehbares Archiv. Die Abrufbarkeit der einzelnen Seiten richtet sich nach deren Aktualität. Ein Großteil der Seiten - mit Ausnahme der Basisinformationen wie etwa Impressum und Senderadressen - wird sogar mehrmals am Tag überschrieben. Die regelmäßige Sportberichterstattung erfolgt ereignisbezogen. Die Veröffentlichung von Zusatzinformationen der NDR Sendungen ist jeweils dem Ausstrahlungszeitpunkt angepasst.

## **D. Angebotsformen und Darstellung**

Das NDR Telemedienangebot ist durchgängig redaktionell gestaltet und enthält alle gängigen journalistischen Darstellungsformen wie etwa Schlagzeilen, (Kurz-) Meldungen, Berichte, Kommentare, Interviews, Reportagen, Umfragen. Die aktuellen Seiten bieten zudem Programm- und Serviceinformationen. In vielen Fällen ist ein Abruf der Berichterstattung ebenfalls über RSS-Feed<sup>5</sup> oder Widget<sup>6</sup> möglich.

Die Themen werden bei NDR Online in der Regel mit Schlagzeilen und teilweise ergänzend mit kurzen Texten und Fotos präsentiert. Links führen zu den vollständigen Inhalten. Um diese

---

<sup>5</sup> RSS ist ein Service auf Webseiten, der ähnlich einem Nachrichtenticker die Überschriften mit einem kurzen Textanriss und einem Link zur Originalseite enthält. Die Bereitstellung von Daten in diesem Format wird als RSS-Feed bezeichnet. Wenn ein RSS-Feed abonniert wurde, liefert er dem Leser automatisch neue Einträge.

<sup>6</sup> Ein Widget ist ein kleines Computerprogramm, das nicht als eigenständige Anwendung betrieben wird, sondern in eine grafische Benutzeroberfläche oder Webseite eingebunden wird. Widgets bieten in der Regel keine komplexen Funktionen, sondern blenden lediglich Informationen aus anderen Quellen ein.

ansprechend und informativ darzustellen, nutzt die Redaktion von ndr.de alle gängigen und von den Nutzern erwarteten Darstellungsformen, also neben Texten auch Bilder, Fotos, Grafiken oder Animationen sowie Audios und Videos. Diese so genannten Rich Media-Elemente kommen - soweit möglich und aus journalistisch-redaktioneller Sicht sinnvoll - in allen Bereichen des Angebots von NDR Online zum Einsatz. In jedem Fall entscheiden redaktionelle Gesichtspunkte über die jeweils gewählte Ausprägung, die Darstellung und den Einsatz von Rich Media.

Wann immer möglich, werden den Nutzern vertiefende Informationen zur Einordnung und Erläuterung eines Inhalts angeboten. Neben redaktionell veranlassten und überprüften Links zu anderen internen wie auch externen Angeboten sind dies z.B. erklärende Grafiken, Interviews mit Experten oder Audios und Videos aus der NDR Mediathek.

Die NDR Mediathek ist integraler Bestandteil von ndr.de. Sie bietet neben ausgewählten Beiträgen und Sendungen auch Programmtipps sowie einen direkten Zugang zu allen laufenden Fernseh- und Hörfunkprogrammangeboten des NDR. Die NDR Mediathek ist in ihrem Kern eine internetgemäße Darstellungsform von bestehenden Inhalten des NDR Fernsehens und der NDR Hörfunkwellen.

## 1. Rich Media

Neben einer großen thematischen Bandbreite ist Multimedialität entscheidend für die Attraktivität einer Internetseite. Daher wird Rich Media von NDR Online grundsätzlich in allen marktgängigen Formaten und Funktionen zur Gestaltung des Angebotes eingesetzt. Viele Sendungen und Programme können als Live- oder On-Demand-Stream, als direkt zugänglicher Podcast zum Download oder als Podcast in einer Abonnementfunktion genutzt werden, teilweise als Creative Commons lizenziertes Objekt. Eine Creative Commons-Lizenz erlaubt eine flexiblere Handhabung von Nutzungsrechten als dies üblicher Weise im Netz der Fall ist. Die Nutzer dürfen unter einer solchen Lizenz zur Verfügung gestellte Beiträge vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen, wenn sie drei Bedingungen einhalten: Der NDR muss als Urheber genannt werden, eine kommerzielle Nutzung der Inhalte ist nicht erlaubt und die Inhalte dürfen nicht bearbeitet werden.

Weitere von NDR Online verwendete Rich Media Formate sind Bildergalerien sowie Spiele und Quizformate. Bildergalerien eignen sich insbesondere, um Kultur-, Bildungs- und Wissensthemen mediengerecht aufzuarbeiten. Spiel- und Quizformate werden zur Wissens- und Informationsvermittlung eingesetzt. Sie fördern die Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit komplexen Sachverhalten und dienen der Hinführung zu schwierigen Themen.

Audios und Videos aus den NDR Programmen sind in der Regel direkt von der Indexseite aus aufrufbar, als On-Demand-Stream oder als Download. Neben den Live-Streams von NDR Programmen können auch Live-Streams von regional wichtigen Ereignissen angeboten werden, etwa von Landtagsdebatten, wichtigen Pressekonferenzen und Veranstaltungen. Insbesondere auch bei Identität stiftenden Inhalten, Lebensweltthemen und Programmaktionen werden Elemente wie Bildergalerien oder Audios, Videos und Texte von Nutzern verwendet.

So werden beispielsweise beim Themeneinstieg *Nachrichten* die einzelnen Seiten mit Texten und Bildern um multimediale Elemente ergänzt (etwa Audios, Videos, Bilderstreifen, Flash-Grafiken, Live-Ticker bei Wahlen, Live-Streaming). Auch beim Themenzugang *Kultur* können die Darstellungsformen je nach Inhalt zwischen allen verfügbaren Rich Media-Formen variieren, um den Nutzern die jeweils passende Präsentation zu bieten. Die Kulturthemen sollen einerseits sinnlich, andererseits bewertend und damit Orientierung gebend erschlossen werden können. Bei Bedarf werden daher beispielsweise zu historischen Themen auch Karten oder Zeitleisten eingesetzt. Auch bei den weiteren Themeneinstiegen *Sport*, *Wirtschaft*, *Unterhaltung*, *Ratgeber*

und *Kinder* werden - bei entsprechender redaktioneller Veranlassung - die genannten Rich Media-Elemente eingesetzt. Beim Themenzugang *Kinder* finden sich unter der Seite [pfefferkoerner.de](http://pfefferkoerner.de) beispielsweise On-demand-Streams ausgewählter Beiträge und Programme oder Downloadmöglichkeiten von Jingles sowie E-Cards und Bildergalerien.

Die Einstiege in das NDR Onlineangebot über die einzelnen Programm-Marken in Fernsehen und Hörfunk arbeiten ebenfalls mit den genannten Rich Media-Elementen. Derartige Elemente sind auch für die genannte Weiterentwicklung des regionalen Schwerpunkts und bei N-JOY XTRA vorgesehen. Zu den Rich Media-Elementen von N-JOY XTRA sollen z.B. insbesondere Bildergalerien oder bebilderte Audiobeiträge, etwa zur Aufbereitung von Kultur- und Lebensweltthemen gehören. Auch Quize und Spiele sollen dort zur Informationsvermittlung im Rahmen thematischer Schwerpunkte eingesetzt werden.

## **2. Mediathek**

Die technische Entwicklung des Internets sowie die stark zunehmende Verbreitung von breitbandigen Internetanschlüssen (DSL) haben in den vergangenen Jahren dazu geführt, dass das Netz einen zusätzlichen Verbreitungsweg für Hörfunk und Fernsehen darstellt. Der NDR überträgt seine Programme bereits zeitgleich (Livestreaming) im Internet und bietet Sendungen und Beiträge aus Hörfunk und Fernsehen in verschiedenen Formen auf Abruf (on demand), als Podcast (Abonnement) oder als kontinuierlich laufende Schleife (Loopstream) an. Diese Möglichkeiten, Hörfunk- und Fernsehproduktionen zeit- und ortsunabhängig zu nutzen, sind von Hörern und Zuschauern als Mehrwert erkannt worden und haben deren Rezeptionsgewohnheiten bereits wesentlich verändert. Für den NDR als Programmanbieter bedeuten sie, dass er mit seinen Produktionen ein breiteres Publikum erreichen kann.

Die NDR Mediathek bündelt und verknüpft die einzelnen Angebote. Sie bietet Teaser, die Sendungen und Programmprojekte ankündigen und auf sie aufmerksam machen. Für die Mediathek werden keine Themen eigens produziert, sondern die ohnehin gefertigten oder geplanten Beiträge den Anforderungen des Mediums Internet entsprechend bearbeitet. Die NDR Mediathek ermöglicht den Nutzern einen leichteren Zugang zu den Sendungen und zu einzelnen, sie besonders interessierenden Beiträgen. Die Mediathek stellt dazu eine nutzerfreundliche, intuitiv zu bedienende, mediengerechte Oberfläche zur Verfügung.

Die NDR Mediathek ist ein „Schaufenster“ der publizistischen Leistungen von Hörfunk und Fernsehen und erhöht die Nachhaltigkeit der Programmangebote. Das aktuelle politische, wirtschaftliche, kulturelle und gesellschaftliche Geschehen zwischen Flensburg und Göttingen, Lingen und Greifswald wird in qualitativ hochwertigen Beiträgen dargestellt. Der NDR bietet verlässliche, regionale Kompetenz und eine unabhängige Berichterstattung. Die Vielfalt der Länder und Regionen wird redaktionell besonders berücksichtigt und ihre Abbildung sichergestellt. Beiträge aus den einzelnen NDR Landesprogrammen bilden einen Schwerpunkt der Mediathek. So werden beispielsweise täglich die vier Fernseh-Regionalmagazine sowie zahlreiche Hörfunk-Beiträge aus den verschiedenen Regionen in der NDR Mediathek zur Verfügung gestellt. In gleicher Weise stehen Beiträge und Sendungen der im gesamten NDR Sendegebiet zu empfangenden Hörfunkprogramme sowie des NDR Fernsehens bereit. Die NDR Mediathek dokumentiert somit auch die Informationskompetenz des NDR für Norddeutschland.

In der NDR Mediathek werden Hörfunk- und Fernsehbeiträge aus den verschiedenen Programmen redaktionell zusammengestellt, präsentiert und zur zeit- und ortssouveränen Nutzung bereitgestellt. Ferner ist es möglich, die Sendungen und Beiträge auf ganz unterschiedliche Weise anzuhören und anzuschauen: So können Fernsehbeiträge etwa am heimischen Computer abgerufen und auf dem PC-Monitor angesehen werden (sogenannte „On-demand-Nutzung“). Viele Hörfunkbeiträge können auch als Podcast „abonniert“, also regelmäßig heruntergeladen und etwa auf MP3-Player überspielt werden. Schließlich wird in der Mediathek auch ein Link angeboten, um die Hörfunk- und Fernsehprogramme des NDR auch live zu verfolgen (als sogenannter „Live-Stream“). Die Recherche-Funktion ermöglicht, nach Sendern, Sendungen, Suchwörtern oder Sendezeit zu filtern. Die NDR Mediathek orientiert sich damit an gängigen Standards vergleichbarer Mediatheken, bietet aber als einzige eine regionale, norddeutsche Berichterstattung.

Redakteure aktualisieren die Angebote der Startseite und setzen thematische Schwerpunkte. Auch dadurch unterscheidet sich das öffentlich-rechtliche Angebot des NDR von kommerziellen Mitbewerbern, die oft reine Suchmaschinen zur Verfügung stellen. Mit einer selbsterklärenden Struktur sind die Beiträge übersichtlich angeordnet und leicht auffindbar. Unterschiedliche Beiträge zum selben Thema werden gebündelt.



Dabei werden zu diesem Thema auch Links zu anderen audiovisuellen Inhalten in der Mediathek angeboten (als sogenannter „related content“). Sieht sich ein Nutzer beispielsweise ein Video aus der Gesundheitssendung „Visite“ an, werden automatisch nach Ablauf des Beitrags - oder auch auf Wunsch während des laufenden Videos - zusätzliche, im Zusammenhang stehende Beiträge aus Fernsehen und Hörfunk eingeblendet, z.B. Videos aus der Sendung „Markt“ oder eine Reportage von NDR Info.

## E. Barrierefreiheit

Seit dem Frühjahr 2005 ist das Angebot von NDR Online nach Maßgabe der Verordnung zur Schaffung barrierefreier Informationstechnik nach dem Behindertengleichstellungsgesetz (Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung, BITV) weitgehend barrierefrei. Dieses wurde dem NDR durch den BIK (Barrierefrei Informieren und Kommunizieren) nach Durchführung eines entsprechenden Tests bescheinigt. Der so genannte BITV-Test ist für die abschließende Prüfung der Barrierefreiheit von Webangeboten vorgesehen; ein Webangebot, das den Test besteht, ist BITV-konform, also für die meisten Besucher gut oder sehr gut zugänglich. Auch Menschen mit motorischen oder visuellen Einschränkungen können folglich das NDR Online Angebot nutzen.

Auf die entsprechenden Angebote werden die Nutzer auf verschiedenen Serviceseiten aufmerksam gemacht. So informiert beispielsweise der Abschnitt „Über uns“ im Bereich *Zuschauerservice* des Internetzugangs der Programm-Marke Fernsehen bei NDR Online über die Untertitelung von Fernsehsendungen für Hörgeschädigte und Gehörlose. Die Teletext-Untertitel helfen auch Personen, die eine Unterstützung beim Verständnis der deutschen Sprache benötigen, und leisten damit einen wichtigen Beitrag zur barrierefreien Nutzung des Fernsehens.

Das NDR Telemedienangebot will allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft und den publizistischen Inhalten des NDR im Internet ermöglichen. Der NDR wird daher versuchen, das hohe Niveau bei der Sicherung eines barrierefreien Zugangs zu seinem Telemedienangebot auch in Zukunft aufrecht zu halten.

## F. Interaktion

### 1. Interaktive Elemente im NDR Telemedienangebot

Im Sinne des so genannten Web 2.0 werden die Nutzer von NDR Online in vielen Bereichen angeregt, sich aktiv in das Telemedienangebot des NDR einzubringen, beispielsweise Kommentare zu ausgewählten Beiträgen zu verfassen. Die Schaffung von Interaktionsmöglichkeiten mit den Nutzern ist für den NDR ein wichtiges Instrument, um die Teilhabe der Bevölkerung an der Informationsgesellschaft zu verbessern. Sie dient zudem - bei entsprechender redaktioneller Betreuung - der Förderung der technischen und inhaltlichen Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten.

Daher schafft NDR Online Kommunikationsplattformen im Internet, die einerseits über wichtige gesellschaftliche Themen und Prozesse informieren, die aber gleichzeitig für interessierte Bürger auch ein Forum zum Austausch darstellen - untereinander und mit den Redaktionen des NDR. Dazu gehört die Möglichkeit, Fotos, Videos oder Audios zu dem Angebot beizusteuern. Weitere interaktive Angebote wie z.B. Foren, Chats, Votings, Rankings, Bewertungen oder spielerische Elemente sollen den Nutzern dazu dienen, sich interaktiv und individuell die Bedeutung und Ausprägung eines Sachverhaltes zu erschließen. Diese webspezifischen Formate werden ausschließlich auf redaktionelle Veranlassung genutzt, gestaltet und betreut, um Themen mediengerecht zu ergänzen oder zu vertiefen.

In diesem Kontext nutzt NDR Online auch Blogs, um Reporter unmittelbar von vor Ort berichten zu lassen. Die Blogs erlauben darüber hinaus ebenfalls eine aktive Teilnahme der Nutzer. Sie können sich z.B. im „Anne Will-Blog“ direkt zu den Themen der Sendung äußern. Eine andere Form der Interaktion wird im Rahmen der Hitlisten des Nordens angewandt. Hier können die Nutzer über den Inhalt einer Sendung abstimmen. Aus dem Ergebnis werden entsprechende Fernsehsendungen produziert (Die schönsten Bücher des Nordens, die beliebtesten Trecker, die berühmtesten Schauspieler des Nordens usw.). Außerdem können bei Ranking-Formaten Videos von Usern eingereicht werden, die ebenfalls von den Nutzern bewertet werden können. Diese Form der Interaktion mit Inhalten der Nutzer und die Kommentarfunktionen werden vielfältig eingesetzt. NDR Online bietet darüber hinaus auch Formate wie RSS-Feeds und Newsletter sowie die Funktionen des Social Bookmarking und der Weiterempfehlung von Inhalten.

Der Einsatz sämtlicher technischer Formate geschieht nach der redaktionellen Maßgabe, den Nutzern im jeweiligen thematischen Kontext die beste Möglichkeit zu bieten, am NDR Angebot zur partizipieren. Nutzer können etwa, um das Vorstehende an einigen Beispielen zu illustrieren, beim Themeneinstieg *Nachrichten* zu bestimmten Anlässen mit Wissenschaftlern, Experten oder Politikern kommunizieren. Dazu werden bei Wahlen oder anderen Großereignissen auf den Nachrichtenseiten moderierte Chats oder Blogs angeboten. Auch der Themeneinstieg *Sport* erlaubt es den Nutzern, im Zusammenhang mit NDR Hörfunk- oder Fernsehsendungen in moderierten Chats mit Sportlern, Trainern oder Sportfunktionären zu kommunizieren. Bei Großereignissen wie Olympia oder den Leichtathletik-Weltmeisterschaften werden beispielsweise Blogs angeboten, zu denen die Nutzer Kommentare schreiben können. Die Kommentarfunktion wird redaktionell betreut. Beim Themeneinstieg *Kultur* können sich die Nutzer beispielsweise einbringen, indem sie ihre Erlebnisse während der Wendezeit schildern und ergänzend Fotos oder Videos beifügen, die dann nach einer redaktionellen Prüfung und Bearbeitung im Fernsehen und/oder im Internet veröffentlicht werden. Ähnliche Angebote zur Interaktion werden auch bei den weiteren Themenzugängen gemacht.

Die Einstiege über die Programm-Marken aus Fernsehen und Hörfunk eröffnen den Nutzern ebenfalls interaktive Beteiligungsmöglichkeiten. Themen- und ereignisbezogen schaffen z.B. die Internetseiten der regionalen Hörfunkprogramme der Landesfunkhäuser Kommunikationsräume, um den Nutzern etwa in Diskussionsforen und/oder über Kommentarfunktionen sowie Chats die Möglichkeit zu geben, sich in die Berichterstattung über ein Thema einzubringen. In diesem Kontext werden auch Blogs genutzt, um beispielsweise in direkten Kontakt mit den Moderatorinnen und Moderatoren zu kommen. Eine andere Form der Interaktion wird regelmäßig im Rahmen sogenannter Hitvotings angewandt. Hier können die Nutzer mithilfe von Votingfunktionen beispielsweise die Reihenfolge von Musiktiteln vorgeben. Aus dem Ergebnis werden entsprechende Hörfunksendungen produziert.

Auch die geplanten Seiten von N-JOY XTRA sollen vielfältige Möglichkeiten zur Interaktion mit Nutzern bieten. Meinungen, Wertungen und Anregungen der Nutzer sollen nicht nur im Internetangebot sichtbar werden, sondern auch Eingang in die Programmgestaltung der NDR Hörfunk- und Fernsehprogramme finden. Zu den interaktiven Formen werden insbesondere Blogs, Chats, Foren, Kommentar- und Bewertungsmöglichkeiten gehören. Moderatoren und Redakteure sollen Nutzer am Programm teilhaben lassen und ihnen ein Diskussionsforum zu einem aktuellen in der Zielgruppe relevanten Thema eröffnen. Diese verschiedenen Formen der Interaktion sollen - nach redaktionellen Maßgaben eingesetzt - den Nutzern Inhalte bestmöglich vermitteln, ihre Mitwirkung am Internetangebot und an den Hörfunk- und Fernsehprogrammen des NDR fördern und damit den Dialog zwischen Sender und Publikum ausbauen.

## **2. Ausbau der interaktiven Elemente von NDR Online**

Auf Grund der hohen Relevanz für die Nutzer will der NDR verstärkt interaktive Elemente in seinem Telemedienangebot einsetzen und diese durch einen eigenen Zugang bei NDR Online bündeln. Eine Seite mit dem Arbeitstitel „Mein Norden“ soll Plattform für Meinungen und Inhalte von NDR Zuhörern, Zuschauern und Nutzern sein. Sie signalisiert die Kommunikationsbereitschaft des NDR und steht für Angebote an Nutzer, sich zum NDR Programm zu äußern und daran zu beteiligen. Alle Aktionen sollen redaktionell betreut werden.

Aktionen unter dem Titel „Mein Norden“ werden sich überall im Gesamtangebot von NDR Online finden. Der Titel ist somit Kennzeichnung und Aufforderung zum Mitmachen und Mitgestalten am Programm. Interaktive Möglichkeiten zur Nutzerbeteiligung werden dezentral im Rahmen von Programm begleitenden Angebote der Hörfunk- und Fernsehprogramme aber auch innerhalb der thematisch aufbereiteten Angebote (etwa Sport oder Kultur) sowie im regionalen Angebot des NDR Internetauftritts umgesetzt werden. „Mein Norden“ wird diese dezentralen Aktionen auf einer Internetseite bündeln und von der Startseite aus leicht zugänglich machen. Damit werden auf interaktive Aktionen auch Nutzer außerhalb des jeweiligen Stammpublikums aufmerksam. Mit dem interaktiven Angebot will sich der NDR Meinungen, Anregungen und nutzergenerierte Inhalte vor allem der Internetnutzer im Sendegebiet des NDR erschließen. Dies soll zur Publikumsbindung und zur Stärkung der gesellschaftlichen Akzeptanz des NDR beitragen.

Die verstärkte Interaktion soll beispielsweise Möglichkeiten bieten, Texte, Bilder, Audios oder Videos zu aktuellen Ereignissen einzuschicken, die dann für die weitere redaktionelle Verarbeitung geprüft und gesichtet werden. Nutzer können zudem Beiträge der Redaktion und anderer Nutzer wie etwa Texte, Audios und Videos kommentieren und bewerten. „Mein Norden“ kann den Nutzern die Möglichkeit geben, etwa Konzerte in Norddeutschland zu bewerten und eigene Kritiken zu schreiben. Nutzerkommentare werden dabei redaktionell kontrolliert. Zur Aufbereitung von Geschichtsthemen wird „Mein Norden“ Anlaufstelle für Berichte von

Zeitzeugen sein, die dann auf redaktionelle Veranlassung und nach journalistischer Bearbeitung Eingang in NDR Produktionen in Hörfunk, Fernsehen und Internet finden können. Kommentare, Empfehlungen und Erfahrungen norddeutscher Nutzer sollen auch bei Sport-, Reise- und Freizeit-Themen eine Rolle spielen. Dies ist eine sinnvolle Ergänzung zur redaktionellen Berichterstattung etwa der Fernsehsendungen „Lust auf Norden“ oder „Nordtour“ bzw. vieler Inhalte vor allem der NDR Radioprogramme auf Länderebene. Nutzer sollen nicht nur über Chats mit NDR Reportern oder Experten und Studiogästen diskutieren, sondern etwa auch mit Frageideen zu Interviews in Hörfunk oder Fernsehen beitragen.

„Mein Norden“ soll zu einem wiederkehrenden und wieder erkennbaren Element von NDR Online entwickelt werden, das auf die Möglichkeit der Beteiligung am NDR Telemedienangebot und an den Hörfunk- und Fernsehprogrammen des NDR hinweist.

## G. Verweildauerkonzept

### 1. Verweildauer für Audio- und Videoinhalte

Nach einem gestuften Verweildauerkonzept stehen die Beiträge je nach programmlich-journalistischen Kriterien oder nach Rechtslage unterschiedlich lang im Telemedienangebot des NDR zur Verfügung. Aktualität und Nutzwert journalistisch aufbereiteter Themen unterliegen einer unterschiedlichen „Haltbarkeit“. Ein strukturiertes und am Verhalten der Nutzer orientiertes Konzept entspricht dem programmlich-redaktionellen Anspruch des Angebotes und erlaubt es, neben der Verweildauer auch den entsprechenden Rechteerwerb anzupassen, sollte dies mit Blick auf die tatsächliche Nutzung der Inhalte erforderlich sein. Das nachfolgend unter Ziffer 1 dargestellte Verweildauerkonzept wird sämtlichen Audio- und Videoinhalten im NDR Telemedienangebot zu Grunde gelegt.

Bei Sendungen und Einzelbeiträgen aus Hörfunk und Fernsehen handelt es sich im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 2 RStV um Sendungen. Im Folgenden wird daher nach Sendungen im untechnischen Sinn als in Programmvorschauen mit einem Titel versehenen abgegrenzten Teil des Programms und nach einzelnen Beiträgen unterschieden, die in solchen Sendungen enthalten sind. Sendungen und Beiträge, die in den Richtbeispielen nicht ausdrücklich genannt sind, aber den beschriebenen Kategorien entsprechen, sind von der Genehmigung umfasst. Sie werden nach dem beschriebenen Schema den Kategorien für eine Verweildauer zugeordnet.

Verweildauer	Kategorisierung von Sendungen und Beiträgen	Begründung und Mehrwert
<b>24 Stunden</b>	<i>Sport: Sendungen von Großereignissen (gem. § 4 Abs. 2 RStV) sowie von Spielen der 1. und 2. Fußball-Bundesliga.</i>	<i>Vorgabe aus dem 12. RÄStV</i>
<b>7 Tage</b>	<i>Alle Sendungen und Beiträge, die nicht in eine der anderen Kategorien fallen. In der Hauptsache werden tagesaktuelle, nachrichtliche Sendungen und Beiträge mit Inhalten angeboten, die relativ schnell vom aktuellen Geschehen „überholt“ sind. Dazu zählen z. B. Nachrichtenausgaben, aktuelle Sendungen zum Zeitgeschehen oder auch aus dem Sport, soweit sie nicht unter die 24-Stunden-Reglementierung (s. o.) fallen. Auch Vorankündigungen sind zulässig.</i>	<i>Vorgabe aus dem 12. RÄStV</i>

<p><b>3 Monate</b></p>	<p>Saisonal bedingte Sendungen und Beiträge, etwa zu den Festivals oder zum Test von Winterreifen. Sendungen und Beiträge, die Neuerscheinungen vorstellen wie Buch-, DVD- oder Kinotipps. Magazine wie „Kulturjournal“ oder „Kulturspiegel“. Gesprächssendungen wie „Menschen und Schlagzeilen“, „Jetzt reicht’s“ von NDR 1 Niedersachsen oder „NDR Kultur Kontrovers“.</p>	<p>Dieses Intervall ermöglicht eine Nutzung der Angebote in einem Zeitrahmen, in dem die Aktualität der Inhalte gewährleistet und die Nachfrage bei Nutzern unterstellt werden kann.</p>
<p><b>6 Monate</b></p>	<p>Sendungen und Beiträge, die Hintergründe zu aktuellen politischen, wirtschaftlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Entwicklungen aufzeigen. Hierzu zählen Sendungen wie „Weltbilder“ im NDR Fernsehen, das „Forum“ oder das Wissenschaftsmagazin „LOGO“ von NDR Info.</p>	<p>Sendungen und Beiträge dieser Art beleuchten Hintergründe, analysieren längerfristige Entwicklungen, geben Orientierung. Komplexe Sachverhalte werden anschaulich erläutert oder anhand konkreter Fälle erklärt. Dieses Intervall bietet den Nutzern einen publizistischen Mehrwert bei der Einordnung und dem Verständnis der tagesaktuellen Meldungen.</p>
<p><b>12 Monate</b></p>	<p>Ausgewählte Beiträge zu bedeutsamen politischen, wirtschaftlichen, kulturellen, gesellschaftlichen und norddeutschen Ereignissen und Entwicklungen aus Magazinsendungen wie bspw. „DAS!“, „Markt“, „Niedersachsen 19:30“, „Schleswig-Holstein Magazin“, „Nordmagazin“ oder „Hamburg Journal“ sowie den entsprechenden Sendungen im Hörfunk wie den „Funkbildern“ von NDR 1 Niedersachsen oder dem „Abendjournal“ von NDR 90,3.</p> <p>Sendungen und Beiträge, die Menschen und Landschaften in Norddeutschland und den nordischen Raum vorstellen wie „Landpartie“ oder „Nordtour“, „Ostseereport“ oder „Hanseblick“, „Mare TV“, „Zwischen Hamburg und Haiti“, „Lokaltermin“ oder „Radio Pomerania“.</p> <p>Beiträge und Sendungen aus Programmschwerpunkten wie den ARD-/NDR Themenwochen.</p> <p>Die Wissensformate aus Hörfunk und Fernsehen. Dokumentationen wie „Das Thema“ im NDR Fernsehen oder vergleichbare Sendungen im Hörfunk, auch Feature und Hörspiel.</p> <p>Die Comedyserien in den Hörfunkprogrammen, Serien und Reihen wie „Polettos Kochschule“, „Büttenwarder“ und „NDR Talkshow“, zusammenfassend also auch Unterhaltungsangebote im Sinne von § 2 Abs. 2</p>	<p>Beiträge und Sendungen der beschriebenen Art können Antworten auf Fragen geben, die sich unabhängig vom jeweiligen Sendedatum stellen. Sie enthalten Inhalte, die längerfristig nachgefragt werden, z. B. beim späten „Einstieg“ in eine laufende Serie. Sie lösen den Anspruch ein, ein „Schaufenster des Nordens“ zu sein und liefern Informationen und Anregungen, sich näher mit dem Kulturraum in all seinen Facetten zu befassen, ihn als Heimat zu begreifen. Diesem Ziel und Zweck dienen auch die Unterhaltungsangebote aus Hörfunk und Fernsehen.</p>

	Nr. 17 in Verbindung mit § 11 Abs. 1 letzter Satz RStV.	
<b>Zeitlich unbefristetes Archiv</b>	Nachhaltige Informationsbeiträge mit dokumentarischem Charakter wie „Das Schweigen der Quandts“; Sendungen und Beiträge mit einer zeit- und kulturgeschichtlichen Bedeutung, wie z. B. im Falle von „Panorama“, „Extra 3“, „Zeitzeichen“, „Echo des Tages“ oder „Die Schleswig-Holstein Topographie“. Nicht tagesaktuelle Sendungen und Beiträge in niederdeutscher Sprache oder regionalen Dialekten sowie Sendungen und Beiträge zur „Geschichte Norddeutschlands“. Außerdem fallen darunter Beiträge und Sendungen, die im Zusammenhang mit einem besonderen Ereignis stehen (Jahrestag, Todestag etc.).	Mit der unbefristeten Abrufbarkeit dieser Beiträge bekräftigt der NDR seinen Bildungs- und Kulturauftrag. Den Nutzern steht ein audiovisuelles Archiv zur Verfügung. Dazu beitragen sollen auch das Politikmagazin „Panorama“ oder die Satiresendung „Extra 3“, deren Themen und Aussagen wesentliche Rückschlüsse auf den Zeitgeist einer bestimmten Phase der deutschen Politik und Zeitgeschichte ermöglichen.

## 2. Verweildauer für Bild-, Text- und multimediale Inhalte

Für weitere Inhalte neben dem Audio- und Videoangebot, also etwa für Bild-, Text- und multimediale Inhalte, wird ein eigenes Verweildauerkonzept zu Grunde gelegt. Es soll angewandt werden bei Angebotsteilen, die Inhalte zum Beispiel aus verschiedenen Sendungen bündeln, wie Dossiers, Specials oder Themenschwerpunkte, originäre Inhalte, Bild-, Text-, und Tonkombinationen, sowie interaktive Anwendungen (z.B. Spiele, Animationen). Sie werden in der Regel in multimedialen Kombinationen aus verschiedenen webspezifischen Darstellungsformen in den Telemedien vorgehalten.

Diese Inhalte und Angebotsteile verbleiben grundsätzlich bis zu zwölf Monate im NDR Telemedienangebot. Während sich der Abruf von Sendungen auch am Ausstrahlungstermin in den linearen Medien orientiert, hat sich parallel eine internetspezifische Nutzung von Bild-, Text- und multimedialen Inhalten etabliert, die keinen Bezug zu Sendewochen oder Programmkalendern kennt. Diese Angebotsteile werden aktiv, individuell und zeitsouverän genutzt. Die Zeitsouveränität setzt eine angemessene Verfügbarkeit der Inhalte voraus. Eine Orientierung an einer Verweildauer, die an einem Sendedatum anknüpft und nicht an den neuen Kommunikationsbedürfnissen, widerspricht nicht nur der Medientypik des Internets. Eine Wissensgesellschaft ist neben der verständlichen Vermittlung von Wissen über Medien auch auf die Speicherung dieser Inhalte angewiesen. Um seine Orientierungsfunktion erfüllen zu können, dürfen diese vor allem informationsorientierten Inhalte nicht unangemessen früh depubliziert werden.

Weiter verbleiben Bild-, Text- und multimediale Inhalte wie folgt in den Telemedien:

- auf Sendungen bezogene und programmbegleitende Inhalte und Elemente (einschließlich Foren und Chats, auch Kochrezept-Sammlungen) bis zu zwölf Monate
- Inhalte und Elemente zu seriellen Angeboten und Mehrteilern bis zu zwölf Monate nach Ausstrahlung der letzten Folge

- Themenschwerpunkte zu jährlich wiederkehrenden Ereignissen sowie ausgewählte Inhalte der Berichterstattung bis zu zwölf Monate
- Inhalte und Angebotsteile aus dem Bereich Bildung bis zu fünf Jahre
- Die Verweildauer der Berichterstattung über Wahlen orientiert sich an der Legislaturperiode, also einer dem Berichtsgegenstand immanenten Frist. Dies gilt auch für vergleichbare wiederkehrende Ereignisse und Themen, die einem anderen Rhythmus unterliegen (zum Beispiel Kulturevents, Jubiläen, Sportereignisse). Tabellen, Statistiken, Ergebnisse und interaktive Module zum Beispiel zu Wahlen oder Sportereignissen können im zeitlichen Umfeld oder bis zur Wiederkehr des Ereignisses angeboten werden. Das betrifft auch historische Daten, soweit sie für die aktuelle Berichterstattung relevant sind.
- Vorhandene Inhalte können wieder angeboten werden, wenn es in Verbindung mit einem Ereignis oder einer Berichterstattung bzw. der Wiederholung im linearen Programm dafür einen redaktionellen Bedarf gibt. Sie können auch in komprimierter Form als Rückblick bereitgestellt werden. Bei solchen Inhalten und interaktiven Angeboten bemisst sich die Verweildauer nach der Art des Inhalts, gemäß den hier genannten Fristen ab dem jeweiligen Anlass. Dies sind längstens 12 Monate, es sei denn, es greift eine längere, konkrete Verweildauer.
- Nutzergenerierte Inhalte sind an die Verweildauer eines redaktionell veranlassten Inhalts gebunden. Die Verweildauer nutzergenerierter Inhalte in Communities (u.a. Profildaten, Audio, Video, Text, Bild etc.) ist auf maximal zwei Jahre nach der letzten Anmeldung (Login) eines Community-Mitgliedes begrenzt. Streichungen, Sperrungen und Bearbeitungen aus Gründen der redaktionellen Verantwortung sind davon unbenommen zu jedem Zeitpunkt möglich.
- Programminformationen z. B. in Programmführern (EPG) können unbegrenzt vorgehalten werden.
- Grundlegende Informationen für die Rundfunkteilnehmer, zum Beispiel zum Auftrag des NDR, zur Rundfunkgebühr, zum Programm, zur Technik, zur Empfangbarkeit der Programme, zu den Klangkörpern und eigenen Veranstaltungen, zur Rundfunkanstalt selbst (unternehmensbezogene Inhalte), Hinweise zu Protagonisten des Programms, zu redaktionellen Zuständigkeiten (Impressen) können ohne zeitliche Begrenzung angeboten werden.

Gem. § 11d Abs. 2 Ziffer 4 ist es dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk gestattet, zeitlich unbefristet Archive mit zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten anzubieten. Dies gilt nicht nur für Audio- und Videoangebote, sondern auch für Bild-, Text- und multimediale Inhalte. Dementsprechende Inhalte, die für die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags besonders bedeutsam sind, können folglich dauerhaft angeboten werden. Solche Inhalte sind besondere Themenschwerpunkte, greifen Ereignisse von dauerhafter gesellschaftlicher Relevanz auf oder stellen Basisinformationen - auch für Schulen und Bildungseinrichtungen - zur Verfügung.

Nicht in jedem Fall ist direkt nach der Ausstrahlung einer Sendung oder dem Angebot eines Online-Specials klar, dass es sich um einen zeit- oder kulturgeschichtlichen Inhalt handelt. In vielen Fällen stellt sich erst nach einer gewissen zeitlichen Distanz heraus, dass ein bestimmter Inhalt im Sinne eines Dokumentes den Status eines zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalts erhalten hat. Anders verhält es sich mit fortlaufenden Chroniken oder Reihen, die aufgrund ihres lückenlosen Dokumentationscharakters sofort in diese Kategorie eingeordnet werden können.

Insofern unterscheidet das Archivkonzept des NDR mehrere Kategorien. In allen Kategorien können alle formalen Darstellungsformen enthalten sein. Elemente der Archive können in bestimmten Fällen auch die Inhalte der Nutzer sein, zum Beispiel Zeitzeugenaussagen in zeitgeschichtlichen Dossiers. Im Einzelnen erfolgt eine Einordnung in folgende Kategorien:

- zeit- und kulturgeschichtliche Bildungs- und Wissensinhalte,
- Dokumente mit zeit- und kulturgeschichtlicher Relevanz,
- fortlaufende Chroniken,
- redaktionell ausgewählte Inhalte aus den Rundfunkarchiven (zum Beispiel zu Jahrestagen oder Kulturereignissen) und
- Geschichte des NDR, Rundfunkgeschichte als Zeit- und Kulturgeschichte.



## II. BEITRAG ZUR ERFÜLLUNG DER DEMOKRATISCHEN, SOZIALEN UND KULTURELLEN BEDÜRFNISSE DER GESELLSCHAFT

### A. Bestimmung des kommunikativen Bedürfnisses

Zur Bestimmung des kommunikativen Bedürfnisses werden Internet und Teletext nachfolgend im Kontext aktueller Zahlen zu Medienentwicklung und Mediennutzung betrachtet. Dabei werden Ergebnisse aus verschiedenen Studien und Quellen berücksichtigt, um eine möglichst umfassende Darstellung zu gewährleisten. Ein besonderes Augenmerk wird auf die ARD/ZDF Onlinestudie gelegt, da sie die einzige repräsentative Langzeitstudie zur Internetnutzung in Deutschland ist und bereits seit 1997 jährlich durchgeführt wird. NDR eigene Studien ermöglichen eine darüber hinaus gehende, auf die norddeutsche Bevölkerung gerichtete Perspektive.

#### 1. Bedeutungszuwachs des Internets

Das Internet besitzt einen klaren Mehrwert gegenüber den klassischen Medien: Im Unterschied zu traditionellen Vertriebswegen bietet es zahlreiche weitere Nutzungsmöglichkeiten, da es Video, Bild, Audio, Text sowie Such- und Interaktionsfunktionen integriert und ein orts- und zeitsouverän nutzbares All-in-one-Medium darstellt. Nicht zuletzt diese Vorteile begründen die steigende Bedeutung des Internets.

Im NDR Gebiet nutzen derzeit etwa zwei Drittel der Bevölkerung das Internet. Die Tendenz ist steigend, vor allem bei älteren Nutzern. In der mittleren Generation der geburtenstarken Jahrgänge ist die absolute Zahl der Internetnutzer am höchsten. Das Internet ist also kein Medium, das nur von ausgewählten Ziel- und Altersgruppen, sondern von einem Großteil der Gesellschaft genutzt wird. Das gilt bundesweit genauso wie im NDR Sendegebiet.<sup>7</sup> Eine repräsentative Befragung von TNS Emnid kommt für Deutschland mit 65% Internetnutzung auf fast identische Werte wie die ARD/ZDF-Onlinestudie 2008 mit 65,8% Internetnutzung.<sup>8</sup> Nach einer Erhebung des Statistischen Bundesamtes sind sogar 75% der Befragten Onlinenutzer.<sup>9</sup> Aus einer Studie zur Mediennutzung 12-19-Jähriger ist die hohe Bedeutung des Internets für Jugendliche bekannt.<sup>10</sup>

Die jüngeren Nutzer spielen eine Sonderrolle im Internet. Sie wurden bereits mit dem Internet sozialisiert, verhalten sich im Netz anders und haben teilweise andere oder auch mehr Erwartungen an das Medium Internet als die Gesamtheit aller Onliner. Für die Nutzer unter 30 Jahren in Norddeutschland ist das Internet bereits das Medium Nummer Eins in ihrem Medienalltag. Wenn sie nur noch ein Medium nutzen dürften, würden sich drei Viertel der 14-19-Jährigen schon heute für das Internet entscheiden, bei den 14-29-Jährigen sind das 70%. Die interaktiven Möglichkeiten, die das Internet bietet, werden von den jüngeren Internetnutzern überdurchschnittlich oft genutzt, dabei von den 14-19-Jährigen noch einmal deutlich häufiger als von den 20-29-Jährigen.<sup>11</sup> Ähnlich verhält es sich bei den multimedialen Angeboten: Die Onliner unter 30 Jahren sind häufige Nutzer solcher Angebote, vor allem die 14-19-Jährigen.<sup>12</sup>

---

<sup>7</sup> ARD/ZDF Onlinestudie 2008, NDR Online Trend 2008

<sup>8</sup> TNS Emnid (N)Onliner Atlas 2008

<sup>9</sup> IKT 2008 (IKT, Informations- und Kommunikationstechnologien). Hier wurden jedoch, anders als bei den anderen Studien, nicht ab 14-Jährige befragt, sondern ab 10-Jährige, so dass der etwas höhere Wert plausibel zu den anderen ermittelten Werten passt.

<sup>10</sup> JIM Studie 2008

<sup>11</sup> NDR Online Trend 2008. Außerdem zeigt die JIM-Studie 2008, dass neben der Nutzung von Suchmaschinen, dem Senden und Empfangen von E-Mails, vor allem die Teilhabe an

Audio- und Videodateien sind beliebte Anwendungen im Internet. Insbesondere die Nutzung von Bewegtbildern im Internet nimmt zu. 55% der Onliner schauen zumindest gelegentlich Videodateien im Netz. Fernsehsendungen zeitversetzt sehen rund 15% der Onliner in Deutschland zumindest gelegentlich; 12% sind es beim Live-Fernsehen im Internet. 43% der Onliner hören zumindest gelegentlich Audiodateien im Netz.<sup>13</sup> Bei jüngeren Nutzern liegen die Werte für alle audiovisuellen Anwendungen jeweils deutlich höher.<sup>14</sup> Auch die vom NDR angebotenen audiovisuellen Angebote werden nachgefragt. Eines der erfolgreichsten Download-Angebote ist dabei der Video-Podcast von ExtraDrei. Die erfolgreichsten Livestreaming-Angebote des NDR sind die von NDR 2 und N-JOY.

Mit einer zunehmenden Verschmelzung der Endgeräte Fernsehen und Computer wird ein weiterer starker Wandel in der Mediennutzung prognostiziert, der nicht nur die besonders internetaffine Gruppe der unter 30-Jährigen betreffen wird.<sup>15</sup> Experten und Macher sind sich einig, dass die mobile Internetnutzung und die orts- und zeitsouveräne Nutzung von Medieninhalten ein Zukunftsmarkt sind. Mediatheken bedienen dabei das Bedürfnis nach einer individualisierten, selbstbestimmten und aktiven Mediennutzung.

Das Internet ist also gesamtgesellschaftlich als Alltagsmedium etabliert. Die durchschnittliche tägliche Mediennutzung der unter 30-Jährigen in Deutschland teilt sich sogar etwa zu gleichen Teilen in Online, Fernsehen und Radio auf. Beim Medienvergleich für die Gesamtbevölkerung bleibt allerdings das Fernsehen das im Durchschnitt täglich am meisten genutzte elektronische Medium vor dem Radio, wobei beide Medien noch einen deutlichen Abstand zur Internetnutzung vorweisen. Aber im Langzeittrend zeigt sich deutlich, dass nur das Internet kontinuierliche Zuwachsraten bei der täglichen Nutzungsdauer zu verzeichnen hat.<sup>16</sup>

Auch wenn die verschiedenen Altersgruppen das Medium Internet unterschiedlich nutzen, nimmt es doch bei allen einen wichtigen Platz im persönlichen Medienmix ein und kann für die Mehrheit der Bevölkerung als selbstverständlicher Teil der Mediennutzung bewertet werden. Ohne eine entsprechende Präsenz des NDR im Internet könnten erhebliche Teile der Bevölkerung mit seinen vom Auftrag umfassten Inhalten nicht mehr erreicht werden. Vor allem die nachwachsenden Generationen werden mit dem Medium Internet sozialisiert, und die Trennung zwischen Fernsehen, Radio und Internet wird mit der weiteren Technologieentwicklung überwunden.

Vor diesem Hintergrund bietet der NDR seine Programminhalte allen Nutzern auch im Netz an. Auch dort sind Inhalte und adäquate Angebotsformen für die verschiedenen Zielgruppen entscheidend. Hinzu kommt, dass angesichts der unübersehbaren Fülle an Medienangeboten unterschiedlicher Qualität im Internet der Orientierungsbedarf wächst. Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten wie der NDR bieten den Nutzern mit ihren Telemedienangeboten eine wichtige Orientierungsfunktion und bedienen ein wichtiges kommunikatives Bedürfnis der Gesellschaft, weil sie für Qualität und Verlässlichkeit stehen.

---

Gesprächsforen/Newsgroups/ Chats, Instant-Messaging, Onlinespiele und Online-Communitys zu den Prioritäten der 14-19-Jährigen gehören. Bei unter 30-Jährigen ist das Internet bereits ein täglicher Begleiter.

<sup>12</sup> NDR Online Trend 2008

<sup>13</sup> ARD/ZDF Onlinestudie 2008

<sup>14</sup> NDR Online Trend 2008. Eine Statistik des Statistischen Bundesamtes (IKT 2008) ermittelt ebenfalls, dass die Nutzung von Audio- und Videoinhalten im Internet weiter zunimmt.

<sup>15</sup> ARD-Studie: Videos im Netz 2008

<sup>16</sup> AGF/GfK-Fernsehpanel, MA Radio, ARD/ZDF Onlinestudie

## 2. Gesellschaftlich relevante Funktionen des Internets

Das Internet positioniert sich bei Onlinern vor allem durch die Image-Eigenschaften vielfältig, informativ, modern, hilfreich im Alltag und aktuell. Der Nutzwert wird als groß empfunden. Das Internet gehört zum (Medien-)Alltag dazu.<sup>17</sup> „Das Internet ist für mich zu einem täglichen Begleiter für alle möglichen Fragen und Themen geworden“, das sagen knapp 63% aller Onliner in Deutschland.<sup>18</sup> Bei der Frage, ob das Internet überwiegend zur Unterhaltung oder überwiegend zur Informationssuche dient, liegt der Aspekt Information deutlich vorne. Rund 70% der norddeutschen Onliner nutzen das Netz „überwiegend, um Informationen zu erhalten.“ Nur 20% nutzen das Internet überwiegend zur Unterhaltung. Die Werte in Deutschland insgesamt sind ähnlich denen für Norddeutschland.<sup>19</sup>

Informationsbeschaffung ist also das Haupt-Nutzungsmotiv für das Internet. Das lässt sich noch näher differenzieren: Die TOP 5-Nutzungsmotive der Onliner im NDR Gebiet sind „Information“, „Spaß“, „Denkanstöße erhalten“, „Hilfe für den Alltag“ und „Mitreden können“. Jüngere User unter 30 Jahren heben sich vom Durchschnitt etwas ab: Sie verzeichnen bei „Spaß“, „Gewohnheit“ und „Entspannung“ deutlich höhere Zustimmungswerte.<sup>20</sup>

Im Medienvergleich von Nutzern von Internet, Fernsehen, Radio und Tageszeitungen zeigt sich, dass das Bedürfnis nach Information im weitesten Sinne vom Internet am ehesten befriedigt wird. Diese Hinwendung zum Internet ist besonders ausgeprägt in der Altersgruppe der 14-29-Jährigen. Das Internet bekommt auch die vergleichsweise höchsten Werte bei „weil es mir hilft, mich im Alltag zurecht zu finden“ und nimmt demnach eine bedeutende Orientierungsfunktion im Medienkonsum dieser Altersgruppe ein.<sup>21</sup> Ältere nutzen das Internet vor allem zur Ergänzung der klassischen Medien. Insbesondere bei den unter 30-Jährigen sind Musiknutzung, Informationsbeschaffung, Entspannung, Unterhaltung und die mediale Begleitungsfunktion bereits stark durch das Internet beeinflusst. 35% aller Onliner sagen, dass sie das Internet bereits mehr als das Radio nutzen, um sich generell zu informieren. Das gleiche sagen 67% aller 14-19-Jährigen im NDR Gebiet. 31% aller Onliner sagen, dass sie bereits mehr das Internet als das Fernsehen nutzen, um sich generell zu informieren. Das gleiche sagen 53% aller 14-19-Jährigen im NDR Gebiet. Das Internet hat keine Prime Time wie Hörfunk oder Fernsehen, sondern ist ein über den Tag hinweg und ebenfalls in den Abendstunden kontinuierlich genutztes Medium.<sup>22</sup>

Interaktive Formen im Internet wie Weblogs, Communities, Foren oder soziale Netzwerke wie z.B. Twitter sind ebenso wie etwa Podcasts von großer gesellschaftlicher Bedeutung für die Kommunikation im Internet. Diese Angebote dienen vor allem dem kommunikativen Bedürfnis des gegenseitigen Austausches von Meinungen, Erfahrungen und Informationen. Sie sind beliebt und werden im Langzeittrend immer häufiger genutzt, insbesondere von Jugendlichen.<sup>23</sup> Ein Interesse an der Interaktion besteht aber generationenübergreifend, auch bezogen auf ein NDR Onlineangebot. User Generated Content (UGC) wird bei NDR Online nachgefragt: 37% zeigen sich generell daran interessiert.<sup>24</sup>

---

<sup>17</sup> NDR Online Trend 2008

<sup>18</sup> ARD/ZDF Onlinestudie 2008

<sup>19</sup> ARD/ZDF Onlinestudie 2008 und NDR Online Trend 2008

<sup>20</sup> NDR Online Trend 2008

<sup>21</sup> ARD/ZDF Onlinestudie 2008

<sup>22</sup> ARD/ZDF Onlinestudie 2008

<sup>23</sup> Nach den Ergebnissen der JIM-Studie 2008 stellen rund 25% der 14-19-Jährigen aktiv Content (Bilder, Texte, Videos, Audios) ins Netz.

<sup>24</sup> NDR Online Trend 2008

Die norddeutschen Onliner zeigen bei verschiedenen Themen Interesse, sich aktiv ins Netz einzubringen. Fast 30% würden beispielsweise eigene Texte für den Bereich Ratgeber schreiben. Fast ein Viertel der Befragten würde Beiträge für einen Bereich „Land und Leute in Norddeutschland“ schreiben wollen. Für die Themenfelder „Wissen und Geschichte“ liegt der Wert bei 23% bzw. 21%. Auch die Bereitschaft für Online-Kommentare ist vorhanden. Für einen Bereich „Land und Leute in Norddeutschland“ würde fast ein Drittel der befragten themeninteressierten Onliner Beiträge kommentieren wollen.<sup>25</sup> Auch eine Onsitebefragung auf dem sendungsbegleitenden Angebot von *Panorama* belegt das Interesse an interaktiven Möglichkeiten: Zum Forum von *Panorama* meinten fast 90% der Befragten, dass es zum weiteren Nachdenken über die Sendung anrege. 70% lesen dabei gern die Beiträge im Forum, schreiben aber selbst keine. Die Befragten wünschen sich für *Panorama Online* einen Themenbriefkasten, in dem sie Themen selbst vorschlagen können (70%), Chats (50%) und einen Blog der Redaktion (40%).<sup>26</sup>

Eindirektionale Kommunikationsansätze sind im digitalen Zeitalter demzufolge besonders im Hinblick auf wachsende partizipatorische Ansprüche in pluralen Gesellschaften zu ergänzen: Das Internet wird zunehmend ein Raum für politische Öffentlichkeit, den Austausch von Information und Kommunikation.<sup>27</sup> Das Bedürfnis nach interaktiven Funktionalitäten im Internet ist vorhanden – passiv oder aktiv. Dies gilt auch für norddeutsche Themen, für die der NDR wie kein anderer Inhalteanbieter kompetent ist. Der NDR wird deshalb ein hochwertiges, interaktives Angebot für die Nutzer in seinem Sendegebiet anbieten. Knapp ein Drittel der norddeutschen Onliner findet interaktive Möglichkeiten auf regionalen Online-Angeboten allgemein wichtig. Gut ein Drittel möchte Audio- oder Videoinhalte auf regionalen Seiten.<sup>28</sup>

### 3. Kommunikatives Bedürfnis für NDR Online

Wie wird das Internetangebot des NDR im Vergleich zu den anderen NDR Medien gesehen? Wie wird es von der Bevölkerung wahrgenommen? Eine Studie im NDR Gebiet hat gezeigt: Das bestehende Angebot wird von den Befragten als seriös eingeschätzt und hat damit ebenso ein öffentlich-rechtliches Image wie die anderen Angebote des NDR. Das NDR Telemedienangebot hat aber noch mehr Facetten und wird deutlich als Allroundmedium mit einer breiten thematischen Vielfalt wahrgenommen.<sup>29</sup> Insgesamt kann NDR Online von Jahr zu Jahr Steigerungsraten verzeichnen und zählte im Jahr 2008 über 250 Mio. Klicks (PageImpressions). Von den NDR Onlineinhalten sind im Sendegebiet die Webseiten des NDR Fernsehens, n-joy.de, ndr2.de sowie ndr.de am bekanntesten.<sup>30</sup>

Bei den Angeboten im Internet zu Fernsehen und Hörfunk gibt es zwei zentrale Bedürfnisse: Die Nutzer haben ein Interesse an den Sendungen bzw. Programmen selbst sowie an vertiefenden Zusatzinformationen. Außerdem ist ihnen der zeitsouveräne Zugang zu diesen Inhalten über das Internet und nicht allein über das lineare Programm wichtig. Die auf die einzelnen Programm-Markten bezogenen Angebote des NDR im Internet werden daher häufig genutzt. So haben zum Beispiel fast 12% der Onliner im NDR Gebiet den Onlineauftritt des NDR Fernsehens schon einmal besucht. Das jeweilige Stammpublikum des linearen Programmangebots gehört dabei oft zu den häufigsten Nutzern. Aber auch gelegentliche Hörer und Seher der Programme

---

<sup>25</sup> NDR Online und Themenportale 2008

<sup>26</sup> Onsitebefragung *Panorama Online* 2008

<sup>27</sup> Vgl. Internet und Demokratie – Abschlussbericht zum TA-Projekt „Analyse netzbasierter Kommunikation unter kulturellen Aspekten“. Bundestagsdrucksache 15/6015 vom 17. Oktober 2005.

<sup>28</sup> Nutzerbefragung NDR Online 2009

<sup>29</sup> NDR Online und Regionalität 2008

<sup>30</sup> NDR Online Trend 2008

gehören zur Klientel der auf die Programm-Marken bezogenen Onlineangebote.<sup>31</sup> Da die Internetnutzung in den älteren Altersgruppen teilweise noch nicht so ausgeprägt ist, verzeichnen die markenbezogenen Angebote der NDR 1 Landeswellen hier vergleichsweise niedrigere Zugriffszahlen. Allerdings ist auch hier eine steigende Tendenz zu beobachten. Für die Spartenprogramme NDR Info und NDR Kultur gilt ähnliches.<sup>32</sup>

Die TOP-Themen, die im Internet deutschlandweit genutzt werden, sind: Nachrichten aus Deutschland und der Welt, Freizeit-/Veranstaltungstipps, aktuelle Serviceinformationen (Wetter/Verkehr), Information aus Wissenschaft/Forschung/Bildung sowie aktuelle Regionalnachrichten und regionale Informationen.<sup>33</sup> Bei den redaktionellen Themen von ndr.de entfallen die meisten Klicks auf die Bereiche Nachrichten und Ratgeber. Danach folgen Sport, Informationen über den NDR und Unterhaltungsangebote.<sup>34</sup> Damit die Inhalte, die interessieren, auch gefunden werden, bieten sich zwei immer wieder auftretende typische Nutzerwege an: über die Suchfunktion sowie über die Navigation. Beide Möglichkeiten müssen auf Internetseiten verfügbar sein, da es unter den Onlinern sowohl „Suchtypen“ als auch „Navigationstypen“ gibt.<sup>35</sup>

Für die Nutzer ist das Themenfeld *Regionalität* auch im Internet von zentraler Bedeutung: Im Ranking der Themeninteressen landen regionale Inhalte und Beiträge über das aktuelle Geschehen in der eigenen Region stets weit vorn, und zwar in allen Altersgruppen.<sup>36</sup> Dass regionale Onlineangebote den Norddeutschen wichtig sind, zeigt sich auch darin, dass fast die Hälfte der norddeutschen Onliner eine regionale Website nutzt, vor allem für Nachrichten und Veranstaltungstipps. Ein Drittel vermisst aber eine gute regionale Website im Internet. Gewünschte Themen für eine regionale Website in Norddeutschland sind Veranstaltungstipps, Nachrichten/Aktuelles, Wetter, Reise- und Freizeittipps, Verkehrsservice, Ratgeberinhalte und Informationen über moderne Kultur (Kino, Film, etc.). Dabei ist das Bedürfnis der Befragten nach Aktualität besonders hoch.<sup>37</sup> Die Nutzer sind ebenfalls an thematischen regionalen Schwerpunkten etwa zu norddeutschen Geschichten, norddeutschem Lebensstil und Traditionen sowie norddeutschen Landschaften interessiert. Entsprechende Inhalte würden gut zu einem Onlineauftritt des NDR passen, meinen über 90% der befragten norddeutschen Onliner. Derartige Angebote sind in Norddeutschland in dieser Form aktuell kaum auf dem Markt, so dass die Onliner damit einen deutlichen Mehrwert angeboten bekämen.<sup>38</sup>

Die Nutzer sind folglich auch an der Weiterentwicklung des regionalen NDR Angebots im Internet sehr interessiert. Sie erwarten umfassende Informationen aller Art aus ihrer eigenen Region. Der NDR erstellt zwar bereits ein regional orientiertes Internetangebot, allerdings kaum über die Bundeslandebene hinaus. Hier würden sich die Nutzer ein aktuelles regionales Angebot wünschen, welches alles Relevante aus ihrer eigenen Region bietet *und* darüber hinaus einen übergreifenden norddeutschen Blick hat.<sup>39</sup> Im Vergleich zu allen anderen Anbietern im Markt stellt dies die Besonderheit für die geplante Weiterentwicklung von NDR Online dar: Ein Onlineangebot mit regionalen Inhalten für ganz Norddeutschland, für die vier Staatsvertragsländer sowie für die eigene Region der Menschen.

---

<sup>31</sup> NDR Online Trend 2008

<sup>32</sup> IVW/INFONline, PageImpressions

<sup>33</sup> ARD/ZDF Onlinestudie 2008

<sup>34</sup> IVW/INFONline, PageImpressions

<sup>35</sup> NDR Online und Regionalität 2008, Usabilitytest NDR Mediathek 2008

<sup>36</sup> NDR Online Trend 2008

<sup>37</sup> NDR Online und Regionalität 2008

<sup>38</sup> NDR Online und Themenportale 2008

<sup>39</sup> NDR Online und Regionalität 2008

Die Mehrheit der norddeutschen Onliner, die aufgefordert waren, ndr.de einmal zu besuchen, ist der Auffassung, dass ndr.de sie bereits mit ihrer norddeutschen Heimat verbindet, das Angebot allerdings regional noch vertieft werden sollte.<sup>40</sup> Das Vertrauen in den NDR als regionalem Onlineanbieter ist demnach vorhanden. Einiges müsste aber aus Sicht der Befragten noch optimiert werden. In der eigenen Region sehen die User den konkreten individuellen Nutzwert eines regionalen Onlineangebots am stärksten.<sup>41</sup>

#### **4. Kommunikatives Bedürfnis für N-JOY XTRA**

Das aktuelle NDR Onlineangebot wird von den Nutzern akzeptiert, allerdings muss sich NDR Online auch den erweiterten und im Wandel der Mediennutzung teils veränderten Bedürfnissen der Nutzer stellen und sein Angebot dementsprechend optimieren. Gerade für junge Menschen ist die Medienbindung speziell an das Internet besonders hoch.<sup>42</sup> Die durchschnittliche tägliche Mediennutzungsdauer der unter 30-Jährigen teilt sich sogar inzwischen zu etwa gleichen Teilen auf in Fernsehen, Hörfunk und Internet.<sup>43</sup>

Jugendliche nutzen von den Onlineangeboten des NDR neben tagesschau.de vor allem ndr.de/n-joy. Gerade Jugendliche und junge Erwachsene, die mit dem Medium Internet aufgewachsen sind, benötigen eine spezielle Ansprache und Aufbereitung im Netz.<sup>44</sup> Das zeigt sich u.a. auch darin, dass Onliner unter 30 Jahren, die in einer Nutzerbefragung aufgefordert wurden, das Portal ndr.de einmal zu besuchen, dieses deutlich schlechter bewertet haben als der Rest der (älteren) Befragten: Dies betrifft die Gesamtakzeptanz, die emotionale Verbundenheit sowie den Unterhaltungswert von ndr.de. Fast drei Viertel dieser befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen stimmten außerdem der Aussage zu, NDR Online sollte jüngere Nutzer noch stärker ansprechen. Das Bedürfnis nach einer umfassenderen Ansprache jüngerer Menschen durch das NDR Onlineangebot ist auch insgesamt bei einer großen Mehrheit aller Befragten in dieser Studie vorhanden.<sup>45</sup>

Das ausgeprägte Bedürfnis nach zielgruppengerechten Onlineinhalten des NDR für jüngere Nutzer zeigt sich ebenfalls darin, dass ndr.de/n-joy im Vergleich zum Portal ndr.de bei den Jüngeren deutlich besser abschneidet. ndr.de/n-joy erzielte insgesamt gute Werte, auch für den Bereich Unterhaltung. ndr.de/n-joy wird insbesondere als sympathisch, gut gemacht, modern, aber auch als informativ, aktuell und glaubwürdig wahrgenommen. Von den jüngeren Onlinern unter 30 Jahren würde fast ein Viertel ndr.de/n-joy seinen Freunden und Bekannten weiterempfehlen, was für eine positive Bindung an das Teilangebot spricht.<sup>46</sup>

Dieser Befund dürfte nicht zuletzt mit den besonderen Anforderungen zusammen hängen, die jüngere Nutzer an Internetangebote haben. Das kommunikative Bedürfnis jüngerer Online ist mit Blick auf die Bedeutung von internetspezifischen Darstellungs- und Gestaltungsformen sowie hinsichtlich der Themen anders ausgeprägt als bei der Gesamtheit der Nutzer. Generell werden multimediale Angebote häufig von jüngeren Nutzern unter 30 Jahren und vor allem von den 14-19-Jährigen nachgefragt. Bei den Themeninteressen fällt auf, dass die jüngeren Onliner ein stärkeres Interesse an den Bereichen Musik, Unterhaltung, Comedy und Angeboten zu Arbeit, Beruf bzw. Ausbildung, Kino, Film sowie Lifestyle haben als die Onliner insgesamt. Spaß, Entspannung und Gewohnheit sind neben Information starke Nutzungsmotive bei den jungen

---

<sup>40</sup> Nutzerbefragung NDR Online 2009

<sup>41</sup> NDR Online und Regionalität 2008

<sup>42</sup> NDR Online Trend 2008

<sup>43</sup> AGF/GfK-Fernsehpanel, MA Radio und ARD/ZDF Onlinestudien

<sup>44</sup> NDR Online Trend 2008

<sup>45</sup> Nutzerbefragung NDR Online 2009

<sup>46</sup> Nutzerbefragung NDR Online 2009

Onlinern.<sup>47</sup> Die ganz jungen Onliner zwischen 12 und 19 Jahren nutzen ebenfalls häufig unterhaltende Inhalte, aber auch der Bereich Kommunikation und Multimedia nimmt einen großen Teil deren Onlinenutzung ein.<sup>48</sup>

Ein umfassendes Angebot für Jugendliche und junge Erwachsene, orientiert an ndr.de/n-joy, wird folglich von den Nutzern gewünscht. N-JOY XTRA soll an diesen Bedarf anknüpfen, um das junge Nutzersegment verstärkt mit öffentlich-rechtlichen Programminhalten zu erreichen.

## 5. Kommunikatives Bedürfnis für den NDR Text

Der Teletext ist seit rund 30 Jahren ein Zusatzangebot zum Fernsehen, das bei Vorhandensein eines entsprechenden Decoders über eine Fernbedienung aufgerufen werden kann. Das ist in über 90% aller Fälle gewährleistet. Mit der Grund-Strukturierung des Angebots in Form eines Magazins und der entsprechenden Seitenzahlbelegung hat der ARD-Text Standards gesetzt, die später im Rahmen des dualen Rundfunksystems von vielen anderen Anbietern übernommen wurden. Von 2000 bis 2007 stieg die durchschnittlich tägliche Nutzung des Teletextes in Deutschland stark an. Während jüngere Nutzer öfter und kürzer den Teletext einschalten, nutzen ältere ihn zwar seltener, aber dafür insgesamt länger.<sup>49</sup>

Auch die Akzeptanz und die Leserzahlen des NDR Text haben in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen: Von 1998 bis 2006 sind die absoluten Leserzahlen im NDR Sendegebiet von 140.000 auf 730.000 gestiegen. Bei den 14-29-Jährigen hat sich die Leserzahl ebenfalls erhöht, die Verweildauer ist aber etwas gesunken. Bei den Lesern über 50 Jahre ist die Verweildauer stets deutlich höher als bei den Jungen. Je nach Alter werden verschiedene Seitenbereiche unterschiedlich stark genutzt. Eine Ausnahme bildet der Bereich für Nachrichten und Wetter, der in jeder Zielgruppe die höchsten Leserzahlen hat. Hier wollen die Nutzer schnell informiert werden. Bei den 14-29-Jährigen kommt noch der Sport hinzu, bei den 30-49-Jährigen Sport und Fernsehen. Bei den Lesern ab 50 Jahren haben neben dem Bereich für Nachrichten und Wetter ebenfalls die Sport- und Fernsehseiten die höchsten Leserzahlen.<sup>50</sup>

Bei der Frage nach dem gesellschaftlichen Bedürfnis für NDR Text darf nicht außer Acht gelassen werden, dass immer noch etwa ein Drittel der Deutschen offline ist. Über den NDR Text können sich diese Menschen an ihrem Fernsehgerät jederzeit unkompliziert einen Überblick über das aktuelle Tagesgeschehen, die wichtigsten Sportereignisse im Norden und die Wetterlage verschaffen.<sup>51</sup> Um hörgeschädigten Personen, die nach Erhebungen des deutschen Schwerhörigenverbandes fast 20% der Bevölkerung ausmachen, die Teilhabe am NDR Fernsehen zu erleichtern, können über den NDR Text Untertitelungen eingeblendet werden. Dieser Service unterstützt zudem die Teilhabe von Menschen mit Migrationshintergrund an den NDR Fernsehangeboten.<sup>52</sup>

---

<sup>47</sup> NDR Online Trend 2008

<sup>48</sup> JIM (Jugend, Information, Multimedia) Studie 2008

<sup>49</sup> Vgl. Stefan Geese, Teletext 2008 - Befunde zu einem wenig beachteten Medium, Media Perspektiven 11/2008, S. 568-576

<sup>50</sup> AGF/GfK-Panel (D + EU)

<sup>51</sup> ARD/ZDF Onlinestudie 2008, TNS Emnid (N)Onliner Atlas 2008

<sup>52</sup> ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“

## B. Auftragsrelevanz des kommunikativen Bedürfnisses

Das Bundesverfassungsgericht hat den Auftrag der Rundfunkanstalten als „Grundversorgungsauftrag“ bezeichnet<sup>53</sup> und damit die Bereitstellung eines umfassenden Programmangebots für die gesamte Bevölkerung gemeint. Zugleich wird dieser Auftrag dynamisch verstanden. Er ist im Sinne einer Bestands- und Entwicklungsgarantie funktionsgerecht inhaltlich und technisch weiterzuentwickeln und prozedural abzusichern. Der allgemeine (Funktions-) Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks umfasst mithin Rundfunkprogramme und Telemedien.<sup>54</sup>

Unter Bezugnahme auf den so genannten Beihilfekompromiss<sup>55</sup> hat der deutsche Gesetzgeber vor diesem Hintergrund im 12. RÄStV die Rundfunkanstalten ausdrücklich mit der Veranstaltung von Telemedien beauftragt. Gemäß § 11 Abs. 1 besteht der Auftrag darin, durch die Herstellung und Verbreitung von Angeboten als Medium und Faktor im Prozess freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. Die Rundfunkanstalten haben einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben und sollen hierdurch die internationale Verständigung, die europäische Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern. Die Angebote haben Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen. In § 11d Abs. 3 führt der Gesetzgeber aus, dass die Telemedienangebote allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglichen sollen. Die Telemedienangebote haben Orientierungshilfe zu gewähren und die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten zu fördern.

NDR Online vermittelt einen umfassenden Überblick über das Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen aus norddeutscher Sicht und mit regionalem Schwerpunkt. Das Angebot spricht die gesamte Bevölkerung an und ist für diese uneingeschränkt zugänglich. Die in Kapitel I beschriebenen Inhalte von NDR Online decken die vom RStV aufgegebenen Auftragsbereiche Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung ab und bieten insbesondere Beiträge zur Kultur. Sie werden für Kinder, Jugendliche und Erwachsene sachgerecht dargeboten und ermöglichen ihnen eine Teilhabe an der Informationsgesellschaft. Sämtliche Inhalte sind journalistisch-redaktionell veranlasst und gestaltet. Die orts- und zeitsouveräne Verfügbarkeit des NDR Telemedienangebots erfüllt die Nutzungserwartungen der Rezipienten. Sie verbessert die Teilhabe der Nutzer an den NDR Inhalten erheblich und ist daher von besonderer Auftragsrelevanz.

Durch seine ausgewogenen und vielfältigen Inhalte sowie die Auswahl verlässlicher Links und die Interaktionsmöglichkeiten bietet NDR Online eine Orientierungshilfe im Internet und fördert die technische und inhaltliche Medienkompetenz der norddeutschen Nutzer. Aufgrund des dargebotenen umfassenden Überblicks insbesondere über das Geschehen in den NDR

---

<sup>53</sup> BVerfGE 73, 118 [158]

<sup>54</sup> Das Bundesverfassungsgericht hat bereits im Jahr 1987 ausgeführt: „Die Notwendigkeit, dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine Anpassung an veränderte Umstände zu ermöglichen, besteht auch dann, wenn sich die Aufgabe der Grundversorgung nicht in den Bereich neuer rundfunkähnlicher Dienste verlagern sollte. Unter dieser Voraussetzung kann eine Beteiligung der öffentlich-rechtlichen Anstalten an rundfunkähnlichen Kommunikationsdiensten nur zur Breite und Vielfalt des Angebots in diesen Diensten beitragen und publizistische Konkurrenz entstehen lassen; damit wird jedenfalls den Anforderungen der Rundfunkfreiheit Rechnung getragen, und zwar um so besser, je mehr der öffentlich-rechtliche Rundfunk in diesem Bereich den erwähnten klassischen Auftrag wahrnimmt.“ (BVerfGE 74, 297 [353 ff.].)

<sup>55</sup> Entscheidung der EU-Kommission vom 24.04.2007 – KOM (2007) 1762 endg.



Staatsvertragsländern leisten NDR Online und NDR Text einen gewichtigen Beitrag zur Wissensvermittlung und damit zur freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung sowie zur Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts.

Die Auftragsrelevanz für den NDR Text ergibt sich im Übrigen bereits aus der Begründung zum 12. RÄStV. Dort heißt es in den Ausführungen zu § 11b: „Der Auftrag für die in § 11b genannten Programme umfasst auch die Verbreitung von Fernsehtext.“ Auf weitere Ausführungen zur zweifelsfrei gegebenen Auftragsrelevanz von NDR Text soll daher an dieser Stelle verzichtet werden.

### III. BESTIMMUNG DER PUBLIZISTISCHEN WETTBEWERBSSITUATION

Gemäß §11f Abs. 4 Satz 3 RStV sind für die Bestimmung des publizistischen Wettbewerbs die Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Angebote sowie dessen meinungsbildende Funktion angesichts bereits vorhandener vergleichbarer Angebote, auch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, zu berücksichtigen. Dabei gilt es zu klären, wie sich die augenblickliche Wettbewerbssituation gestaltet, welcher publizistische Mehrwert bzw. publizistische Nutzen durch das öffentlich-rechtliche Angebot gegeben ist und wie sich das öffentlich-rechtliche Angebot auf die publizistische Vielfalt auswirkt.

#### A. Analyse der publizistischen Wettbewerbsbereiche

##### 1. Recherche der Wettbewerbssituation

Um die publizistische Wettbewerbssituation für NDR Online im Internet zielgerichtet und nachvollziehbar beschreiben zu können, wurde ein systematisiertes, mehrstufiges und am Nutzerverhalten orientiertes Vorgehen gewählt. Die Recherche nach relevanten Onlineangeboten wurde folgendermaßen angelegt:

- Ausgehend von der Annahme, dass Nutzer für die Recherche im Internet generell häufig Suchmaschinen nutzen und sie die Angebote dort ohne großen Aufwand finden müssen, wurde im ersten Schritt auf verschiedene Suchmaschinen (google.de, yahoo.de, misterwong.de, ask.de) zugegriffen. Neben der inhaltlichen Ausrichtung wurden dabei zusätzlich regionale und mediale Bezüge (u.a. Zeitung, Fernsehen und Radio) berücksichtigt. Entsprechend wurden die folgenden Suchbegriffe verwendet: „Niedersachsen“, „Hamburg“, „Schleswig-Holstein“, „Mecklenburg-Vorpommern“ sowie die vier Bundesländer in Kombination mit „Fernsehen“, „TV“, „Radio“, „Hörfunk“, „Zeitung“, „Zeitschrift“, „Online“, „Internet“, „Nachrichten“, „Sport“, „Kultur“, „Reise“, „Freizeit“, „Geschichte“, „Wissen“, „Jugend“, „Land und Leute“, „Norddeutschland“. Für jeden Suchbegriff bzw. jede Suchbegriff-Kombination wurden die ersten 30 Treffer betrachtet. Auf den ersten Blick irrelevante Treffer wurden nicht in die Trefferliste aufgenommen.
- Ergänzend wurden gezielt einzelne Portale, Linklisten und wissenschaftliche Quellen herangezogen, um weitere relevante Angebote aufzufinden. Dabei handelt es sich um: Onlineangebote sämtlicher Tageszeitungen aus den vier NDR Staatsvertragsländern, die in der Pressestatistik als „publizistische Einheiten“ geführt werden, d.h. eine eigene Mantelredaktion aufweisen.<sup>56</sup> Online-Angebote von Rundfunkveranstaltern, die auf den Seiten der norddeutschen Landesmedienanstalten verlinkt bzw. auf Übersichtsseiten von Wikipedia für die vier norddeutschen Bundesländer genannt werden.

Auf dieser Grundlage ergibt sich ein breiter Überblick über Onlineangebote mit relevanten Themenbereichen, die für den norddeutschen Raum verfügbar sind. Die Recherche erfolgte Ende März 2009. Es wurden 135 Websites ermittelt, wobei zudem das Portal ndr.de und 10 Teilangebote des NDR bei diesem Vorgehen gefunden werden. Anhand der zugrunde gelegten Kriterien konnten keine Telemedienangebote von weiteren öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern identifiziert werden. Der maßgebliche Grund hierfür ist, dass andere öffentlich-rechtliche Anstalten keine hinreichenden Bezüge zu den NDR Staatsvertragsländern in

---

<sup>56</sup> Walter J. Schütz, Redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse, Media Perspektiven 11/2007

ihren Onlineauftritten aufweisen und für die Bestimmung der Wettbewerbssituation von NDR Online daher nicht als publizistischer Wettbewerber gelten können.

## 2. Abgrenzung publizistischer Wettbewerbsbereiche für NDR Online

Zur Abgrenzung des publizistischen Wettbewerbs im weiteren Sinne wurden Priorisierungskriterien angelegt, die sich an der zuvor beschriebenen inhaltlichen Ausrichtung von NDR Online orientieren:

- **Journalistisch verantwortet:** Es sollte erkennbar journalistischer Content vorhanden sein, der über kurze Teaser und Links hinausgeht. Communities bleiben unberücksichtigt, da sie nicht journalistisch veranlasst bzw. verantwortet sind. Ebenso gelten Pressemitteilungen, werbliche oder im Wesentlichen absenderorientierte Informationen nicht als journalistisch verantwortete Inhalte. Zweifelsfälle wurden entsprechend kenntlich gemacht.
- **Zielgruppe:** Das Angebot spricht die Gesamtheit der Online-Nutzer an und ist nicht ausdrücklich auf eine spezielle Zielgruppe ausgerichtet (z.B. einzelne Interessens- oder Berufsgruppen).
- **Landesbezug:** Wenn ein Internetangebot eine umfassende und kontinuierliche Berichterstattung zu den relevanten Themen in einem der vier NDR Staatsvertragsländer unternimmt, ist der Landesbezug gegeben. Dieses Kriterium kann auch erfüllt sein, wenn über verschiedene Regionen berichtet wird, die zusammen in etwa das Bundesland ausmachen.
- **Regionalbezug:** Mit dem Begriff „Region“ ist keine Verwaltungsgliederung gemeint, sondern er ist auf Räume bezogen, die sich aufgrund von Siedlungs- und Wirtschaftsstrukturen sowie landschaftlichen Gegebenheiten nicht zuletzt von lokalen Räumen abgrenzen lassen und sich in der Regel über mehrere Kommunen erstrecken.
- **Aktualität:** Das Angebot muss tagesaktuelle Informationen enthalten.
- **Multimedia (nur AV):** Das Angebot stellt multimediale Inhalte, also Audio- und Videodateien, bereit. Dazu gehören auch Podcast-Abos über RSS-Feed, Webcams und Streams.
- **Interaktivität/Kommunikation:** Nutzer können sich auf den Seiten des Angebotes äußern und beteiligen.

Neben diesen konzeptionell-gestalterischen Kriterien sind die inhaltlichen Dimensionen der Angebote erhoben worden. Diese orientieren sich an den Definitionen im RStV:

- **Information:** Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Information, Wirtschaft, Auslandsberichterstattung, Religiöses, Sport, Regionales, Gesellschaftliches, Service und Zeitgeschehen
- **Bildung:** Wissenschaft und Technik, Alltag und Ratgeber, Theologie und Ethik, Tiere und Natur, Gesellschaft, Kinder und Jugend, Erziehung, Geschichte, andere Länder
- **Kultur:** Bühnenstücke, Musik, Fernsehspiele, Fernsehspiele, Fernsehfile und Hörspiel, Bildende Kunst, Architektur, Philosophie und Religion, Literatur, Kino
- **Unterhaltung:** Kabarett, Comedy, Filme, Serien, Shows, Talk-Shows, Spiele, Musik

Auf Grundlage der elf genannten Kriterien wurden die relevanten Wettbewerber von NDR Online im engeren Sinne ermittelt. Es ergibt sich eine Liste mit 49 Wettbewerbern<sup>57</sup>, die sich auf die landesbezogenen Märkte wie folgt verteilen:

- 18 Angebote in Niedersachsen
- 9 Angebote in Schleswig-Holstein
- 9 Angebote in Mecklenburg-Vorpommern
- 12 Angebote in Hamburg
- 1 Angebot, das mehrere Bundesländer im Norden abdeckt

Diese 49 Anbieter lassen sich außerdem anhand ihres Medienbezuges in folgende Gruppen gliedern:

- 24 Online-Angebote (regionaler) Tageszeitungen:  
*z.B. haz.de, svz.de, kn-online.de, aber auch welt.de/hamburg*
- 10 Online-Angebote privater Radiosender:  
*z.B. antenne.com, radiohamburg.de, rsh.de*
- 4 Online-Angebote von privaten Fernsehsendern:  
*z.B. rtlregional.de, hannover.1730sat1.de, hamburg1.de*
- 4 Online-Angebote der Bundesländer:  
*z.B. niedersachsen.de, hamburg.de*
- 7 Sonstige Online-Angebote:  
*z.B. hamburg.prinz.de, damv.de*

### **3. Abgrenzung publizistischer Wettbewerbsbereiche für N-JOY XTRA**

Da der NDR plant, sein zielgruppenorientiertes Onlineangebot für Jugendliche und junge Erwachsene zu erweitern, wurde eine ergänzende Ermittlung der Wettbewerbssituation für N-JOY XTRA vorgenommen. Bei der Recherche der relevanten Wettbewerber wurde zwischen norddeutschen und überregionalen Onlineangeboten mit einer jungen Zielgruppe unterschieden. Entsprechend kommen angepasste Recherchewege zum Einsatz, auch wenn die Vorgehensweise im Grundsatz analog zu der oben beschriebenen war.

Für die **Suche nach norddeutschen Angeboten** für eine junge Zielgruppe wurden die vier Bundesländer sowie „Norddeutschland“ in Suchmaschinen eingegeben und auch noch in Kombination mit folgenden Begriffen gesucht: „Jugendportal“, „Jugend + Internetangebot“, „Jugend Zeitung“, „Jugendmagazin“, „Jugendradio“, „Jugendfernsehen“, „Jugend TV“, „Jugend + Sport“, „Jugend + Musik“, „Jugend + Freizeit“, „Jugend + Veranstaltung(en)“, „Jugend + Nachrichten“, „junge Nachrichten“.

Die ermittelten Onlineangebote wurden aufgrund ihrer Heterogenität vorab danach überprüft, wie relevant sie für den publizistischen Wettbewerb sind. Nicht als Wettbewerber im engeren Sinne werden Online-Angebote angesehen, die keinen erkennbaren Bezug zu Norddeutschland haben, die sich explizit an Kinder richten, institutionsgebundene Angebote einzelner Vereine, Parteien oder Verbände, lokale Angebote einzelner Städte, Kommunen oder Landkreise,

---

<sup>57</sup> Wenn ein Onlineangebot mindestens acht der elf Kriterien erfüllt, wurde es in die weitere Betrachtung als relevanter Wettbewerber im engeren Sinne einbezogen. Zusätzlich sind vier Angebote aufgenommen worden, die weniger Kriterien erfüllen. Dies sind die Internetauftritte der beiden reichweitenstärksten privaten Radioangebote in Mecklenburg-Vorpommern sowie *hamburg1.de* und *rtlregional.de* auf Grund des umfangreichen Online-Bewegtbildangebots.

monothematisch begrenzte Online-Angebote sowie Websites, die sich selbst als reine Communities verstehen. Angebote, die zielgruppenspezifische Inhalte nur auf einer einzigen Seite zur Verfügung stellen, die ausschließlich auf Agenturmaterial zurückgreifen oder die zum Zeitpunkt der Erhebung länger als sechs Monate nicht aktualisiert wurden, werden als nicht relevant für den publizistischen Wettbewerb eingeordnet. Dies gilt ebenso für Online-Angebote, die sich in ihrer Selbstdarstellung über ihre Weltanschauung (sei es in religiöser oder politischer Hinsicht) definieren oder sich eindeutig zu weltanschaulichen Zielen bekennen, bzw. absenderorientierte Angebote, die sich in erster Linie mit den Leistungen und Aktivitäten des jeweiligen Absenders beschäftigen.

Da der Begriff „Jugend“ die Zielgruppe des geplanten Angebotes N-JOY XTRA nicht trennscharf beschreiben kann und zudem Wettbewerber diesen Begriff nicht unbedingt selbst benutzen, wurden im zweiten Schritt gezielt einzelne Portale und Linklisten herangezogen. Dabei handelt es sich um die Online-Kataloge von 3w-tv.de und surfmusik.de sowie die bei bdzv.de aufgelisteten Jugendwebsites von Tageszeitung in den vier Staatsvertragsländern. Außerdem wurden die Online-Angebote, für die in der oben dargestellten, umfangreichen Analyse für NDR Online eine inhaltliche Rubrik „Jugend“ gefunden werden konnte, berücksichtigt.<sup>58</sup> Ebenfalls einbezogen wurden die Online-Angebote von Radiosendern in den vier Staatsvertragsländern, die zwar keine eigene Jugend-Rubrik anbieten, aber aufgrund ihrer Radio-Zielgruppe relevant junge Menschen ansprechen.<sup>59</sup>

Die oben dargestellten elf Kriterien und inhaltlichen Dimensionen wurden in gleicher Weise eingesetzt, mit dem Unterschied, dass als Zielgruppe für N-JOY Online alle in Norddeutschland lebenden Jugendlichen und junge Erwachsene betrachtet werden.

Auf Basis der beschriebenen Recherche lassen sich insgesamt 17 Onlineangebote identifizieren, die als Wettbewerber für N-JOY Online im weiteren Sinne angesehen werden können. Auf Grundlage der elf genannten Kriterien wurden aus dieser Gruppe insgesamt zehn relevante Wettbewerber von N-JOY Online im engeren Sinne ermittelt.<sup>60</sup> Anhand des Medienbezugs lassen sie sich folgenden Gruppen zuordnen:

- 5 Online-Angebote von privaten Radiosendern:  
*ffn.de, energy-radio.de/hamburg, radiohamburg.de, rsh.de, ostseewelle.de*
- 4 Online-Angebote (regionaler) Tageszeitungen:  
*ozelot.de, In-online.de/heftig, nordkurier.de/mega, haz.de/Nachrichten/ZiSH*
- 1 Online-Angebot nicht-medienbezogener Anbieter:  
*jugendserver-hamburg.de*

Da Teile des geplanten Angebots von N-JOY XTRA nur einen mittelbaren regionalen Bezug durch die Absenderschaft des NDR aufweisen, wurde in einem zweiten Schritt der Bezug zu Norddeutschland durch eine überregional ausgerichtete Suche ergänzt. Um zunächst eine breite Sammlung **überregionaler Wettbewerbsangebote** zu generieren, wurden folgende Suchbegriffe verwendet: „Jugendportal“, „Jugend + Internetangebot“, „Jugendzeitung“,

---

<sup>58</sup> In der Analyse zur Wettbewerbssituation für NDR Online wurde für alle ermittelten Angebote geprüft, ob sie über zusätzliche Themenbereiche verfügen: Wissen/Geschichte, Reise/Freizeit, Jugend, Sport, Beratung, Gesundheit.

<sup>59</sup> Die Strukturanteile des jeweiligen Radioprogramms betragen in der MA 2009 I für die Altersgruppen 10 bis 29 Jahre mindestens 25% (Tagesreichweite Montag bis Freitag).

<sup>60</sup> Wenn ein Onlineangebot mindestens acht der elf Kriterien erfüllt, wurde es in die weitere Betrachtung als relevanter Wettbewerber im engeren Sinne einbezogen. Weder der Onlineauftritt beispielsweise von Delta Radio noch das Internetangebot von RTL 89.0 erreichten die für eine Einordnung als relevanter Wettbewerber im engeren Sinne erforderliche Anzahl an Kriterien.

„Jugendmagazin“, „Jugendradio“, „Jugend TV“, „Jugendfernsehen“. Die bereits beschriebenen Ausschlusskriterien fanden erneut Anwendung, allerdings mit Ausnahme des norddeutschen Bezugs. Hier wurde lediglich ergänzend definiert, dass keine regionalen Angebote erfasst werden, die sich thematisch auf Regionen oder Bundesländer fokussieren, die nicht zu den NDR Staatsvertragsländern gehören.

Auch für die überregionalen Online-Angebote wurde ein zweiter Rechschritt eingeführt, um zielgruppenorientierte Angebote ergänzend identifizieren zu können. Um die Nutzersicht aus der Internetrecherche noch zu unterstützen, sind Online-Angebote herangezogen worden., deren Nutzerstruktur sich zu mindestens 50% aus 14- bis 29-jährigen Internetnutzern zusammensetzt.<sup>61</sup>

Zudem in Betracht gezogen wurden Online-Angebote, die vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) als „Jugendwebsites“ geführt werden und die von überregionalen Tageszeitungen stammen, sowie Online-Angebote von Zeitschriften, die von der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) als aktive „Jugendzeitschriften“ gelistet werden. Da der Hörfunk in Deutschland im Wesentlichen auf Länderebene organisiert ist, war nicht davon auszugehen, dass aus den übrigen Bundesländern relevante Konkurrenzangebote für N-JOY XTRA hinzugekommen wären. Private und öffentlich-rechtliche Online-Angebote von Radioprogrammen wurden entsprechend nur dann näher betrachtet, wenn sie bereits über die Suchmaschinen-Recherche oder mittels Nutzungsdaten, also auf Grundlage der Nutzerperspektive, ermittelt werden konnten.

Auf Basis der beschriebenen Recherche lassen sich insgesamt 21 Onlineangebote identifizieren, die als Wettbewerber für N-JOY XTRA im weiteren Sinne angesehen werden können.<sup>62</sup> Die bereits dargestellten Priorisierungskriterien und inhaltlichen Dimensionen wurden in gleicher Weise eingesetzt, mit dem Unterschied, dass für die überregionalen Angebote der Landes- sowie der Regionalbezug ausgeklammert blieben.

Auf Grundlage der genannten Kriterien wurden aus dieser Gruppe insgesamt 18 relevante Wettbewerber von N-JOY XTRA für thematische Teilbereiche ermittelt, für die nur mittelbar regionale Bezüge bestehen.<sup>63</sup> Anhand des Medienbezugs bzw. ihres inhaltlichen Spektrums lassen sie sich folgenden Gruppen zuordnen:

- 4 Online-Angebote von (Online-)Radiosendern:  
*technobase.fm, mybigfm.de, dasding.de, fritz.de*
- 3 Online-Angebote von privaten Fernsehsendern:  
*viva.tv, mtv.de, prosieben.de*
- 1 Online-Angebot von Tageszeitungen:  
*jetzt.sueddeutsche.de*
- 6 Online-Angebote von Zeitschriften:  
*neon.de, yeaz.de, bravo.de, unicum.de, spiesser.de, spiegel.de/schulspiegel*

---

<sup>61</sup> Internet facts IV-2008, Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF), Unique User im Weitesten Nutzerkreis Online

<sup>62</sup> Überregionale Online-Angebote der Mediengruppe RTL sind nicht darunter, da weder die Internetrecherche noch die in den „Internet facts“ abgebildeten Strukturdaten den zugrunde gelegten Kriterien entsprechende Treffer geliefert haben.

<sup>63</sup> Wenn ein Onlineangebot mindestens sieben der zu Grunde gelegten neun Kriterien (diese entsprechen den im Abschnitt A.2 dieses Kapitels genannten elf Kriterien abzüglich der beiden hier nicht einschlägigen Kriterien „Landesbezug“ und „Regionalbezug“) erfüllt, wurde es in die weitere Betrachtung als relevanter Wettbewerber im engeren Sinne einbezogen.

- 4 Online-Angebote nicht-medienbezogener Anbieter:  
*netzcheckers.de, schekker.de, fluter.de, li-lak auf goethe.de*

#### 4. Qualitative Bewertungskriterien für den publizistischen Wettbewerb

Um die Frage nach der Bewertung von Qualität nachvollziehbar anhand konkreter Kriterien zu beantworten, wurden mehrere methodische Ansätze miteinander kombiniert und unterschiedliche Perspektiven berücksichtigt. Grundsätzlich sind dabei standardisierte **Inhaltsanalysen** und repräsentative **Nutzerbefragungen** zu unterscheiden. Inhaltsanalysen haben generell das Ziel, Inhalte und Aufbereitungsformen eines Angebotes nach definierten Kriterien zu erfassen. Dabei wird der Status Quo der Internetseiten zu einem bestimmten Stichtag dokumentiert und quantitativ analysiert. Entsprechend bleiben Inhaltsanalysen auf einer objektiven Ebene und können keinen Blick in die Zukunft werfen. Im Unterschied dazu geben die Ergebnisse einer Nutzerbefragung Aufschluss über Wahrnehmungen, Einstellungen und persönlichen Vorlieben, sie können auch Wünsche der Befragten für die Zukunft abbilden.

Um den für NDR Online relevanten Markt abzubilden, wurden bestimmte Kriterien für die Inhaltsanalyse festgelegt. Auf Basis dieser Analyse lässt sich die Rolle von NDR Online im norddeutschen Onlinemarkt analysieren und bewerten. Neben dem Dachportal ndr.de wurden zehn Teilangebote des NDR sowie alle 49 relevanten Wettbewerber in der **Inhaltsanalyse** erfasst.<sup>64</sup> Dafür wurden drei Ebenen untersucht:

- Einerseits wurde die **thematische Vielfalt** der Online-Angebote sowie ihre unterschiedlichen Profile bzw. Schnittmengen durch die Inhaltsanalyse sichtbar, hierbei wurden auch regionale Bezüge und spezifische Programmhinweise erfasst.
- Daneben wurde untersucht, wie tiefgehend der **Informationsgehalt** der Angebote ist, ob z.B. Hintergrundinformationen gegeben werden.
- Darüber hinaus wurden die Angebote hinsichtlich formaler **internet-spezifischer Qualitätskriterien** beschrieben, z.B. Gestaltung, Multimedialität, Trennung von Werbung und redaktionellem Content.

Zum anderen wurde in einer für Norddeutschland (ohne Bremen) online-repräsentativen Studie eine **Nutzerbefragung** durchgeführt. Ermittelt wurde, wie die Nutzer verschiedene Teile des NDR Online-Angebotes wahrnehmen und bewerten.<sup>65</sup> Die Untersuchung erfolgte für das Portal ndr.de sowie das Online-Angebot des NDR Fernsehen, den Themeneinstieg Nachrichten und für n-joy.de, das sich an eine jüngere Zielgruppe richtet. Die Befragten haben sich im Rahmen der Onlinebefragung das jeweilige Angebot auch angesehen und erst danach ihre Bewertung abgegeben. Dieser Ansatz ermöglicht es, den publizistischen Mehrwert und die Stellung des NDR Online-Angebotes aus Sicht der Nutzer zu betrachten. Insgesamt sind 16 Qualitätsdimensionen untersucht worden.

##### Journalistische Qualitätskriterien:

- Objektivität und Unabhängigkeit, Professionalität, Aktualität, Relevanz, Gebrauchswert, Vielfalt, Orientierung/Informationstiefe, Akzeptanz, Regionalität

##### Internet-spezifische Qualitätskriterien:

- Gestaltung, Multimedialität, Nutzerfreundlichkeit, Interaktivität & Innovation, Unterhaltsamkeit, Frei von kommerziellen Interessen, Auffindbarkeit

<sup>64</sup> Inhaltsanalyse NDR Online und Wettbewerb 2009

<sup>65</sup> Nutzerbefragung NDR Online 2009

Die Ergebnisse der beiden Studien sind direkt in die Bestimmung des Beitrags von NDR Online zum publizistischen Wettbewerb eingeflossen.

## **B. Bestimmung des Beitrags von NDR Online zum publizistischen Wettbewerb**

NDR Online macht mit seinen verschiedenen Zugängen zum NDR Telemedienangebot die staatsvertraglich beauftragte Vielfalt an Hörfunk-, Fernseh- und originären Online-Inhalten des NDR für mehr Menschen zugänglich. Durch seine zur orts- und zeitsouveränen Nutzung zur Verfügung gestellten Inhalte und die redaktionelle Auswahl an journalistisch hochwertigen Beiträgen und Hintergrundinformationen zu aktuellen politischen, wirtschaftlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Themen bietet NDR Online seinen Nutzern ebenso wie die NDR Hörfunk- und Fernsehangebote auch im Vergleich zu den publizistischen Wettbewerbern einen beträchtlichen publizistischen Mehrwert. Nicht vergessen werden darf dabei, dass die Konkurrenz verschiedener publizistischer Angebote um die Aufmerksamkeit der Nutzer ein zentrales Merkmal des publizistischen Wettbewerbs ist. Die gesellschaftlich gewünschte Vielfalt an Themen und Darstellungsformen entsteht gerade durch diese Konkurrenz verschiedener Angebote. Inhaltsanalyse und Nutzerbefragung belegen, dass NDR Online in diesem Wettbewerb eine positive, vielfaltsichernde Rolle spielt und dem gesellschaftlichen Bedürfnis nach öffentlich-rechtlichen Qualitätsinhalten im Internet entspricht.

Die Nutzerbefragung zeigt, dass NDR Online als sympathisches und gut gemachtes Angebot eingeschätzt wird. Die Befragten sehen das Portal vor allem als ein relevantes Angebot, das über alles Wichtige aus Norddeutschland informiert und gesellschaftlich bedeutsame Themen aufgreift. Letzteres meinen fast vier Fünftel der befragten Nutzer. Bei der Analyse der Beurteilung von Onlineangeboten durch die Nutzer fällt auf, dass die Befragten - unter der Voraussetzung, dass die Webseiten professionell und zeitgemäß gestaltet sind - journalistischen Kriterien eine weitaus größere Bedeutung beimessen als einzelnen internetspezifischen Kriterien wie etwa multimedialen Darstellungsformen oder Beteiligungsmöglichkeiten in Form von Kommentar- bzw. Chatfunktionen.

Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse zeigen, dass NDR Online gegenüber den als relevant eingestuften publizistischen Wettbewerbern ein klar abgrenzbares Profil aufweist. NDR Online unterscheidet sich deutlich von den publizistischen Wettbewerbern, lediglich in Teilbereichen sind einzelne Schnittmengen festzustellen. Der qualitative Beitrag von NDR Online zum publizistischen Wettbewerb wird im Folgenden entlang der wichtigsten Erkenntnisse von Inhaltsanalyse und Nutzerbefragung näher beschrieben und begründet.

### ***Publizistischer Mehrwert durch umfassende Berichterstattung aus Norddeutschland und den NDR Staatsvertragsländern***

Insbesondere der in der Inhaltsanalyse ausgewiesene ausgeprägte Fokus von NDR Online auf Norddeutschland und die NDR Staatsvertragsländer weisen auf einen wichtigen qualitativen Beitrag von NDR Online zum publizistischen Wettbewerb hin. Die Analyse belegt, dass bei NDR Online im Unterschied zu den publizistischen Wettbewerbern Landesthemen und Themen aus den norddeutschen Bundesländern im Vordergrund stehen. Mehr als die Hälfte der Beiträge unter NDR Online haben entsprechende Bezüge.

Obwohl sich die Onlineangebote regionaler Tageszeitungen auf Inhalte aus dem Bereich Information konzentrieren, berichten sie vor allem über lokale, nationale und internationale Ereignisse. Im Vordergrund stehen also Themen, die entweder eindeutig lokal begrenzt sind



oder von deutschland- bzw. weltweiter Bedeutung sind. Dazwischen angesiedelte Informationen, die sich auf die norddeutschen Bundesländer und auf Norddeutschland insgesamt beziehen, sind auf den Webseiten der Tageszeitungen dagegen eher selten zu finden. Insofern zeigt sich eine deutliche Abgrenzung zur eher landes- und norddeutschlandweiten Berichterstattung von NDR Online. Eine Schnittmenge zwischen den Onlineangeboten der Tageszeitungen und NDR Online besteht hingegen bei regionalen Ereignissen und bei Ratgeberthemen.

Auch die Onlineangebote der privaten Fernsehsender decken das Staatsvertragsgebiet des NDR nicht umfassend ab. So besteht für Mecklenburg-Vorpommern kein entsprechendes Angebot. Die Namen der Onlineauftritte der kommerziellen Fernsehsender (z.B. hannover.1730sat.1.de oder hamburg1.de) lassen zudem darauf schließen, dass ihre regionalen Onlineangebote einen großstädtischen Fokus aufweisen, was zu Lasten von Angeboten aus Regionen außerhalb der Ballungszentren gehen dürfte.

Gerade hinsichtlich der Berichterstattung aus den norddeutschen Ländern und Regionen ist der publizistische Beitrag von NDR Online für die Nutzer von großer Relevanz. Die Nutzerbefragung belegt, dass regionale Informationen von den Befragten als sehr wichtig eingeschätzt werden. Nachrichten aus Norddeutschland und der eigenen Region nehmen in der Selbsteinschätzung der Befragten einen insgesamt höheren Stellenwert ein als Themen wie Sport und Unterhaltung. Gleichwohl rufen die Befragten regionale Onlineangebote in der Regel nicht nur für aktuelle Nachrichten, sondern auch für Hinweise auf Veranstaltungen und für Unterhaltsames auf. NDR Online wird dabei von den Nutzern als regionales Angebot geschätzt, das von Menschen produziert wird, die sich in der Region gut auskennen.

### ***Qualitativer Beitrag durch seriöse und umfassende journalistische Information und Themenvielfalt***

NDR Online wird von den Nutzern als glaubwürdiges, informatives und vielfältiges Angebot für Norddeutschland gesehen. Die Befragten schätzen das Portal anhand inhaltlicher Qualitätskriterien besonders gut ein. Für die Befragten ist ndr.de informativ und bietet einen guten Überblick. Auch hinsichtlich der thematischen Vielfalt wird das Angebot als gut bewertet, ebenso in Bezug auf Programminformationen.

Bei den journalistischen Kriterien Objektivität und Unabhängigkeit schneidet vor allem das Nachrichtenangebot von NDR Online ausgesprochen positiv ab. Fast 80% der Befragten beurteilen das Nachrichtenangebot als unabhängig, jeweils über 90% bewerten es als sachlich und als vertrauenswürdig. Auch hinsichtlich einzelner Indikatoren zur Professionalität (Seriosität, Glaubwürdigkeit) und Aktualität ergeben sich hohe Werte im Nutzerurteil.<sup>66</sup>

Die Inhaltsanalyse belegt das große thematische Spektrum von NDR Online im Vergleich zu den publizistischen Wettbewerbern. Während sich z.B. die regionalen Tageszeitungen in ihren Onlineangeboten fast ausschließlich auf den Bereich Information konzentrieren, bezieht NDR Online zudem die Themenfelder Bildung, Kultur und Unterhaltung deutlich stärker in die Berichterstattung ein.

Auch die Ergebnisse des inhaltsanalytischen Vergleichs der NDR Online Hörfunkseiten mit denen der kommerziellen Radioanbieter unterstreichen den hohen Stellenwert, den journalistisch aufbereitete Informationen im NDR Telemedienangebot einnehmen. Hier sind deutliche Unterschiede zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Onlineangeboten zu erkennen. Die privaten Hörfunkanbieter sind stark auf unterhaltende Themen fokussiert, während die Onlineinhalte des NDR Hörfunks auch die Bereiche Kultur und Information

---

<sup>66</sup> Das Nachrichtenangebot von NDR Online wurde von Nachrichteninteressierten beurteilt, die gezielt auf die Seite [www.ndr.de/nachrichten](http://www.ndr.de/nachrichten) verlinkt wurden.

bedienen. Lediglich bei ndr2.de und n-joy.de zeigen sich Schnittmengen zu den Angeboten einzelner privater Hörfunksender. Allerdings sind diese NDR Webseiten innerhalb der Struktur mit dem Nachrichtenangebot des NDR sowie mit tagesschau.de vernetzt. Die Online-Angebote der privaten Hörfunksender sind zudem in weitaus größerem Ausmaß als die NDR Online Hörfunkseiten auf Musik, Gewinnspiele und Veranstaltungshinweise fokussiert. Informationen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft und Sport sind dagegen äußerst selten. Informationen in den Onlineangeboten privater Hörfunksender beziehen sich - soweit es sie überhaupt gibt - vor allem auf Veranstaltungshinweise und nicht auf Nachrichten etwa aus Politik, Wirtschaft und Sport im klassischen Sinn.

Die Analyse der Onlineangebote der Bundesländer zeigt, dass diese im Vergleich zur Themenvielfalt von NDR Online deutliche inhaltliche Beschränkungen aufweisen. Zwar bieten die Länderportale ebenso wie der NDR landesweite Informationen an, jedoch sind sie im Unterschied zum umfassenden thematischen NDR Angebot inhaltlich auf die Themen Freizeit, Tourismus und Verwaltung sowie Bürger-Service beschränkt. Zudem sind die Länderangebote überwiegend absenderorientiert und vergleichsweise wenig auf die Nutzererwartungen ausgerichtet. Einzige Ausnahme in dieser Hinsicht ist das moderne Stadtportal von hamburg.de.

### ***Publizistischer Nutzen durch umfangreiche Hintergrundinformationen und vertiefende Analysen***

Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse zeigen, dass NDR Online in stärkerem Maße als die publizistischen Wettbewerber tiefer gehende Inhalte anbietet. Die Textbeiträge sind im Schnitt relativ umfangreich. Kontext- und Hintergrundinformationen werden wesentlich häufiger als von den Wettbewerbern angeboten. Einordnende Beiträge wie z.B. Rezensionen sind ebenfalls häufiger bei NDR Online als auf anderen Portalen aufzufinden. Daher bietet NDR Online in größerem Maße als die publizistischen Wettbewerber Orientierungshilfen für die Nutzer und ermöglicht ihnen eine bessere Einordnung von aktuellen Informationen.

Die Inhaltsanalyse macht ebenfalls deutlich, dass die Inhalte von NDR Online sehr oft auf bestehende Sendungen verweisen. Fast zwei Drittel der Angebote zeigen Bezüge auf das lineare Programm auf und bieten für die Nutzer relevante vertiefende Informationen zu NDR Hörfunk- und Fernsehangeboten. Mit Blick auf den Markentransfer ins Netz und die Akzeptanz erreichte insbesondere der Onlineauftritt des NDR Fernsehens sehr hohe Werte.

Bei den Angeboten der regionalen Tageszeitungen stehen im Vergleich zu NDR Online Nachrichten und aktuelle Informationen im Vordergrund. Weiterführende Hintergrundinformationen und einordnende Beiträge sind verhältnismäßig selten. Dagegen arbeiten Tageszeitungen sehr häufig mit Bildergalerien, möglicherweise mit dem Ziel einer Klickzahlenoptimierung.

Die regionalen Angebote der privaten Fernsehanbieter bieten vor allem Plattformen für TV-Beiträge aus ihren werktäglichen Vorabendsendungen, den halbstündigen so genannten regionalen Fensterprogrammen. Damit ist das Angebot zumeist auf den Abruf bestehender Videos beschränkt und bietet kaum tiefer gehende Analysen oder Hintergrundinformationen. In der Regel werden die für das Fernsehen produzierten Beiträge ins Netz gestellt, ohne das zusätzliche Texte oder erläuternde Informationen für die Nutzer im Onlineangebot zur Verfügung gestellt werden. Kontext- und Hintergrundinformationen spielen also keine Rolle. Die Inhaltsanalyse zeigt, dass lediglich 2% der Beiträge kommerzieller Fernsehsender vertiefende Informationen umfassen. Beim privaten Hörfunk sieht das im Übrigen nicht viel anders aus: Der entsprechende Wert liegt hier bei 13% der Inhalte.

### ***Qualitativer Beitrag durch Unabhängigkeit von kommerziellen Interessen***

Das Telemedienangebot des NDR ist frei von Werbung und in umfassender Weise unabhängig von kommerziellen Interessen. Auch wenn diese Unabhängigkeit durch entsprechende gesetzliche Regelungen vorgesehen ist und ermöglicht wird, liegt hierin ohne Zweifel eine Stärke und ein publizistischer Mehrwert von NDR Online. Die Inhalte der kommerziellen Wettbewerber sind demgegenüber von Werbebotschaften z.B. in Form von Banner-Anzeigen oder Videowerbung begleitet, teilweise finden sich auch werblich anmutende Links, die nicht explizit als Werbung gekennzeichnet sind.

Hinzu kommen bei den kommerziellen Wettbewerber zahlreiche Gewinnspiele und Mitmach-Aktionen, die insbesondere auf den Onlineseiten der privaten Hörfunksender einen beträchtlichen Raum einnehmen. Dabei wird in den Gewinnspielen der privaten Hörfunksender häufig auf kommerzielle Partner verwiesen. Es ist zu vermuten, dass die - für kommerzielle Anbieter notwendige - Finanzierung von Telemedien durch werbliche Angebote und das damit zumindest in Teilbereichen verbundene Ausloten von medienrechtlichen Grenzen die Produktion und Platzierung publizistischer Inhalte nicht unberührt lässt.

Nicht vergessen werden darf zudem, dass die Onlineinhalte von Tageszeitungen überwiegend nicht komplett kostenfrei abrufbar sind. Zumindest als Premium-Content zur Verfügung gestellte Inhalte sind für die Nutzer teilweise entgeltpflichtig.

### ***Zusammenfassende Bewertung***

NDR Online berichtet - das belegen Inhaltsanalyse und Nutzerbefragung eindeutig - intensiv und tiefgehend über die einzelnen norddeutschen Bundesländer und Norddeutschland insgesamt. Damit unterscheidet sich NDR Online klar von seinen publizistischen Wettbewerbern und leistet einen wichtigen qualitativen Beitrag zum Wettbewerb und zur inhaltlichen Vielfalt der Medienangebote in Norddeutschland.

Auch hinsichtlich der umfassenden journalistischen Information, der Themenvielfalt und der besonderen Bedeutung kultureller Beiträge leistet NDR Online einen wesentlichen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb.

Im Vergleich zu den publizistischen Wettbewerbern bietet NDR Online deutlich mehr an Hintergrundinformationen und vertiefender Analyse. Damit leistet das NDR Telemedienangebot einen nachdrücklichen qualitativen Beitrag zum Wettbewerb und gibt seinen Nutzern wertvolle Orientierungshilfen, die die publizistischen Wettbewerber in diesem Umfang nicht zur Verfügung stellen können oder wollen.

Schließlich leistet NDR Online durch seine umfassende Unabhängigkeit von kommerziellen Interessen einen qualitativen Beitrag zur publizistischen Versorgung der Bevölkerung, der den publizistischen Wettbewerbern nicht in vergleichbarer Weise möglich ist.

## **C. Publizistische Wettbewerbssituation für N-JOY XTRA**

Aufgrund der unterschiedlichen Zielgruppe hat der NDR die publizistische Wettbewerbssituation von N-JOY XTRA gesondert betrachtet. Die Recherche der Wettbewerbssituation von N-JOY Online hat ergeben, dass es nur verhältnismäßig wenige relevante publizistische Wettbewerber mit einer regionalen Ausrichtung in diesem Segment gibt. Lediglich zehn Angebote konnten identifiziert werden. Die ermittelten Wettbewerbsangebote sind inhaltlich und hinsichtlich der internetspezifischen Gestaltung zudem sehr heterogen. Sowohl bei den regionalen als auch bei

den überregionalen Wettbewerbern ist die entsprechende Bandbreite der verschiedenen Angebote groß.

Die Onlineangebote regional ausgerichteter privater Hörfunksender konzentrieren sich wie bereits beschrieben auf unterhaltende Themen und bieten nur sehr wenige Hintergrundinformationen zu jugendrelevanten Themen. Allerdings ist die Palette an unterhaltenden Themen und Beiträgen bei diesen Angeboten relativ umfangreich. Die Onlineauftritte für junge Nutzer der regionalen Tageszeitungen hingegen weisen in der Regel schon quantitativ ein vergleichsweise überschaubares Angebot auf und bieten kaum interaktive Elemente. Der Jugendserver Hamburg ist deutlich auf Serviceangebote und Veranstaltungshinweise nicht zuletzt für Schüler fokussiert. Einen umfassenden Überblick über das Geschehen in Norddeutschland bietet keiner der publizistischen Wettbewerber.

Der letztgenannte Befund gilt nahe liegender Weise auch für die identifizierten 18 überregionalen Angebote, die als relevante Wettbewerber von N-JOY XTRA in Teilbereichen angesehen werden können. Ihre Angebote beinhalten schon systematisch keine vertiefenden Informationen über Ereignisse in Norddeutschland. Abgesehen von diesem gemeinsamen Nenner sind die untersuchten Internetseiten inhaltlich ausgesprochen unterschiedlich. Die beiden öffentlich-rechtlichen Internetangebote von DasDing und Fritz bieten im Vergleich zu den privaten Anbietern ein breites Themenspektrum auch mit Inhalten abseits vom Mainstream.

Bei den Portalen für Schüler und Studenten wie z.B. SchulSPIEGEL und Unicum dominieren Schul- und Ausbildungsthemen. Diese sind in der Regel journalistisch anspruchsvoll aufbereitet, haben aber nur eine ausgesprochen geringe Schnittmenge mit der geplanten umfassenden Berichterstattung von N-JOY XTRA. Gleiches gilt für die kommerziellen Musikangebote wie etwa die Internetauftritte von MTV oder bigfm Radio, die einen eindeutigen Schwerpunkt auf Musikthemen mit umfangreichen Bildergalerien und Animationen legen. Die ebenfalls näher betrachteten Internetauftritte von ProSieben und Bravo haben jeweils einen starken Bezug zu Fernseh- bzw. Zeitschriftenangeboten: Der Auftritt von ProSieben ist sehr unterhaltungsbetont und konzentriert sich auf die Begleitung entsprechender erfolgreicher Fernsehformate des Senders; das Internetangebot von Bravo setzt vor allem auf Ratgeber-Themen für eine sehr junge Zielgruppe. Auch hier sind die Überschneidungen mit dem geplanten Angebot von N-JOY XTRA eher gering.

Die Internetangebote der Süddeutschen Zeitung für ein junges Publikum (jetzt) sowie von NEON beschäftigen sich intensiv mit der Lebenswelt und dem Alltag junger Erwachsener. Sie zeichnen sich durch ein hohes Maß an Interaktivität und Einbindung der Nutzer aus. Im Unterschied zum geplanten Angebot von N-JOY XTRA sind sie aber überwiegend überregional ausgerichtet und bieten zudem keine Videoinhalte. Als mögliche Wettbewerber von N-JOY XTRA kommen zudem Jugendangebote mit semiprofessioneller Anmutung wie etwa TechnoBase.FM in Betracht. Diese Angebote lassen jedoch nicht erkennen, dass sie journalistisch gestaltet sind und sind daher eher als Community-Angebote zu beschreiben, deren Mitglieder sich ohne redaktionelle Begleitung austauschen. Allein aus diesem Grund ist eine publizistische Wettbewerbssituation zu N-JOY XTRA nicht festzustellen.

Schließlich sind noch Internetangebote öffentlicher bzw. politischer Institutionen wie etwa der Bundeszentrale für politische Bildung, der Bundesregierung oder des Goethe-Instituts zu erwähnen. Diese behandeln vor allem politische und gesellschaftliche Themen, sind aber mit dem geplanten Angebot von N-JOY XTRA schon wegen ihrer stark eingeschränkten Aktualität kaum zu vergleichen. Auch hier ist nicht von einer publizistischen Wettbewerbssituation im engeren Sinne auszugehen.

In dem beschriebenen Wettbewerbsumfeld wird das neue Teilangebot N-JOY XTRA mit kompakten Informationen, Wissensformaten, musikjournalistischen und unterhaltenden Inhalten, Hintergrund- sowie Serviceinformationen vor allem zu den Themen Internet, Mediennutzung und Telekommunikation einen wichtigen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb leisten. Nicht vergessen werden darf die ausgeprägte regionale Komponente von N-JOY XTRA, der angesichts nur sehr weniger relevanter Wettbewerber im Jugendsegment eine besondere Bedeutung zukommt. N-JOY XTRA kann und will mit publizistischen Mitteln auch zu einer stärkeren Bindung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen an ihre Region beitragen. Dieses leisten die in Augenschein genommenen potentiellen Wettbewerber kaum.

Durch die Verlinkung auf Nachrichtenangebote von NDR und ARD-Online wird N-JOY XTRA zudem dazu beitragen, junge Nutzer wieder stärker für politische, wirtschaftliche und kulturelle Themen insbesondere aus Norddeutschland zu gewinnen. Mit Blick auf das kommunikative Bedürfnis gerade auch bei jungen Nutzern nach seriöser Information mit regionalen Bezügen und zielgruppengruppen- und mediengerechter Ansprache ist N-JOY XTRA ein gesellschaftlich relevantes Projekt, das einer auftragsgemäßen, an den Erwartungshaltungen junger Nutzer orientierten inhaltlichen und formalen Weiterentwicklung des NDR Telemedienangebots dient.

## **D. Wettbewerbssituation für den NDR Text**

Jeder Fernseh-Sender auf dem deutschen Markt bietet seinen eigenen Teletext an. Das publizistische Profil der Texte unterscheidet sich dabei je nach Zielgruppe, inhaltlicher Ausrichtung und kommerziellem Interesse des Anbieters.

Wird der Text als Teil einer kommerziellen Wertungskette gesehen, dann wird er als Plattform für die Generierung von Einkünften über Werbung und Mehrwertdienste genutzt (Werbung für kostenpflichtige Telefonnummern oder Abbilden von User-Generated-Content/SMS Chat). Da dies für die Teletexte der öffentlich-rechtlichen Sender keine Option ist, gibt es keine Konkurrenz zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Teletextanbietern auf diesem Feld.

Der Schwerpunkt des NDR Text liegt - ebenso wie bei den Teletextangeboten anderer dritter Fernsehprogramme - auf regionalen Informationen. Vor diesem Hintergrund können die bundesweit ausgerichteten Teletexte lediglich als publizistische Wettbewerber in Teilbereichen für den NDR Text angesehen werden:

Die Teletexte von ARD, ZDF, RTL, SAT 1, Pro 7, n-tv und N24 bieten ein „Vollprogramm“ mit umfassenden Nachrichten, Programm- und Serviceinformationen an. Weiter eingeschränkten publizistischen Wettbewerb gibt es mit den Texten von RTL II, Super RTL, Vox, Kabel 1. Diese Texte bieten ein weniger umfangreiches Nachrichtenangebot an.

Die Texte von DSF und Eurosport sind im publizistischen Wettbewerb als Konkurrenten im Bereich Sport anzusehen, allerdings auch hier mit dem Fokus auf sportliche Ereignisse von bundesweiter Bedeutung. Entsprechend ihrer Ausrichtung als Spartenprogramme bedienen auch die Textangebote von Nick, KI.KA, Viva, MTV sowie Arte, PHOENIX, 3 Sat spezielle Zielgruppen.

Als einziger regionaler Wettbewerber wäre der Teletext von Hamburg<sup>1</sup> anzusehen, der sich allerdings ausschließlich auf den Raum Hamburg bezieht. Der Teletext weist zwar eine ähnliche Gliederungsstruktur auf, ist in der inhaltlichen Tiefe der redaktionellen Berichterstattung aber stark eingeschränkt. Auch die programmbezogenen Informationen weisen lediglich allgemeine Beschreibungen der Sendplätze auf.

An das Sendegebiet des NDR Fernsehen grenzen die Angebote von vier anderen Landesrundfunkanstalten an, dies sind die Teletexte von WDR, hr, MDR und rbb, die ggf. in regionalen Randzonen thematische Überschneidungen aufweisen.

Mit dem Schwerpunkt auf die Berichterstattung über das aktuelle Geschehen in den vier NDR Staatsvertragsländern (und Bremen), Programminformationen zum NDR Fernsehen und Serviceinformationen für den ganzen Norden hat der NDR Text ein klares Alleinstellungsmerkmal. Vor diesem Hintergrund gibt es keinen unmittelbaren Wettbewerber.

## IV. FINANZIELLER AUFWAND

Die im Folgenden genannten Beträge umfassen alle Aufwendungen, die dem Telemedienangebot des NDR verursachungsgerecht zugeordnet werden können. Dabei handelt es sich um eine vollständige Erfassung der im Zusammenhang mit dem Telemedienangebot anfallenden Personal-, Programm- und Sachaufwendungen sowie der Verbreitungskosten.

Die Telemedienkosten werden gemäß einer von den Landesrundfunkanstalten der ARD, dem ZDF und dem Deutschlandradio erarbeiteten sowie mit der KEF besprochenen Methodik erhoben. Damit ist eine Vergleichbarkeit der Kostendarstellung gewährleistet. Es werden in den Telemedienkosten auch anteilige Kosten im Bereich der Redaktionen, in der IT und in der Programmverbreitung berücksichtigt, wobei zum Teil sachgerechte Schätzungen vorgenommen werden. Mit dieser differenzierten Kostenerhebung ist eine Nachprüfung des Finanzbedarfs durch die KEF gewährleistet. Zur Vermeidung von Missverständnissen bei der Einordnung der Beträge ist allerdings ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass es sich hierbei um eine neue, gegenüber dem letzten KEF-Bericht deutlich erweiterte Systematik handelt und daher die Beträge nicht mehr mit den bisherigen Zahlen in KEF-Berichten vergleichbar sind.

### A. Finanzieller Aufwand für NDR Online

Der finanzielle Aufwand für das Telemedienangebot NDR Online wird im Jahr 2009 insgesamt 7,48 Mio. € betragen. Dieser Aufwand setzt sich zusammen aus Personal- und Honoraraufwendungen in Höhe von 4,80 Mio. €, Sachaufwendungen (inkl. Rechtenkosten und Onlinezuschläge) in Höhe von 2,01 Mio. €, Verbreitungskosten in Höhe von 0,41 Mio. € sowie Abschreibungen in Höhe von 0,26 Mio. €. Im Jahr 2010 wird es – vorbehaltlich der Zustimmung der Gremien im Drei-Stufen-Test-Verfahren sowie im Rahmen der Wirtschaftsplanberatungen – aufgrund der vorgesehenen redaktionellen Weiterentwicklung des Telemedienangebotes zu einer Aufwandssteigerung gegenüber dem Vorjahr kommen, so dass im Jahr 2010 mit einem Aufwand von 8,81 Mio. € gerechnet wird.<sup>64</sup> Darin enthalten sind Personal- und Honoraraufwendungen in Höhe von 5,54 Mio. €, Sachaufwendungen (inkl. Rechtenkosten und Onlinezuschläge) in Höhe von 2,23 Mio. €, Verbreitungskosten in Höhe von 0,63 Mio. € sowie Abschreibungen in Höhe von 0,41 Mio. €. In den Folgejahren ist für NDR Online ein leicht steigender Aufwand aufgrund allgemeiner Preis- und Tarifsteigerungen sowie der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Angebots und der Berichterstattung von Großereignissen zu erwarten. Für die Jahre 2009 bis 2012 wird mit einem Aufwand von durchschnittlich 8,81 Mio. € p. a. gerechnet.

Die Finanzierung von NDR Online erfolgt für die Jahre 2009 bis 2012 im Rahmen der Mittelfristigen Finanzplanung. Die redaktionelle Weiterentwicklung wird durch Umschichtungen finanziert. Es entsteht kein zusätzlicher Finanzbedarf.

### B. Finanzieller Aufwand für N-JOY XTRA

Der finanzielle Aufwand für N-JOY XTRA wird im Jahr 2010 insgesamt 0,59 Mio. € betragen. Dieser Aufwand setzt sich zusammen aus Personal- und Honoraraufwendungen in Höhe von 0,46 Mio. €, Sachaufwendungen (inkl. Rechtenkosten und Onlinezuschläge) in Höhe von 0,08 Mio. €, Verbreitungskosten in Höhe von 0,03 Mio. € sowie Abschreibungen in Höhe von 0,02 Mio. €. In den Folgejahren ist mit einem leicht steigenden Aufwand aufgrund allgemeiner Preis- und Tarifsteigerungen sowie der Weiterentwicklung des

---

<sup>64</sup> Die Aufwendungen für N-JOY XTRA sind in diesem Abschnitt nicht enthalten. Sie werden separat ausgewiesen.

Angebots zu rechnen. Für die Jahre 2010 bis 2012 sind Aufwendungen von durchschnittlich 0,61 Mio. € p. a. geplant.

Die Finanzierung des Angebotes erfolgt für die Jahre 2010 bis 2012 durch Umschichtungen. Es entsteht kein zusätzlicher Finanzbedarf.

### **C. Finanzieller Aufwand für den NDR Text**

Der finanzielle Aufwand für den NDR Text (inkl. Untertitelung, Audiodeskription, EPG etc.) wird im Jahr 2009 insgesamt 1,67 Mio. € betragen. Dieser Aufwand setzt sich zusammen aus Personal- und Honoraraufwendungen in Höhe von 1,15 Mio. €, Sachaufwendungen in Höhe von 0,43 Mio. € sowie Abschreibungen in Höhe von 0,09 Mio. €. 2010 wird mit einem Aufwand von 1,78 Mio. € gerechnet. Darin enthalten sind Personal- und Honoraraufwendungen in Höhe von 1,18 Mio. €, Sachaufwendungen in Höhe von 0,43 Mio. € sowie Abschreibungen in Höhe von 0,17 Mio. €. Verbreitungskosten fallen für den NDR Text nicht an, da das Videotext-Signal in den Austastlücken des Fernsehsignals mit gesendet wird. In den Folgejahren ist mit leicht steigendem Aufwand aufgrund allgemeiner Preis- und Tarifsteigerungen sowie der Weiterentwicklung des Angebots zu rechnen. Für die Jahre 2009 bis 2012 sind für den NDR Text Aufwendungen von durchschnittlich 1,80 Mio. € p. a. geplant.

Die Finanzierung des NDR Textes erfolgt für die Jahre 2009 bis 2012 im Rahmen der Mittelfristigen Finanzplanung. Es entsteht kein zusätzlicher Finanzbedarf.



## **GLOSSAR**

### **AGOF**

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V.: Zusammenschluss von Onlinevermarktern zur Messung der Reichweiten von Online-Angeboten im Medium Internet; gegründet 2002. Die Reichweiten-Messung basiert auf dem so genannten „Drei-Säulen-Modell“ (Messung der Seitenaufrufe, OnSite-Befragungen, Telefonbefragungen). Ausgewiesen werden derzeit nur kommerzielle Angebote. Die Ergebnisse der Studien („internet facts“) werden vierteljährlich aktualisiert und sind auf der Homepage des Vereins einsehbar.

### **ARD/ZDF-Onlinestudie**

Die ARD/ZDF-Onlinestudie wird seit 1997 jährlich, jeweils im zweiten Quartal durchgeführt. Sie ist damit die einzige bevölkerungsrepräsentative Langzeitstudie zur Internetnutzung in Deutschland.

### **Banner**

Optisch auffällige Grafik, die mit einem Link verknüpft ist, so dass ein Klick auf das Banner eine bestimmte Zielseite aufruft. Kann als Werbeform, aber auch zur redaktionellen Verlinkung eingesetzt werden.

### **Barrierefreiheit**

Konzeption und Gestaltung von Gegenständen, Einrichtungen und Medien (hier: Internetseiten) in einer solchen Weise, dass sie von jedem Menschen unabhängig von einer eventuell vorhandenen Behinderung oder Schwäche uneingeschränkt benutzt werden können.

### **Bildergalerie**

Folge thematisch zusammenhängender Bilder (Fotos, Grafiken), in der Regel mit Bildunterschriften, die per Mausclick durchgeblättert werden können oder zeitgesteuert wechseln. Werden die Einzelbilder mit passenden Audios kombiniert, entsteht eine vertonte Bildergalerie.

### **BITV**

Abkürzung für „Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung“. Durch die Umsetzung der BITV soll der Zugang zu Internetangeboten für behinderte Menschen eröffnet oder erleichtert werden.

### **Blog**

Auch: Weblog (Wortkreuzung aus engl. World Wide Web und Log für Logbuch) ist ein auf einer Website geführtes und damit öffentlich einsehbares Tagebuch oder Journal, in der Regel mit einer Kommentierungsmöglichkeit für Leser.

### **Chart-Show**

Spezielles Inhaltselement in Börsenangeboten. Bildergalerie mit Wertpapiercharts, die nicht einmal erstellt, sondern jeweils aktuell vom Server des Kurslieferanten abgerufen werden

### **Chat**

Applikation, die elektronische Kommunikation (i.d.R. Austausch von Textzeilen) in Echtzeit ermöglicht. Bilaterales Chatten ist ebenso möglich wie Kommunikation in Gruppen (Chatrooms). Chats können unmoderiert sein, dann erscheint jede Eingabe ungefiltert bei allen Teilnehmern, oder moderiert, dann müssen Eingaben durch einen Moderator freigegeben werden. Letzteres ist meist bei sog. Expertenchats der Fall.

### **Clip**

I. d. R. kurzes Video bzw. Audio (max. einige Minuten), oft ein Teil eines längeren Beitrags oder einer Sendung.

### **Community**

(engl. Gemeinschaft); technische Plattform für eine Gruppe von Menschen, die sich im Internet begegnen und austauschen, meist auf speziell dafür eingerichteten Seiten. Communities integrieren Instrumente wie E-Mail, Chat, Instant-Messenger und Foren, aber auch Uploadmöglichkeiten für persönlichen Content (Fotos, Audios, Videos).

### **Dossier**

Auch: Special. Eine Zusammenstellung von Internet-Beiträgen verschiedener Formate und Genres. Widmet sich einem Thema, das absehbar längere Zeit von Interesse für die Zielgruppe sein wird (Bsp.: „Klima“), oder einem besonderen Anlass bzw. Ereignis. In einem Dossier oder Special werden eigens erstellte, neue Beiträge ebenso angeboten wie bestehende Beiträge, Sammlungen und Schwerpunkte aus anderen Rubriken oder anderen Angeboten. Es geht in der Regel anlassbezogen online und wird für einen definierten Zeitraum aktualisiert, aber nicht dauerhaft in die Struktur eingebunden (Abgrenzung zu Rubrik). Nach dem Ende der Aktualisierung kann ein Dossier oder Special als Teil eines Archivs weiterhin zur Nutzung und Recherche vorgehalten werden.

### **Download**

(engl.: Herunterladen); Übertragung von Daten von einem Computer (Server) in einem Netzwerk oder im Internet zum eigenen Computer (Client). Herunterladen oder ein Download ist somit das Gegenstück zum Hochladen bzw. einem Upload. Der Download von A/V-Inhalten ist abzugrenzen vom Streaming.

### **EPG (Electronic Program Guide)**

Elektronischer Programmführer, der Suche und Auswahl von Fernsehangeboten erleichtert.

### **Flash**

(engl. Blitz); Technologie des Herstellers Adobe für die Erstellung und die Nutzung von multimedialen Inhalten (Filme, Animationen). Wird auf sehr vielen Internetseiten für verschiedene Zwecke eingesetzt.

### **Forum**

Auch Diskussionsforum oder Board. Ein virtueller Platz für Austausch und Archivierung von Gedanken, Meinungen und Erfahrungen. Die Kommunikation findet dabei asynchron, das heißt nicht in Echtzeit, statt. Sie ist in Threads, d.h. Diskussionssträngen organisiert, die sich verzweigen können. Foreneinträge erstellen und Threads eröffnen dürfen meist nur angemeldete Nutzer.

### **Homepage**

Synonym für Startseite, wird in der Praxis allerdings meist für eher kleinere Internetauftritte verwendet. Innerhalb komplexer Online-Angebote werden auch Übersichts- oder Startseiten von inhaltlich oder funktional miteinander verbundenen Teilangeboten als Homepages bezeichnet.

### **InfOnline**

Ausgründung aus der IVW; erhebt über das Skalierbare Zentrale Messverfahren (SZM) die Nutzung von Websites im deutschsprachigen Raum. Das Messverfahren wird sowohl bei kommerziellen als auch nicht-kommerziellen Webangeboten eingesetzt. Mit ihm werden über die Abrufe von Zähl-Pixeln die Zahl der Page-Impressions (PI) und Visits von Web-Angeboten ermittelt.

### **IVW**

Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V; ermittelt, publiziert und kontrolliert die Auflagenhöhe von Zeitungen, Zeitschriften und weiteren periodisch erscheinenden Presseerzeugnissen. Im Bereich der Online-Medien stellt die IVW über

die INFOnline GmbH die Gesamtanzahl der Page-Impressions (PI) und Visits von Web-Angeboten fest.

### **Klick**

Aktivieren eines Hyperlinks bzw. eines Banners mit darauf folgendem Sprung auf die entsprechende Website. Wird auch synonym verwendet für Seitenabruf oder Page-Impression (PI).

### **Link**

Querverweis innerhalb oder zwischen Internetseiten. Durch Klick auf einen Link ruft der Nutzer die Zielseite bzw. Zielstelle auf, mit der der Link verknüpft ist.

### **Loopstream**

Endlosschleife für A/V-Inhalte. Beim Aufruf gelangt man in der Regel nicht an den Anfang des Inhalts, sondern an einen zufällig ausgespielten Punkt auf der Zeitleiste. Wird auch mit Near On Demand bezeichnet.

### **Navigation**

Benutzerführung in Internet-Angeboten. Bezeichnet im engeren Sinne eine grafische und textliche Struktur, die eine Reihe von Links zu Rubriken oder thematischen Übersichtsseiten enthält.

### **On Demand**

(engl. auf Abruf); Beschreibt Angebote, die nicht wie klassischer Rundfunk einem vom Sender vorgegebenen Zeitschema (Sendeablauf) folgen, sondern auf individuelle Anforderung der Nutzer hin ausgeliefert werden.

### **On Demand-Streaming**

Streaming von Audio- und Videobeiträgen bzw. ganzen Werken oder Sendungen auf Abruf. Der Nutzer kann den Stream starten und stoppen sowie beliebig oft innerhalb des Streams springen.

### **Online-Befragung**

Internetbasierte Befragungsmethode in der empirischen Sozial-, Markt- und Meinungsforschung. Im Gegensatz zu einem gedruckten Fragebogen wird ein Online-Fragebogen im Internet-Browser ausgefüllt.

### **On-Site-Befragung**

Spezielle Form der Online-Befragung; Zielpersonen, die einen Online-Fragebogen z.B. im Rahmen eines Website-Tests bearbeiten sollen, werden direkt auf der Internetseite des Auftraggebers rekrutiert.

### **PI (Page-Impression)**

Abruf einer Einzelseite innerhalb einer Website. Eine exakte Definition wurde durch die IVW festgelegt. Eine Page-Impression bezeichnet demnach den Aufruf einer kompletten Seite mit allen eingebundenen Elementen. Gezählt werden nur von Nutzern aktiv aufgerufene Seiten, also keine künstlich erzeugten Seitenabrufe bzw. durch die automatische Aktualisierung der Seite generierte Abrufe.

### **Plugin**

Siehe Widget.

### **Podcasting**

Kunstwort, zusammengesetzt aus dem Namen des MP3-Players iPod und dem englischen Begriff für Rundfunk, Broadcasting. Rundfunk- und andere multimediale Inhalte werden als Episoden einer Reihe (Podcast) als Audio- oder Videodateien so über das Internet verbreitet, dass sie auf dem PC genutzt, aber auch auf kleine mobile Abspielgeräte kopiert werden und so jederzeit und

überall abgehört bzw. angeschaut werden können. Die Dateien werden dabei möglichst klein gehalten, also in reduzierter Form in Dateiformaten wie MP3 (Audio) oder MP4 (Video) abgespeichert. Podcasts lassen sich per RSS-Feed kostenfrei abonnieren und eine spezielle Software - der so genannte Podcatcher - sorgt für die ständige Aktualisierung auf dem PC.

### ***Rich Media***

Sammelbegriff für Inhalte, die optisch und akustisch beispielsweise durch Videos, Audios oder Animationen angereichert werden und damit über reine Text/Bild-Angebote hinausgehen.

### ***RSS Feed***

RSS (Really Simple Syndication, etwa: wirklich einfache Zusammenführung) ist ein Service auf Webseiten, der ähnlich einem Nachrichtenticker die Überschriften mit einem kurzen Textanriss und einen Link zur Originalseite enthält. Die Bereitstellung von Daten im RSS-Format bezeichnet man auch als RSS-Feed (engl. to feed – im Sinne von versorgen, einspeisen, zuführen). Er liefert dem Leser, wenn er einmal abonniert wurde, automatisch neue Einträge. Es handelt sich um ein Pull-Verfahren, der Client sendet also in regelmäßigen Abständen Anfragen zur Aktualisierung des RSS-Feed an den Server.

### ***Rubrik***

Auf Dauer angelegte, in der Regel thematische Struktureinheit unterhalb der Gesamtebene eines Angebots. Beispiel: „Nachrichten“, „Regional“, „Sport“.

### ***Server***

Computer oder Computerprogramm, das nach dem Client-Server-Modell mit anderen Programmen (den Clients) kommuniziert, um ihnen Zugang zu speziellen Dienstleistungen zu verschaffen. Server werden bspw. eingesetzt, um Inhalte im Internet zur Verfügung zu stellen (Webserver). Die Bezeichnungen Server und Client können sich je nach Kontext auf Hard- oder Software beziehen.

### ***Startseite***

(auch Homepage), Webseite, die automatisch geöffnet wird, wenn der Nutzer den URL eines Angebots aufruft. Gibt in der Regel einen möglichst breiten Überblick über das Gesamtangebot, und zwar einerseits über eine Navigation und andererseits über einzelne Teaser, die direkt auf Beiträge, Rubriken, Dossiers usw. verweisen.

### ***Streaming***

Verbreitung von Inhalten, die als kontinuierlicher Datenstrom aus dem Internet empfangen werden können, ohne dass diese heruntergeladen (d. h. zum Wiederaufrufen gespeichert) werden müssen.

### ***URL (Uniform Resource Locator)***

Zeichenfolge, mit der eine Ressource in Netzwerken identifiziert und lokalisiert werden kann. Umgangssprachlich synonym mit Internetadresse verwendet. Beispiel für einen URL: „http://www.ndr.de“.

### ***Usability***

Benutzerfreundlichkeit, die ein System einem Nutzer bietet, um festgelegte Ziele effizient und zufrieden stellend zu erreichen. Bei Internet-Auftritten insbesondere die gute Bedienbarkeit und Ästhetik des Angebots usw.

### ***Usability-Test***

Überprüfung der Usability von Online-Angeboten oder entsprechender Prototypen. Die zu testenden Angebote werden ausgewählten Testpersonen zur Bewertung vorgelegt und diese dabei beobachtet und befragt. Zielsetzung des Usability-Tests ist es, ein für verschiedene Benutzergruppen optimiertes Produkt zu entwerfen.

### **User Generated Content**

User Generated Content (auch als UGC abgekürzt oder als User Driven Content bezeichnet) steht für Inhalte, die nicht vom Anbieter eines Webangebots, sondern von dessen Nutzern erstellt werden. Beispiele sind Kommentarfunktionen in Blogs, in Foren oder Videoportalen wie YouTube.

### **Video on Demand**

Video auf Abruf. Service, der es Teilnehmern ermöglicht, zu jeder beliebigen Zeit einen Videofilm aus einer vorhandenen Auswahl abzurufen und abzuspielen. Unterschieden wird zwischen On-demand-Streaming (kein Download, also keine Speichermöglichkeit beim Nutzer), Near On-demand-Streaming (Schleife oder Karussell, siehe Loopstream), Download (Speichermöglichkeit) und Podcast (Download mit Abonnementfunktion).

### **Visit**

(engl. Besuch); Aufruf einer oder mehrerer Seiten eines Internet-Angebots von einem Computer aus innerhalb eines definierten Zeitraums. Bewegt sich der entsprechende Nutzer innerhalb des Angebots, generiert also mehrere Seitenabrufe hintereinander, so wird dies als einzelner zusammenhängender Nutzungsvorgang betrachtet, den man Visit nennt. Verlässt er das Angebot und/oder generiert über einen längeren Zeitraum keine Seitenabrufe mehr, gilt der Besuch als beendet.

### **Web 2.0**

Schlagwort für eine Reihe jüngerer Trends und Entwicklungen im Internet, beispielsweise interaktive Plattformen, breitbandige Internetverbindungen und offene Programmierschnittstellen. Im engeren Sinne ein Oberbegriff für Technologien, die es jedermann ermöglichen, sich mit eigenen Beiträgen an Internetangeboten zu beteiligen.

### **Weblog**

Siehe Blog.

### **Webseite**

Auch kurz „Site“ (engl.: „Ort“); bezeichnet einen kompletten Internetauftritt.

### **Web-TV**

Auch: Internet-TV. Übertragung (Streaming) von breitbandigen Inhalten wie Fernsehprogrammen und Filmen über das offene Internet. Der Zugang erfolgt über den normalen Internet-Anschluss und zielt i. d. R. auf Computermonitore als Endgeräte. Web-TV unterscheidet sich von IPTV insbesondere durch die fehlende Unterstützung einer technischen Qualitätsgarantie (Quality of Service), die im TV- oder abgeschlossenen IPTV-Bereich vom Anbieter gewährleistet werden kann.

### **Widget**

Kleines Computerprogramm, das nicht als eigenständige Anwendung betrieben, sondern in eine grafische Benutzeroberfläche oder Webseite eingebunden wird. Je nach Umgebung werden Widgets auch als Gadgets oder Plugins bezeichnet. Plugins sind meist auf ein konkretes Programm zugeschnitten. Widgets können nicht als eigenständige Anwendungsprogramme im Rahmen eines Betriebssystems betrieben werden, sondern benötigen eine Umgebung, die dem Widget über eine Programmierschnittstelle Grundfunktionen und Ressourcen bereitstellt und seine Möglichkeiten beschränkt. Programme, die speziell dem Betrieb von Widgets dienen, werden als Widget-Engines bezeichnet.