

# **Telemedienkonzept des Norddeutschen Rundfunks**

## **Dreistufentest**

### **Angebotsbeschreibung für**

## **NDR Online: Niedersachsen Regional**

# Inhaltsverzeichnis

	<b>Seite</b>
<b>VORBEMERKUNG</b>	3
<b>A. ANGEBOTSBESCHREIBUNG</b>	4
I. Zielgruppe	4
II. Inhalt und publizistische Ausrichtung	4
III. Angebotsformen, Darstellung, Interaktivität	6
IV. Verweildauerkonzept	7
V. Dauer des Angebots	7
<b>B. BEITRAG ZUR ERFÜLLUNG DER DEMOKRATISCHEN, SOZIALEN UND KULTURELLEN BEDÜRFNISSE DER GESELLSCHAFT</b>	7
I. Bestimmung des kommunikativen Bedürfnisses	7
II. Auftragsrelevanz des kommunikativen Bedürfnisses	11
<b>C. BESTIMMUNG DER PUBLIZISTISCHEN WETTBEWERBSSITUATION</b>	12
I. Analyse der publizistischen Wettbewerbsbereiche	12
1. Recherche der Wettbewerbssituation	12
2. Abgrenzung publizistischer Wettbewerbsbereiche für <i>Niedersachsen Regional</i>	14
3. Bewertungskriterien für den publizistischen Wettbewerb	16
II. Bestimmung des Beitrags von <i>Niedersachsen Regional</i> zum publizistischen Wettbewerb	17
<b>D. FINANZIELLER AUFWAND</b>	22
<b>Anlage:</b> Verweildauerkonzept des NDR	23

## VORBEMERKUNG

In seinem Telemedienkonzept *NDR Online* hat der Norddeutsche Rundfunk (NDR) den regionalen Inhalten eine zentrale Position eingeräumt (Telemedienkonzept *NDR Online* vom 04. Juni 2009). Damit kommt er den Vorgaben seines Staatsvertrags nach. Dort heißt es in § 5 Absatz 2: „Norddeutschland und die Vielfalt seiner Regionen, ihre Kultur und Sprache sind im Programm angemessen zu berücksichtigen. Der NDR soll zu diesem Zweck und zur Erhaltung kultureller Identität sein Programm grundsätzlich in den vier Ländern seines Sendegebiets herstellen.“ Dem folgend hat der NDR im Telemedienkonzept *NDR Online* den inhaltlichen Schwerpunkt auf Themen aus den Staatsvertragsländern gelegt und eine Weiterentwicklung beschrieben (insbesondere S. 22 ff.), die ab Sommer 2010 eine Bündelung regionaler Inhalte vorsieht und Internetseiten für die vier Staatsvertragsländer sowie insgesamt 15 norddeutsche Regionen umfassen soll. Diese Seiten ermöglichen dann einen geografisch vielfältigen Zugang zu den Inhalten von *NDR Online*.

Mit dem Teilangebot *Niedersachsen Regional* will der NDR sein bestehendes Online-Angebot sowie die vorgesehene Weiterentwicklung desselben speziell für Niedersachsen intensivieren. Zahl und Vielfalt der Themen, Meldungen und Berichte mit Relevanz für das Bundesland oder eine seiner fünf Regionen sollen erhöht werden. Schwerpunkt der Bemühungen ist es, die Anzahl multimedialer Inhalte zu erweitern. Es sollen vor allem mehr Videos in die Bundesland- und Regionalseiten einfließen.

Bei dem Vorhaben *Niedersachsen Regional* handelt es sich gemäß § 11 f Abs. 3 RStV in Verbindung mit den Programmrichtlinien des Norddeutschen Rundfunks vom 15. Mai 2004 zur Ausführung der §§ 11 e und 11 f RStV in der Fassung ab 01. Juni 2009 um ein neues bzw. verändertes Angebot. Der Gesetzgeber schreibt in § 11 f Abs. 1 RStV vor, dass für neue oder veränderte Telemedienangebote ein Dreistufentest durchzuführen ist, sofern es sich um Sendungen oder sendungsbezogene Telemedien, die länger als sieben Tage bereitgestellt werden sollen, oder um nichtsendungsbezogene Telemedien handelt. Dies ist hier der Fall, da das Vorhaben nichtsendungsbezogene Telemedien umfasst und Inhalte zum Teil länger als sieben Tage vorgehalten werden sollen.

Die Bereitstellung des Teilangebots wird zusätzliche Kosten in Höhe von ca. 1,85 Millionen Euro p. a. auslösen. Damit wird die Aufgreifschwelle für ein neues oder wesentlich verändertes Angebot im Sinne der NDR Programmrichtlinien erreicht. Ausweislich der Programmrichtlinien liegt ein solches Angebot bei einer wesentlichen Steigerung des Aufwands für die Erstellung vor, wenn die Steigerung im Zusammenhang mit inhaltlichen Änderungen des Gesamtangebots steht.

## A. ANGEBOTSBESCHREIBUNG

Das Teilangebot *Niedersachsen Regional* fügt sich in das übergreifende Telemedienkonzept *NDR Online* ein. Es folgt ihm in Bezug auf die inhaltliche Ausrichtung, auf Navigation, Darstellung und Verweildauer. Es nutzt jene Internetseiten, welche im Telemedienkonzept *NDR Online* für aktuelle Inhalte aus dem Land Niedersachsen vorgesehen sind.

### I. Zielgruppe

Ebenso wie das gesamte Telemedienangebot des NDR wenden sich auch die Internetseiten für Niedersachsen an alle Nutzer.<sup>1</sup> Entsprechend seiner Ausrichtung auf Niedersachsen will *Niedersachsen Regional* vor allem die Bewohner des Landes und seiner Regionen ansprechen, die Informationen aus ihrem Lebensumfeld nutzen möchten. Dazu gehören auch diejenigen Menschen, die NDR Inhalte zeit- und ortssouverän nutzen wollen und über die linearen Medien Hörfunk und Fernsehen schwer zu erreichen sind.

Über das Internet sollen auch jüngere Nutzer für Themen aus Niedersachsen gewonnen werden. Im Blick sind hier vor allem die Altersgruppen unter 50 Jahren. Diese Publikumsgruppen haben einerseits großes Interesse an regionalen Inhalten und nutzen andererseits häufig das Internet als Informationsmedium (siehe hierzu auch das Kapitel „Beitrag zur Erfüllung der demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft“, Seite 7 ff.).

### II. Inhalt und publizistische Ausrichtung

Das Teilangebot *Niedersachsen Regional* verfolgt das Ziel, die nach der im Telemedienkonzept *NDR Online* beschriebenen Weiterentwicklung vorhandenen Internetseiten für Niedersachsen zu verstärken. Es bündelt alle für Niedersachsen relevanten Inhalte, die der NDR produziert. Es bezieht dabei die Zentralredaktionen für Hörfunk, Fernsehen und Online ebenso ein, wie jene des Landesfunkhauses, hier insbesondere die Regionalstudios und Korrespondentenbüros. Die Inhalte werden auf einer Seite für das Bundesland und auf verschiedenen regionalen Seiten zugänglich gemacht. Bei den fünf niedersächsischen Regionen handelt es sich um

- Hannover/Weser-Leinegebiet,
- Braunschweig/Harz/Göttingen,
- Lüneburg/Heide/Untere Elbe,
- Osnabrück/Emsland und
- Oldenburg/Ostfriesland.

---

<sup>1</sup> Zur besseren Lesbarkeit des Telemedienkonzepts werden im Folgenden die Begriffe „Nutzer“ und „Onliner“ eingesetzt. Mit diesen Begriffen werden im gesamten Text weibliche und männliche Rezipienten beschrieben.

Jede der Regionen umfasst mehrere Landkreise. Der geografische Zuschnitt der Regionen orientiert sich an den Zuständigkeits- und Berichterstattungsgebieten der NDR Regionalstudios in Niedersachsen und damit an den Hörfunkfenstern im Programm von NDR 1 Niedersachsen.

Mit *Niedersachsen Regional* bildet der NDR in seinem Online-Angebot das regionale Geschehen ab und begleitet es umfassend, verlässlich und kontinuierlich. Die unter ndr.de erreichbaren Internetseiten für Niedersachsen bieten einen aktuellen Überblick über das Geschehen im Land und seinen Regionen. Sie erklären, ordnen ein und liefern Hintergründe. Entsprechend den Anforderungen des Internets und den Erwartungen der Nutzer ermöglicht *Niedersachsen Regional* eine schnelle Verfügbarkeit der aktuellen Inhalte weitgehend unabhängig von den Sendezeiten in Hörfunk und Fernsehen.

Zentrales journalistisches und gestalterisches Kriterium ist der regionale Blickwinkel, also die Relevanz für das Bundesland oder eine seiner Regionen. Einem bestimmten Gebiet zuzuordnende Inhalte werden auf der entsprechenden Regionalseite ausgespielt, übergreifende, auf größere Gebiete oder das ganze Land ausgerichtete Inhalte auf der Seite für das Bundesland. Die Inhaltstiefe korrespondiert mit derjenigen des Hörfunk-Landesprogramms NDR 1 Niedersachsen und seinen Fensterprogrammen. Im Einklang mit den Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrages wird es keine flächendeckende lokale Berichterstattung geben.

Ein Schwerpunkt des Teilangebots ist seine Multimedialität. Die aktuellen Beiträge und die Hintergrundinformationen werden in Text- beziehungsweise Manuskriptform angeboten. Sie werden fortlaufend ergänzt durch Audios und Videos. Dabei haben Bewegtbild-Inhalte besonderes Gewicht. Um für alle Regionen Video-Beiträge anbieten zu können, werden originäre Online-Videos zur Veröffentlichung im Internet erstellt. Auf diese Weise werden auch eine onlinespezifische Themenauswahl sowie entsprechende Darstellungsformen gewährleistet. Auch durch die Liveberichterstattung über Veranstaltungen soll die Multimedialität der Internetseiten für Niedersachsen erhöht werden. Aktuelle Ereignisse und Termine, wie Pressekonferenzen und Landtagssitzungen sowie etwa die Eröffnung der Computermesse CeBIT, sollen online übertragen werden. Für diese Form des Livestreaming kommen sowohl landes- als auch kommunalpolitische Themen in Frage, aber auch Veranstaltungen, die für Land oder Region prägend sind.

Auf den entsprechenden Internetseiten werden die Inhalte aus allen Ressorts zusammengefasst. Im Mittelpunkt stehen Inhalte aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Zeitgeschehen. Hinzu kommen Inhalte aus den Bereichen Bildung, Unterhaltung, Ratgeber sowie landsmannschaftliche Themen. Dabei können die Relevanzkriterien für die Bundeslandseite und für die Regionalseiten differieren. Inhalte mit Relevanz für ganz Niedersachsen, wie etwa die Berichterstattung über die Landespolitik oder zu überregional tätigen Unternehmen oder Organisationen, werden auf der Bundeslandseite veröffentlicht. Ereignisse und Entwicklungen, die an einem konkreten Ort stattfinden, werden auf der jeweiligen Regionalseite präsentiert. Als Beispiel seien kommunalpolitische Entscheidungen mit großen Auswirkungen, bedeutsame regionale Kulturereignisse und -veranstaltungen sowie eine Region mobilisierende Themen genannt.

Der NDR will mit *Niedersachsen Regional* für die Nutzer ein Land wie Region charakterisierendes Teilangebot bereitstellen, das das Lebensumfeld berührende und repräsentierende Inhalte umfasst. Ziel der vorgenommenen geografischen Aufteilung ist es, die Menschen gemäß ihrer regionalen Identität anzusprechen. Maßgebend sind dafür neben dem Wohnort beispielsweise auch die

landsmannschaftliche Zugehörigkeit oder die Mundart. Neben aktuellen, nachrichtlichen Inhalten fließen deshalb Berichte über Niedersachsenspezifisches und Landsmannschaftliches ebenso ein wie Informationen für das tägliche Leben der Menschen. Dies sind etwa Tipps zur Freizeitgestaltung (regionale Veranstaltungen wie Landesfeste, Landesgartenschauen, Ausflugsziele), aber auch Hinweise auf das kulturelle Leben (Ausstellungen, Programmaktionen der Landesprogramme, Veranstaltungen der NDR Radiophilharmonie usw.). Daneben haben Berichte aus dem Sport ebenso Platz wie solche über Gesellschafts- oder Human Interest-Themen (prägende Persönlichkeiten und Traditionen). Unterhaltende Inhalte finden Eingang, sofern sie regionalisierbar und auf einer der regionalen Seiten oder der Bundeslandseite verortbar sind. Weitere Angebotsbestandteile sind Teaser, die auf die Internetseiten von NDR 1 Niedersachsen und Niedersachsen 19.30 Das Magazin und damit auf weitere spezifische Inhalte aus dem Land verweisen. Regionalisierte Wetter- und Verkehrsmeldungen sind ebenfalls über Teaser zu erreichen.

### III. Angebotsformen, Darstellung, Interaktivität

Die Internetseiten, die im Rahmen von *Niedersachsen Regional* durchgängig redaktionell veranlasst und gestaltet werden, sind integraler Teil des NDR Online-Angebots. Entsprechend werden dort die gleichen Angebotsformen wie in den übrigen Bereichen der NDR Telemedien verwendet. Ihr Einsatz richtet sich nach redaktionellen Kriterien. Eines von ihnen ist der regionale Fokus.

Wie im gesamten NDR Internetangebot werden auch bei den für *Niedersachsen Regional* gestalteten Seiten alle gängigen journalistischen Darstellungsformen verwendet. Zum Einsatz kommen etwa Schlagzeilen, Kurzberichte, O-Töne, Reportagen, Interviews und Kommentare. Aktuelle Themen von bedeutender Relevanz werden in Schwerpunkten und als Dossiers ausgearbeitet, um ein nachhaltiges und einordnendes Angebot bereitzustellen.

Werden aktuelle Inhalte auch als Audio oder Video präsentiert, stehen diese als On-Demand-Stream oder Download zu Verfügung. Zudem werden auch Live-Streams von Hörfunk- oder Fernsehsendungen des NDR und ausgewählten Ereignissen angeboten. Sie bieten direkte Information, Öffentlichkeit für Entscheidungen und Einblick in politische Abläufe. Diese Live-Streams können sowohl auf der Länderseite wie auch auf den Regionalseiten angeboten werden. Kriterium dafür ist die regionale Relevanz des Ereignisses.

Wie in dem Telemedienkonzept von *NDR Online* beschrieben, sollen künftig auch verstärkt interaktive Elemente eingesetzt werden. Ziel ist unter anderem, die Teilhabe der Nutzer an der Informationsgesellschaft zu verbessern und den Austausch zwischen den Nutzern und dem NDR zu fördern. Im Rahmen von *Niedersachsen Regional* wird beispielsweise ebenso die Möglichkeit bestehen, Kommentare zu ausgewählten Beiträgen zu verfassen oder Fotos, Videos oder Audios zum Angebot beizusteuern. Hinzu kommen weitere interaktive Angebote wie z.B. Blogs, Foren, Chats, Votings, Rankings, Bewertungen oder spielerische Elemente zur Wissensvermittlung, die nach redaktionellen Maßgaben eingesetzt werden und dazu dienen, Themen mediengerecht zu ergänzen oder zu vertiefen.

Als Teil des NDR Online-Angebots sollen die Inhalte von *Niedersachsen Regional* allen Nutzern zugänglich gemacht werden. Das im NDR erreichte hohe Niveau der Sicherung eines barrierefreien Zugangs wird das neue Teilangebot ebenfalls realisieren.

## **IV. Verweildauerkonzept**

Für *Niedersachsen Regional* gilt das gestufte Verweildauerkonzept, das der NDR in seinem übergreifenden Telemedienkonzept *NDR Online* entwickelt hat. Über das Verweildauerkonzept für *NDR Online* wurde bereits im Rahmen des Bestandstests mit Beschluss des NDR Rundfunkrates vom 04. Dezember 2009 befunden. Da neue Kategorien nicht erforderlich sind, ist das Verweildauerkonzept dieser Angebotsbeschreibung als Anlage beigefügt. Die Zuordnung zu den dort beschriebenen Kategorien der Verweildauern erfolgt auf identische Weise. Ebenso gilt die dort vorgenommene Unterteilung in Verweildauerkategorien für Audio- und Videoinhalte einerseits und Bild-, Text- und multimediale Inhalte andererseits.

## **V. Dauer des Angebots**

Es ist geplant, *Niedersachsen Regional* dem Online-Angebot des NDR dauerhaft hinzuzufügen. Eine zeitliche Begrenzung ist daher nicht beabsichtigt.

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

## **I. Bestimmung des kommunikativen Bedürfnisses**

Zur Bestimmung des kommunikativen Bedürfnisses wird das Internet 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. Nach Möglichkeit wird das Bundesland Niedersachsen in den Fokus der Betrachtung gerückt. Ausgangspunkt ist die geschichtliche und kulturelle Komplexität von Niedersachsen.

### **Niedersachsen: ein Land, viele Welten, unterschiedliche Interessen**

Aufgrund seiner Größe, Geschichte und landsmannschaftlichen Vielfalt ist Niedersachsen ein komplexes Bundesland. Mit rund acht Millionen Einwohnern ist Niedersachsen das Bundesland mit der viertgrößten Bevölkerungszahl in Deutschland, außerdem ist es nach Bayern das zweitgrößte Flächenland. Niedersachsen ist das einzige deutsche Bundesland, das vom Meer bis zum Mittelgebirge reicht, von der Nordsee bis zum Harz. Kein anderes Bundesland in Deutschland hat so viele Nachbarländer bzw. -staaten.

Die Identität der Niedersachsen wird im Wesentlichen durch den Wohnort oder die eigene Region und weniger durch ein Zugehörigkeitsgefühl zum Bundesland bestimmt. Die Gebiete unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Identifikation signifikant voneinander. Die Menschen in den Gebieten in der Mitte Niedersachsens empfinden eine deutlich überdurchschnittliche niedersächsische Identität,

während in den westlichen und nördlichen Gebieten eine Identifikation mit der jeweiligen Region überwiegt.<sup>2</sup>

Das regionale Informationsbedürfnis ist oft auf die eigene Region und die lokale Umgebung bezogen. Es besteht ein größeres Interesse an Gebieten, die benachbart oder angrenzend sind. Das Interesse an Informationen aus weiter entfernten Gebieten in Niedersachsen ist am geringsten ausgeprägt und liegt deutlich hinter dem Interesse an Themen, die Niedersachsen insgesamt betreffen.<sup>3</sup>

Die Landesprogramme des NDR in Niedersachsen für Hörfunk und Fernsehen sind mit ihren thematischen Schwerpunkten Vermittler regionaler Informationen und unterstützen in dieser Eigenschaft auch die Verbundenheit der Menschen mit ihrer Region und ihrem Land. Dies spiegelt sich in einem Netz von Regionalstudios und Korrespondentenbüros in Niedersachsen wider. Die für *Niedersachsen Regional* geplanten fünf Regionen orientieren sich an den Berichtsgebieten der NDR Regionalstudios.

### **Regionale Identität**

Die Verbundenheit der Niedersachsen mit ihrer jeweiligen Region ist insgesamt stark ausgeprägt. Über 80 Prozent der Niedersachsen zwischen 40 und 70 Jahren geben an, sehr stark oder stark mit der eigenen Region verbunden zu sein. Regionale Verbundenheit und Interesse an regionalen Informationen korrelieren miteinander. Im Regelfall gilt: Je größer die regionale Verbundenheit bei den Menschen, desto höher ist auch das Interesse an regionalen Informationen.<sup>4</sup>

Der Begriff „eigene Region“ ist zunächst ein subjektiver. Mitunter verstehen Befragte unter der „eigenen Region“ unterschiedlich große Räume. Während für manche Menschen die Region eher einen engen Raum umfasst, geht der Regionsbegriff für viele auch weit über z. B. das Kreisgebiet hinaus. Gerade in kleineren Orten zählen die Menschen häufig nicht nur ihren Wohnort zu „ihrer eigenen Region“, sondern auch das Umland.<sup>5</sup>

Eine einheitliche „Bundesland-Mentalität“ existiert in Niedersachsen eher nicht. In den meisten Orten identifizieren sich die Bewohner kaum mit ihrem Bundesland, sondern vielmehr mit der jeweiligen Stadt, aus der sie kommen, oder mit ihrem Wohnort und dem Umland, eben ihrer „eigenen Region“.<sup>6</sup>

Etwa die Hälfte der an Themen aus der Region interessierten Onliner aus Niedersachsen wird vom NDR sehr gut erreicht, da sie bereits Stammnutzer von NDR 1 Niedersachsen bzw. des NDR Fernsehens sind. Es gibt allerdings auch einen größeren Anteil regional interessierter Menschen, die von den klassischen Programmen des NDR weniger angesprochen werden, dies gilt insbesondere für Niedersachsen, die jünger als 50 Jahre sind.<sup>7</sup>

---

<sup>2</sup> Regionalstudie NDR 1 Niedersachsen 2006/2007.

<sup>3</sup> Ebd.

<sup>4</sup> Ebd.

<sup>5</sup> NDR Online und Regionalität 2008.

<sup>6</sup> Ebd.

<sup>7</sup> NDR Online Trend 2008.



Anspruch und Auftrag des NDR sind darauf gerichtet, in der Berichterstattung im Programm und in den Telemedien den regionalen Bezug und die Staatsvertragsländer abzudecken. Regionale Informationen haben für die norddeutschen Onliner insgesamt einen sehr hohen Stellenwert. Bereits die Studie „NDR Online und Regionalität“ aus dem Jahr 2008 zeigt, dass ein Hauptanreiz zur Nutzung des Angebots von *NDR Online* darin besteht, sich einen Überblick über Nachrichten und andere Meldungen aus der eigenen Region zu verschaffen. Daneben spielen aber auch die Suche nach speziellen Veranstaltungstipps oder Informationen zum linearen Programm eine Rolle.<sup>8</sup>

Vollkommene Zufriedenheit besteht aber nicht: Fast drei Viertel der Befragten vermissen noch eine gute regionale Seite im Internet.<sup>9</sup> Dieser Bedarf kann von *Niedersachsen Regional* gedeckt werden. Schon das bestehende Angebot *NDR Online* insgesamt wird von den Nutzern als Web-Angebot geschätzt, das von Menschen produziert wird, die sich in der Region gut auskennen.<sup>10</sup> Für den NDR würde es durch das geplante Teilangebot möglich, auch im Online-Bereich eine ausgeprägte regionale Nähe und Tiefe zu den Nutzern in Niedersachsen herzustellen, wie es seit langem im Hörfunk der Fall ist.

Nicht unerwähnt bleiben darf in diesem Kontext, dass die Mehrheit der norddeutschen Onliner, die aufgefordert waren, ndr.de einmal zu besuchen, der Auffassung ist, dass dieses Angebot sie bereits mit ihrer norddeutschen Heimat verbindet, das Angebot allerdings regional noch vertieft werden sollte.<sup>11</sup> Die Nutzer sind folglich an der Weiterentwicklung der regionalen Anteile bei *NDR Online* sehr interessiert. Sie erwarten umfassende Informationen aller Art aus ihrem Bundesland und aus ihrer eigenen Region. Der NDR erstellt zwar bereits ein regional orientiertes Internetangebot, das allerdings aktuell nur in geringem Umfang Themen unterhalb der Bundeslandebene aufgreift. Hier wünschen sich die Nutzer ein aktuelles regionales Angebot, welches alles Relevante aus ihrer eigenen Region bietet und darüber hinaus einen übergreifenden bundeslandbezogenen und norddeutschen Blick hat.<sup>12</sup>

### **Internetnutzung in Niedersachsen**

Aktuell sind fast 70 Prozent der Deutschen ab 14 Jahren online.<sup>13</sup> In Niedersachsen liegt die generelle Internetnutzung ebenfalls bei nahezu 70 Prozent; das entspricht über vier Millionen Menschen.<sup>14</sup> Der jährliche Anstieg der Internetverbreitung ist mittlerweile nicht mehr so hoch wie noch vor einigen Jahren, da bereits große Teile der Bevölkerung online sind.

Das Internet entwickelt sich immer mehr zu einem Alltagsmedium. Dies zeigt zum Beispiel das deutlich gestiegene Zeitbudget, das die Menschen für das Internet aufwenden. Immer mehr Onliner, auch in Niedersachsen, nutzen das Internet mehrmals täglich. Zudem nimmt die Zeit, die Onliner täglich im Internet verbringen, im Langzeittrend zu: Die Verweildauer aller Onliner Niedersachsens im Internet beträgt aktuell gut zwei Stunden. Über diesem Durchschnittswert liegen nicht nur

---

<sup>8</sup> NDR Online und Regionalität 2008.

<sup>9</sup> Ebd.

<sup>10</sup> Nutzerbefragung NDR Online 2009.

<sup>11</sup> Nutzerbefragung NDR Online 2009.

<sup>12</sup> NDR Online und Regionalität 2008.

<sup>13</sup> ARD/ZDF-Onlinestudie 2009, (N)Onliner Atlas 2009.

<sup>14</sup> NDR Online Trend 2009.

die 14- bis 29-Jährigen, sondern auch die mittlere Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen. Vor die Wahl gestellt, auf welches Medium sie nicht verzichten möchten, entscheidet sich in Niedersachsen bereits ein Drittel der Onliner dieser Altersgruppe für das Internet. Diese Zahlen sind im Jahr 2009 noch einmal deutlich angestiegen.<sup>15</sup>

### **Genutzte multimediale Anwendungen im Internet**

Video- und Audiodateien sind generell beliebte Anwendungen im Internet. Insbesondere die Nutzung von Bewegtbildern nimmt weiterhin zu. 45 Prozent aller Onliner Niedersachsens nutzen zumindest gelegentlich Videos im Netz, bei den Audios sind es 40 Prozent. Neben der generellen Verbreitung hat sich auch die Frequenz erhöht. Das bedeutet: Diejenigen Onliner, die solche Anwendungen nutzen, tun dies häufiger als noch ein Jahr zuvor.<sup>16</sup> Diese Entwicklung ist nicht nur für Niedersachsen, sondern auch bundesweit zu beobachten.<sup>17</sup>

Fragt man die Onliner, welche Darstellung sie bei regional orientierten Seiten im Internet bevorzugen, so stehen zwar Texte und Fotos oben im Ranking, aber audiovisuelle Aufbereitungen sollten nicht fehlen.<sup>18</sup> Bezogen auf das Themenfeld „Land und Leute“ sagen fast 80 Prozent der daran interessierten Onliner im NDR Gebiet, dass zu einem solchen Auftritt im Internet multimediale Inhalte gehören sollen. Dieser Wert ist im Vergleich zu anderen Themen sehr hoch.<sup>19</sup>

### **Interesse an Inhalten und Themen**

Die niedersächsischen Onliner interessieren sich in besonderem Maße für „Nachrichten und Informationen“ aus der Region. Über 80 Prozent der Onliner Niedersachsens sind daran interessiert. Dieses Interesse liegt im Ranking noch vor Service-Informationen (Wetter, Verkehr) oder weiteren informativen oder unterhaltenden Inhalten. Lediglich deutschland- oder weltweite „Nachrichten und Informationen“ rangieren noch höher im Interesse der Onliner Niedersachsens.<sup>20</sup>

Generell gilt: Mit zunehmendem Alter steigt das Interesse an regionalen „Nachrichten und Informationen“ an. Die 30- bis 49-Jährigen liegen mit einem Wert von 88 Prozent Interesse bereits leicht über dem Durchschnittswert. Service-Informationen wie Wetter und Veranstaltungstipps sind bei den Befragten besonders stark auf ihr engeres Umfeld bezogen.<sup>21</sup>

Der Stellenwert von regionalen Online-Angeboten für die Norddeutschen zeigt sich darin, dass fast die Hälfte der Onliner bereits eine regionale Website nutzt. Etwa ein Drittel vermisst aber noch 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

---

<sup>15</sup> Ebd.

<sup>16</sup> Ebd.

<sup>17</sup> ARD/ZDF Onlinestudie 2009.

<sup>18</sup> NDR Online Trend 2008, NDR Online und Regionalität 2008.

<sup>19</sup> NDR Online und Themenportale 2008.

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

<sup>21</sup> Ebd.

das Bedürfnis der Befragten nach Aktualität auf den regionalen Seiten besonders hoch.<sup>22</sup> Speziell für die NDR Onlineseiten wünschen sich die Onliner aus Niedersachsen zukünftig sogar verstärkt Beiträge über das aktuelle Geschehen in ihrer eigenen Region. Vor allem bei den 30- bis 49-Jährigen ist dieser Wunsch besonders stark ausgeprägt.<sup>23</sup>

Onliner sind ebenfalls mehrheitlich 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 Prozent der an diesem Thema interessierten norddeutschen Onliner. Derartige Angebote sind in Norddeutschland in dieser Form aktuell kaum auf dem Markt, so dass die Onliner damit einen deutlichen zusätzlichen Nutzen erfahren würden.<sup>24</sup>

## II. Auftragsrelevanz des kommunikativen Bedürfnisses

Gemäß § 11 Abs. 1 RStV besteht der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 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 der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen und Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten. In § 11d Abs. 3 RStV 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.

*Niedersachsen Regional* vermittelt einen umfassenden Überblick über das Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen Niedersachsens unter Berücksichtigung der Komplexität und der Besonderheiten des Bundeslandes. Das Teilangebot spricht die gesamte Bevölkerung in den unterschiedlichen Regionen Niedersachsens an und stärkt die regionale Identität. Die beschriebenen Inhalte decken die vom Rundfunkstaatsvertrag aufgegebenen Auftragsbereiche weitgehend ab und tragen dem sehr unterschiedlichen regionalen Verständnis und dem Interesse an regionalen Inhalten der Menschen Rechnung. Das Teilangebot wird folglich einen wesentlichen Beitrag zur Identitätsstiftung leisten, indem die vielfältigen regionalen und lebensweltlichen Strukturen Niedersachsens dargestellt werden.

Die regionale Vielfalt des Bundeslandes wird entsprechend den Vorgaben des NDR- Staatsvertrages und des Rundfunkstaatsvertrages in allen Facetten abgebildet. Dies korreliert mit den ermittelten Bedürfnissen der Nutzer, die ebensolche Inhalte gerade im Onlinebereich nachfragen, um sich ort- und zeitsouverän zu informieren. So erfüllt *Niedersachsen Regional* die Bedürfnisse nach Inhalten aus den Bereichen Nachrichten, Informationen, Freizeit und Kultur aus Niedersachsen und ent-

---

<sup>22</sup> NDR Online und Regionalität 2008.

<sup>23</sup> NDR Online Trend 2008.

<sup>24</sup> NDR Online und Themenportale 2008.

spricht mit seinen multimedialen Darstellungsformen (insbesondere Audio- und Videodateien) den Nutzungserwartungen.

*Niedersachsen Regional* mit seinen speziell auf die Regionen zugeschnittenen Inhalten weist daher eine besondere Auftragsrelevanz auf. Neben der von den Nutzern gewünschten Vertiefung der regionalen Ausrichtung des NDR Online-Angebots, bietet das Teilangebot durch eine qualitativ hochwertige journalistisch-redaktionelle Auswahl und Gestaltung die Möglichkeit der Teilhabe an der Informationsgesellschaft und bietet Orientierungshilfe im Internet. Durch die ausgewogenen und vielfältigen Inhalte sowie die Interaktionsmöglichkeiten wird ein zugleich umfassender und regionaler Blick über das Geschehen in Niedersachsen ermöglicht. *Niedersachsen Regional* leistet daher einen gewichtigen Beitrag zur Wissensvermittlung und damit zur freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung sowie zur Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts.

## **C. BESTIMMUNG DER PUBLIZISTISCHEN WETTBEWERBSSITUATION**

Gemäß § 11 f Absatz 4 Satz 3 RStV sind für die Bestimmung des Beitrags eines neuen öffentlich-rechtlichen Telemedienangebots zum publizistischen Wettbewerb neben seinen marktlichen Auswirkungen die Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Angebote maßgeblich. Außerdem ist die meinungsbildende Funktion des neuen Angebots angesichts bereits vorhandener vergleichbarer Angebote, auch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, zu berücksichtigen. Dabei gilt es zu klären, wie sich die augenblickliche Wettbewerbssituation gestaltet und welcher publizistische Beitrag durch das öffentlich-rechtliche Angebot zu erwarten ist.

Durch eine umfassende Recherche wird zunächst ein möglichst breiter Überblick über potenzielle Wettbewerber im Internet gewonnen. Dafür werden verschiedene Vorgehensweisen miteinander kombiniert. In den weiteren Schritten wird das Wettbewerberfeld anhand von transparenten Kriterien eingeeengt. Vor diesem Hintergrund wird der publizistische Nutzen des geplanten öffentlich-rechtlichen Telemedienangebotes beschrieben und belegt. Der betrachtete publizistische Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Nutzer konzentriert sich auf das Internet. Er erstreckt sich nicht auf Offline-Medien, da diese aus Nutzersicht Online-Angebote nicht substituieren können. Dagegen sprechen schon die vielfältigen zusätzlichen Funktionalitäten von Internet-Angeboten.<sup>25</sup>

### **I. Analyse der publizistischen Wettbewerbsbereiche**

#### **1. Recherche der Wettbewerbssituation**

Um die publizistische Wettbewerbssituation für *Niedersachsen Regional* im Internet zielgerichtet und nachvollziehbar beschreiben zu können, wird ein systematisiertes, mehrstufiges und am Nutzerverhalten orientiertes Vorgehen gewählt. Die geografisch zu erfassenden Bereiche orientieren

---

<sup>25</sup> Deloitte, Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen von tagesschau.de, S. 46 f.

sich an einer Einteilung Niedersachsens in fünf großräumige Regionen in Niedersachsen<sup>26</sup>, die sich an die NDR Hörfunk-Fenster im Programm von NDR 1 Niedersachsen anlehnen. Die Recherche nach relevanten regionalen Online-Angeboten ist folgendermaßen angelegt:

Ausgehend von der Annahme, dass Nutzer für die Recherche im Internet primär Suchmaschinen wählen und sie die Angebote dort ohne großen Aufwand finden müssen, wird im ersten Schritt auf verschiedene Suchmaschinen (google.de, yahoo.de, mister-wong.de, bing.de) zugegriffen. Neben der inhaltlichen Ausrichtung werden dabei geografische und mediale Bezüge (u. a. Zeitung, Fernsehen und Radio) berücksichtigt. Dieser Recherche wird zunächst der Suchbegriff „Niedersachsen“ zugrunde gelegt. Um die räumliche Dimension zu erfassen, werden die fünf geplanten Regionen des Bundeslandes durch dreizehn Suchbegriffe abgebildet: „Braunschweig“, „Harz“, „Süd-niedersachsen“, „Göttingen“, „Hannover“, „Weserbergland“, „Osnabrück“, „Emsland“, „Diepholz“, „Altes Land“, „Elbe-Weser-Dreieck“, „Lüneburger Heide“, „Uelzen“, „Oldenburg“ und „Ostfriesland“. Sämtliche räumlichen Suchbegriffe werden in Kombination mit den Begriffen „Fernsehen“, „TV“, „Radio“, „Hörfunk“, „Video“, „Zeitung“, „Zeitschrift“, „Online“, „Internet“, „Nachrichten“, „Kultur“, „Politik“, „Wirtschaft“, „Sport“ und „Veranstaltungen“ abgefragt. Für jeden Suchbegriff bzw. jede Suchbegriffkombination werden die ersten 30 Treffer betrachtet. Die Recherche erfolgte Anfang Dezember 2009.<sup>27</sup>

Um die Suchergebnisse ggf. zu ergänzen und eine umfassende Liste potenzieller Wettbewerber zu erhalten, werden in einem zweiten Schritt gezielt einzelne Portale, Linklisten und wissenschaftliche Quellen herangezogen. Dabei handelt es sich um die Online-Angebote sämtlicher Tageszeitungen aus Niedersachsen, die in der Pressestatistik als „publizistische Einheit“<sup>28</sup> geführt werden. Außerdem wird geprüft, welche Online-Angebote von Rundfunkveranstaltern auf den Seiten der niedersächsischen Landesmedienanstalten verlinkt werden.

Als weitere Quelle werden die von der IVW veröffentlichten „Online-Nutzungsdaten für den November 2009“<sup>29</sup> berücksichtigt. Zusätzlich erfolgt eine Recherche nach Online-Angeboten von Rundfunkveranstaltern, die auf den Übersichtsseiten von *Wikipedia* für das gesamte Bundesland Niedersachsen dargestellt sind.

Auf dieser Untersuchungsgrundlage ergibt sich ein breiter Überblick über die im Themenkontext relevanten Online-Angebote, die für den niedersächsischen Raum verfügbar sind. Es können mit diesem Vorgehen insgesamt 256 Websites ermittelt werden. Anhand der zugrunde gelegten Kriterien kann mit *radiobremen.de/nordwestradio* lediglich ein Telemedienangebot von einem weiteren öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter identifiziert werden. Andere öffentlich-rechtliche Anstalten weisen in ihren Onlineauftritten keine hinreichenden Bezüge zum NDR Staatsvertragsland Niedersachsen auf und können für die Bestimmung der Wettbewerbssituation von *Niedersachsen Regional* daher nicht als publizistische Wettbewerber gelten.

---

<sup>26</sup> Folgende fünf Regionen bilden die Oberkategorien: Braunschweig/Harz/Göttingen, Hannover/Weser-Leinegebiet, Osnabrück/Emsland, Lüneburg/Heide/Untere Elbe und Oldenburg/Ostfriesland.

<sup>27</sup> Auf den ersten Blick irrelevante Treffer werden nicht aufgenommen.

<sup>28</sup> Walter J. Schütz, Redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse, *Media Perspektiven* 09/2009.

<sup>29</sup> <http://ausweisung.ivw-online.de>.

Die insgesamt hohe Zahl an möglichen Wettbewerbern ergibt sich aus der Vielzahl an Suchbegriffen und den daraus resultierenden vielfältigen Kombinationsmöglichkeiten. Zudem ist dies dem Bemühen geschuldet, „regionale“ Online-Angebote umfänglich als potenzielle Wettbewerber zu berücksichtigen.

In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass die Begriffe „Region“ bzw. „regional“ im Sprachgebrauch nicht trennscharf verwendet werden. Sie werden beispielsweise in geografischer, wirtschaftlicher, sozialer oder auch landsmannschaftlicher Hinsicht genutzt. Eine „regionale“ Berichterstattung grenzt sich auf der einen Seite gegen lokale und auf der anderen Seite gegen landesweite Bezüge ab. Dies bedeutet im Einzelnen:

- regionaler Bezug: Bezug auf einzelne Großstädte und Räume, die sich aufgrund von Siedlungs- und Wirtschaftsstrukturen ausgebildet haben. Bei Bezügen zu Großstädten meint „regional“ die gesamte Großstadt sowie ggf. das nähere Umland.
- lokaler Bezug: Bezug auf kleine Räume beschränkt auf eine Gemeinde oder Stadt, bei den Großstädten ab 100.000 Einwohnern sind explizit nur Stadtteile gemeint.
- landesweiter Bezug: Bezug zum Bundesland Niedersachsen.

## 2. Abgrenzung publizistischer Wettbewerbsbereiche für *Niedersachsen Regional*

Zur Abgrenzung des publizistischen Wettbewerbs werden Priorisierungskriterien angelegt, die sich an der zuvor beschriebenen inhaltlichen Ausrichtung von *Niedersachsen Regional* orientieren. Für jedes recherchierte Online-Angebot wird ermittelt, ob die folgenden zwölf Kriterien zutreffen, die charakteristisch für das geplante NDR Teilangebot sind:

**(1) Journalistisch verantwortet:** Es sollte erkennbar journalistischer Content vorhanden sein, der über kurze Teaser und Links hinausgeht. Communities oder ausschließlich nutzergenerierte Web-Angebote, z. B. Foren oder Blogs, bleiben unberücksichtigt. Ebenso gelten Pressemitteilungen, werbliche oder im Wesentlichen absenderorientierte Informationen nicht als journalistisch verantwortete Inhalte.

**(2) Zielgruppe:** Das Angebot spricht die Gesamtheit der Online-Nutzer an, die zumindest ansatzweise an den Themen Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung Interesse hat, und ist nicht ausdrücklich auf eine spezielle Zielgruppe ausgerichtet (z. B. einzelne Interessen- oder Berufsgruppen).

**(3) Regionalbezug<sup>30</sup>:** Die Seiteninhalte des Online-Angebotes beziehen sich auf mehr als eine Gemeinde bzw. eine größere räumliche Einheit in Niedersachsen.

**(4) Landesbezug:** Das Internetangebot bietet eine umfassende und kontinuierliche Berichterstattung zu den relevanten Themen in Niedersachsen. Dieses Kriterium kann auch erfüllt sein, wenn über verschiedene Regionen berichtet wird, die zusammen in etwa das Bundesland ausmachen.

---

<sup>30</sup> Mit dem Begriff „Region“ ist keine Verwaltungsgliederung gemeint, sondern er ist auf Räume bezogen, die sich aufgrund von Siedlungs- und Wirtschaftsstrukturen sowie landsmannschaftlichen Gegebenheiten nicht zuletzt von lokalen Räumen abgrenzen lassen und sich in der Regel über mehrere Kommunen erstrecken.

**(5) Aktualität:** Das Angebot muss tagesaktuelle Informationen enthalten.

**(6) 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 Rundfunkstaatsvertrag:

**(7) Information:** Bspw. Politische Informationen, Nachrichten und Zeitgeschehen, Wirtschaft, Service, Sport (vgl. § 2 Abs. 2 Nr. 14 RStV).

**(8) Bildung:** Bspw. Alltag und Ratgeber, Tiere und Natur, Gesellschaft, Geschichte (vgl. § 2 Abs. 2 Nr. 15 RStV).

**(9) Kultur:** Bspw. Bühnenstücke, bildende Kunst, Literatur, Architektur, Fernsehspiele, Musik (vgl. § 2 Abs. 2 Nr. 16 RStV).

**(10) Unterhaltung:** Bspw. Comedy, Filme, Spiele, Musik (vgl. § 2 Abs. 2 Nr. 17 RStV).

Zuletzt wird geprüft, welche Elemente einer multimedialen Dimension die Online-Angebote aufweisen.

**(11) Redaktionelle Audiobeiträge:** Das Online-Angebot sollte einzelne Audiodateien oder Audiobeiträge zum Abruf bereitstellen, die in einem deutlichen Bezug zu Niedersachsen, seinen Orten oder Regionen stehen. Diese Beiträge sollten ferner Merkmale einer journalistisch-redaktionellen Bearbeitung aufweisen.<sup>31</sup>

**(12) Redaktionelle Videobeiträge:** Es besteht die Möglichkeit, einzelne Videodateien oder –beiträge abzurufen, die sich auf Niedersachsen, einzelne Regionen oder Orte in Niedersachsen beziehen und redaktionell bearbeitet sind.<sup>32</sup>

Auf Grundlage dieser zwölf Kriterien erfolgt eine Priorisierung für eine vertiefende Wettbewerberanalyse. 49 Online-Angebote erfüllen mindestens neun der zwölf Kriterien. Für das weitere analytische Vorgehen wird im Hinblick auf die Online-Auftritte von Tageszeitungen eine Einschränkung gemacht. Bei identisch aufgebauten Angeboten, die einer „publizistischen Einheit“<sup>33</sup> zuzuordnen sind, wird das Angebot der größeren Zeitungsmutter mit eigenem Mantel<sup>34</sup> berücksichtigt. (Nahezu) Identisch strukturierte Angebote von kleineren Töchtern<sup>35</sup> werden dann nicht weiter separat untersucht. Im Zweifel wird die Ausgabe mit der größten Reichweite<sup>36</sup> ausgewählt.

Insgesamt werden 39 Online-Angebote vertieft untersucht. Sie lassen sich anhand ihres Medienbezuges in folgende Gruppen gliedern:

- 22 Online-Angebote (regionaler) Tageszeitungen:  
*az-online.de, bild.de/regional/hannover, cellesche-zeitung.de, dewezet.de, ga-online.de,*

---

<sup>31</sup> Von Autoren produziert oder einem Sprecher gelesen, mehr als geschnittene O-Töne.

<sup>32</sup> Geschnittene Beiträge mit Moderator/Sprecher/Kommentator, mehr als geschnittene O-Ton-Sequenzen.

<sup>33</sup> Walter J. Schütz, Redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse, Media Perspektiven 09/2009.

<sup>34</sup> Beispiel: Neue Osnabrücker Zeitung.

<sup>35</sup> Beispiel: Bramscher Nachrichten, Ems-Zeitung, Lingener Tagespost und Meppener Tagespost.

<sup>36</sup> Vgl. Walter J. Schütz, a. a. O.

*goettinger-tageblatt.de, goslarsche.de, haz.de, hildesheimer-allgemeine.de, kreiszeitung.de, landeszeitung.de, neue-oz.de, neuepresse.de, newsclick.de, nordsee-zeitung.de, nwzonline.de, ov-online.de, schauburger-zeitung.de, tageblatt.de, waz-online.de, wuemme-zeitung.de, wzonline.de*

- 2 Online-Angebote landesweiter Radiosender:  
*ffn.de, antenne.com*
- 2 Online-Angebote von landesweiten Fernsehsendern:  
*rtlregional.de, hannover.1730sat1.de*
- 4 Online-Angebote des Bürgerrundfunks:  
*osradio.de, radiojade.de, stadtradio-goettingen.de, tv38.de*
- 4 Online-Angebote des Bundeslandes bzw. von Regionen:  
*niedersachsen.de, osnabrueck.de, ostfriesland.de, tourismus.niedersachsen.de*
- 4 Online-Angebote privater Lokalsender:  
*nordsee-tv.de, os1.tv, osna-1-tv.de, uelzen-tv.com*
- 1 sonstiges öffentlich-rechtliches Angebot:  
*Radiobremen.de/nordwestradio*

Vor dem Hintergrund dieses Wettbewerberfeldes wird im Folgenden der qualitative Beitrag von *Niedersachsen Regional* zum publizistischen Wettbewerb vergleichend abgeleitet und unter Einbezug weiterer Studienergebnisse im Detail beschrieben.

### **3. Bewertungskriterien für den publizistischen Wettbewerb**

Um die Frage beantworten zu können, in welchem Umfang *Niedersachsen Regional* zum publizistischen Wettbewerb beiträgt, wird dargelegt, wie sich die augenblickliche Wettbewerbssituation gestaltet und welcher publizistische Beitrag durch das geplante öffentlich-rechtliche Teilangebot zu erwarten ist.

Das Kernstück der Wettbewerbsanalyse stellt eine umfangreiche standardisierte Inhaltsanalyse der 39 Online-Angebote dar, die durch das im vorhergehenden Abschnitt beschriebene Priorisierungsverfahren in Niedersachsen identifiziert werden konnten. Die Inhaltsanalyse hat das Ziel, Inhalte und Aufbereitungsformen der Wettbewerbsangebote nach definierten Kriterien zu erfassen. Dabei wird der Status Quo der Internetseiten zu einem bestimmten Stichtag (Anfang Januar 2010) dokumentiert und quantitativ analysiert.

Im Einzelnen werden mehrere Ebenen untersucht: Ausführlich erfasst wird einerseits, welches Themenspektrum und welche inhaltliche Vielfalt ein Angebot aufweist. Ebenso werden die räumlichen Bezüge der Inhalte untersucht. Darüber hinaus erfolgt eine Analyse der Angebote hinsichtlich redaktionell bearbeiteter Videoinhalte. Die Zuordnung aller Inhalte erfolgt auf Grundlage der im Rundfunkstaatsvertrag definierten Kategorien Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung. Andererseits werden gestalterische Kriterien der Online-Angebote eruiert, z. B. weitere multimediale Elemente, Interaktivität, individuelle Dienste, Trennung von Werbung und redaktionellem Inhalt.

Ergänzend zur Inhaltsanalyse werden Ergebnisse anderer Studien herangezogen, die der NDR in den vergangenen Jahren durchgeführt hat. Dabei handelt es sich u. a. um verschiedene Nutzerbefragungen. Diese können Aufschluss über Wahrnehmungen, Einstellungen und Bewertungen geben,



sie bilden auch Bedürfnislagen sowie Wünsche der Befragten für die Zukunft ab. Das kombinierte Vorgehen ermöglicht, nach objektiven Kriterien den publizistischen Beitrag sowie die Bedeutung der aktuellen regionalen Online-Angebote aus Sicht der norddeutschen und speziell der niedersächsischen Nutzer zu betrachten.

## **II. Bestimmung des Beitrags von *Niedersachsen Regional* zum publizistischen Wettbewerb**

*Niedersachsen Regional* wird durch die Möglichkeit zur orts- und zeitsouveränen Nutzung der Inhalte, die redaktionelle Auswahl an journalistisch hochwertigen Beiträgen und professionell erstellten Videos sowie durch umfassende Hintergrundinformationen zu aktuellen regionalen Themen einen großen Nutzen und einen erheblichen qualitativen Beitrag zur publizistischen Vielfalt bieten.

*Niedersachsen Regional* macht die staatsvertraglich beauftragte Vielfalt vor allem durch eine starke Fokussierung auf multimediale Inhalte für mehr Menschen zugänglich. Neben den umfangreichen Videoinhalten stellt die regionale Ausrichtung eindeutig eine publizistische Bereicherung dar, die ausweislich der Ausführungen zum kommunikativen Bedürfnis von den Nutzern erwünscht ist. Der ausgesprochen positive Beitrag des geplanten neuen Teilangebotes wird ebenfalls durch die Ergebnisse einer vom NDR beauftragten Inhaltsanalyse belegt, die im Folgenden differenziert nach einigen wichtigen inhaltlichen und auf die Onlinepräsentation bezogenen Merkmalen von *Niedersachsen Regional* erläutert werden.

### **Publizistischer Beitrag durch einen ausgeprägten regionalen Schwerpunkt**

Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse weisen auf ein begrenztes Angebot an regionalen Inhalten in Niedersachsen hin, das im Wesentlichen durch die Telemedien der Tageszeitungen getragen wird. Gleichwohl sind die Schwerpunkte der Berichterstattung der Tageszeitungen im Netz in erster Linie Themen mit lokalen oder überregionalen, also über Niedersachsen hinausreichenden Bezügen. Nur etwa 20 Prozent der Inhalte beziehen sich auf regional verortete Themen.<sup>37</sup>

Hinsichtlich der derzeit von den Tageszeitungen im Netz zur Verfügung gestellten regionalen Inhalte ist zudem zu berücksichtigen, dass der Tageszeitungsmarkt in Niedersachsen besonders hoch konzentriert ist. So sind 35 der 46 niedersächsischen Landkreise sogenannte „Einzeitungskreise“ (76 Prozent). Die Einwohner dort haben keine Wahlmöglichkeiten zwischen unterschiedlichen Lokalzeitungen. Dieser Anteil liegt deutlich über dem Bundesdurchschnitt (58 Prozent).<sup>38</sup> Zudem sind die Verlage der Tageszeitungen an anderen bedeutsamen regionalen Online-Angeboten oder an landesweiten Hörfunkprogrammen beteiligt.<sup>39</sup>

Gerade die Konkurrenz verschiedener publizistischer Angebote um die Aufmerksamkeit der Nutzer ist aber ein zentrales Merkmal des publizistischen Wettbewerbs. Die gesellschaftlich gewünschte Vielfalt an Themen und Darstellungsformen entsteht gerade durch diese Konkurrenz verschiedener

---

<sup>37</sup> Inhaltsanalyse des Wettbewerbs in Niedersachsen 2010.

<sup>38</sup> Walter J. Schütz in *Media Perspektiven* 9/2009 (S. 476).

<sup>39</sup> Inhaltsanalyse NDR Online und Wettbewerb 2009.

Angebote. Aus verfassungsrechtlicher Sicht leitet sich der Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus dem Leitbild des informierten und urteilsfähigen Bürgers ab: Ihm sollen diejenigen medialen Angebote garantiert und unabhängig von den Unwägbarkeiten der Marktentwicklungen zugänglich sein, die in der Demokratie für die Meinungsbildung, die kulturelle Vielfalt und den sozialen Zusammenhalt als notwendig angesehen werden.<sup>40</sup> Eine solche Betrachtung setzt publizistisch miteinander ringende Angebote voraus und schließt jedenfalls öffentlich-rechtliche Telemedien nicht nur deswegen aus, weil es auch vergleichbare private Angebote gibt.

Hinzu kommt, dass die bestehenden klassischen Medienangebote des NDR, die über Niedersachsen und die Regionen berichten (NDR 1 Niedersachsen und das NDR Fernsehen, darunter vor allem die Landesmagazine) hinsichtlich ihrer Kompetenz für regionale Berichterstattung von den Nutzern insgesamt gut bewertet werden.<sup>41</sup> Für die Altersgruppe der unter 50-Jährigen ist außerdem das Internet immer stärker in den Medienalltag integriert.<sup>42</sup> Der Wunsch danach, dass jüngere Nutzer stärker von ndr.de angesprochen werden sollten, ist bei allen befragten Onlinern ausgeprägt (mehr als 70 Prozent).<sup>43</sup> Auch diesem Wunsch soll mit einem ausgebauten regional ausgerichteten Teilangebot für Niedersachsen mit einem vergleichsweise großen Videoanteil entsprochen werden.

Vor diesem Hintergrund ist durch *Niedersachsen Regional* ein erheblicher Beitrag zur publizistischen Vielfalt vor allem bei der Versorgung der Bevölkerung mit regionalen Informationen zu erwarten. Eine stärkere regionale Berichterstattung durch den NDR wird sich vor allem in den ländlichen Regionen positiv auf die mediale Vielfalt auswirken. Neben den Web-Seiten der Tageszeitungen existieren hier, wie ausgeführt, kaum weitere redaktionell gestaltete Online-Angebote mit regionalen Inhalten.

### **Publizistischer Beitrag durch Themen- und Genrevielfalt**

Ein besonderer publizistischer Beitrag von *Niedersachsen Regional* ist zudem hinsichtlich der Vielfalt der online zur Verfügung (und zur Diskussion) gestellten Themen sowie in Bezug auf die Bandbreite an Genres bzw. Rubriken zu erwarten. Das ausgebaute Teilangebot wird sich in diesen Punkten von seinen Wettbewerbern signifikant unterscheiden.

Die Online-Angebote der Tageszeitungen enthalten etwa weitgehend Inhalte aus der Kategorie „Information“; Themen aus den Bereichen Bildung, Kultur und Unterhaltung machen hingegen in der Summe nur ungefähr ein Drittel aus.<sup>44</sup> Während die Online-Angebote der untersuchten Tageszeitungen ihren Fokus demzufolge vor allem auf Nachrichten und weitere Informationsinhalte legen, wird das Spektrum von *Niedersachsen Regional* durch eine Mischung von Inhalten aus Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung breiter sein. Vor allem für die drei letztgenannten Rubriken mangelt es derzeit an seriösen, an den regionalen Bedürfnissen der Nutzer orientierten Angeboten. *Niedersachsen Regional* wird hier nicht zuletzt durch das Aufgreifen von für Niedersachsen relevanten Bildungs- und Kulturthemen Abhilfe schaffen.

---

<sup>40</sup> Hain, Die zeitlichen und inhaltlichen Einschränkungen der Telemedienangebote von ARD, ZDF und Deutschlandradio nach dem 12. RÄndStV, 2009, S. 72.

<sup>41</sup> NDR Imagestudie 2007.

<sup>42</sup> NDR OnlineTrend 2008.

<sup>43</sup> Nutzerbefragung NDR Online 2009.

<sup>44</sup> Inhaltsanalyse des Wettbewerbs in Niedersachsen 2010.

Zudem besteht eine erhebliche Lücke bei der Berichterstattung über landesweite Themen für Niedersachsen. Landesweite Informationen werden von den Wettbewerbern im Netz fast gar nicht angeboten.<sup>45</sup> Die bei *Niedersachsen Regional* als zentrales Element vorgesehene Kombination aus regionalen und auf das gesamte Bundesland bezogenen Inhalten begründet einen beträchtlichen Beitrag des Teilangebots zum publizistischen Wettbewerb.

Online-Angebote des Bundeslandes und einzelner Regionen weisen im Vergleich zu den geplanten Inhalten von *Niedersachsen Regional* nur in geringem Maße Merkmale einer redaktionellen Bearbeitung auf und sind nicht nach anerkannten journalistischen Regeln bzw. Standards gestaltet, sondern mitunter einseitig an den Interessen der Absender orientiert. Vor allem regionale Inhalte aber sind nur vereinzelt zu finden. Das Themenspektrum ist bei vielen Angeboten sehr überschaubar. So sind die Online-Angebote des privaten Hörfunks auf unterhaltende Inhalte konzentriert (z. B. Gewinnspiele und Programmaktionen), während die Angebote des Bürgerrundfunks vielfach programmbegleitend aufgebaut sind.

### **Publizistischer Beitrag durch umfassende Hintergrundinformationen**

Auch hinsichtlich der Versorgung der Bevölkerung mit vertiefenden Hintergrundinformationen in allen Rubriken wird *Niedersachsen Regional* einen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb leisten. Gerade hier liegt eine der Stärken des NDR Telemedienangebots insgesamt. Textbeiträge sind im Schnitt relativ umfangreich, Kontext- und Hintergrundinformationen werden wesentlich häufiger als von den Wettbewerbern angeboten.<sup>46</sup> Mit dem geplanten Teilangebot kann der NDR mit eben dieser Stärke, tiefgründige und umfangreiche Informationen bereitzustellen, auch den regionalen Informationsbedürfnissen der Nutzer in Niedersachsen noch besser als bisher entsprechen.

### **Publizistischer Nutzen durch die Kombination von Multimedialität und regionalen Bezügen**

Ein Schwerpunkt des geplanten Teilangebots wird seine ausgeprägte Multimedialität, vor allem mit Blick auf den Einsatz von Videos mit explizit regionalen Bezügen, sein. Zwar bieten auch fast alle untersuchten Tageszeitungen mittlerweile ein breites Bewegtbildangebot im Netz, das in den meisten Fällen schon auf der Startseite abrufbar ist. Regionale Themen machen aber auch bei den Videos nur etwa 20 Prozent aus. Im Vordergrund stehen auch in diesem Segment lokale und überregionale Themen. Der Unterhaltungsanteil bei den Videos ist vergleichsweise hoch.<sup>47</sup> Davon wird sich *Niedersachsen Regional* durch einen konsequenten Einsatz von sachorientierter Bewegtbild-Berichterstattung in den einzelnen Regionen und auf der Bundeslandebene erheblich unterscheiden.

Für alle anderen analysierten Online-Angebote gelten hinsichtlich der für die Nutzer attraktiven Kombination von regionalen Informationen und Videoinhalten ohnehin erhebliche Einschränkungen. So sind die weiteren Angebote schon nicht in ganz Niedersachsen präsent. Vor allem in vielen

---

<sup>45</sup> Ebd.

<sup>46</sup> Inhaltsanalyse NDR Online und Wettbewerb 2009.

<sup>47</sup> Inhaltsanalyse des Wettbewerbs in Niedersachsen 2010.

ländlichen Regionen sind neben den Online-Ablegern der regionalen Tageszeitungen (fast) keine weiteren regionalen Video-Inhalte im Internet abrufbar. Viele Angebote im weiteren Wettbewerbsumfeld sind zudem eher auf ganz Niedersachsen ausgerichtet (z. B. Hörfunkprogramme und TV-Fensterprogramme) und weisen nur in geringem Umfang regionale Inhalte auf.<sup>48</sup>

Lediglich die Online-Angebote der Fensterprogramme bundesweiter Fernsehsender beinhalten in relevantem Ausmaß Bewegtbildangebote. Die regionalen Video-Inhalte werden jedoch nur auf der Grundlage bestehender TV-Inhalte bereitgestellt. Darüber hinaus gibt es aber keine speziell für das Internet bearbeiteten Inhalte. Der Grad an Qualität und Professionalität schwankt zwischen den einzelnen Multimedia-Angeboten erheblich. Dies gilt insbesondere für den Bürgerrundfunk und die lokalen Fernsehsender.<sup>49</sup>

Auch mit Blick auf die durch den verstärkten Einsatz von Videos vorgesehene Vertiefung der Multimedialität von regional relevanten Inhalten ist von einem publizistischen Beitrag des Teilangebots *Niedersachsen Regional* auszugehen, der – wie die Ausführungen zum kommunikativen Bedürfnis an anderer Stelle zeigen – von den Onlinern ausdrücklich nachgefragt wird.

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

Das Telemedienangebot des NDR ist frei von Werbung und in umfassender Weise unabhängig von kommerziellen Interessen. Dies gilt uneingeschränkt auch für *Niedersachsen Regional*. Obwohl die Werbefreiheit durch gesetzliche Regelungen vorgegeben ist, liegt hierin ohne Zweifel eine Stärke und ein publizistischer Beitrag des NDR Telemedienangebots. Das Privileg, unbeeindruckt von kommerziellen Zwängen operieren zu können, versetzt den NDR in die Lage, anders als seine Wettbewerber auf eine Betonung etwa von Boulevardthemen weitgehend zu verzichten und demgegenüber ein größeres Spektrum an Themen anzubieten.

Die Inhalte der kommerziellen Wettbewerber in Niedersachsen sind hingegen 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.<sup>50</sup>

Nicht vergessen werden darf zudem, dass die Online-Inhalte von Tageszeitungen überwiegend nicht komplett kostenfrei abrufbar sind. Zumindest als Premium-Content zur Verfügung gestellte Inhalte sind für die Nutzer teilweise entgeltpflichtig. Dies gilt für 19 der untersuchten Online-Angebote von Tageszeitungen in Niedersachsen. Gerade bei den Zeitungsverlagen scheint der Trend zu Paid Content-Inhalten zuzunehmen, wie aktuelle Entwicklungen auch bei regionalen Online-Angeboten der Axel Springer AG belegen.<sup>51</sup>

---

<sup>48</sup> Ebd.

<sup>49</sup> Ebd.

<sup>50</sup> Ebd.

<sup>51</sup> Ebd.

## Zusammenfassende Bewertung

*Niedersachsen Regional* wird durch die Bereitstellung von professionellen und hochwertigen regionalen sowie landesbezogenen Berichten und Videobeiträgen aus Niedersachsen zu allen staatsvertraglich beauftragten Themenfeldern einen besonderen Beitrag zur publizistischen Vielfalt leisten. Dies gilt insbesondere auch für Bildungs- und Kulturinhalte. Der qualitative Beitrag zum publizistischen Wettbewerb wird nicht zuletzt durch eine glaubwürdige und umfassende journalistische Aufbereitung und Themenvielfalt sowie die Unabhängigkeit von kommerziellen Interessen gewährleistet werden.

In ländlichen Gebieten dürfte sich vor allem eine stärkere regionale Berichterstattung durch den NDR positiv auf die mediale Vielfalt auswirken. Neben den Angeboten der Tageszeitungen bestehen hier bislang meist keine weiteren redaktionell gestalteten Online-Angebote mit regionalen Inhalten. Zudem wird mit einem landesweit ausgerichteten Angebotsteil ein publizistischer Beitrag beige-steuert, der von den Wettbewerbern fast gar nicht geleistet wird. Daher trägt das Online-Angebot in mehrfacher Hinsicht zur Erhöhung der publizistischen Vielfalt bei.

Durch das Angebot zeitgemäßer multimedialer Inhalte kann die positive Wahrnehmung des NDR durch die Altersgruppen unter 50 Jahren erheblich verstärkt werden. Vor allem vor dem Hintergrund der hohen regionalen Verbundenheit und der starken Nachfrage nach regionalen Inhalten wird *Niedersachsen Regional* dem sehr unterschiedlichen regionalen Verständnis der Menschen Rechnung tragen und den integrativen Auftrag des NDR in besonderem Maße erfüllen.

## D. FINANZIELLER AUFWAND

Die im Folgenden genannten Beträge umfassen alle Aufwendungen, die dem Teilangebot *Niedersachsen Regional* verursachungsgerecht zugeordnet werden können. Dabei handelt es sich um eine vollständige Erfassung der im Zusammenhang mit dem Teilangebot anfallenden Personal-, Programm- und Sachaufwendungen sowie der Verbreitungskosten. Die Telemedienkosten wurden 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 sind in den Telemedienkosten auch anteilige Kosten der Redaktionen, der IT und der Programmverbreitung berücksichtigt, wobei zum Teil sachgerechte Schätzungen vorgenommen wurden. Mit dieser differenzierten Kostenerhebung ist eine Nachprüfung des Finanzbedarfs durch die KEF gewährleistet.

Der NDR geht davon aus, dass der finanzielle Aufwand für das Teilangebot *Niedersachsen Regional* im Jahr 2010 insgesamt 0,90 Mio. € betragen wird. Darin enthalten sind sowohl die Entwicklungs- und Vorlaufkosten als auch die kalkulierten laufenden Kosten für das Angebot, das nach derzeitiger Planung im November 2010 freigeschaltet werden soll. Der Aufwand setzt sich zusammen aus Personal- und Honoraraufwendungen in Höhe von 0,68 Mio. €, Sachaufwendungen (inkl. Rechtekosten und Onlinezuschläge) in Höhe von 0,14 Mio. € sowie Abschreibungen in Höhe von 0,08 Mio. €. Zusätzlich zu den Verbreitungskosten für den Telemedienbestand fallen im Jahr 2010 nach Freischaltung des Teilangebots voraussichtlich Verbreitungskosten in Höhe von 1 T€ an.

Vorbehaltlich der Zustimmung der Gremien im Dreistufentest sowie im Rahmen der Wirtschaftsplanberatungen wird 2011 für das Teilangebot *Niedersachsen Regional* mit einem Aufwand von 1,85 Mio. € gerechnet. Darin enthalten sind Personal- und Honoraraufwendungen in Höhe von 1,37 Mio. €, Sachaufwendungen (inkl. Rechtekosten und Onlinezuschläge) in Höhe von 0,31 Mio. € sowie Abschreibungen in Höhe von 0,17 Mio. €. Zusätzlich zu den Verbreitungskosten für den Telemedienbestand werden für das neue Teilangebot im Jahr 2011 Verbreitungskosten in Höhe von 4 T€ veranschlagt. In den Folgejahren ist mit einem leicht steigenden Aufwand aufgrund allgemeiner Preis- und Tarifsteigerungen zu rechnen. Für das Jahr 2012 wird deshalb ein Aufwand in Höhe von 1,86 Mio. € prognostiziert.

Die Finanzierung des Teilangebotes erfolgt für die Jahre 2010 bis 2012 im Rahmen der Mittelfristigen Finanzplanung durch Umschichtungen. Es entsteht kein zusätzlicher Finanzbedarf.

## - Anlage -

### Verweildauerkonzept des NDR

#### 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.

<b>Verweildauer</b>	<b>Kategorisierung von Sendungen und Beiträgen</b>	<b>Begründung und Mehrwert</b>
<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>
<b>3 Monate</b>	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	Dieses Intervall ermöglicht eine Nutzung der Angebote in einem Zeitrahmen, in dem die Aktualität der Inhalte gewährleistet und die Nachfrage bei Nutzern unterstellt werden

	Schlagzeilen“, „Jetzt reicht's“ von NDR 1 Niedersachsen oder „NDR Kultur Kontrovers“.	kann.
<b>6 Monate</b>	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.	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.
<b>12 Monate</b>	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. 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“. Beiträge und Sendungen aus Programmschwerpunkten wie den ARD-/NDR Themenwochen. Die Wissensformate aus Hörfunk und Fernsehen. Dokumentationen wie „Das Thema“ im NDR Fernsehen oder vergleichbare Sendungen im Hörfunk, auch Feature und Hörspiel. 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 Nr. 17 in Verbindung mit § 11 Abs. 1 letzter Satz RStV.	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 „Schau Fenster 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.
<b>Zeitlich unbefristetes</b>	Nachhaltige Informationsbeiträge mit dokumentarischem Charakter wie „Das Schweigen der Quandts“; Sendungen und Beiträge mit einer zeit-	Mit der unbefristeten Abrufbarkeit dieser Beiträge bekräftigt der NDR seinen Bildungs-



<b>Archiv</b>	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.).	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 Be-

richtsgegenstand 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. Inhalte und interaktive Angebote, die sich auf regelmäßig wiederkehrende Themen oder konstante Elemente der Berichterstattung beziehen und diese abbilden, werden so lange angeboten, wie sie für die Berichterstattung in Sendungen und Telemedien relevant sind.
- 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.