§ 30 Telemedienangebote

(1) [1]Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio bieten nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen Telemedienangebote nach § 2 Abs. 2 Nr. 29 unter Einbeziehung einer gemeinsamen Plattformstrategie in eigenen Portalen auf Basis des gemeinsamen technischen Plattformsystems nach § 30f und Telemedien außerhalb eigener Portale (Drittplattformen) an. [2]Die gemeinsame Plattformstrategie hat das Ziel, einen die Angebote der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF und des Deutschlandradios umfassenden, aufeinander abgestimmten, gemeinwohlorientierten öffentlichen Raum zu schaffen, und umfasst auch eine Strategie zur Vernetzung mit den Angeboten externer Partner sowie zur Nutzung von Drittplattformen.

(1a) [1]Soweit dies zur Erfüllung des Auftrages und zur Erreichung der Zielgruppe erforderlich ist, können Telemedienangebote über jeweils eigenständige eigene Portale zugänglich gemacht werden. [2]Die besondere Notwendigkeit der verschiedenen eigenständigen Portale ist jeweils im Rahmen der Telemedienkonzepte zu begründen. [3]Verschiedene eigene Portale sollen entsprechend der Bedürfnisse der Nutzer nach § 26a Abs. 1 einheitlich auffindbar gemacht werden.

(1b) Soweit dies zur Erfüllung des Auftrages und zur Erreichung der Zielgruppe aus journalistisch-redaktionellen Gründen geboten ist, können Telemedien auch auf Drittplattformen angeboten werden.

(2) [1]Der Auftrag nach Absatz 1 umfasst insbesondere

1. Sendungen ihrer Programme auf Abruf vor und nach deren Ausstrahlung sowie eigenständige audiovisuelle Inhalte,

2. Sendungen ihrer Programme auf Abruf von europäischen und nichteuropäischen Werken angekaufter Spielfilme und angekaufter Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen sind, im zeitlichen Zusammenhang mit der Ausstrahlung in ihren Programmen für bis zu dreißig Tage, wobei die Abrufmöglichkeit grundsätzlich auf Deutschland zu beschränken ist; das Angebot dieser nichteuropäischen Werke ist nur zulässig, wenn es sich um Beiträge zur Bildung im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 26 oder zur Kultur im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 27 handelt und sie in besonderem Maße zum öffentlich-rechtlichen Profil beitragen,

3. das Angebot auf Abruf von europäischen und nichteuropäischen Werken im Sinne der Nummer 2 als eigenständige audiovisuelle Inhalte für bis zu dreißig Tage, wobei die Abrufmöglichkeit grundsätzlich auf Deutschland zu beschränken ist; eine zeitlich weitergehende Abrufmöglichkeit ist im Einzelfall möglich, wenn dies aus redaktionellen Gründen oder Gründen der Angebotsgestaltung geboten ist und die weitergehende Bereitstellung in besonderem Maße zum öffentlich-rechtlichen Profil beiträgt,

4. Sendungen ihrer Programme auf Abruf von Großereignissen gemäß § 13 Abs. 2 sowie von Spielen der 1. und 2. Fußball-Bundesliga bis zu sieben Tage danach und

5. zeit- und kulturgeschichtliche Archive mit informierenden, bildenden und kulturellen Telemedien.

[2]Im Übrigen bleiben Angebote nach Maßgabe der §§ 40 bis 44 unberührt.

(3) [1]Durch die zeitgemäße Gestaltung der Telemedienangebote nach Maßgabe des § 26 soll allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglicht, Orientierungshilfe geboten, Möglichkeiten der interaktiven Kommunikation angeboten sowie die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten gefördert werden. [2]Diese Gestaltung der Telemedienangebote soll die Belange von Menschen mit Behinderungen besonders berücksichtigen, insbesondere in Form von Audiodeskription, Bereitstellung von Manuskripten oder Telemedien in leichter Sprache.

(4) [1]Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio bieten ihre Angebote in möglichst barrierefrei zugänglichen elektronischen Portalen an

und fassen ihre Programme unter elektronischen Programmführern zusammen. [2]Inhalte in eigenen Portalen sowie solche auf Drittplattformen, die aus journalistisch-redaktionellen Gründen dafür geeignet sind, sollen miteinander vernetzt werden, insbesondere durch Verlinkung. [3]Die gegenseitige Auffindbarkeit von Inhalten in den eigenen Portalen ist sicherzustellen. [4]Die erste Auswahlebene der eigenen Portale soll jeweils auch Empfehlungen zu Inhalten in anderen Portalen enthalten und zu diesen verlinken. [5]Die Angebote sollen auch auf Inhalte verlinken, die Einrichtungen der Wissenschaft, Kultur sowie der Bildung anbieten und die aus journalistisch-redaktionellen Gründen für die Telemedienangebote geeignet sind. [6]Der Einsatz von Personalisierungsmöglichkeiten soll dem Nutzer einen unmittelbaren, portalübergreifenden Zugriff auf Inhalte ermöglichen.

(5) [1]Nicht zulässig sind in Telemedienangeboten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten:

1. Werbung mit Ausnahme von Produktplatzierung,

2. das Angebot auf Abruf von angekauften Spielfilmen und angekauften Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen sind mit Ausnahme der in Absatz 2 Satz 1 Nr. 2 und 3 genannten Werke,

3. eine flächendeckende lokale Berichterstattung und

4. die in der Anlage zu diesem Staatsvertrag aufgeführten Angebotsformen.

[2]Für Produktplatzierung nach Satz 1 Nr. 1 gelten § 8 Abs. 7 und § 37 entsprechend.

(6) [1]Werden Telemedien von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem ZDF oder dem Deutschlandradio außerhalb eigener Portale verbreitet, sollen sie für die Einhaltung des Absatzes 5 Satz 1 Nr. 1 Sorge tragen. [2]Durch die Nutzung des Verbreitungswegs im Sinne des Satzes 1 dürfen sie keine Einnahmen durch Werbung und Sponsoring erzielen.

(7) [1]Die eigenen Portale sowie Telemedien auf Drittplattformen dürfen jeweils nicht presseähnlich sein. [2]Eigene Portale sind im Schwerpunkt mittels Bewegtbild oder Ton zu gestalten, die Nutzung von Texten ist hier nur zulässig bei

1. sendungsbegleitenden Texten nach Maßgabe der Sätze 3 bis 5,

2. Angebotsübersichten,

3. Schlagzeilen zu aktuellen Ereignissen, einschließlich begleitender Echtzeitberichterstattung,

4. Faktenchecks,

5. Informationen über die jeweilige Rundfunkanstalt,

6. Maßnahmen zum Zweck der Barrierefreiheit,

7. nach der Anlage zu diesem Staatsvertrag zulässigen Chats und Foren sowie

8. Informationen, zu denen eine gesetzliche Verpflichtung besteht, diese in den Portalen in Textform vorzuhalten.

[3]Sendungsbegleitende Texte sind Sendungstranskripte, Zusammenfassungen der wesentlichen Inhalte einer Sendung sowie solche, die der nachträglichen Aufbereitung von Inhalten aus einer konkreten, nicht länger als vier Wochen zurückliegenden Sendung einschließlich Hintergrundinformationen dienen, soweit auf für die jeweilige Sendung genutzte Materialien und Quellen zurückgegriffen wird und diese Angebote thematisch und inhaltlich die Sendung unterstützen, begleiten und aktualisieren, wobei der zeitliche und inhaltliche Bezug zu einer bestimmten Sendung im jeweiligen Portal ausgewiesen werden muss. [4]Auch bei sendungsbegleitenden Texten nach Satz 3 hat eine Einbindung von Bewegtbild oder Ton zu erfolgen. [5]Bei Ereignissen von besonderer gesamtgesellschaftlicher Bedeutung sind abweichend von Satz 3

sendungsbegleitende Texte auch zur Vorbereitung einer konkreten Sendung zulässig; die übrigen Maßgaben des Satzes 3 bleiben unberührt. [6]Zur Anwendung der Sätze 1 bis 5 soll von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und den Spitzenverbänden der Presse eine Schlichtungsstelle eingerichtet werden.

(8) Soweit die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF oder das Deutschlandradio Dienste anbieten, die den Zugang zu audiovisuellen Mediendiensten ermöglichen, finden von den Bestimmungen des 5. Unterabschnitts des V. Abschnitts nur § 99a Abs. 1 Satz 1 und 2, Abs. 2 und Abs. 3 Satz 1 sowie § 99c Abs. 1 Anwendung.