

Informationsblatt zum Antrag auf Bestimmung als Public-Value-Angebot nach § 84 Abs. 3 MStV (private Rundfunkangebote – Bewegtbild)

Es wird darauf hingewiesen, dass verschiedene Formen der Antragstellung möglich sind – insbesondere steht ein Online-Formular zur Verfügung, das bevorzugt genutzt werden soll. Wir bitten Sie, nur einen Weg der Antragstellung zu nutzen. Postalische Antragsunterlagen sollen **nicht getackert** eingereicht werden.

Weitere Einzelheiten zur Einreichung des Antragsformulars sind der Ausschreibung und den FAQs zu entnehmen.

Sollten die im Antragsformular vorgesehenen Freifelder „Erläuterungen“ für weitere Anmerkungen nicht ausreichen, können dem Antrag zusätzliche Erläuterungen in Form von Anlagen beigefügt werden. Dabei ist anzugeben, welchem Punkt diese Erläuterungen zuzuordnen sind.

Zu den Kontaktdaten

Es sind alle vertretungsberechtigten Personen anzugeben, d.h. die Personen, die rechtlich befugt sind, für den Antragsstellenden rechtsverbindliche Erklärungen abzugeben. Bei mehreren gemeinschaftlich vertretungsberechtigten Personen genügt es daher nicht, nur eine zu benennen. Bei Einzelvertretungsberechtigung genügt die Unterschrift des / der Berechtigten.

Für das laufende Public-Value-Bestimmungsverfahren ist darüber hinaus eine Ansprechperson mit E-Mail-Adresse und Telefonnummer für Rückfragen zu benennen. Die Ansprechperson muss nicht zwingend eine vertretungsberechtigte Person sein.

Zu 1 Public-Value-Bestimmungsverfahren 2021 / 2022

Wenn Sie bereits einen Public-Value-Status für Ihr Angebot erhalten haben, geben Sie bitte das Aktenzeichen des entsprechenden Bescheids aus dem Jahr 2022 an. Das Aktenzeichen finden Sie auf dem Bescheid (oben rechts beim Datum), den Sie im Jahr 2022 erhalten haben.

Zu 2.1 Antragsbefugnis

Gem. § 84 Abs. 3 MStV sind private Rundfunkprogramme (i.S.d. § 2 Abs. 1 S. 1 u. 2 MStV) antragsbefugt. Hierunter fallen sowohl Bewegtbild- als auch Hörfunkangebote.

Es ist im Erläuterungsfeld anzugeben, inwiefern es sich bei dem Rundfunkangebot um ein Bewegtbildangebot handelt.

**Zu 2.2
Verbreitung**

Unter dem nachfolgenden Gebiet ist das Verbreitungsgebiet / das medienrechtliche Versorgungsgebiet zu verstehen, mithin das Gebiet, welches dem Angebot rechtlich zugewiesen und / oder zugelassen ist. Es betrifft nicht die tatsächliche Empfangbarkeit eines Angebots. Hinweis: Es ist zu beachten, dass die Begrifflichkeiten von Bundesland zu Bundesland variieren können.

Sollte Ihr Angebot zusätzlich identisch per Stream online verbreitet werden, braucht es keinen weiteren Antrag nach § 84 Abs. 4 MStV für rundfunkähnliche Telemedienangebote. Geben Sie dann unter „Verbreitungsweg“ dies zusätzlich an, indem Sie „Stream“ einfügen.

**Zu 2.4
DVB-Triplet**

Jedes über DVB ausgestrahlte Programm kann (innerhalb des jeweiligen Netzes) durch die Parameter Transport Stream Identifier (TSID), Original Network Identifier (ONID) und Service Identifier (SID) im Datenstrom eindeutig referenziert werden. Diese Angaben sind deshalb für die spätere Umsetzung der Listungen essenziell. Bitte geben Sie die entsprechenden Informationen für eine Zuordnung an.

Sofern Angaben zu mehr als drei Netzwerken vorhanden sind, sind diese in einer Anlage mit den dazugehörigen Informationen zu ergänzen.

**Zu 3
Inhaltliche Beschreibung des Angebots**

Der Antrag muss eine inhaltliche Beschreibung des Angebots enthalten.

**Zu 4
Werte zu den gesetzlichen Kriterien aus § 84 Abs. 5 MStV**

Bitte fügen Sie geeignete Nachweise und Erläuterungen zu Ihren Angaben bei. Zu diesem Zweck können Sie bspw. einen Sendeplan einreichen.

Die Bestimmung des Public-Value-Status erfolgt in einer Gesamtschau aller zum Angebot gemachten Angaben. Gemäß § 8 Abs. 3 der Public-Value-Satzung werden bei dieser Gesamtschau die Kriterien 1 (zeitlicher Anteil an nachrichtlicher Berichterstattung über politisches und zeitgeschichtliches Geschehen), 2 (zeitlicher Anteil an regionalen und lokalen Informationen) und 7 (Anteil an Angeboten für junge Zielgruppen) besonders berücksichtigt.

Beurteilungszeitraum ist März bis Mai 2024. Dies entspricht einer Grundgesamtheit von 132.480 Sendeminuten (92 Tage × 24 Stunden × 60 Minuten).

Für den prozentualen Anteil ist die **Nettosendezeit zugrunde zu legen**. Unter **Nettosendezeit** wird die Sendezeit ohne Hinzurechnung von Werbung verstanden – also die eigentlich für die Ausstrahlung von Sendungen verfügbare Zeit. Als Werbung müssen für die Berechnung der Nettosendezeitanteile im Public-Value-Bestimmungsverfahren folgende Sendeelemente von der Gesamtsendezeit einer Sendung **abgezogen** werden: Werbeblöcke, Werbespots, Dauerwerbesendungen, Teleshopping und Standbildwerbung. **Nicht abgezogen** werden müssen für die Berechnung der Nettosendezeitanteile im Public-Value-Bestimmungsverfahren folgende Sendeelemente: Eigenpromo / Imagespots für das eigene Programm, Programmvorschauen, Splitscreenwerbung, Produktplatzierung, Sponsorhinweise, Soziale Appelle und Wahlwerbung.

Zu 4.1 Kriterium 1
Zeitlicher Anteil an nachrichtlicher Berichterstattung über politisches und zeitgeschichtliches Geschehen

Zum Zwecke dieser Ausschreibung wird unter „**nachrichtlicher Berichterstattung über politisches Geschehen**“ i.S.d. §7 S. 2 Nr. 1 der Public-Value-Satzung insb. die journalistisch-redaktionell gestaltete Zusammenfassung von Inhalten informierender und / oder kommentierender Natur, die bezogen auf das gesamte Angebot einen möglichst vollständigen Querschnitt der für die öffentliche Meinungsbildung relevanten Teilbereiche des politischen Gesellschaftsgeschehens abbilden und deren Schwerpunkt in der Berichterstattung über tatsächliche Ereignisse liegt, verstanden.

Unter „**nachrichtlicher Berichterstattung über zeitgeschichtliches Geschehen**“ i.S.d. §7 S. 2 Nr. 1 der Public-Value-Satzung wird zum Zwecke dieser Ausschreibung insb. die journalistisch-redaktionell gestaltete Zusammenfassung von Inhalten, die für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung relevante Teilbereiche des zeitgeschichtlichen Gesellschaftsgeschehens abbilden und deren Schwerpunkt nicht in der Darstellung aktueller Ereignisse liegt, verstanden.

Die Begrifflichkeit „**nachrichtliche Berichterstattung**“ setzt eine **non fiktionale Darstellung** der Geschehnisse voraus. **Sportnachrichten** und **Sportberichterstattung** fallen unter **Kriterium 1**, wobei Sportnachrichten im Feld zu „Nachrichten“ mit eingerechnet werden können. **Sport-Live-Sendungen** fallen **nicht** unter **Kriterium 1**. Diese können **unter 5** als zusätzlicher Programmhinweis angegeben werden.

Zu 4.1.1 Kriterium 1a
Anteil Nachrichten und Reportagen / Dokumentationen über politisches und zeitgeschichtliches Geschehen

Es ist der prozentuale Anteil der Kategorien „Nachrichten“ und „Reportagen / Dokumentationen“ an der gesamten Sendezeit im Betrachtungszeitraum darzustellen, einmal gesamthaft für beide Kategorien und einmal gesondert nach den Kategorien. Sportnachrichten können in der Kategorie „Nachrichten“ berücksichtigt werden.

Rechenweg gesamthaft für beide Kategorien:

$$\text{💡} \quad (\text{Anzahl Sendeminuten Nachrichten} + \text{Anzahl Sendeminuten Reportagen / Dokumentationen}) \div 132.480 \text{ Sendeminuten im Betrachtungszeitraum} \times 100 = X \text{ Prozent}$$

Rechenweg gesondert nach den Kategorien:

$$\text{💡} \quad \text{Anzahl Sendeminuten Nachrichten} \div 132.480 \text{ Sendeminuten im Betrachtungszeitraum} \times 100 = X \text{ Prozent}$$

$$\text{💡} \quad \text{Anzahl Sendeminuten Reportagen / Dokumentationen} \div 132.480 \text{ Sendeminuten im Betrachtungszeitraum} \times 100 = X \text{ Prozent}$$

Zu 4.1.2 Kriterium 1b
Anteil aus Kriterium 1a zzgl. Magazin / Talk über politisches und zeitgeschichtliches Geschehen sowie Sportberichterstattung und Wetter

Es ist der prozentuale Anteil der Kategorien „Nachrichten“, „Reportagen / Dokumentationen“, „Magazin“, „Talk“, „Sportberichterstattung“ und „Wetter“ an der gesamten Sendezeit im Betrachtungszeitraum darzustellen, einmal gesamthaft für alle Kategorien und einmal gesondert nach den Kategorien.

Rechenweg gesamthaft für alle Kategorien:

$$\text{💡} \quad (\text{Anzahl Sendeminuten Nachrichten} + \text{Anzahl Sendeminuten Reportagen / Dokumentationen} + \text{Anzahl Sendeminuten Magazin} + \text{Anzahl Sendeminuten Talk} + \text{Anzahl Sendeminuten Sportberichterstattung} + \text{Anzahl Sendeminuten Wetter}) \div 132.480 \text{ Sendeminuten im Betrachtungszeitraum} \times 100 = X \text{ Prozent}$$

Rechenweg gesondert nach den Kategorien:

$$\text{💡} \quad \text{Anzahl Sendeminuten Magazin} \div 132.480 \text{ Sendeminuten im Betrachtungszeitraum} \times 100 = X \text{ Prozent}$$

$$\text{💡} \quad \text{Anzahl Sendeminuten Talk} \div 132.480 \text{ Sendeminuten im Betrachtungszeitraum} \times 100 = X \text{ Prozent}$$

$$\text{💡} \quad \text{Anzahl Sendeminuten Sportberichterstattung} \div 132.480 \text{ gesamte Sendeminuten im Betrachtungszeitraum} \times 100 = X \text{ Prozent}$$

$$\text{💡} \quad \text{Anzahl Sendeminuten Wetter} \div 132.480 \text{ Sendeminuten im Betrachtungszeitraum} \times 100 = X \text{ Prozent}$$

Zu 4.2 Kriterium 2 Zeitlicher Anteil an regionalen und lokalen Informationen

Regionale und lokale Informationen sind Informationen i.S.d. § 2 Abs. 2 Nr. 25 MStV*, die einen eindeutigen Bezug zu in kulturellem Zusammenhang stehenden und räumlich abgegrenzten Gebieten aufweisen, die auch länderübergreifend sein können (§ 7 S. 2 Nr. 2 Public-Value-Satzung). Dies ist bspw. dann der Fall, wenn Bildmotive, Interviewte oder Handlungsträgerinnen / Handlungsträger einer bestimmten Region zugeordnet werden können.

(* insb. Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Information, Wirtschaft, Religiöses, Sport, Regionales, Gesellschaftliches, Service und Zeitgeschichtliches)

Es ist der prozentuale Anteil der regionalen und lokalen Informationen an der gesamten Sendezeit im Betrachtungszeitraum darzustellen.

Rechenweg:

 Anzahl Sendeminuten regionale und lokale Informationen ÷
132.480 Sendeminuten im Betrachtungszeitraum × 100 = X Prozent

Zu 4.3 Kriterium 3 Verhältnis zwischen eigen- und fremdproduzierten Programminhalten

Zum Zwecke dieser Ausschreibung werden Eigenproduktionen (§ 7 S. 2 Nr. 3 Public-Value-Satzung) und Fremdproduktionen wie folgt abgegrenzt:

Eigenproduktionen sind Angebote, die die Anbieterin / der Anbieter selbst mit eigenen sachlichen und personellen Mitteln herstellt und allein finanziert. Darunter fallen auch Koproduktionen, soweit der Finanzierungs- und / oder Herstellungsschwerpunkt bei der Anbieterin / dem Anbieter liegt. Als Eigenproduktion gelten auch solche Produktionen, die im Auftrag der Anbieterin / des Anbieters von Dritten in eigener Verantwortung durchgeführt und ausschließlich oder überwiegend mit deren Produktionsmitteln hergestellt und bearbeitet werden.

Zu den **fremdproduzierten Programminhalten** gehören Lizenzprogramme (Kaufproduktionen), die die Anbieterin / der Anbieter von Dritten gegen Entgelt erwirbt, ohne deren Inhalt, die Finanzierung und die Produktion beeinflussen zu können. Das Gleiche gilt auch für alle anderen zur Verfügung gestellten Programminhalte von Dritten, auf deren Gestaltung die Anbieterin / der Anbieter keinen Einfluss hat.

Es ist der prozentuale Anteil der eigenproduzierten Programminhalte an der gesamten Sendezeit im Betrachtungszeitraum darzustellen.

Rechenweg:

 Anzahl Sendeminuten Eigen-, Ko-, Auftragsproduktion und Kofinanzierung ÷
132.480 Sendeminuten im Betrachtungszeitraum × 100 = X Prozent

Zu 4.4 Kriterium 4
Anteil an barrierefreien Angeboten

Unter **barrierefreien Angeboten** sind solche zu verstehen, die für Menschen mit Behinderungen in der für diese allgemein üblichen Weise, nach dem jeweiligen Stand der Technik und unter Nutzung notwendiger Hilfsmittel ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind (§ 7 S.2 Nr. 4 Public-Value-Satzung). Eine barrierefreie Gestaltung kann beispielsweise erfolgen durch geeignete Untertitelung, Gebärdenübersetzung oder Audiodeskription, die entweder mit dem Programm ausgespielt werden oder individuell zuschaltbar sind.

Es ist der prozentuale Anteil barrierefreien Angebote an der gesamten Sendezeit im Betrachtungszeitraum darzustellen.

Rechenweg:

 Anzahl Sendeminuten barrierefreie Angebote ÷
132.480 Sendeminuten im Betrachtungszeitraum × 100 = X Prozent

Zu 4.5 Kriterium 5
Verhältnis zwischen ausgebildeten und auszubildenden Mitarbeitenden im Betrachtungszeitraum, die an der Programmerstellung beteiligt sind

Gemäß § 7 S.2 Nr. 5 Public-Value-Satzung sind **ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** solche, die eine ihrer journalistischen oder medientechnischen Aufgabe bei der Programmherstellung entsprechende Berufsausbildung oder ein entsprechendes Studium absolviert haben oder nicht weniger als fünf Jahre Berufserfahrung nachweisen können. Untergeordnete Hilfsarbeiten sind nicht einzubeziehen.

Zum Zwecke dieser Ausschreibung sind **auszubildende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** solche, die aufgrund einer Ausbildungsvereinbarung mit dem ausbildenden Anbieter in dessen Betrieb eingegliedert sind. Auf die Vereinbarung einer Ausbildungsvergütung kommt es nicht an. Erfasst sind insb. Auszubildende, Volontäre / Volontärinnen und Praktikanten / Praktikantinnen im Rahmen eines Pflichtpraktikums.

Als **Mitarbeitende** in der Programmherstellung im engeren Sinne werden solche betrachtet, die in den Bereichen Redaktion, Produktion und Technik tätig sind. Nicht unmittelbar an der Programmherstellung tätig sind Mitarbeitende in den Bereichen Geschäftsführung / Verwaltung, Verkauf, Marketing und Disposition.

Handelt es sich bei den Mitarbeitenden nicht um Vollzeitkräfte, ist **auf Vollzeitkräfte umzurechnen (FTE)**.

Es ist der prozentuale Anteil der ausgebildeten Mitarbeitenden an der Gesamtzahl der an der Programmerstellung beteiligten Mitarbeitenden darzustellen.

Rechenweg:

 Anzahl ausgebildete Mitarbeitende, die an der Programmherstellung beteiligt sind ÷
(Anzahl ausgebildete Mitarbeitende, die an der Programmherstellung beteiligt sind +
Anzahl auszubildende Mitarbeitende, die an der Programmherstellung beteiligt sind) × 100
= X Prozent

Zu 4.6 Kriterium 6
Quote europäischer Werke

Europäische Werke sind Werke i.S.d. § 2 Nr. 3 der gemeinsamen Satzung der Landesmedienanstalten zu europäischen Produktionen gemäß § 77 MStV, also bspw. Spielfilme, Fernsehspiele, Serien, Dokumentarsendungen und vergleichbare Produktionen z. B. aus den Mitgliedstaaten der Europäischen Union oder aus europäischen Drittländern, die Vertragsparteien des Europäischen Übereinkommens über grenzüberschreitendes Fernsehen des Europarates sind.

Dieses Kriterium ist auf lokale / regionale Angebote (gesetzlich) nicht anwendbar. Sollten hierzu Angaben gemacht werden, werden diese im Rahmen einer Gesamtschau positiv berücksichtigt.

Es ist der prozentuale Anteil der europäischen Werke an der gesamten Sendezeit für Spielfilme, Fernsehspiele, Serien, Dokumentarsendungen und vergleichbare Produktionen im Betrachtungszeitraum darzustellen.

Rechenweg:

 Anzahl Sendeminuten europäische Werke ÷
gesamte Anzahl Sendeminuten für Spielfilme, Fernsehspiele, Serien, Dokumentarsendungen
und vergleichbare Produktionen im Betrachtungszeitraum × 100 = X Prozent

Zu 4.7 Kriterium 7
Anteil an Angeboten für junge Zielgruppen

Angebote für junge Zielgruppen sind gem. § 7 S.2 Nr.7 Public-Value-Satzung solche, die eindeutig an Kinder oder junge Erwachsene bis zum Alter von 29 Jahren gerichtet sind.

Zu 4.7.1 Kriterium 7a
Anteil an Angeboten für Kinder (0 bis 13 Jahre)

Angebote für Kinder (0 bis 13 Jahre) sind Rundfunkangebote, die gemäß § 9 Abs.1 MStV nicht durch Rundfunkwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden dürfen, oder Telemedienangebote, die bei dem Angebot eines in der Ausrichtung dem einzustufenden Inhalt gleichenden Inhalts als Rundfunk gemäß § 9 Abs.1 MStV nicht durch Rundfunkwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden dürften – vgl. § 7 S.2 Nr. 7 lit. a Public-Value-Satzung.

Es ist der prozentuale Anteil der Angebote für Kinder (0 bis 13 Jahre) an der gesamten Sendezeit im Betrachtungszeitraum darzustellen.

Rechenweg:

 Anzahl Sendeminuten Angebote für Kinder (0 bis 13 Jahre) ÷
132.480 Sendeminuten im Betrachtungszeitraum × 100 = X Prozent

Zu 4.7.2 Kriterium 7b
Anteil an Angeboten für Jugendliche und junge Erwachsene (14 bis 29 Jahre)

Angebote für Jugendliche und junge Erwachsene sind Angebote, die sich nach einer einzel-fallbezogenen Gesamtbetrachtung von Inhalt, Form und Sendezeit eindeutig an eine Zielgruppe von 14 bis 29 Jahren richten, sofern sie im Schwerpunkt Informationen im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 25 MStV* zum Gegenstand haben – vgl. § 7 S. 2 Nr. 7 lit. b Public-Value-Satzung.

(* insb. Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Information, Wirtschaft, Auslandsberichte, Religiöses, Sport, Regionales, Gesellschaftliches, Service und Zeitgeschichtliches)

Es ist der prozentuale Anteil der Angebote für Jugendliche und junge Erwachsene (14 bis 29 Jahre) an der gesamten Sendezeit im Betrachtungszeitraum darzustellen.

Rechenweg:

 Anzahl Sendeminuten Angebote für Jugendliche und junge Erwachsene (14 bis 29 Jahre) ÷ 132.480 Sendeminuten im Betrachtungszeitraum × 100 = X Prozent

Zu 5
Darlegung aus welchen Umständen sich darüber hinaus der besondere Beitrag zur Angebots- und Meinungsvielfalt im Bundesgebiet ergibt

Es sind nur dann Angaben zu machen, wenn diese über die bei den Kriterien gemachten Angaben hinausgehen.

Als Beispiel können hier Live-Übertragungen von Sportereignissen genannt werden. Ausgehend von der bereits angegebenen Grundgesamtheit, ist hier der prozentuale Anteil der Live-Übertragungen an der Gesamtzeit anzugeben. Entsprechendes gilt an dieser Stelle für alle weiteren Angaben.

Zu 6
Nachweise

Bitte geben Sie im Antragsformular an, welche Nachweise dem Antrag beigefügt sind. Als Nachweise sind (soweit vorhanden) bspw. folgende Dokumente beizufügen:

- ☐ Kopie des Zulassungsbescheides **oder** Unbedenklichkeitsbescheinigung
- ☐ Aktueller Handels- oder Vereinsregisterauszug
- ☐ Sendeplan
- ☐ Programmschema
- ☐ Auflistung der in 4 für die Berechnung zugrunde gelegten Sendungen getrennt nach den Kriterien
- ☐ Nachweis über die Anzahl der Mitarbeitenden für die Berechnung des Prozentwerts bei 4.5 inklusive Funktionsbezeichnung
- ☐ Etc.