

29. Juli 2024

Q&A

Public-Value-Bestimmungsverfahren 2024/2025

1 Grundsätzliches

1.1 Was ist Public Value?

Als Public-Value-Angebote werden Rundfunkprogramme und Telemedienangebote nach § 84 Abs.3 S.2 und Abs. 4 MStV bezeichnet, die den Nutzerinnen und Nutzern einen gesellschaftlichen Mehrwert bieten, indem sie „in besonderem Maße einen Beitrag zur Meinungs- und Angebotsvielfalt im Bundesgebiet leisten“. Betrachtet werden die folgenden gesetzlichen Kriterien, wobei die Bestimmung des Public-Value-Status in einer Gesamtschau erfolgt:

- Zeitlicher Anteil an nachrichtlicher Berichterstattung über politisches und zeitgeschichtliches Geschehen
- Zeitlicher Anteil an regionalen und lokalen Informationen
- Verhältnis zwischen eigen- und fremdproduzierten Programminhalten
- Anteil an barrierefreien Angeboten
- Verhältnis zwischen ausgebildeten und auszubildenden Mitarbeitenden, die an der Programmerstellung beteiligt sind
- Quote europäischer Werke
- Anteil an Angeboten für junge Zielgruppen

1.2 Welche Vorteile bringt der Public-Value-Status mit sich?

Angesichts der Vielzahl von Programmen und Angeboten auf Benutzeroberflächen kommt der Auffindbarkeit eine immer größere Bedeutung zu. Gemeinsam mit den Angeboten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks müssen private Angebote mit Public-Value-Status in Benutzeroberflächen, beispielsweise auf Smart-TVs, leicht auffindbar sein. Näheres ist in der Satzung zur Konkretisierung der Bestimmungen des Medienstaatsvertrags über Medienplattformen und Benutzeroberflächen (MB-Satzung) geregelt.

Gesellschafter

Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)

Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)

Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)

Bremische Landesmedienanstalt (brema)

Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)

Medienanstalt Hessen

Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)

Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)

Landesanstalt für Medien NRW

Medienanstalt Rheinland-Pfalz

Landesmedienanstalt Saarland (LMS)

Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (SLM)

Medienanstalt Sachsen-Anhalt

Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

Mittelbar kann sich der von den Medienanstalten vergebene Public-Value-Status positiv auf das Renommee des Angebots im Sinne eines Qualitätsnachweises auswirken.

1.3 Dürfen wir mit dem Public-Value-Status werben?

Selbstverständlich kann im Rahmen der eigenen Öffentlichkeitsarbeit in angemessener und sachlicher Weise auf den Public-Value-Status hingewiesen werden. Dieser bezieht sich jedoch immer auf das Gesamtangebot und nicht auf einzelne Inhalte wie beispielsweise einzelne Sendungen. Das Hervorheben des Public-Value-Status ist daher nur in Bezug auf das Angebot insgesamt zulässig und nicht bei der Bewerbung einzelner Sendungen oder von Teilen des Telemedienangebots.

1.4 Ist der Public-Value-Status mit Fördermitteln verbunden?

Eine Förderung aufgrund des Public-Value-Status ist derzeit nicht vorgesehen.

2 Antragsberechtigung

2.1 Wer kann sich bewerben?

Antragsberechtigt sind Anbietende von

- Rundfunkangeboten (Hörfunk- und Fernsehprogramme)
- rundfunkähnlichen Telemedienangeboten (beispielsweise die Mediathek eines Rundfunkveranstalters)
- Angeboten nach § 2 Abs. 2 Nr. 14 lit. b MStV, d. h. Gesamtangebote von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 19 Abs. 1 MStV (beispielsweise Gesamtangebote eines privaten Rundfunkanbieters)
- Softwarebasierte Anwendungen, die der unmittelbaren Ansteuerung der oben genannten Telemedien oder Gesamtangebote dienen (beispielweise Apps).

2.2 Brauche ich eine Rundfunkzulassung?

Eine Rundfunkzulassung ist keine Voraussetzung für die Antragstellung. Voraussetzung ist die Veranstaltung eines Angebots im Einklang mit den medienrechtlichen Vorschriften. Das heißt, wenn das Angebot zur Veranstaltung einer Rundfunkzulassung bedarf, ist diese auch Voraussetzung für den Public-Value-Antrag. Aber auch Angebote, die keiner Rundfunkzulassung bedürfen, können sich um den Public-Value-Status bewerben.

2.3 Was passiert, wenn ich meine Rundfunkzulassung verliere oder mein Angebot eingestellt wird?

Bestand zum Zeitpunkt der Antragstellung eine Rundfunkzulassung und wird diese zu einem späteren Zeitpunkt widerrufen, geht der Public-Value-Status verloren. Dasselbe gilt auch für Angebote, die ihren Betrieb einstellen. Passiert dies zwischen Antragstellung und der Erteilung des Public-Value-Status kann dieser nicht mehr vergeben werden.

2.4 Was passiert, wenn ich eine Rundfunkzulassung erst erhalte, wenn das Ausschreibungsverfahren schon abgeschlossen ist oder mein Angebot erst nach Ende des Ausschreibungsverfahrens den Betrieb aufnimmt?

Eine Bewerbung um den Public-Value-Status ist in diesem Fall erst wieder im nächsten Ausschreibungsverfahren möglich.

2.5 Können sich auch Anbietende von lokalen und regionalen Angeboten bewerben?

Auch Anbietende von lokalen und regionalen Angeboten sind antragsberechtigt.

2.6 Können Regionalfensterprogramme einen Antrag stellen?

Auch Regionalfensterprogramme sind antragsberechtigt.

3 Ausfüllen des Antrags

3.1 Ich habe keine qualifizierte elektronische Signatur, was kann ich tun?

Die Anträge sind gemäß Art. 84 Abs. 5 S. 3 MStV schriftlich zu stellen. Dies bedeutet, dass der Antrag in Papierform mit handschriftlicher Unterschrift eingereicht oder per Post verschickt werden kann. Außerdem besteht die Möglichkeit, die **elektronische Form** zu nutzen. Dazu ist der Antrag mit allen erforderlichen Dokumenten und Nachweisen an das in der Ausschreibung angegebene elektronische Postfach zu senden. Dafür ist ein handschriftlich unterschriebener eingescannter Antrag ausreichend.

Eine qualifizierte elektronische Signatur ist **nicht zwingend erforderlich**.

3.2 Wir haben zwei Geschäftsführer*innen, die einzeln vertretungsberechtigt sind – müssen beide unterschreiben?

Nein, es genügt, wenn eine einzelvertretungsberechtigte Person den Antrag unterschreibt.

3.3 Wir haben zwei Geschäftsführer*innen, die gemeinschaftlich vertretungsberechtigt sind – müssen beide unterschreiben?

Sofern nur eine gemeinschaftliche Vertretungsbefugnis besteht, sind im Antragsformular alle gemeinschaftlich vertretungsberechtigten Personen anzugeben, d. h. die Personen, die rechtlich befugt sind, für den Antragsstellenden rechtsverbindliche Erklärungen abzugeben. Bei mehreren gemeinschaftlich vertretungsberechtigten Personen genügt es somit nicht, nur eine Person zu benennen. Das Antragsformular muss in diesem Fall von allen gemeinschaftlich vertretungsberechtigten Personen unterschrieben werden.

3.4 Muss ich Angaben zu allen Kriterien machen?

Grundsätzlich müssen nicht zu allen Kriterien Angaben erfolgen. Sofern Angaben gemacht werden können, ist dies zu empfehlen. Die Bestimmung des Public-Value-Status erfolgt in einer Gesamtschau aller zum

Angebot gemachten Angaben. Fehlende Angaben zu den einzelnen Kriterien können in der Gesamtschau nicht berücksichtigt werden.

Die Kriterien gem. § 84 Abs. 5 S. 2 Nr. 4 und 6 MStV sind auf Hörfunkangebote und lokale/regionale Angebote nicht anwendbar. Sollten hierzu Angaben gemacht werden können, werden diese im Rahmen der Gesamtschau besonders berücksichtigt.

3.5 Was passiert, wenn ich falsche Angaben mache?

Die vorgegebenen Antragsunterlagen enthalten eine eidesstattliche Versicherung. Eine eidesstattliche Versicherung ist eine rechtlich bindende Aussage, die die Wahrheit der entsprechenden Tatsachen bestätigt. Falsche Angaben können daher strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.

3.6 Was passiert, wenn meine Antragsunterlagen nicht vollständig sind?

Fehlende Antragsunterlagen werden nicht berücksichtigt und nicht nachgefordert. Ggf. kann der Public-Value-Status nicht verliehen werden. Es ist unbedingt darauf zu achten, dass die Antragsunterlagen inklusive der benötigten Dokumente und Nachweise innerhalb der Ausschlussfrist vollständig eingereicht werden.

3.7 Muss ich die vorgegebenen Antragsunterlagen verwenden?

Ja, die vorgegebenen Antragsunterlagen dienen der Vereinfachung und Vereinheitlichung des Public-Value-Bestimmungsverfahrens. Sie sollen zur Antragsstellung benutzt werden.

3.8 Ich bin Veranstalter*in und verfüge über mehrere Angebote in verschiedenen Bundesländern – muss ich mehrere Anträge stellen?

Ja, sofern Sie als Veranstalterin oder Veranstalter über mehrere Angebote verfügen, ist für jedes Angebot ein gesonderter Antrag zu stellen.

4 Antragsabgabe

4.1 Was bedeutet Ausschlussfrist?

Ausschlussfrist heißt, dass mit Ablauf des Datums der Frist eine Antragstellung nicht mehr möglich ist. Im vorliegenden Verfahren ist die Frist der 10.10.2024, 12:00 Uhr. Das bedeutet, sie endet am 10.10.2024, 11:59 Uhr. Verfristet eingegangene Anträge werden nicht berücksichtigt.

Nachreichungen von fehlenden Dokumenten nach Ablauf dieser Frist sind ausgeschlossen und werden nicht mehr entgegengenommen bzw. berücksichtigt.

4.2 Auf welchem Weg kann ich den Antrag abgeben?

Der Antrag ist schriftlich einzureichen.

Das bedeutet, dass Sie Ihren schriftlich ausformulierten Antrag möglichst **postalisch** oder zur **Übergabe** mit handschriftlicher Unterschrift

durch die gesetzlichen oder satzungsmäßigen Vertretungsberechtigten bei der zuständigen Landesmedienanstalt einreichen. Sollten Sie den Antrag ausgedruckt abgeben, möchten wir Sie darum bitten, die Dokumente nicht zu tackern. Sofern Sie den Antrag persönlich bei der zuständigen Medienanstalt, der Landesanstalt für Medien NRW, abgeben, sind die Geschäftszeiten zu beachten. Am besten vereinbaren Sie aber dazu einen Termin.

Alternativ kann auch die **elektronische Form** genutzt werden. Dazu ist der Antrag mit allen erforderlichen Dokumenten und Nachweisen an das in der Ausschreibung angegebene elektronische Postfach zu senden. Achten Sie bitte darauf, dass der Antrag die Unterschrift(en) der/des Vertretungsberechtigten enthält.

Jeder Antrag soll nur auf einem Weg und nicht doppelt (zum Beispiel per Post und elektronisch) eingereicht werden.

4.3 Bekomme ich eine Eingangsbestätigung?

Ja, Sie erhalten eine Eingangsbestätigung. Bitte achten Sie dafür darauf, eine gültige E-Mailadresse im Antragsformular anzugeben.

4.4 Zählt der Post- oder der Eingangsstempel?

Allein der Eingangsstempel der zuständigen Medienanstalt dokumentiert, wann der Antrag tatsächlich eingegangen ist. Damit kann festgestellt werden, ob die Einreichung noch innerhalb der Ausschlussfrist erfolgt ist oder erst danach.

4.5 Was passiert, wenn ich eine falsche Medienanstalt adressiere?

Diese wird den Antrag an die zuständige Medienanstalt weiterleiten. Für die Wahrung der Ausschlussfrist zählt aber letztendlich nur der Eingangsstempel der zuständigen Medienanstalt. Das Risiko, dass dadurch die Ausschlussfrist nicht mehr gewahrt wird, trägt der oder die Antragstellende.

5 Inhaltliches

5.1 Wie sind Nettosendezeiten definiert?

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 2024/2025 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 2024/2025 folgende Sendeelemente:

- Eigenpromo/Imagespots für das eigene Programm,
- Programmvorschauen,
- Splitscreenwerbung,
- Produktplatzierung,
- Sponsorenhinweise,
- Soziale Appelle und
- Wahlwerbung.

5.2 Was ist zeitgeschichtliches Geschehen?

Unter zeitgeschichtlichem Geschehen wird im Public-Value-Bestimmungsverfahren Berichterstattung über den Zeitraum des aktuellen und vergangenen Jahrhunderts, also von ca. 1900 bis heute verstanden, insbesondere die Berichterstattung über Ereignisse aus gesellschaftlichen Teilbereichen, die für die öffentliche Meinungsbildung relevant sind, also z. B. kulturelle oder wirtschaftliche Entwicklungen, die sich auf das Zeitgeschehen auswirken.

5.3 Wie wird mit Doku-Fiction umgegangen?

Unter Doku-Fiction wird im Public-Value-Bestimmungsverfahren verstanden, dass innerhalb einer Dokumentation fiktionale Elemente eingefügt werden, beispielsweise Spielszenen mit Schauspielern und Schauspielerinnen, um historische Gegebenheiten für Zuschauerinnen und Zuschauer anschaulicher darzustellen. Da die Intention einer Dokumentation auch durch Einfügen fiktionaler Elemente erhalten bleibt, können Sendungen mit Doku-Fiction der Kategorie Dokumentation zugerechnet werden.

5.4 Hörfunk: Wie gehe ich mit der Musik um?

Musikanteile sind als fremdproduzierte Programminhalte einzustufen (Kriterium 3), es sei denn, die Musikanteile sind vom Anbieter/Veranstalter selbst produziert durch eine eigene Senderband, Veranstaltungstipps in Liedform o. ä.

Musikanteile sind nicht den Anteilen von Angeboten für junge Zielgruppen (Kriterium 7) hinzuzurechnen, es sei denn, es handelt sich um spezielle Sendestrecken, bei denen auch die Musikauswahl gezielt und deutlich anderen Auswahlkriterien unterliegt als das sonstige Programm.

5.5 Was sind lokale/regionale Informationen?

Als regionale und lokale Informationen werden im Public-Value-Bestimmungsverfahren diejenigen Sendungen verstanden, deren Sendezeitannteile sich aufgrund des Sendungskonzepts regelmäßig und ausschließlich mit Themen und Ereignissen unterhalb der nationalen/bundesweiten Ebene beschäftigen. Vereinzelt Meldungen zu lokalen Ereignissen (z. B. Unfälle, Verbrechen) in den Weltnachrichten (außerhalb von Deutschland) zählen nicht als regionale und lokale Informationen.

die medienanstalten
Gemeinsame Geschäftsstelle
Friedrichstraße 60
10117 Berlin

Telefon: +49 (0)30 2064690-0
Mail: info@die-medienanstalten.de
www.die-medienanstalten.de