



Ministerialblatt für das Land Nordrhein-Westfalen

Ausgabe: [MBI. NRW. 2010 Nr. 29](#)
Veröffentlichungsdatum: 30.08.2010
Seite: 705



Telemedienkonzepte der vom WDR im elektronischen Portal ARD Online verantworteten Angebote sportschau.de und einsfestival.de Bek. d. WDR v. 30.8.2010

Telemedienkonzepte der vom WDR im elektronischen Portal ARD Online verantworteten Angebote sportschau.de und einsfestival.de

Bek. d. WDR v. 30.8.2010

Veröffentlichung der Beschreibung von Telemedienangeboten gem. § 11 f Abs. 7 S. 2 Rundfunkstaatsvertrag i.V.m. Art. 7 Abs. 1 S. 3 des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages vom 18.12.2008 sowie § 1 Abs. 2 des Gesetzes zur Veröffentlichung der Beschreibung von Telemedienangeboten

– Beschreibungsveröffentlichungsgesetz (GVBT) –

Der Rundfunkrat des WDR hat am 13.07.2010 beschlossen, dass die Telemedienkonzepte der vom WDR im elektronischen Portal ARD Online verantworteten Angebote sportschau.de sowie einsfestival.de den Voraussetzungen des § 11 f Abs. 4 Rundfunkstaatsvertrag vom 31.08.1991 (GV.NRW. 1991 S.408), zuletzt geändert durch Art. 1 des 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrages vom 09.02.2010 (GV.NRW. 2010 S. 144), entsprechen.

Die Veröffentlichung erfolgt nach Maßgabe des § 1 Abs. 2 GVBT in Form einer Kurzbeschreibung der Angebote:

Die Überführung des Bestandes von sportschau.de und einsfestival.de erfolgt gemäß Telemedienkonzept als überwiegend nicht sendungsbezogen, weil ein eindeutiger und direkter Sen-

dungsbezug im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages nicht in allen Angebotsteilen vorhanden ist. Die Anforderungen des Rundfunkstaatsvertrages an sendungsbezogene Angebote, z.B. im Bereich der Negativliste, werden eingehalten.

I.

Telemedienkonzept sportschau.de

Der WDR verantwortet als federführende Landesrundfunkanstalt im Rahmen der ARD sportschau.de. Das Internetangebot richtet sich grundsätzlich an all jene, die an aktuellen Sportinformationen sowie an der vertiefenden und hintergründigen Aufbereitung von Sportthemen interessiert sind und die sich unabhängig von Sendezeiten im Radio und Fernsehen informieren möchten. sportschau.de verknüpft Inhalte aus Hörfunk, Fernsehen und Online zu einem journalistisch-redaktionell gestalteten Sport- und Informationsangebot. Auf diese Weise leistet es einen Beitrag zur freien öffentlichen und individuellen Meinungsbildung.

Das kommunikative Bedürfnis für sportschau.de liegt in der Tatsache begründet, dass das Angebot medienübergreifend Inhalte und multimediale Informationen zur Verfügung stellt. Damit wird sportschau.de der Veränderung der Mediennutzung

- weg von den klassischen linearen Medien hin zum nicht linearen Internet – gerecht.

sportschau.de kommt den Bedürfnissen nach unabhängigen Sportinformationen im Netz entgegen.

Im Fokus der Berichterstattung stehen nicht nur populäre Sportarten wie Fußball oder Handball. sportschau.de berichtet auf eigenen Übersichtsseiten auch über den Behinderten- und Breiten-sport und integriert regelmäßig Berichte über Sportarten, wie beispielsweise Schach, Triathlon, Tischtennis oder Ringen, die häufig weniger Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit finden. Zudem wendet sich sportschau.de mit einer kritischen Berichterstattung frei von kommerziellen Interessen auch schwierigen Themen wie Doping im Sport, z.B. im Web-Magazin „Achtung positiv“, oder Sportpolitik und –wissenschaft zu.

1. Beschreibung des Angebots/Zielgruppe

Das Angebot richtet sich an alle Sportinteressierten. Die Zielgruppe von sportschau.de besteht sowohl aus Zuschauern und Hörern der ARD-Programme als auch aus Nutzern, die an die Programme der ARD herangeführt werden sollen und die sich einerseits schnell und zuverlässig informieren wollen, andererseits an glaubwürdigen Hintergründen und Berichten interessiert sind.

2. Inhalt und Ausrichtung

sportschau.de bietet den Nutzern journalistisch aufbereitete aktuelle, umfassende und von kommerziellen Überlegungen unabhängige Informationen zu allen Aspekten des Sports. Die Nutzer finden auf sportschau.de sowohl Sportnachrichten als auch erläuternde und vertiefende Hintergrundberichte. Wie die ARD-Fernseh- und Hörfunkprogramme in ihrer Gesamtheit bildet sportschau.de die ganze Vielfalt des Sportgeschehens ab – vom Spitzen- bis zum Breiten- und Behindertensport. Sportpolitische Themen wie z.B. Doping und die gesellschaftspolitische Relevanz des Sports spielen ebenfalls eine wichtige Rolle. Durch den inhaltlichen, bündelnden Sendungsbezug von sportschau.de werden Schwerpunkte auf Sportarten gesetzt, die in Hörfunk und Fernsehen behandelt werden und für die z.B. im Fernsehen die Übertragungsrechte bei der

ARD liegen. Sendeinweise auf die Sportberichterstattung in Hörfunk und Fernsehen sind ein integraler Bestandteil des Angebots.

sportschau.de bezieht sich jedoch nicht auf einzelne Sendungen, sondern auf die gesamte ARD-Sportberichterstattung in Hörfunk und Fernsehen. Diese deckt eine Vielfalt an Sportarten aus allen Leistungsklassen ab und geht weit über eine reine Ergebnisberichterstattung hinaus. Sportthemen und Hintergründe werden in Hörfunk und Fernsehen nicht nur in Sportsendungen behandelt. Sie finden sich in vielfältiger Form und zu allen Bereichen des Sportgeschehens in Meldungen, Beiträgen und Reportagen in den Nachrichten- und Magazinsendungen sowie sonstigen Formaten aller ARD-Hörfunkwellen und -Fernsehsenderkanäle. Als aktuelles und nicht überwiegend auf einzelne Sendungen bezogenes Sportangebot veröffentlicht sportschau.de originäre Onlineinhalte rund um diese Themen, unabhängig von Sendezeiten in Hörfunk und Fernsehen.

sportschau.de-Inhalte werden sofort nach Fertigstellung eigenständig online gestellt, häufig vor oder unabhängig von einer Veröffentlichung in Radio und Fernsehen.

3. Angebotsformen/Darstellung

sportschau.de ist ein journalistisch-redaktionell gestaltetes Angebot mit selbsterstellten Nachrichten, Beiträgen, Reportagen, Hintergründen, multimedialen Elementen, Animationen, Audios, Videos sowie Liveberichterstattung in Form von Livetickern (sowohl textbasiert als auch mit multimedialen Elementen) oder Livestreaming. Das Angebot ist in seiner Gesamtheit multimedial und interaktiv und deshalb nicht presseähnlich im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages.

Gemeinsam mit dem Bild-Text-Angebot bilden Audio- und Videoinhalte aus Hörfunk- und Fernsehsendungen den Angebotsschwerpunkt. Darüber hinaus gibt es Statistiken zu verschiedenen Disziplinen. Medaillen, Platzierungen und Tabellen spielen im Sport eine zentrale Rolle und werden in den Hörfunk- und Fernsehsendungen fortwährend thematisiert, allerdings oft nur punktuell. Im Netz ist eine solche punktuelle Darstellung nicht sinnvoll. sportschau.de zeigt deshalb die Tabellen ganz.

sportschau.de setzt auch eigene Themen, z.B. mit eigenen Interviews und entwickelt webgerechte Formate z.B. in einem Dossier über Sportverletzungen oder mit dem interaktiven Doping-Webmagazin „Achtung positiv“, das mehrfach ausgezeichnet wurde. Mit dem Format „Zeitlupe“ erinnert sportschau.de multimedial an sporthistorische Momente.

4. Angebotsbestandteile

Sportschau.de stellt Texte, Fotos, Audios und Videos ein. Diese werden je nach Rechtslage On-Demand bereit gestellt, es werden aber auch Livestreams angeboten – z.B. von Fußball-Länderspielen. Darüber hinaus erstellt sportschau.de eine Reihe von eigenen multimedialen Elementen, Animationen und selbstentwickelten Formaten, wie beispielsweise O-Ton-Bildergalerien und Eventboxen. sportschau.de liefert Audio- und Videoinhalte auch an die ARD Mediathek zu und übernimmt Inhalte daraus.

sportschau.de bietet themenbezogen interaktive Kommentierungsmöglichkeiten an. Zudem gibt es auch journalistisch-redaktionell erstellte und betreute Blogs, die themenbezogen angeboten werden und zu denen Nutzer Kommentare schreiben können. Die Kommentarfunktion wird, wie auch alle anderen Inhalte von sportschau.de, redaktionell betreut.

5. Verweildauer

Alle von sportschau.de verantworteten Inhalte werden gemäß den Kriterien des Verweildauerkonzepts der ARD vorgehalten. Die Verweildauer der Inhalte, die sportschau.de von Landesrundfunkanstalten übernimmt, wird von den Landesrundfunkanstalten gemäß ARD-Verweildauerkonzept gesteuert; nimmt eine Landesrundfunkanstalt einen dieser Inhalte aus ihrem Angebot heraus, wird er auch bei sportschau.de depubliziert. Grundsätzlich gelten die im ARD-Verweildauerkonzept genannten Fristen auch für sportschau.de. Dies gilt gleichfalls für die Inhalte, die von der federführenden Landesrundfunkanstalt bei sportschau.de publiziert werden. Das Einstellen von Sportfernsehsendungen auf Abruf ist zudem abhängig von den vorhandenen Onlinerechten und der von diesen vorgegebenen zeitlichen Beschränkungen.

Ergänzend zu den Festlegungen im allgemeinen Teil des ARD-Verweildauerkonzepts gelten für sportschau.de folgende Verweildauern:

Sendungen, Sendungsbeiträge und andere audiovisuelle Inhalte (auf Abruf in Mediatheken)

Sendungen auf Abruf von Großereignissen gemäß § 4 Abs. 2 RStV sowie von Spielen der 1. und 2. Bundesliga werden nur bis zu 24 Stunden danach vorgehalten. Großereignisse sind gemäß den Bestimmungen des RStV:

- Olympische Sommer- und Winterspiele.
- bei Fußball- Europa- und-Weltmeisterschaften alle Spiele mit deutscher Beteiligung sowie unabhängig von einer deutschen Beteiligung das Eröffnungsspiel, die Halbfinalspiele und das Endspiel.
- die Halbfinalspiele und das Endspiel um den Vereinspokal des deutschen Fußball-Bundes.
- Heim- und Auswärtsspiele der deutschen Fußballnationalmannschaft.
- Endspiele der europäischen Vereinsmeisterschaften.

Aktuelle Sendungen („Sportschau“, „Sportschau-Live“) werden in der Regel (sofern nicht unter § 11 d Abs. 2 Nr. 1, 2. Hs RStV fallend) 7 Tage vorgehalten. Über die Dauer von 7 Tagen hinaus verbleiben Sendungen (sofern nicht unter § 11 d Abs. 2 Nr. 1, 2. Hs RStV fallend), Sendungsbeiträge und andere audiovisuelle Inhalte – sofern Onlinerechte vorhanden – wie folgt bei sportschau.de und damit auch in den Mediatheken von ard.de und daserste.de:

- Sportdokumentationen und –reportagen bis zu 12 Monate.
- Sendungen (sofern nicht unter § 11 d Abs. 2 Nr. 1, 2. Hs RStV fallend), Sendungsbeiträge und andere audiovisuelle Inhalte zu Schwerpunkten sowie zu jährlich wiederkehrenden Ereignissen bis zu 12 Monaten.
- vorhandene Sendungen (sofern nicht unter § 11 d Abs. 2 Nr. 1, 2. Hs RStV fallend), Sendungsbeiträge und andere audiovisuelle Inhalte können wieder eingestellt werden, wenn es in Verbindung mit einem Ereignis oder einer Berichterstattung bzw. der Wiederholung im linearen Programm dafür einen redaktionellen Bedarf gibt. Bei der Wiedereinstellung von Inhalten bemisst

sich die zeitliche Obergrenze der Verweildauer nach der Art des Inhaltes gemäß den im Telemedienkonzept genannten Fristen. Der Beginn der Verweildauerfrist liegt bei Sendungen aus Hörfunk und Fernsehen im Sendedatum. Ansonsten gilt das Datum der Einstellung in das Telemedienangebot als Beginn der Frist.

- Die Verweildauer der Audios und Videos, die integraler Bestandteil eines Angebots der Kategorie „Bild-, Textinhalte und multimediale Inhalte“ sind, folgt der Verweildauer dort.
- Über die Mediatheken sind nur die Sendungen, Sendungsbeiträge und andere audiovisuelle Inhalte unbefristet abrufbar, die Inhalte und Angebote gemäß Archivkonzept sind.

Bild-, Textinhalte und multimediale Inhalte

Dies umfasst Angebotsteile, die Inhalte z.B. aus verschiedenen Sendungen bündeln, wie Dossiers, Specials oder Themenschwerpunkte, originäre Inhalte, Bild-, Text-, und Tonkombinationen, interaktive Anwendungen sowie integrierte Audios und Videos. Sie werden in der Regel in multimedialen Kombinationen aus verschiedenen webspezifischen Darstellungsformen in den Telemedien vorgehalten. Diese Inhalte und Angebotsteile verbleiben bis zu 12 Monate bei sportschau.de.

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

- auf Sendungen bezogene und programmbegleitende Inhalte und Elemente der ARD-Onlineangebote bis zu 12 Monate.
- Sportinformationen, die die Inhalte mehrerer Sendungen bündeln, (Bewegt-)Bild-, Text- und Tonkombinationen, interaktive Anwendungen, redaktionelle Themenschwerpunkte zu jährlich wiederkehrenden Ereignissen sowie ausgewählte Inhalte der Berichterstattung bis zu 12 Monate.
- Inhalte und Angebotsteile aus dem Bereich Bildung – wie z.B. das Dossier „Sportverletzungen“ – bis zu 5 Jahre.
- Die Verweildauer der Berichterstattung über Sportereignisse (sofern nicht unter § 4 Abs. 2 RStV fallend) orientiert sich an der dem Berichtsgegenstand immanenten Frist und damit der Wiederkehr des Ereignisses. Tabellen, Statistiken, Ergebnisse und interaktive Module zu 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. Wiederholung im linearen Programm dafür einen redaktionellen Bedarf gibt, aber nicht länger als 12 Monate nach dem jeweiligen Ereignis, es sei denn, es greift eine längere konkrete Verweildauer (etwa: Bildung oder Archiv). Sie können auch in komprimierter Form als Rückblick bereit gestellt werden. Inhalte und interaktive Angebote, die sich auf regelmäßig wiederkehrende Themen oder konstante Elemente der Berichterstattung beziehen und diese abbilden, werden solange angeboten, wie sie für die Berichterstattung in Sendungen und Telemedien relevant sind, aber nicht länger als 12 Monate nach dem Ende des jeweiligen Ereignisses.

- Nutzergenerierte Inhalte bei sportchau.de sind an die Verweildauer eines redaktionell veranlassten Inhalts gebunden, auf den sie sich beziehen. Die Verweildauer nutzergenerierter Inhalte in Communities ist auf maximal 2 Jahre nach der letzten Anmeldung (Log-In) eines Community-Mitglieds begrenzt.
- Für die Dauer von 7 Tagen verbleiben im Angebot Vorberichte auf Ereignisse, sämtliche Liveticker von Ereignissen inklusive ihrer multimedialen Bestandteile und die Kurznachrichten.
- Programminformationen, z.B. in Programmführern (epg) können bis zu 24 Monate vorgehalten werden.
- Grundlegende Informationen für die Rundfunkteilnehmer, z.B. zum Auftrag der ARD und der Rundfunkanstalten, zur Rundfunkgebühr, zum Programm, zur Technik, zur Empfangbarkeit der Programme, zu den Klangkörpern und eigenen Veranstaltungen, zu den Rundfunkanstalten selbst (unternehmensbezogene Inhalte), Hinweise zu Protagonisten des Programms, zu redaktionellen Zuständigkeiten (Impressen) können so lange angeboten werden, wie die entsprechenden Informationen Gültigkeit haben.

Bild-, Textinhalte und multimediale Inhalte, die Inhalte gemäß Archivkonzept sind, sind unbefristet abrufbar.

II.

Telemedienkonzept einsfestival.de

Der WDR verantwortet als federführende Landesrundfunkanstalt im Rahmen der ARD das Telemedienkonzept einsfestival.de.

1. Programmkonzept

Wie in der Anlage zu § 11 b Abs. 1 Nr. 2 des Rundfunkstaatsvertrages „Programmkonzept Digitale Fernsehprogramme der ARD“ zum Fernsehprogramm EinsFestival ausgeführt, ist auch das ergänzende Onlineangebot „ein innovatives, kulturell orientiertes öffentlich-rechtliches Angebot, das einen wichtigen Beitrag dazu leistet, jüngere Zielgruppen anzusprechen“. Das Erreichen jüngerer Zuschauer ist eine wesentliche Zielsetzung bei der Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags in der digitalen Welt. einsfestival.de orientiert sich daran, dass sich innerhalb eines relativ kurzen Zeitraums von nur 10 Jahren ein gesellschaftliches und individuelles kommunikatives Bedürfnis entwickelt hat, Informationen, Bildung und Unterhaltung im Internet zeit- und ortsouverän nutzen zu können, diese Inhalte mit anderen kommunikativ wiederum zeit- und ortsouverän zu teilen sowie eigenen Content anderen zugänglich zu machen. Onlineaffine Nutzergruppen sind angesichts der vorstehenden Entwicklungstendenzen nur durch eine Vernetzung der traditionellen Medien Fernsehen und Radio und der Telemedien zu erreichen. Ein Angebot wie einsfestival.de muss daher medienübergreifend alle adäquaten Gestaltungsformen nutzen und einen Multiplattform-Ansatz verfolgen, z.B. durch Rich-Media-Elemente, Hintergrundinformationen, Dossiers und durch die Berücksichtigung aktueller zukünftiger Entwicklungen des Internet, insbesondere als Medium der sozialen Teilhabe (z.B. veränderte Kommunikation unter Jüngeren durch soziale Netzwerke, Twitter, Blogs etc.).

Da jüngere Fernsehzuschauer in ihrer Mediennutzung so sozialisiert sind, dass sie selbstverständlich alle unterschiedlichen Verbreitungswege des Fernsehens nutzen und besonders gegenüber den neueren Verbreitungswegen aufgeschlossen sind, muss das Onlineangebot einsfestival.de und das Fernsehprogramm EinsFestival konsistent als ein innovatives, kulturell orientiertes öffentlich-rechtliches Angebot jenseits kommerzieller Interessen erkennbar sein und verbreitet werden können.

Die Ausrichtung des Onlineangebots von EinsFestival folgt konsequent der Ausrichtung des Fernsehprogramms, ergänzt es im Sinne eines Multiplattformangebots und trägt so der Tatsache Rechnung, dass auch die soziale Teilhabe jüngerer Menschen zwischenzeitlich weitgehend über das Internet erfolgt.

2. Beschreibung des Angebots

Das Programmangebot von EinsFestival ist grundsätzlich an einen breiten Zuschauerkreis gerichtet, es orientiert sich strukturell und inhaltlich an der Alltagskultur eines jüngeren Publikums. Zur Zeit besteht das Fernsehprogramm EinsFestival weit überwiegend aus Übernahmen aus den Programmen der ARD und ihrer Landesrundfunkanstalten. Die Sendungen werden nach einem eigenen Programmschema neu zusammengestellt. Der Programmgestaltung liegt ein breiter Kulturbegriff zugrunde. Sie wird insbesondere durch Film, Musik, Wissen, Medien und Kommunikation geprägt. Dabei steht der Wunsch jüngerer Menschen nach Orientierung und einem eigenen Lebensstil im Mittelpunkt. Das Fernsehprogramm gliedert sich demzufolge in folgende Rubriken: Film und Serie, Dokumentation und Reportage, Comedy & Co., Magazine, Musik (Klassik, Pop und Rock), Fernsehschätze (Historisches aus den ARD-Archiven) und Ereignisse wie die HD (High-Definition)-Showcases, die seit 2007 in EinsFestival präsentiert werden.

Die Elemente des EinsFestival-Onlineangebots orientieren sich vorwiegend an den linearen Programminhalten. Die wesentlichen Elemente sind derzeit:

- Filme und Serien (Spielfilme, ARD-Fernsehfilme, Krimis, Vorabendserien etc).
- Dokumentationen und Reportagen (Länder, Menschen, Natur, Tiere, Portraits, Geschichte, Wissenschaft etc).
- Comedy & Co (Unterhaltungssendungen, Show, Klassiker, Kabarett, Comedy, Sketche, Zeichentrick).
- Talk-Formate.
- Magazine (Berlinale Tagebuch, Trendmagazin „EINS WEITER“, Kulturmagazine der Dritten Fernsehprogramme.
- Musik (Klassik, Rock, Pop).
- Fernsehschätze (Fernsehen der Kindheit, alte geliebte Serien, Showformate).
- Ereignisse (Übertragungen, Preisverleihungen, Sport etc).

Über sendungsbegleitende Programminformationen hinaus bietet eine Trailerbox aktuelle Trailer, Ausschnitte bzw. vollständige Ausgaben von Sendungen, audiovisuelles Bonusmaterial und den Zugriff auf ein Videoarchiv.

Im Sinne des Multiplattform-Ansatzes, bei dem die Marke EinsFestival über die verschiedenen Medien hinweg zugänglich gemacht und konsistent geführt wird, ist unter Festival Text auch der Videotext auf der Webseite integriert.

Zudem finden sich Verlinkungen zu anderen aktuellen publizistischen ARD-Onlineangeboten wie die WDR-Kulturnachrichten und Berichte von ARD.de. Ebenso sind verschiedene Rich-Media-Angebote im ARD-Verbund mit dem Onlineangebot von EinsFestival verknüpft, wie z.B. die ARD-Mediathek und der 1Live Fernseher. Das Onlineangebot einsfestival.de nutzt durch systematische Verlinkungen die Stärken des ARD-Internets.

einsfestival.de greift alle onlinetypischen Darstellungsformen auf, die für ein redaktionell gestaltetes Multiplattformangebot in Frage kommen und kommt so auch seiner Verpflichtung aus § 11 d Abs. 3 RStV nach, allen Bevölkerungsgruppen, also auch der jüngeren Generation, die Teilhabe an der Informationsgesellschaft zu ermöglichen. Dazu gehören internettypische Vernetzungen, Verlinkungen und Verbindungen von Text, Bild, Ton und Bewegtbild in Form von Livestream, Abruf und/oder Download, sendungsbezogene bzw. auf im Programm ausgerichtete Bewertungen, Integration und Kommunikation über soziale Netzwerke, Chats, Foren, Blogs, Newsletter, Rankings und sendungsbezogene Spiele, deren Sendungsbezug im Telemedium ausgewiesen wird.

Das Angebot ist in seiner Gesamtheit multimedial und interaktiv und deshalb nicht presseähnlich im Sinne des RStV. Hörfunk- und fernsehähnliche Gestaltungsformen sowie telemedienspezifische Elemente sind Schwerpunkte der Darstellung.

3. Verweildauer

Die Verweildauer der Inhalte ist abhängig von redaktionellen und journalistischen Kriterien, vom Medium und vom Programmgenre. Die Verweildauer entspricht den Regelungen im Verweildauerkonzept der ARD.

Abweichend vom Verweildauerkonzept im allgemeinen Teil der Telemedienkonzepte der gemeinschaftlichen Angebote der ARD gelten für das Telemedienkonzept einsfestival.de folgende Verweildauerregelungen:

- Serien mit feststehendem Ende und Reihen bis 6 Monate nach Ausstrahlung der jeweiligen Folge.
- Vorhandene Sendungen, Sendungsbeiträge und andere audiovisuelle Inhalte können wieder in die Mediatheken eingestellt werden, wenn es in Verbindung mit einem Ereignis oder einer Berichterstattung bzw. Wiederholung im linearen Programm dafür einen redaktionellen Bedarf gibt, aber nicht länger als 12 Monate nach dem jeweiligen Ereignis, es sei denn, es greift eine kürzere konkrete Verweildauer (etwa: Sportgroßereignisse) oder eine längere konkrete Verweildauer (etwa: immanente Frist, Bildung oder Archiv).

- Inhalte und Elemente zu seriellen Angeboten und Mehrteilern bis zu 6 Monate nach ihrer Ausstrahlung im linearen Programm.
- 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, aber nicht länger als 12 Monate nach dem jeweiligen Ereignis, es sei denn, es greift eine längere konkrete Verweildauer (etwa: Bildung oder Archiv). Sie können auch in komprimierter Form als Rückblick bereit gestellt 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, aber nicht länger als 12 Monate nach dem Ende des jeweiligen Ereignisses, es sei denn, es greift eine längere konkrete Verweildauer (etwa: Bildung oder Archiv).
- Programminformationen z.B. in Programmführern (epg) können maximal für die Dauer von 24 Monaten vorgehalten werden.
- Grundlegende Information für die Rundfunkteilnehmer, z.B. zum Auftrag der ARD und der Rundfunkanstalten, zur Rundfunkgebühr, zum Programm, zur Technik, zur Empfangbarkeit der Programme, zu eigenen Veranstaltungen, zu den Rundfunkanstalten selbst (unternehmensbezogene Inhalte), Hinweise zu Protagonisten des Programms, zu redaktionellen Zuständigkeiten (Impressen) können so lange angeboten werden, wie die entsprechenden Informationen Gültigkeit haben.

Es wird darauf hingewiesen, dass die vollständige Beschreibung der Telemedienkonzepte der vom WDR verantworteten Angebote im elektronischen Portal ARD-Online sportchau.de sowie einsfestival.de in schriftlicher und digitaler Form beim Ministerpräsidenten des Landes NRW niedergelegt wurde und im Rahmen des elektronischen Portals ARD-Online unter www.ard.de/interne/telemedienkonzepte abgerufen werden kann.

MBI.NRW.2010 S. 705