

Telemedienkonzept

für den WDR Text

Vorlage zur 519. Sitzung des WDR Rundfunkrats am 18. Juni 2010

**Telemedienkonzept für
den WDR Text
gemäß den Vorgaben
des 12. Rundfunkänderungs-
staatsvertrags**

2. überarbeitete Fassung, Stand 31. Mai 2010

Gliederung

Einleitung	4
<hr/>	
1.1. Bestandteil des Auftrags (demokratische, soziale und kulturelle Bedürfnisse)	4
1.1.1. Bestimmung der kommunikativen Bedürfnisse	4
1.1.2. Auftragsrelevanz des kommunikativen Bedürfnisses	5
<hr/>	
1.2. Beschreibung des Angebots	6
1.2.1. Inhalt und Ausrichtung	6
1.2.1.1. Publizistische Ausrichtung/Themen	6
1.2.1.2. Navigation und Aufbau	7
1.2.1.3. Angebotsformen/Darstellung	7
1.2.2. Angebotsbestandteile	7
1.2.3. Verweildauer	8
1.2.4. Archive	8
<hr/>	
1.3. Bestimmung der publizistischen Wettbewerbssituation	8
1.3.1. Abgrenzung der publizistischen Wettbewerbsbereiche	8
1.3.2. Bestimmung des Beitrages zum publizistischen Wettbewerb und Auswirkungen auf ihn	11
<hr/>	
1.4. Kosten	11

Einleitung

1980 begannen ARD und ZDF mit der Ausstrahlung eines gemeinsamen Teletextangebotes. Erstmals waren damit im Fernsehen Informationen unabhängig von Sendeterminen zeitsouverän abrufbar. **Der WDR Text startete 1983 als erster regionaler Videotext-Dienst Deutschlands.** Seit der Einführung vor rund 30 Jahren hat sich der Videotext¹ zum Standard-Zusatzangebot für Fernseh-Programme entwickelt. ARD und ZDF leisten dabei mit ihren Teletexten einen wesentlichen Beitrag zum Informations-, Bildungs-, Beratungs- und Unterhaltungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

1.1. Bestandteil des Auftrags (demokratische, soziale und kulturelle Bedürfnisse)

1.1.1. Bestimmung der kommunikativen Bedürfnisse

In den vergangenen Jahrzehnten hat sich das Medien-nutzungsverhalten grundlegend geändert. Waren Infor-mationen vormals nur zu festgelegten Angebotszeiten – Sendezeiten im Fernsehen und Hörfunk – oder Publikations-zyklen – Erscheinungsdaten bei Zeitungen – erhältlich, so können sie heutzutage jederzeit und nahezu an jedem Ort individuell abgerufen werden.

Für die Fernsehzuschauer in der Bundesrepublik begann das neue Medienzeitalter mit der Einführung des Video-textes im Jahr 1980 – übrigens nur im Westen: Die DDR kannte keinen Videotext.

Das neue Medium Teletext konnte das kommunikative Be-dürfnis nach aktueller und nach vertiefender individueller Information, die das lineare analoge Fernsehprogramm nicht jederzeit zur Verfügung stellen konnte, optimal be-friedigen.

Daher war die neue Technik von vornherein – anders als der zeitgleich erfolglos gestartete Bildschirmtext BTX der Deutschen Bundespost – ein großer Erfolg. Dies belegen die steigenden Zahlen zum Ausstattungsgrad der Haus-halte mit teletextfähigen Fernsehgeräten und die wach-sende Zahl der Teletextnutzer.

Am Jahresende 1980 gab es nach Mitteilung der Geräte-hersteller 70.000 Haushalte in Westdeutschland mit video-textfähigen Fernsehgeräten. Bis zum Jahresende 1983 stieg diese Zahl auf rund 500.000 Haushalte.

1. »Teletext« ist der international gängige Begriff. Die Bezeichnung »Videotext« wurde auch durch den »ARD-ZDF-Videotext« in Deutschland eingeführt. Inzwischen werden beide Begriffe im Alltag synonym verwendet.

Folgende Tabelle dokumentiert die Entwicklung seit 1996:

Jahr	Teletext-Haushalte in Millionen	Ausstattungsgrad aller Haushalte
1996	19,56	61 %
2000	27,18	81 %
2004	31,22	90 %
2008	33,49	96 %

Quelle: AGF/GfK

Parallel mit der verbesserten Ausstattung der Haushalte stiegen auch die Nutzungszahlen für den Videotext. Heute (Stand 2008) nutzen rund 16,24 Millionen Zuschauer täglich den Teletext, 1996 waren es erst 5,3 Millionen. Auch im Internet-Zeitalter konnte der Teletext noch steigende Nutzerzahlen verzeichnen. Laut ARD/ZDF-Online-Studie 2005 nutzen etwa drei Viertel der sogenannten »Onliner« trotz Nutzung des Internets den Teletext genauso häufig wie vorher.

Jahr	BRD gesamt		NRW gesamt	
	WDR FS	TV-gesamt	WDR FS	TV-gesamt
1996	0,29	5,30	0,22	1,27
2000	0,62	9,48	0,38	2,13
2004	1,96	15,32	0,96	3,51
2008	2,20	16,24	0,95	3,49

Quelle: AGF/GfK; Zuschauer in Mio., die das Teletext-Angebot mindestens 1 Sek. fortdauernd eingeschaltet haben.

1.1.2. Auftragsrelevanz des kommunikativen Bedürfnisses

Durch die Telemedienangebote soll allen Bevölkerungsgruppen

- 1) die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglicht,
- 2) Orientierungshilfe geboten sowie die
- 3) technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten gefördert werden.

Teletext ist durch die unmittelbare Übermittlung mit dem Fernsehsignal ein leicht zugängliches Medium, das es nahezu allen ermöglicht, die im Teletext enthaltenen

Informationen zu lesen und sich somit ein differenzierteres Bild der Gesellschaft zu machen.

Die Nutzung von Teletextangeboten ist technisch und finanziell wenig aufwendig, denn mit der Beschaffung eines entsprechenden, für den Empfang eingerichteten Fernsehgerätes ist auch der Teletext verfügbar.

Der WDR Text richtet sich an alle Alters- und Zielgruppen. Er kann von allen uneingeschränkt 24 Stunden am Tag empfangen und genutzt werden, weil er keine für Kinder und Jugendliche entwicklungsbeeinträchtigenden Seiten enthält, die ggf. Sendezeitbeschränkungen bzw. sonstigen Verbreitungsrestriktionen unterliegen.

Der WDR Text bietet den Fernsehzuschauern neben **ausführlichen Programm- und Serviceinformationen** einen Überblick über die **wichtigsten Nachrichten aus NRW**. Durch die Zusammenarbeit mit dem ARD Text werden auch national und international relevante Ereignisse abgebildet. Damit leistet der WDR Text einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung in der Gesellschaft und erlaubt damit einer uneingeschränkten Zielgruppe die Teilhabe an der Informationsgesellschaft.

Der WDR Text berichtet **objektiv** und **unparteiisch** und ist **frei von kommerziellen Interessen** und Inhalten. Der Absender der Informationen ist für den Zuschauer durch die Bindung an den Kanal, beim WDR Text also das WDR Fernsehen, immer klar und eindeutig erkennbar.

Darüber hinaus leistet der WDR Text mit seinen **Untertiteln für Hörgeschädigte** oder Personen, die eine Unterstützung beim Verständnis der deutschen Sprache benötigen, einen wichtigen Beitrag für die allgemeine Zugänglichkeit der Fernsehsendungen des Fernsehens.

1.2. Beschreibung des Angebots

Der WDR Text ist der Teletext des WDR Fernsehprogramms. Er startete 1983 als erster regionaler Videotext-Dienst Deutschlands und hat sich seitdem zu einem erfolgreichen publizistischen Angebot entwickelt: Täglich nutzen ihn mehr als zwei Millionen Zuschauer. Der WDR Text wird zusammen mit dem Fernsehbild ausgestrahlt und ist überall dort abzurufen, wo das WDR Fernsehen empfangen werden kann. Die Zuschauer können das Angebot jederzeit schnell und ohne finanziellen oder technischen Zusatzaufwand parallel zum Fernsehprogramm nutzen. Sie brauchen dazu lediglich einen Dekoder, der standardmäßig in über 90 Prozent aller TV-Geräte eingebaut ist.

WDR WESTDEUTSCHER RUNDFUNK KÖLN VIDEOTEXT	
Zentralabitur in NRW gestartet	117
Ruhr-Wasser ist wieder sauberer	119
Deutsche Post: Talschle erreicht	141
Auftakt zum Frauenfilmfestival	147
Leverkusen bereit für Pokal-Duell	205
Ahlen vor Heimspielen in Klausur	218
Rot-Weiß Oberhausen erhält Lizenz	219
12.00 markt UT	389
12.45 WDR aktuell UT	308
101 Inhalt A-Z	200 Sport
110 Nachrichten	300 TV/Radio
135 Presseschau	500 Service
160 Wetter	800 Dossier

Abbildung 1: WDR Text Seite 100

1.2.1. Inhalt und Ausrichtung

1.2.1.1. Publizistische Ausrichtung/Themen

Der WDR Text ist ein aktuelles Informationsangebot für alle Bevölkerungs- und Altersgruppen. Die Zielgruppe des WDR Textes besteht sowohl aus den Zuschauern des WDR Fernsehens sowie aus denjenigen, die sich gezielt für die Programme und Inhalte des WDR Textes interessieren.

Im WDR Text finden die Zuschauer begleitende Informationen zum Programm des WDR Fernsehens sowie Untertitel für Hörgeschädigte zu vielen Sendungen des WDR. Beide Angebotsteile werden von einer aktuell arbeitenden Redaktion innerhalb des Programmbereichs Internet erstellt und betreut.

Ein inhaltlicher **Schwerpunkt** liegt auf **aktuellen Programm-Informationen** und auf **redaktionell gestalteten Nachrichten**. Der WDR Text bietet auf insgesamt 1.800 Seiten Neuigkeiten aus Nordrhein-Westfalen: Informationen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport. Sie werden ergänzt durch ausführliche Informationen zum WDR-Programm und einen umfassenden Serviceteil.

Hierbei werden bundes- und weltweit relevante Themen in Arbeitsteilung und **Zusammenarbeit** mit den **Tagesschau-Nachrichten des ARD Textes** in den WDR Text integriert. Die NRW-Kurznachrichten des WDR Textes werden zusätzlich auch in den Internet-Auftritt WDR.de übernommen und dort ausgespielt.

Auch Service-Informationen wie die Lotto-Gewinnzahlen oder Staumeldungen, als Vertiefung und Begleitung des Verkehrsfunks im Radio, werden im WDR Text veröffentlicht. Daneben erstellt die Videotext-Redaktion **Dossiers** zu einzelnen Schwerpunktthemen, die häufig teildentisch sind mit Berichten auf WDR.de oder Sportschau.de.

Der WDR Text vertieft Sendungen des WDR Fernsehens mit programmbezogenen Zusatzinformationen. So wird beispielsweise die Computer-Rubrik der Aktuellen Stunde aus dem Internet-Auftritt WDR.de übernommen.

Der WDR Text begleitet auch die Sportberichterstattung der Hörfunk- und Fernseh-Sendungen des WDR. Auch hier gilt das Prinzip des bündelnden, multiplen Sendebezugs, d. h. die Berichterstattung im Videotext bezieht sich häufig nicht exklusiv auf eine konkrete Sendung in Hörfunk oder Fernsehen, sondern auf mehrere. Viele Sportereignisse sind auf den WDR-Videotextseiten live zu verfolgen, das heißt auch als Ticker während des laufenden Programms. Auch Ergebnisse inklusive der Ergebnis-Tabellen sogenannter Randsportarten (Badminton, Billard, Faustball oder Kegeln) sind nachzulesen.

Medienbedingt werden Inhalte im Videotext grundsätzlich in einer kurzen, kompakten Form mit den wesentlichen Informationen dargestellt. Wichtige Neuigkeiten stehen dem Zuschauer so in Minutenschnelle zur Verfügung.

Alle Inhalte im WDR Text entsprechen dem öffentlich-rechtlichen Auftrag zu Information, Bildung und Unterhaltung. Das Angebot ist komplett werbefrei.

1.2.1.2. Navigation und Aufbau

Die Videotext-Nutzer navigieren mit ihrer Fernbedienung durch die nummerierten Seiten. Die Zuordnung der Seiten folgt redaktionellen Kriterien. Der aktuelle Aufbau der Seiten nach Nummern geordnet:

- 100-184: Aktuelles/Wetter, darin u. a.
 - › Index, Impressum, Info-Blatt und Bedienungsanleitung Videotext
 - › Nachrichten (NRW und tages-/weltweit durch Übernahme Tagesschau)
 - › Wetter
 - › Hintergrund
 - › Pressespiegel
 - › Wirtschaft und Kultur
 - › Untertitel (Seite 150)
 - › Panorama
- 185: Gewinnzahlen, Begleitung der Ziehung der Lottozahlen, Nennung Tagesschau
- 190: Schieb-Blog: Begleitung der *Aktuelle Stunde*-Computer-Rubrik
- 200 + 600: Sport
- 300 und 400: eng sendungsbezogene Informationen
- zu den Hörfunk- und Fernseh-Sendungen des WDR (aktuelle Informationen zum Tagesprogramm, Begleitinformationen wie z. B. Adressen)
- 450: WDR intern, Neues aus dem WDR, Veranstaltungen des WDR, Informationen zu den Sendern und Kanälen
- 500: Service, u. a. Rezepte aus den Sendungen des WDR (z. B. *daheim & unterwegs*, *ServiceZeit*, *Essen und Trinken*, *Wunderschön*, *Lokalzeit*, *Lokalzeitgeschichten*, *Alfredissimo*, Sondersendungen wie z. B. *Kuchenzeit im Münsterland*)
- 570: Informationen zur Untertitelung für gehörlose/hörgeschädigte Menschen
- 530: Gartenzeit (Lokalzeit Köln)
- 559 Verkehrsinformationen (Autobahnen/Flughäfen) als vertiefende Begleitung des Verkehrsfunks
- 700: Begleitung der Sendungen der WDR-Regionalstudios
- 800 Dossiers unter anderem zu Sportereignissen und Jahresrückblicken

- Seiten werden teilweise mehrmals täglich aktualisiert (*Sport-Dossiers*) – teilweise bleiben sie bis zu vier Wochen stehen (*Wandern oder Zoo*)

1.2.1.3. Angebotsformen/Darstellung

Der WDR Text läuft als kanalgebundener Videotext im WDR Fernsehen und kann über analoge und digitale Verbreitungswege (Kabel, Satellit, DVB-T etc.) sowie im Internet und auf Mobiltelefonen ohne Zusatzkosten empfangen werden. Notwendig ist ein Videotext-Dekoder bzw. entsprechende Software im Empfangsgerät.

Der WDR Text ist über die Adresse www.videotext.wdr.de auch im WDR Internetangebot und über die Adresse www.mobiltext.wdr.de auch auf mobilen Endgeräten zu empfangen.

Im klassischen Videotext stehen für das Angebot in der Regel 1.800 Seiten zur Verfügung, die durch Folgeseiten ergänzt werden können. Jede Meldung besteht aus max. 23 Zeilen zu je 40 Zeichen Text. Es stehen sieben Farben für die Gestaltung zur Verfügung.

1.2.2. Angebotsbestandteile

Neben den in den Kapiteln 1.2.1.1. und 1.2.1.2. beschriebenen Programminformationen, sendungsbegleitenden Informationen und aktuellen Nachrichten strahlt der WDR Text auf Seite 150 regelmäßig **Untertitel** aus.



Abbildung 2: Untertitel zur WDR-Sendung *Westpol*

Der WDR verfolgt das Ziel, Zugangsbarrieren zu seinen Programmen abzubauen. Durch Videotext-Untertitel werden von der *Aktuellen Stunde* oder der *Servicezeit* über die *Tatort*-Krimis bis hin zu *Hart aber fair*, *Monitor* und *Zimmer frei* jedes Jahr Tausende Stunden Programm für Hörgeschädigte nutzbar gemacht.

Mithilfe von »Audiodeskription«, also der gesprochenen Beschreibung von Szenen und Handlungen auf einem zweiten Tonkanal, werden einige ausgewählte Sendungen auch für Menschen mit Sehbehinderungen nachvollziehbar.

1.2.3. Verweildauer

Die Inhalte des Videotextes werden nach Maßgabe des Verweildauerkonzepts des WDR vorgehalten. Die Inhalte sind in der Regel nicht auf eine längerfristige Verweildauer angelegt. Die meisten Seiten werden von der Redaktion mehrfach wöchentlich überschrieben, ein Großteil der Inhalte sogar mehrmals täglich.

Deshalb ist eine Verweildauer von maximal **sieben Tagen** für den überwiegenden Teil des aktuellen Angebots angemessen. Das gilt auch für Gewinnzahlen, Verkehrsinformationen und Rezepte.

Dossiers werden bis zu **zwölf Monate** im Videotext vorgehalten, ebenso ausgewählte Schwerpunkte oder Hintergrundberichte.

Die Verweildauer der sendungsbegleitenden Inhalte zu WDR Fernsehen und Hörfunk sowie der Untertitel orientieren sich am jeweiligen Sendungsdatum.

Grundlegende Informationen für die Rundfunkteilnehmer, zum Beispiel zum Auftrag des WDR, 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), ebenso die Informationen zur Untertitelung für gehörlose und hörgeschädigte Menschen können so lange angeboten werden, wie die entsprechenden Informationen selbst Gültigkeit haben und zutreffend sind.

1.2.4. Archive

Den Zuschauern steht weder im Fernsehen noch in der Internetversion des WDR Videotextes ein Archiv für Videotextseiten zur Verfügung.

1.3. Bestimmung der publizistischen Wettbewerbssituation

1.3.1. Abgrenzung der publizistischen Wettbewerbsbereiche

Als ARD und ZDF 1980 ihr Teletextangebot starteten, gab es auf dem deutschen Markt kein vergleichbares Angebot. Vorbild und Vorreiter war damals die BBC mit ihrem Cee-fax-Dienst. In der Bundesrepublik gab es noch keine privaten Fernsehsender. Aus diesem Grund forderten die Zeitungsverleger damals eine Teilhabe am Videotext: Bis zum Jahr 1990 konnten sie ihre eigenen Seiten im ARD/ZDF-Videotext veröffentlichen.

Die Wettbewerbssituation gestaltet sich heute differenzierter. Jeder TV-Sender auf dem deutschen Markt bietet seinen eigenen Teletext an. Das publizistische Profil der Texte unterscheidet sich dabei je nach Zielgruppe, inhaltlicher Ausrichtung und kommerziellem Interesse des Anbieters.

Nutzung laut GfK

Der WDR Text wurde im Februar 2009 von 0,98 Mio. Personen in NRW genutzt, bundesweit von 2,29 Mio. Den vox-Teletext haben weniger Menschen, 0,82 Mio., eingeschaltet. Die Videotext-Seiten von RTL, SAT.1 und Pro 7 wurden jeweils von mehr Zuschauern als denen des WDR Fernsehens aufgerufen. An erster Stelle steht hier RTL mit 1,22 Mio., es folgen SAT.1 (1,15 Mio.) und Pro 7 (1,04 Mio.). Der Vergleich der Marktanteile, bei denen auch die Dauer der Nutzung berücksichtigt wird, zeigt das WDR Fernsehen an erster Stelle der fünf ausgewählten Programme. Er trägt für NRW 11,2 Prozent. An zweiter Position steht RTL mit 9,6 Prozent, dann SAT.1 mit 8,1 Prozent. Pro 7 erreicht einen Marktanteil von 3,5 Prozent, Vox liegt bei lediglich 1,8 Prozent.

Mehr Zuschauer von RTL, SAT.1 und Pro 7 rufen den jeweiligen Videotext auf als die Zuschauer des WDR Fernsehens, allerdings wird der WDR Text am intensivsten genutzt. Dies

erklärt sich durch die Inhaltsunterschiede der Angebote, die beim WDR informativer sind und tiefer gehen als bei den Vergleichssendern.

Allerdings zeigen sich Unterschiede in der Nutzung durch einzelne Altersgruppen. Das WDR Text-Angebot nutzen hauptsächlich ab 50-Jährige (entsprechend dem Kernpublikum des WDR Fernsehens). In der Altersgruppe 14–29 Jahre liegt insgesamt Pro 7 vorn, bei den 30- bis 49-Jährigen ist es RTL.

gehören aktuelle Informationen, regionale und überregionale Nachrichten, Wetter, Radio, Serviceseiten, Verkehr und auch Informationen über den WDR.

Ein weiterer großer Teil, ebenfalls ca. ein Viertel, befasst sich mit Sportnachrichten und Sportergebnissen. Ein Hauptaugenmerk liegt hierbei auf dem Fußball.

Den nächsten großen Block des Videotextes bildet das TV-Programm.

Die Besonderheiten des WDR Textes sind die regionalen Nachrichten und Informationen. Dabei gibt es sowohl

SENDER	Zusch. gesamt				Erw. 14-29 J.				Erw. 30-49 J.				Erw. 50-64 J.				Erw. ab 65 J.			
	NRW		BRD gesamt		NRW		BRD gesamt		NRW		BRD gesamt		NRW		BRD gesamt		NRW		BRD gesamt	
	TTX-Leser Mio	MA in %	TTX-Leser Mio	MA in %	TTX-Leser Mio	MA in %	TTX-Leser Mio	MA in %	TTX-Leser Mio	MA in %	TTX-Leser Mio	MA in %	TTX-Leser Mio	MA in %	TTX-Leser Mio	MA in %	TTX-Leser Mio	MA in %	TTX-Leser Mio	MA in %
RTL	1,22	9,6	6,03	13,1	0,25	11,7	1,62	20,6	0,59	14,7	2,89	15,8	0,27	8,8	0,96	11,8	0,05	2,9	0,27	6,1
SAT.1	1,15	8,1	5,50	9,3	0,20	10,2	1,33	11,3	0,54	12,6	2,62	10,9	0,29	6,1	1,02	10,0	0,06	3,9	0,30	3,6
PRO7	1,04	3,5	5,45	3,6	0,26	21,5	1,75	12,3	0,51	3,5	2,60	4,5	0,18	0,8	0,67	1,3	0,03	1,5	0,14	1,1
VOX	0,82	1,8	4,14	2,7	0,16	1,9	1,07	3,8	0,42	3,0	2,12	3,9	0,18	1,1	0,66	2,2	0,03	1,1	0,14	0,9
WDR FS	0,98	11,2	2,29	3,8	0,08	4,6	0,25	1,4	0,42	9,0	1,04	2,8	0,32	13,0	0,65	4,9	0,13	14,0	0,29	5,3

Quelle: GfK-Fernsehforschung/PC#TV aktuell

Nutzung laut hausinterner Studien

Videotext wird im Wesentlichen genutzt, um sich zu **informieren**. Unterhaltende Aspekte treten weit in den Hintergrund. Dabei geht es um aktuelle Nachrichten des Tages, Sportinformationen, aber auch Serviceangebote wie Wettersvorhersagen, Verkehrsnachrichten und Fernsehprogrammhinweise (was läuft gerade?).

Vorzüge des WDR Textes (WDR-interne Studie 2007):

- › bietet Überblick, gute Struktur
- › relevante Informationen schon auf der Startseite
- › Bereich Sport: sehr übersichtlich, nutzungsfreundlich, Vielzahl an Sportarten (Vollständigkeit)
- › Bereich Nachrichten: Fokussierung auf Regionales wird gelobt
- › Bereich Programm: Informationen erschöpfend und gut

Inhalte

WDR Text (s. a. Kapitel 1.2.)

Der WDR Text umfasst grundsätzlich folgende Inhalte: aktuelle Nachrichten, sowohl regionale als auch überregionale, Sportnachrichten, das TV-Programm und Radioprogramm, Serviceseiten und schließlich Informationen und Nachrichten aus den unterschiedlichen Studios des WDR. Der weitaus **größte Anteil** dieses Angebots besteht aus **Informationsseiten** (ohne Sport und TV-Programm). Dazu

Nachrichten aus NRW als auch lokale Nachrichten aus den Sendegebieten der Studios des WDR. Unter anderem werden auch regionale Sportergebnisse dargestellt, vor allem Fußballergebnisse unterer Ligen. Somit wird also ein starker regionaler Bezug hergestellt.

Außerdem finden sich im WDR Text Informationen der Radioprogramme des WDR, wobei der Sender WDR 2 explizit präsentiert wird.

Hervorzuheben sind auch die speziell für Kinder aufbereiteten Nachrichten.

Es gibt am Stichtag (8. März 2009) zwei Dossiers: Das eine befasst sich mit der Fastenzeit und das andere mit der Chronik Deutschlands in den letzten 60 Jahren.

RTL-Teletext

Der RTL-Teletext besteht aus folgenden Inhalten: aktuelle Nachrichten, Sport, TV-Programm, Informationsseiten, Unterhaltung und Werbung.

Den größten Teil des Teletextes stellen auch hier die Informationsseiten zu den Bereichen Inhalt des Teletextes, Ratgeberseiten, Reiseinformationen, Informationen über RTL und Wetter.

Die nächsten beiden Blöcke haben die Inhalte TV-Programm und Sport. Infos zu einzelnen Sendungen sind dabei zusätzlich über den gesamten Teletext verstreut. So befinden sich Talkshows, Soap-Operas und spezielle Sendungen, wie »Deutschland sucht den Superstar«, nicht direkt unter den Seiten des TV-Programms.

Beim Sport steht auch bei RTL der Fußball im Vordergrund. Zwei weitere Sportarten, nämlich die Formel 1 und Handball, werden auch etwas detaillierter behandelt. Allerdings gibt es keine Ergebnisse und Tabellen anderer Sportarten. Aktuelle Nachrichten stehen auf den ersten Seiten des Teletextes, der Anteil ist allerdings deutlich geringer als der der zuvor genannten Kategorien. Dies gilt ebenso für die Unterhaltungsseiten, bei denen Neuigkeiten über Stars und Prominente im Vordergrund stehen.

Ein wichtiger Teil des RTL-Teletextes ist Werbung unterschiedlichster Art. Auf jeder Seite befinden sich Werbestreifen oben rechts im Teletext und über die gesamte Zeile des Bildschirms unten auf der Teletextseite. Dort wird auf Seiten im Teletext hingewiesen, auf denen das beworbene Produkt und genauere Informationen dazu zu finden sind. Diese Seiten wiederum, die einen erheblichen Anteil des Teletextes in Anspruch nehmen, sind dann ganzseitig der Werbung gewidmet. Hier wird für Reisen, Handyzubehör wie Klingeltöne und Spiele fürs Handy, Esoterik wie Kartenlegen und Horoskope, für Internetseiten, Partnerschaftsvermittlungen, Gewinnspiele und für Erotik- und Sexhotlines geworben.

vox-Teletext

Der vox-Teletext ähnelt deutlich dem von RTL. Der größte Anteil des Teletextes befasst sich mit Informationen wie z. B. Wetter, Serviceseiten und Informationen über vox. Ähnlich umfassend ist beim vox-Teletext das TV-Programm. Der Sportteil des Teletextes ist quasi identisch mit dem des RTL-Teletextes.

Auf aktuelle Nachrichten wird kaum Wert gelegt. Dieser Teil ist ebenso wie die neuen Nachrichten über Stars und Prominente eher klein gehalten.

Allerdings befinden sich auch beim vox-Teletext auf jeder Seite kleine Werbebanner, die auf andere Seiten im Teletext hinweisen. Auf diesen befindet sich, wie bei RTL, oben rechts und unten über die gesamte Teletextseite weitere Werbung. Die beworbenen Produkte sind die gleichen wie bei RTL. Jedoch stehen bei vox Werbung für Singlehotlines, Flirtkontakte per SMS und Telefon sowie Sexhotlines im Vordergrund.

SAT.1-Teletext

Der SAT.1-Teletext beinhaltet vornehmlich Folgendes: Informationen, Sport, das TV-Programm, aktuelle Nachrichten, Unterhaltung und Werbung.

Beim SAT.1-Teletext entfällt der größte Anteil auf Informationen verschiedenster Art, das TV-Programm und Sport, das Wetter, Reisen und das Kino.

Der Sportteil ist fast ausschließlich dem Fußball gewidmet. Es findet sich hier sogar für jeden Erstligaverein eine eigene Teletextseite.

Das TV-Programm beinhaltet, wie bei RTL und vox, das aktuelle Tagesprogramm, das Programm für morgen und Informationen über die Sendungen und Serien, die regelmäßig auf SAT.1 laufen. Manche dieser Serien bekommen – ebenso wie bei RTL und vox – mehrere eigene Seiten zur Präsentation.

Weitere Bereiche des Teletextes bei SAT.1: die aktuellen Nachrichten, deren Anteil bei SAT.1 wesentlich größer ist als der der Unterhaltungsseiten.

Eine Besonderheit beim SAT.1-Teletext sind die Umfrageseiten. Auf diesen können Nutzer des Teletextes an Umfragen (telefonisch, sprich gegen Entgelt) zu aktuellen Ereignissen aus der Politik, Sport und Prominentenwelt teilnehmen.

Weiterhin finden sich bei SAT.1 Marktplatzseiten, auf denen SAT.1-Zuschauer unter Nutzung des Teletextes Gegenstände kaufen und verkaufen können (kostenpflichtig).

Auch bei SAT.1 besteht ein wesentlicher Teil der Teletextseiten aus Werbung, die derjenigen von vox und RTL sehr ähnlich ist. Ein Unterschied allerdings besteht darin, dass auf den einzelnen Seiten nur in einer Zeile am unteren Ende auf andere Werbungsseiten innerhalb des Teletextes hingewiesen wird.

Pro7-Teletext

Der Pro7-Teletext hat sehr ähnliche Inhalte wie der SAT.1-Teletext. Es gibt zum Beispiel ebenso einen Marktplatz und Umfragen.

Der Informationsanteil an den Seiten des Teletextes ist ein wenig geringer als bei allen anderen Teletexten im vorliegenden Vergleich, da es weniger Serviceseiten gibt. Geringer als dieser Anteil ist derjenige für das TV-Programm und den Sport.

Im Vergleich zu den anderen Teletexten finden sich mehr Unterhaltungsseiten. Der Anteil der aktuellen Nachrichten ist mäßig. Geworben wird wie bei SAT.1 am unteren Seitenende.

1.3.2. Bestimmung des Beitrages zum publizistischen Wettbewerb und Auswirkungen auf ihn

Ein **auffälliger Unterschied** zwischen WDR Text und den Teletexten der kommerziellen Sender ist der **hohe Anteil der Werbung** bei den Kommerziellen. Der Anteil der Informations- und Nachrichtenseiten ist beim WDR Text wesentlich größer. Dies gilt vor allem für die Nachrichten, und zwar besonders für die regionalen. Dies sind sowohl NRW-weite Nachrichten als auch lokale aus den einzelnen Studiogebieten des WDR. Hier werden auch das lokale Wetter und der lokale Verkehr präsentiert. Ein zusätzlicher regionaler Bezug wird durch die lokalen Sportergebnisse, die der WDR Text anbietet, hergestellt.

Im Gegensatz zum WDR Text bieten die Teletexte der privaten Sender etliche **Chat-Foren** zu verschiedensten Themen an, vornehmlich zur **Kontaktaufnahme**, aber auch zum Beispiel zum Sport. Dabei handelt es sich um **kostenpflichtige SMS-Chats**. Weiterhin gibt es bei den Privaten im Teletext Angebote, die sich mit Kino und aktueller Musik befassen.

Insgesamt hebt sich das Angebot des WDR Textes von den hier ausgewiesenen Vergleichsprogrammen durch den hohen, vor allem regionalen Informationswert, seine Werbefreiheit und die durchgängig kostenfreien Angebote ab.

Der WDR Text enthält keine Kontaktanzeigen und keine kostenpflichtigen SMS-Chats. Die Inhalte im WDR Text entsprechen dem Rundfunkauftrag und sind redaktionell veranlasst und gestaltet. Damit unterscheidet er sich von den Angeboten verschiedener Privatsender, deren teils stark sexualisierte Inhalte von der für die Aufsicht zuständigen Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) für Heranwachsende als verstörend und überfordernd eingestuft wurden.²

Aus Sicht des Publikums genießt der WDR Text nachgewiesenermaßen im publizistischen Wettbewerb eine besondere Stellung und gehört zu den meistgenutzten Videotext-Angeboten im deutschen Fernsehen.

2. Jugendmedienschutz in Rundfunk und Telemedien: Neue Problemfelder. In: Kommission für Jugendmedienschutz (Hrsg): KJM informiert 2008, S. 4, abzurufen unter: http://www.kjm-online.de/public/kjm/downloads/kjm_informiert_2008.pdf

1.4. Kosten

Finanzieller Aufwand für das Telemedienangebot WDR Videotext

Der finanzielle Aufwand für das Telemedienangebot wird 2009 und 2010 voraussichtlich insgesamt 2,3 Mio. € jährlich betragen. Für die Jahre 2009 bis 2012 wird mit durchschnittlich 2,4 Mio. € p. a. gerechnet. Diese Beträge umfassen alle im Haushaltsplan 2009 und der begleitenden Mittelfristigen Finanzplanung 2008–2012 veranschlagten Aufwendungen, die dem Telemedienangebot verursachungsgerecht zugeordnet werden können. Dabei handelt es sich um eine vollständige Erfassung der im Zusammenhang mit dem Telemedienangebot anfallenden zusätzlichen Personal-, Programm- und Sachaufwendungen sowie der Verbreitungskosten. Letztere fallen für das Telemedienangebot WDR Videotext nicht separat an.

Die Kosten werden gemäß einer von der ARD und ihren Landesrundfunkanstalten gemeinsam mit dem ZDF und dem Deutschlandradio erarbeiteten Methodik zur Ermittlung der Kosten ihrer Telemedienangebote erhoben und abgestimmt. Damit ist eine Vergleichbarkeit der Kostendarstellung gewährleistet. Es werden in den Telemedienkosten auch anteilige Kosten im Bereich der Redaktionen, in der IT und in der Programmverbreitung berücksichtigt, wobei zum Teil sachgerechte Schätzungen vorgenommen werden. Mit einer differenzierten Kostenerhebung ist eine Nachprüfung des Finanzbedarfs durch die KEF gewährleistet.

Die Finanzierung des Angebots erfolgt für die Jahre 2009 bis 2012 im Rahmen der genehmigten Haushalte. Es entsteht kein zusätzlicher Finanzbedarf.

Telemedienkosten (in T €)	2009	2010	2011	2012	2009 – 2012
Personalaufwand	1.810	1.803	1.825	1.840	7.278
Sachaufwand	539	546	551	557	2.193
Verbreitungskosten	0	0	0	0	0
Summe	2.349	2.349	2.376	2.397	9.471

**RUNDFUNK-
GEBÜHREN
FÜR GUTES
PROGRAMM.**