

**Untersuchung der Programm- und Anbieter Vielfalt von
Programmen gem. § 14 Abs. 2 und 3 LMG NRW**

**Vorrangentscheidung bei der Zuweisung terrestrischer
Übertragungskapazitäten für ein Fernsehprogramm
in Nordrhein-Westfalen**

Fragebogen zur Programm- und Anbieter Vielfalt

Bitte beantworten Sie alle nachstehend aufgeführten Einzelpunkte. Sofern Sie die Angaben nicht direkt auf dem Fragebogen beantworten wollen, nehmen Sie bitte in allen separat beigefügten Schreiben oder Anlagen nach Möglichkeit deutlich erkennbar Bezug auf die jeweils den Fragen vorangestellten Ziffern.

Bezugsgröße für alle Programmfragen ist das aktuell gültige Programmschema. Pläne für zukünftige Programmschemaänderungen fügen Sie ggf. bitte in einer gesonderten Anlage bei. Sofern Durchschnittsangaben zum Programm verlangt werden, sollten sich diese, wenn nicht anders angegeben, auf das Jahr 2012 beziehen.

Name des Programms: _____

Anschrift: _____

Ansprechpartner/in: _____

Ggf. anwaltliche/r Vertreter/in (mit Anschrift):

1 Programmstruktur und -vielfalt

1.1 Programmstart

Seit wann befindet sich das Programm auf Sendung bzw. ab wann wird es auf Sendung sein?

1.2 Tägliche Sendedauer in Stunden (einschließlich eventueller Teleshopping-Fenster oder sonstiger Sendezeit für Dritte)

Tägliche Sendedauer an Werktagen in Stunden: _____

Tägliche Sendedauer an Samstagen und Sonntagen in Stunden: _____

1.3 Sendesprache/n

(falls das Programm in mehreren Sprachen ausgestrahlt wird, geben Sie bitte die durchschnittlichen wöchentlichen Anteile der einzelnen Sprachen an der Gesamtsendezeit an)

1. Sprache: _____
Anteil an wöchentl. Sendezeit: _____

2. Sprache: _____
Anteil an wöchentl. Sendezeit: _____

3. Sprache: _____
Anteil an wöchentl. Sendezeit: _____

Weitere Sprachen: _____

Anteile an wöchentl. Sendezeit: _____

1.4 Werbeanteil

Bitte geben Sie den durchschnittlichen täglichen Anteil der Werbung an der Gesamtsendezeit (in Prozent) an, ggf. separat nach Werktagen und Wochenenden. Teleshopping-Fenster (Teleshopping-Formate mit mehr als 15 Minuten Sendedauer) sind bei der Berechnung des Werbeanteils nicht zu berücksichtigen.

_____ Prozent Werbeanteil an Werktagen

_____ Prozent Werbeanteil an Wochenenden

1.5 Teleshopping-Fenster

1.5.1 Bitte geben Sie den durchschnittlichen täglichen Umfang von Teleshopping-Fenstern (mehr als 15 Minuten Sendedauer) an der Gesamtsendezeit (in Stunden) an, ggf. separat nach Werktagen und Wochenenden:

_____ Stunden Teleshopping pro durchschnittl. Werktag

_____ Stunden Teleshopping pro durchschnittl. Samstag/
Sonntag

1.5.2 Um welchen Teleshopping-Anbieter handelt es sich?

1.6 Wiederholungsquote

Bitte geben Sie den durchschnittlichen täglichen Anteil von Wiederholungen an der Gesamtsendezeit (in Prozent) an, ggf. separat nach Werktagen und Wochenenden. Unter Wiederholungen werden Sendungen verstanden, die **innerhalb von sechs Wochen** vor ihrer Ausstrahlung schon einmal in Ihrem Programm ausgestrahlt wurden. Wenn es sich um Sendungen handelt, die schon einmal bei einer anderen Veranstalterin bzw. einem anderen Veranstalter ausgestrahlt wurden, in Ihrem Programm aber erstmalig ausgestrahlt werden, gelten diese nicht als Wiederholungen.

_____ Prozent durchschnittlicher Wiederholungsanteil an
Werktagen

_____ Prozent durchschnittlicher Wiederholungsanteil an Wo-
chenenden

1.7 Live-Sendungen

Bitte geben Sie den durchschnittlichen täglichen Anteil von Live-Sendungen an der Gesamtsendezeit (in Prozent) an, ggf. separat nach Werktagen und Wochenenden.

_____ Prozent Live-Anteil an Werktagen

_____ Prozent Live-Anteil an Wochenenden

1.8 Räumliche Bezüge der Berichterstattung

Bitte geben Sie den durchschnittlichen jährlichen Anteil der lokalen, regionalen, landesweiten, nationalen, europäischen und internationalen Berichterstattung am Programm an.

a) _____ Prozent der Sendezeit jährlich für Darstellungen
über/aus lokalen Gebieten in NRW

b) _____ Prozent der Sendezeit jährlich für Darstellungen
über/aus regionalen Gebieten in NRW (exkl. a)

c) _____ Prozent der Sendezeit jährlich für Darstellungen
über/aus NRW (exkl. a und b)

d) _____ Prozent der Sendezeit jährlich für Darstellungen über/aus anderen Bundesländern, und zwar vorwiegend aus den folgenden:

e) _____ Prozent der Sendezeit jährlich für Darstellungen über/aus Deutschland (exkl. a bis d)

f) _____ Prozent der Sendezeit jährlich für Darstellungen über/aus anderen europäischen Ländern

g) _____ Prozent der Sendezeit jährlich für Darstellungen über/aus außereuropäischen Ländern

1.9 Wird ein Verteildienst (Teletext) verbreitet?

1.10 Programmschema:

Bitte fügen Sie als Anlage ein aktuell gültiges Programmschema bei.

Programmschema als Anlage _____ beigefügt.

1.10.1 Programmelemente

Wie hoch ist der Anteil von Elementen der Sparten Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung an der durchschnittlichen täglichen Sendezeit?

_____ Prozent tägliche Sendezeit für Informationsangebote

_____ Prozent tägliche Sendezeit für Bildungs-/Beratungsangebote

_____ Prozent tägliche Sendezeit für Unterhaltungsangebote

| |
|--|
| <p><i>Bitte erstellen Sie eine Tabelle, in der die Elemente des aktuell gültigen Programmschemas den jeweiligen Sparten zugewiesen werden!</i></p> |
|--|

1.11 Programmkategorie

Handelt es sich bei Ihrem Programm um ein

Vollprogramm

Spartenprogramm, und zwar: _____
(Sparte nennen)

1.11.1 Nur für Spartenprogramme

*Schwerpunkte und Besonderheiten des Programms, auch im Vergleich zu anderen Programmen der gleichen Sparte:
(ggf. separate Anlage beifügen)*

1.12 Herkunftsland der Produktionen

Welcher Anteil an der Sendezeit von Spielfilmen, Fernsehspielen, TV-Movies, Serien, Reihen, Talkshows, Magazinen, Dokumentarsendungen und vergleichbaren Produktionen entfällt auf...

- Deutsche Produktionen: _____ Prozent
 - Europäische Produktionen gem. Art. 1 Abs. 1 lit. n) AVMD-Richtlinie (außer Deutschland): _____ Prozent
 - Außereuropäische Produktionen: _____ Prozent
-

1.13 Alter der Produktionen

Wie hoch ist der durchschnittliche jährliche Sendezeitanteil von Serien, Spielfilmen, Dokumentarsendungen und vergleichbaren Produktionen, die...

- Älter als 5 Jahre sind: _____ Prozent
- Älter als 10 Jahre sind: _____ Prozent
- Älter als 15 Jahre sind: _____ Prozent

1.14 Eigenproduktionen, Eigenproduktionen mit dominanten Fremdanteilen, Gemeinschaftsproduktionen, Kaufproduktionen, Auftragsproduktionen

1.14.1 Eigenproduktionen

Wie hoch ist der durchschnittliche jährliche Anteil der Eigenproduktionen an der Gesamtsendezeit?

Anteil der Eigenproduktionen an der Gesamtsendezeit: _____ Prozent

Davon sind ...

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus NRW

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus dem deutschsprachigen Raum (exkl. NRW)

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus anderen europäischen Ländern

_____ Prozent der Sendezeit aller Produktionen aus anderen Herkunftsländern

1.14.2 Eigenproduktionen mit dominanten Fremdanteilen

Wie hoch ist der durchschnittliche jährliche Anteil der Eigenproduktionen mit dominanten Fremdanteilen an der Gesamtsendezeit?

Anteil der Eigenproduktionen mit dominanten Fremdanteilen an der Gesamtsendezeit: _____ Prozent

Davon sind ...

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus NRW

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus dem deutschsprachigen Raum (exkl. NRW)

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus anderen europäischen Ländern

_____ Prozent der Sendezeit aller Produktionen aus anderen Herkunftsländern

1.14.3 Gemeinschaftsproduktionen

Wie hoch ist der durchschnittliche jährliche Anteil der Gemeinschaftsproduktionen an der Gesamtsendezeit?

Anteil der Gemeinschaftsproduktionen an der Gesamtsendezeit:

_____ Prozent

Davon sind ...

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus NRW

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus dem deutschsprachigen Raum (exkl. NRW)

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus anderen europäischen Ländern

_____ Prozent der Sendezeit aller Produktionen aus anderen Herkunftsländern

1.14.4 Kaufproduktionen

Wie hoch ist der durchschnittliche jährliche Anteil der Kaufproduktionen an der Gesamtsendezeit?

Anteil der Kaufproduktionen an der Gesamtsendezeit: _____ Prozent

Davon sind ...

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus NRW

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus dem deutschsprachigen Raum (exkl. NRW)

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus anderen europäischen Ländern

_____ Prozent der Sendezeit aller Produktionen aus anderen Herkunftsländern

1.14.5 Auftragsproduktionen

Wie hoch ist der durchschnittliche jährliche Anteil der Auftragsproduktionen an der Gesamtsendezeit?

Anteil der Auftragsproduktionen an der Gesamtsendezeit: _____ Prozent

Davon sind ...

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus NRW

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus dem deutschsprachigen Raum (exkl. NRW)

_____ Prozent der Sendezeit Produktionen aus anderen europäischen Ländern

_____ Prozent der Sendezeit aller Produktionen aus anderen Herkunftsländern

2 Anbietervielfalt

2.1 Publizistische Vielfalt

2.1.1 Gesellschafter

Bitte benennen Sie die Gesellschafterinnen bzw. Gesellschafter der Programmanbieterin bzw. des Programmanbieters.

Ggf. separate Anlage beifügen.

2.1.2 Beteiligungen

Bitte machen Sie nähere Angaben zu Beteiligungen der Gesellschafter/innen bzw. der Gesellschaft an anderen Programmen und Medien in Deutschland, anderen europäischen Ländern sowie außereuropäischen Ländern:

Ggf. separate Anlage beifügen.

2.2 Einflussnahme auf die Programmgestaltung

2.2.1 Programmbeirat

Existiert in dem Sender ein Programmbeirat, der Einfluss auf die Programmgestaltung nimmt? Falls ja, fügen Sie bitte Statuten oder entsprechende rechtliche Grundlagen als Anlage bei.

2.2.2 Einfluss redaktionell Beschäftigter

Inwieweit haben redaktionell Beschäftigte oder von ihnen gewählte Vertreterinnen bzw. Vertreter auf die Programmgestaltung und die Programmverantwortung Einfluss? Bitte fügen Sie Statuten oder entsprechende rechtliche Grundlagen als Anlage bei.

2.3 Unabhängige Produzenten

2.3.1 Produktionen unabhängiger Produzenten

Wie hoch ist der durchschnittliche jährliche Anteil von Produktionen, die von unabhängigen Produzenten produziert werden?

Laut § 3 Abs. 2 Ziffer 3 LMG NRW sind unabhängige Produzenten Hersteller von Beiträgen zu einem Fernsehprogramm, an dessen Kapital oder Stimmrechten Fernsehveranstalter und ihnen zuzurechnende Unternehmen (§ 28 RStV) nicht oder insgesamt mit weniger als 25 vom Hundert beteiligt sind, und die nicht an Fernsehveranstaltern oder ihnen zuzurechnenden Unternehmen (§ 28 RStV) mit insgesamt 25 vom Hundert oder mehr am Kapital oder den Stimmrechten beteiligt sind.

_____ Prozent Anteil unabhängiger Produktionen (ohne Werbung und Teleshopping) an der durchschnittlichen jährlichen Sendezeit; dies entspricht einem Volumen von _____ Stunden im Jahr 2012.

2.3.2 Produktionen wirtschaftlich verbundener Produktionsunternehmen

Wie hoch ist der Anteil von Produktionen, die unter Beteiligung von Produktionsunternehmen entstanden sind, die mit der Veranstalterin bzw. dem Veranstalter des genannten Programms wirtschaftlich – z.B. durch Beteiligungen – verbunden sind?

_____ Prozent Anteil von Produktionen (ohne Werbung und Teleshopping), die unter Beteiligung von wirtschaftlich verbundenen Produktionsunternehmen entstanden sind, an der durchschnittlichen jährlichen Sendezeit; dies entspricht einem Volumen von _____ Stunden im Jahr 2012.

2.3.3 Durchschnittlicher Marktanteil (GfK-Daten) im Jahr 2012:

(falls Sie sich auf einen anderen Zeitraum beziehen, vermerken Sie dies bitte!)

Nach Altersgruppen:

- a. In der Gesamtbevölkerung: _____ Prozent
- b. In der Zielgruppe 14-49 Jahre: _____ Prozent
- c. In der Zielgruppe (bitte spezifizieren): _____ Prozent

Zielgruppe des Programms (bitte ggf. erläutern):

Nach Regionen:

- d. In Deutschland, Gesamtbev.: _____ Prozent
- e. In Nordrhein-Westfalen, Gesamtbev.: _____ Prozent

Ggf. fügen Sie bitte separate Übersichten bei. Vermerken Sie auch, wenn es sich bei Ihren Angaben nicht um GfK-Zahlen handelt.
