

Stellungnahme der ANGA Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber e.V. zu dem Entwurf der Rundfunkkommission für einen Medienstaatsvertrag (MStV)

I. Einleitung

Am 23. Juli 2018 veröffentlichte die Staatskanzlei Rheinland-Pfalz im Namen der Rundfunkkommission der Länder den Entwurf eines "Medienstaatsvertrags" zur Änderung der Regelungen des Rundfunkstaatsvertrags in den Bereichen Rundfunkbegriff, Plattformregulierung und Intermediäre. Während die ersten beiden Aspekte bereits im Rundfunkstaatsvertrag verankert sind, ist der Bereich der Intermediärsregulierung neu.

Ziel der Rundfunkkommission ist es, eine Grundlage für eine zeitgemäße Regulierung zu schaffen, Entfaltungsräume für Kreative zu eröffnen und auch neue Geschäftsmodelle zu ermöglichen. Im Rahmen einer Online-Konsultation mit Frist bis zum 30. September sind Interessierte aufgerufen, ihre Anregungen und Ideen mitzuteilen.

Dem jetzigen Konsultationsverfahren ging ein langer Diskussionsprozess voraus. Bereits in der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz, die 2014 ins Leben gerufen wurde, diskutierten die betroffenen Kreise mit den Ländern und dem Bund über eine Novellierung des Rundfunkstaatsvertrags. Fortgeführt wurde dieser Prozess nach dem Ende der Bund-Länder-Kommission im Sommer 2016 dann von den Ländern. Zur Überarbeitung der Plattformregulierung führte die Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen bereits 2017 die Konsultation eines Diskussionsentwurfs durch.

Die ANGA beteiligte sich im gesamten Prozess mit diversen Stellungnahmen, zuletzt mit einer Positionierung zum Diskussionsentwurf Nordrhein-Westfalens.

Die zentralen Anliegen der ANGA im Zusammenhang mit der Plattformregulierung bestehen fort:

- Rückführung der Regulierung auf die Grundsätze von Transparenz, Diskriminierungsfreiheit, Chancengleichheit und Nutzerautonomie
- Regulierung vom Nutzer aus denken – Nutzerautonomie als zentrales Regulierungskriterium
- Ausgewogene Missbrauchskontrolle auf allen Seiten anstelle nur einseitiger Rechte – Mitwirkungspflichten der Rundfunkveranstalter und wirkungsvolles Beschwerderecht bei Landesmedienanstalten auch für Plattformbetreiber
- Keine innovationshemmenden Regeln zur Darstellung auf dem Bildschirm – Nutzerautonomie im Bereich des technisch Möglichen stärken
- Keine Privilegierung bestimmter bereits heute marktstarker Anbieter – Beschränkung auf Vorgaben zur strukturellen Auffindbarkeit

Grundsätzlich gilt es, ein Level-Playing-Field für vergleichbare Angebote zu schaffen. Verhindert werden muss ein deutlich niedrigeres Regulierungsniveau für Medienintermediäre, soweit deren Angebote mit Medienplattformen und Benutzeroberflächen vergleichbar sind oder mit ihnen in direktem Wettbewerb stehen.

II. Zentrale Erwägungen

Der Entwurf hat den begrüßenswerten Anspruch, Medienvielfalt in einem grundlegend veränderten Marktumfeld nicht nur auf den aktuellen Stand zu bringen, sondern auch zukunftsfest zu regulieren.

Bei der Frage, wie Medien- und Meinungsvielfalt in der konvergenten Medienwelt gesichert werden können, legt die Rundfunkkommission allerdings eine pessimistische Prognose zugrunde. Sie geht davon aus, dass die gewachsene Zahl an Medienangeboten – seien sie infrastrukturegebunden oder

nicht, Plattform, Benutzeroberfläche oder Medienintermediär – die Vielfaltssicherung allein nicht gewährleisten kann. Vielmehr müssten auch alle bisher nicht regulierten Angebote der Regulierung unterworfen werden, um frühzeitig potenziellen Fehlentwicklungen entgegenzuwirken.

Entsprechend sieht der Entwurf vor, dass der Anwendungsbereich des Rundfunk- bzw. dann Medienstaatsvertrags deutlich ausgeweitet und gleichzeitig das Regulierungsniveau angehoben wird. Das ginge einseitig zulasten der Gruppe der Medienvermittler. Rundfunkveranstalter und Anbieter rundfunkähnlicher Telemedien – insbesondere diejenigen mit ohnehin schon großer Marktmacht – sollen dagegen zusätzlich privilegiert werden; das würde ihre Verhandlungsmacht gegenüber Medienvermittlern erheblich stärken.

Definitorische Abgrenzungsschwierigkeiten führen zu Einordnungsproblemen

Probleme in der praktischen Anwendung ergeben sich vielfach bereits bei der Abgrenzung der vorgeschlagenen neuen Kategorien Medienplattform, Benutzeroberfläche und Medienintermediär. Welcher Kategorie ein Angebot tatsächlich unterfallen würde, lässt sich anhand der von der Rundfunkkommission vorgeschlagenen Definitionen kaum sicher bewerten. Vielfach dürfte es zu Mehrfacheinordnungen kommen – das wiederum schafft Probleme bei der Frage, welches Regulierungsinstrumentarium im konkreten Fall zur Anwendung kommen soll.

Dabei ist Rechtssicherheit im Hinblick auf die Entwicklung neuer Angebote entscheidend. Deutsche Medienvermittler sehen sich hier zunehmend in einem erheblichen Wettbewerbsnachteil gegenüber Anbietern aus anderen Ländern. Das schadet am Ende auch den Inhalteanbietern und zuletzt den Nutzern.

Nutzerperspektive nicht hinreichend berücksichtigt

Die Nutzer, um deren Perspektive es primär bei der Novelle gehen soll, stehen ohnehin vielfach hinten an. So soll ihnen die freie Nutzung ihres Fernsehbildschirms künftig eingeschränkt, teils sogar untersagt werden. Zwar könnten Nutzer sich Empfehlungen und Suchergebnisse auch im laufenden Programm anzeigen lassen, sofern sie hierzu explizit ihre Zustimmung erteilen. Zwei Sendungen nebeneinander (Split-Screen) oder als Bild-in-Bild wären künftig aber nicht mehr möglich. Das sollen nur noch die Sendeunternehmen erlauben können.

Nationale Regelungen zu Überblendungen und Skalierungen des Bildes haben sich künftig nach den Vorgaben der überarbeiteten EU-Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) zu richten. Jüngst einigte sich der europäische Gesetzgeber auf eine Regelung, nach der Nutzer Überblendungen „zum Privatgebrauch“ erlauben können sollen. Die Rundfunkkommission legt in ihrem Entwurf einen deutlich engeren Maßstab an und wird damit der neuen EU-rechtlichen Vorgabe nicht gerecht. Die Nutzer sollten die Autonomie über ihren Fernsehbildschirm in vollem Umfang behalten.

Einseitige Privilegierung marktstarker Sendeunternehmen

Die großen Sendeunternehmen – sowohl öffentlich-rechtlich als auch privat – dürften sich vor allem über die Vorschläge zur privilegierten Auffindbarkeit freuen. Sie profitieren nach dem Vorschlag der Rundfunkkommission künftig doppelt von ihrem Must-Carry-Status: Einerseits erhalten sie weiterhin einen reservierten Platz auf infrastrukture gebundenen Medienplattformen, also insbesondere den Kabel- und IPTV-Netzen, andererseits müssten sie künftig auf allen Benutzeroberflächen besonders hervorgehoben werden und leicht auffindbar sein. Für die öffentlich-rechtlichen Sender würde dieses Privileg übrigens auch für ihr Telemedienangebot gelten, also ihre Mediatheken. Anbieter, die es nicht in den Must-Carry-Olymp schaffen, hätten dann zweimal das Nachsehen. Für sie würde es immer schwieriger, sich die Aufmerksamkeit der Nutzer zu erkämpfen und sich damit gegenüber den großen Senderfamilien zu behaupten.

Dabei sind sowohl das Festhalten am Must-Carry-System als auch die Besserplatzierung einzelner Angebote kritisch zu betrachten. Die Rechtfertigung für Vorgaben zur Belegung von Infrastrukturplattformen war die Knappheit von Übertragungsressourcen. Dieser Flaschenhals ist durch die Digitalisierung und die Entstehung immer neuer Angebote, die Inhalte zu den Nutzern

bringen, beseitigt. Das erkennt im Übrigen die Rundfunkkommission selbst an, wenn sie infolge des heutigen großen Angebots den Bedarf sieht, einzelne Inhalte besonders auffindbar machen zu müssen. Die Besserplatzierung einiger Angebote wiederum bringt immer auch die Diskriminierung aller anderen Angebote mit sich. Eine solche politische Weichenstellung müsste jedenfalls verfassungsrechtlich belastbar sein. Und schließlich bleibt vollkommen offen, wie die privilegierte Auffindbarkeit praktisch umzusetzen wäre.

Die großen Deregulierungspotenziale im Rundfunkrecht versucht der Entwurf der Rundfunkkommission nicht zu heben. Stattdessen steht eine erhebliche Ausweitung der Regulierung ins Haus. Weder die Belange der Nutzer noch die der Medienvermittler werden dabei ausreichend berücksichtigt. Vielmehr werden die ohnehin schon großen Sendeunternehmen zusätzlich gestärkt. Mehr Vielfalt wird damit schwerlich erreicht werden.

Der neue Rundfunk- bzw. Medienstaatsvertrag wird nicht zuletzt vor dem Hintergrund seiner statischen Überarbeitungszyklen die digitalisierte Medienwelt mindestens für die nächsten Jahre entscheidend prägen. Vor diesem Hintergrund sind die geltenden Regeln mit Bedacht zu überarbeiten. Innovationshemmende Regulierung sollte vermieden werden.

Wie auch die Monopolkommission in ihrem jüngsten Hauptgutachten festgestellt hat, sind medienrechtliche Markteingriffe nur noch in wenigen Ausnahmefällen nötig, um auch publizistischen Wettbewerb und damit Medienvielfalt zu gewährleisten. Daher sind die Gesetzgeber gehalten, den Markt zu deregulieren und keine neuen Regeln zu schaffen, die heute Einzelprobleme lösen sollen aber langfristig die Bewegungsfreiheit zu Lasten aller Beteiligten einengen.

Im Einzelnen nimmt die ANGA zum Entwurf der Rundfunkkommission für einen Medienstaatsvertrag Stellung wie folgt:

III. Stellungnahme im Einzelnen

1. Zu § 1 Anwendungsbereich – Absatz 7

Die Rundfunkkommission der Länder schlägt vor, den Anwendungsbereich des RStV/MStV zu erweitern und auf Medienplattformen, Medienintermediäre und Benutzeroberflächen auszuweiten, soweit sie zur Nutzung in Deutschland bestimmt sind (Bestimmungslandprinzip). Ziel der Länder ist, die Regelungen des deutschen Rundfunkrechts gleichermaßen auf Anbieter anwenden zu können, unabhängig davon, wo sie ihren gesellschaftsrechtlichen Sitz haben, solange sie mit ihrem Angebot Nutzer in Deutschland ansprechen oder in Deutschland einen nicht unwesentlichen Teil ihrer Refinanzierung erzielen. Der Schaffung eines solchen Level-Playing-Fields steht die ANGA grundsätzlich positiv gegenüber.

Die Heranziehung des Bestimmungslandprinzips stünde allerdings im Widerspruch zu dem aus der AVMD-Richtlinie herrührenden Herkunftslandprinzip. Dieses gewährleistet, dass audiovisuelle Inhalte, die den rechtlichen Ansprüchen ihres EU-Herkunftslandes genügen, EU-weit verbreitet werden dürfen, ohne auch die Vorgaben der sonstigen Mitgliedsstaaten (Bestimmungsländer) erfüllen zu müssen. Hierdurch wird ein grenzüberschreitender Markt für audiovisuelle Inhalte eröffnet. Ebenfalls ist die Warenverkehrsfreiheit des Binnenmarkts zu beachten, wenn beispielsweise Geräte in einem anderen EU-Mitgliedsstaat in Umlauf gebracht und nach Deutschland importiert werden.

In beiden Fällen droht die Gefahr, dass diese Schlupflöcher genutzt werden, um das strenge deutsche Regulierungsniveau zu umgehen. Dies unterstreicht umso mehr die Forderung der ANGA, Regulierung auf das wirklich notwendige Maß zurückzuführen, um den deutschen Medien- und Plattformmarkt zu stärken und Wettbewerbsnachteile für vor Ort ansässige Anbieter zu verhindern.

2. Zu § 2 Begriffsbestimmungen

Die Rundfunkkommission schlägt die Einführung neuer Kategorien als Anknüpfungspunkte für Regulierung vor. Das sind neben dem Begriff des Rundfunkähnlichen Telemediums insbesondere die Kategorien Medienplattform, Benutzeroberfläche und Medienintermediär.

Letztere sind voneinander abzugrenzen, um das jeweils einschlägige Regulierungsinstrumentarium bestimmen zu können (System der abgestuften Regulierung). Diese Abgrenzung fällt in vielen Fällen schwer, in einigen erscheint sie ohne weitere Erläuterungen und Klarstellungen nicht möglich.

Hier plädiert die ANGA dringend für eindeutige Definitionen.

a. Rundfunkähnliches Telemedium – Absatz 2 Nr. 12

Der Entwurf will den Begriff des rundfunkähnlichen Telemediums einführen. Rundfunkähnliche Telemedien sollen im Rahmen der Regulierung von Plattformen und Benutzeroberflächen den gleichen Privilegien unterworfen werden wie Rundfunk.

Die Definition in Nr. 12 weist hierbei einen Zirkelschluss auf, wenn sie festlegt, dass rundfunkähnliches Telemedium ein Telemedium ist mit Inhalten, die nach Form und Inhalt hörfunk- oder fernsehähnlich (also rundfunkähnlich!) sind.

Die ANGA plädiert für eine Klarstellung der Definition.

b. Medienplattform, Benutzeroberfläche, Medienintermediär – Absatz 2 Nr. 13, 13a und 13b

Die neu vorgeschlagene Begriffe Medienplattform, Benutzeroberfläche und Medienintermediär werfen – insbesondere im Hinblick auf ihr Verhältnis zu- und die Abgrenzung voneinander – diverse Fragen auf.

Fraglich ist, ob von der "Zusammenfassung softwarebasierter Anwendungen" in der Definition der Medienplattform auch App Stores erfasst sein sollen. Bedenkt man, dass in App Stores regelmäßig auch Apps gelistet sind, die Zugang zu Rundfunk bzw. rundfunkähnlichen Telemedien oder sogar zu Medienplattformen ermöglichen, erscheint dies denkbar. Dem steht aber entgegen, dass die Rundfunkkommission "App Portale" explizit bei der Definition von Medienintermediären verortet sieht. Aus Sicht der ANGA ist dies eine richtige Weichenstellung; App Stores sollten generell nicht vom Begriff der Medienplattform umfasst sein, da sie für die entsprechenden Regulierungsziele des RStV/MStV nicht von Relevanz sind. Vor allem aber sollte hier eine einheitliche Regelung erfolgen, um Wettbewerbsnachteile für einzelne Anbieter gegenüber Medienintermediären zu verhindern. Das bedeutet konkret, dass App-Stores – wenn überhaupt – nur insoweit erfasst sein dürfen, wie sie auch Rundfunk- und Telemedien-Apps beinhalten. Andere Bereiche mit Apps, bei denen der unmittelbare Zugang zu Rundfunk- und rundfunkähnlichen Telemedien-Apps keine Rolle spielt, müssen vom Anwendungsbereich ausgenommen sein („soweit“ anstatt "im Wesentlichen"). Andernfalls wäre eine deutliche Benachteiligung von App-Stores, die zwar überwiegend, aber eben nicht nur auf Rundfunk und rundfunkähnliche Telemedien ausgerichtet sind, die Folge.

Irritierend ist, dass der Entwurf neben dem Begriff der Medienplattform an späterer Stelle – etwa in § 52b zu den Belegungsvorgaben – einschränkend den nicht definierten Begriff der "infrastrukturgebundenen Medienplattform" verwendet. Das System von Medienplattform, Benutzeroberfläche und Medienintermediär erhält hierdurch eine vierte Dimension, die strukturell im Entwurf nicht vorgesehen ist.

Mit Blick auf die Definition der Benutzeroberfläche eröffnen sich weitere Fragen. Die Regelbeispiele unter a) bis c) sollen (wohl) verdeutlichen, was unter den Begriff fällt. Dies gelingt allerdings – ohne weitere Erläuterung – nicht. Insbesondere der Verweis auf "Oberflächen auf gerätegebundenen Medienplattformen" wirft die Frage auf, ob auch Geräte – und wenn ja welche (Boxen, TV-Geräte, Sticks) – selbst Medienplattform sein können, sodass sie sowohl den Regelungen für Medienplattformen als auch denen für Benutzeroberflächen unterworfen wären. Diese Regelbeispiele sind zwingend zu konkretisieren, um einen Mehrwert zu generieren, oder andernfalls zu streichen.

Die Definition des Medienintermediärs weist sodann bereits begrifflich Abweichungen vom sonstigen Duktus des Entwurfs auf. Hier wird nicht von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien als regulierungsrelevantem Anknüpfungspunkt gesprochen sondern von "journalistisch-redaktionellen Angeboten". Ob es hier also um teils oder ganz andere Inhalte als bei Medienplattformen und Benutzeroberflächen geht, bleibt offen. Nach dem Verständnis der ANGA wären bei

Medienintermediären neben audio-visuellen auch textbasierte Inhalte erfasst. Das macht vor dem Hintergrund der bekannten Diskussionen um etwaige Diskriminierungen solcher Angebote Sinn. Die Abgrenzung der drei Begriffe voneinander wird hierdurch indes nicht erleichtert.

Konkrete Fallbeispiele machen deutlich, wo die Abgrenzungsschwierigkeiten liegen. Neben dem bereits oben genannten Fall der App-Stores stellt sich insbesondere bei Bewegtbildangeboten, die in Social Media Plattformen oder anderen Intermediären enthalten sind, die Frage nach der rechtlichen Zuordnung. Auch hier sehen wir die erhebliche Gefahr, dass am Ende kein Level-Playing-Field zwischen klassischen Plattformbetreibern und Anbietern neuer Dienste besteht.

Notwendig wären hinreichend bestimmte Begriffsbestimmungen und Legaldefinitionen, um als Anbieter erkennen zu können, welches Produkt oder Teile hiervon welchem Regime unterfallen. Derzeit ist dies häufig unklar. Die Trennlinien sollten scharf verlaufen und verhindern, dass sich einzelne Anbieter unter das deutlich geringer regulierte Regime von Medienintermediären „flüchten“ können, obwohl sie mit klassischen Plattformangeboten in direktem Wettbewerb stehen. Die ANGA schlägt vor diesem Hintergrund folgende konkrete Textänderungen an den Definitionen von Medienplattform und Benutzeroberfläche vor:

13. Medienplattform jeder Dienst, soweit er Rundfunk oder rundfunkähnliche Telemedien zu einem vom Anbieter bestimmten Gesamtangebot zusammenfasst. Die Zusammenfassung von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien ist auch die Zusammenfassung von softwarebasierten Anwendungen, ~~welche im Wesentlichen~~ **soweit sie** der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Diensten im Sinne des Satz 1 dienen. Keine Medienplattformen in diesem Sinne sind

a) Angebote, die analog über eine Kabelanlage verbreitet werden;

b) das Gesamtangebot von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien, welches ausschließlich in der inhaltlichen Verantwortung einer oder mehrerer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten oder eines privaten Anbieters von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien oder von Unternehmen, deren Programme ihm nach § 28 zuzurechnen sind, stehen; Inhalte aus nach § 25 Abs. 4 aufgenommenen Fensterprogrammen oder Drittsendezeiten im Sinne des § 31 sind unschädlich,

13 a. Benutzeroberfläche die textlich, bildlich oder akustisch vermittelte Übersicht über Angebote oder Inhalte ~~einzelner oder~~ **mehrerer Anbieter von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien** Medienplattformen, **soweit sie** die der Orientierung **hierüber** dient und **soweit sie** unmittelbar die Auswahl von Angeboten, ~~oder~~ **Inhalten** ~~oder softwarebasierten Anwendungen~~ ermöglicht. ~~Benutzeroberfläche sind insbesondere~~

~~a) Angebots- oder Programmübersichten einer Medienplattform;~~

~~b) Angebots- oder Programmübersichten, die nicht zugleich Teil einer Medienplattform sind;~~

~~c) Oberflächen auf gerätegebundenen Medienplattformen, soweit sie Programmübersichten oder eine Orientierung über softwarebasierte Anwendungen, die im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien dienen, geben.~~

3. Zu § 52 Medienplattformen und Benutzeroberflächen

a. Absatz 2

Der neu eingefügte Satz 2 zu den Betreibervoraussetzungen in Absatz 2 der Regelung führt zu einer Dopplung, die gestrichen werden sollte. Nach dem Vorschlag der Rundfunkkommission unterlägen infrastrukturgebundene Medienplattformbetreiber (Satz 1) und Benutzeroberflächenanbieter sowie nicht-infrastrukturgebundene Medienplattformbetreiber (Satz 2) den gleichen Voraussetzungen. Entsprechend kann Absatz 2 kurz gehalten werden:

(2) ~~Eine infrastrukturebundene Medienplattform darf nur betreiben, wer den Anforderungen des § 20 a Abs. 1 und 2 Satz 1 genügt. Im Übrigen hat e~~Ein Anbieter einer Medienplattform oder ein Anbieter einer Benutzeroberfläche oder ein von diesem jeweils benannter Bevollmächtigter **hat** die Anforderungen des § 20 a Abs. 1, Abs. 2 Satz 1 zu erfüllen.

4. Zu § 52a Regelungen für Medienplattformen und Benutzeroberflächen

a. Absatz 3 und 4

Die Möglichkeit zur Überblendungen und Skalierungen von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien will die Rundfunkkommission stark einschränken. Grundsätzlich verboten sein sollen Überblendungen und Skalierungen zum Zwecke kommerzieller Kommunikation und zur Darstellung von Inhalten aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien, einschließlich Empfehlungen oder Hinweisen hierauf, soweit der betroffene Veranstalter bzw. Anbieter nicht eingewilligt hat. Der Entwurf sieht indes ein Opt-In-Modell für Empfehlungen oder Hinweise vor. Solche sollen auch gegen den Willen des Rundfunkveranstalters bzw. Anbieters rundfunkähnlicher Telemedien erlaubt sein, wenn der Nutzer sie im Einzelfall veranlasst oder er generell eingewilligt hat. Navigationselemente stehen nach dem Entwurf der Rundfunkkommission bereits nicht unter Genehmigungsvorbehalt sondern sind immer zulässig.

In Absatz 3 ist die Wahl des Begriffs der kommerziellen Kommunikation nicht nachvollziehbar, findet sie doch im RStV keinen Anknüpfungspunkt. Vielmehr sollte auf den in § 3 Absatz 2 Nr. 7 RStV definierten Begriff der Werbung abgestellt werden.

Die ANGA begrüßt, dass die Regelung zu Overlays und Skalierungen im Gegensatz zum Diskussionsentwurf vom letzten Jahr ein Opt-In für den Nutzer vorsieht. Empfehlungen und Hinweise aus Such- und Empfehlungssystemen müssen bei Interesse des Nutzers einblendbar sein. So bewertet es auch der europäische Gesetzgeber in seiner Neuauflage der AVMD-Richtlinie (Erwägungsgrund 15a). Nach seinem Willen sollen Overlays zum privaten Gebrauch (*for private use*) vom Nutzer erlaubt werden können. Hinter diesen Vorgaben können die deutschen Mediengesetzgeber nicht zurückbleiben. Überblendungen, die der Nutzerorientierung oder Auffindbarkeit von Angeboten dienen, sollten immer zulässig sein – auch unabhängig von einer Zustimmung des Nutzers, weil sie vielfaltsfördernd wirken.

Nicht nachvollziehbar ist vor dem Hintergrund der in Bälde in Kraft tretenden europäischen Regelung, mit welcher Rechtfertigung eine Einwilligung zu sonstigen Anwendungsfällen (etwa Bild-in-Bild, Splitscreen) nicht möglich sein soll. Eine derartige Restriktion ist vor dem Hintergrund heutigen Mediennutzungsverhaltens und der Wünsche der Nutzer nicht hinzunehmen. Nutzer sind aufgrund des Umgangs mit digitalen Inhalten am Computer daran gewöhnt, mit mehreren Fenstern und unterschiedlichen Inhalten auf einem Bildschirm umzugehen; es ist nicht einzusehen, weshalb sie das nicht auf dem viel größeren Fernsehbildschirm ebenfalls können sollen.

Entsprechend klar sollte auch die Regelung formuliert sein und klargestellt werden, dass mit Einwilligung des Nutzers jede Überblendung und Skalierung erlaubt ist.

Klarestellt werden sollte außerdem, dass Empfehlungen oder Hinweise auf audiovisuelle Inhalte nicht als Werbung im Sinne der Regelung gelten. Andernfalls wären auf sie – im Falle der Entgeltlichkeit der Inhalte – möglicherweise die Werbebeschränkungen des RStV anwendbar – vgl. § 52a Abs. 5 des Entwurfs. Das würde zu dem ungewollten Ergebnis führen, dass der Nutzer Such- und Empfehlungsmechanismen trotz seiner Einwilligung nicht uneingeschränkt nutzen kann.

Die ANGA fordert folgende Änderungen am Entwurf der Rundfunkkommission:

(3) Ohne Einwilligung des jeweiligen Rundfunkveranstalters oder Anbieters rundfunkähnlicher Telemedien dürfen dessen Rundfunkprogramme, rundfunkähnliche Telemedien oder Teile davon
a) inhaltlich und technisch nicht verändert,

b) im Zuge ihrer Abbildung nicht vollständig oder teilweise mit ~~kommerzieller Kommunikation~~ **Werbung**, Inhalten aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien, einschließlich Empfehlungen oder Hinweisen hierauf, überblendet oder ihre Abbildung zu diesem Zweck skaliert oder

c) nicht in Angebotspakete aufgenommen oder in anderer Weise entgeltlich oder unentgeltlich vermarktet werden.

Keine Werbung im Sinne dieses Paragraphen sind Empfehlungen zu und Hinweise auf Inhalte aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien, außer diese erfolgen gegen eine entgeltliche Vergütung.

(4) Abweichend von Absatz 3 Buchst. a sind technische Veränderungen, die ausschließlich einer effizienten Kapazitätsnutzung dienen und die Einhaltung des vereinbarten oder, im Fall, dass keine Vereinbarung getroffen wurde, marktüblichen Qualitätsstandards nicht beeinträchtigen, zulässig. ~~{Abweichend von Absatz 3 Buchst. b sind Überblendungen oder Skalierungen zum Zweck von Empfehlungen oder Hinweisen auf Inhalte aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien~~ zulässig, **wenn diese der Nutzerorientierung oder der Auffindbarkeit von Angeboten dienen sowie solche**, die durch den Nutzer im Einzelfall veranlasst sind oder in die der Nutzer generell eingewilligt hat (Opt-In), wenn er die Einwilligung jederzeit in einfacher Weise und dauerhaft widerrufen kann. Dem Nutzer sind zu Inhalt und Reichweite seiner Einwilligung und der Möglichkeit des Widerrufs leicht verständliche Informationen zur Verfügung zu stellen.}

b. Absatz 5

Absatz 5 will eine Umgehung der Werbevorschriften für Veranstalter verhindern und die entsprechenden Vorschriften auch auf Überblendungen und Skalierungen zum Zwecke der Werbung durch den Anbieter der Medienplattform oder Benutzeroberfläche anwendbar machen. Die Formulierung des Absatzes erscheint allerdings kompliziert und sollte durch eine Referenzierung auf die entsprechenden Vorschriften vereinfacht werden:

(5) Bei einer Überblendung oder Skalierung von Angeboten durch Anbieter einer Medienplattform oder Benutzeroberfläche zum Zweck der ~~kommerziellen Kommunikation~~ **Werbung** finden die **Vorschriften der §§ 7, 7a, 43 ff., 58 entsprechende Anwendung** für das überblendete Angebot ~~geltenden Beschränkungen entsprechende Anwendung.~~

5. Zu § 52 b Belegung von Medienplattformen

Die Must-Carry-Vorgaben sind überholt. In Zeiten der Digitalisierung besteht keine Knappheit an Übertragungskapazitäten mehr, die als Rechtfertigung für strenge Vorgaben zur Plattformbelegung dienen könnte. Entsprechend schlägt die Monopolkommission in ihrem Hauptgutachten dieses Jahres vor, die Must-Carry-Vorgaben zu streichen (Ziff. 1162).

Insofern ist es nicht akzeptabel, dass die Rundfunkkommission den Must-Carry-Bereich sogar noch um "programmbegleitende Dienste" erweitern will. Die entsprechende Grundlage im erwarteten europäischen Kodex für die Telekommunikation sieht gerade keine Pflicht zur Aufnahme solcher Vorgaben vor. Hinzu kommt, dass Angebote am Markt sind, die sich explizit gegen die Einbindung z.B. von HbbTV auf ihren Benutzeroberflächen entscheiden. Dies muss auch in Zukunft gewährleistet sein. Jedenfalls darf es über die bloße Übertragung hinaus keine Pflicht geben, dass eigene Geräte oder Software der Medienplattformanbieter diese Dienste auch darstellen können. Dem Nutzer steht es frei, jederzeit ein Gerät zu wählen, das solche Angebote auch unterstützt.

Sofern die Mediengesetzgeber trotz aller Kritik am Must-Carry-Regime festhalten, ist jedenfalls sicherzustellen, dass etwaige Transportpflichten nur bei Abschluss eines entsprechenden Vertrags zwischen Plattformbetreiber und Inhabeanbieter bestehen.

Die ANGA schlägt deshalb folgende Ergänzung in § 52b RStV durch einen neuen Absatz 5 vor:

(5) Die Belegung und Verbreitung nach den Abs. 1 bis 3 erfolgt zu angemessenen Bedingungen. Die zuständige Landesmedienanstalt kann im Konfliktfall vom Betreiber der Medienplattform oder Programmveranstalter zur Vermittlung über die Verbreitungsbedingungen angerufen werden.

6. Zu § 52c Zugang zu Medienplattformen

In § 52c Abs. 2 des Entwurfs wird die einseitige Belastung mit Pflichten besonders deutlich. Während sich Betreiber von Medienplattformen mit strengen Vorgaben zur Frage der Zugangsgewährung zu ihren Plattformen konfrontiert sehen, finden sich entsprechende Regelungen zulasten von Inhaltenanbietern nirgends im Entwurf. Jedenfalls das Verbot zur Diskriminierung sollte aber gegenüber allen Marktteilnehmern gelten und sich in entsprechenden Vorgaben des MStV wiederfinden. Vor diesem Hintergrund schlägt die ANGA die Einführung von Mitwirkungspflichten zulasten der Inhaltenanbieter vor (s. hierzu ausführlich unter 10.).

7. Zu § 52d Zugangsbedingungen

Die Offenlegungspflicht in § 52d des Entwurfs sollte eingeschränkt werden und nur auf Verlangen der Landesmedienanstalt bestehen. Konkret schlägt die ANGA folgende Formulierung vor:

(1) Die Zugangsbedingungen, insbesondere Entgelte und Tarife, sind gegenüber der zuständigen Landesmedienanstalt **auf deren Verlangen** offenzulegen.

8. Zu § 52e Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen

a. Absatz 2

Die Vorgaben zu Sortierung und Anordnung von Inhalten auf Benutzeroberflächen sollte eingeschränkt werden. Zunächst sollte sich die Pflicht auf Rundfunkangebote beschränken. Andernfalls ließe sich die Regelung dahingehend interpretieren, dass auch nicht-lineare Angebote umfasst wären. Mehrere Sortierungen bei nicht-linearen Angeboten ist aber – je nach Gestaltung der Oberfläche – technisch nicht möglich. Zudem sollte eine Einschränkung dahingehend erfolgen, dass dem Sortierungskriterium dann genüge getan wurde, wenn der Nutzer neben der standardmäßigen Sortierung die Möglichkeit zur Erstellung einer individuellen Favoritenliste hat.

„Gleichartige Angebote oder Inhalte dürfen bei der Auffindbarkeit, insbesondere der Sortierung, Anordnung oder Abbildung auf Benutzeroberflächen, nicht ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden; ihre Auffindbarkeit darf nicht unbillig behindert werden. Zulässige Kriterien für eine Sortierung oder Anordnung **von Angeboten** sind insbesondere Alphabet, Genres oder Nutzungsreichweite. Eine Sortierung oder Anordnung **von Rundfunkangeboten** soll in mindestens zwei verschiedenen Varianten angeboten werden. **Dieses Kriterium gilt als erfüllt, wenn der Nutzer neben einer standardmäßigen Sortierung nach diesen Kriterien zusätzlich die Möglichkeit zur Erstellung einer individuellen Sortierung hat („Favoritenliste“)** [...]“

b. Absatz 3

Die Rundfunkkommission hält leider auch in ihrem vorliegenden Entwurf an der Einführung von Regeln zur privilegierten Auffindbarkeit fest. Konkret sollen die bereits durch ihren Must-Carry-Status privilegierten Programme sowie die Telemedienangebote der öffentlich-rechtlichen Sender besonders hervorgehoben und leicht auffindbar gemacht werden. Diesen Vorschlag lehnt die ANGA ab.

Der Ansatz, mit Hilfe von regulatorisch überwachten Besserplatzierungen einzelner Sender die Aufmerksamkeit des Nutzers zu steuern, ist aus ordnungspolitischer Sicht mindestens fragwürdig. Zu prüfen wäre jedenfalls, ob die verfassungsrechtliche Pflicht des Staates zur Sicherung der Meinungsvielfalt als Rechtfertigung für eine positiv diskriminierende Auffindbarkeitsregulierung zulasten Dritter genügt.

Mit dem Verweis auf den Must-Carry-Katalog werden gerade bei der jungen Generation beliebte moderne und individuelle Formen des Videojournalismus ausgeschlossen. Stattdessen werden ohnehin marktmächtige (öffentlich-rechtliche und private) Sendeunternehmen gestärkt, ihre Marktmacht weiterhin zementiert und dadurch neue, junge Angebote in den Hintergrund gedrängt.

Und schließlich ist vollkommen offen, wie eine priorisierte Auffindbarkeit in der Darstellungspraxis konkret aussehen soll. Eine strukturierte Benutzerführung wäre kaum noch umsetzbar und würde umso mehr zur Diskriminierung nicht-privilegierter Programme führen.

Auffindbarkeit sollte sich daher, dem schon bisher geltenden Medienrecht entsprechend, auf eine diskriminierungsfreie und chancengleiche Behandlung im Rahmen der generellen Navigation beziehen.

Die ANGA plädiert deshalb für die Streichung von § 52e Absatz 3.

~~(3) [Über Benutzeroberflächen ansteuerbare Rundfunkangebote gemäß § 52 b Abs. 2 Nr. 1 und § 52 b Abs. 3 Nr. 1 sowie Telemedienangebote gemäß § 11 d sind besonders hervorzuheben und leicht auffindbar zu machen.] Fensterprogramme (§ 25 Abs. 4) sind in dem Gebiet, für das sie zugelassen oder gesetzlich bestimmt sind, gegenüber dem ohne Fensterprogramm ausgestrahlten 23 Hauptprogramm und gegenüber den Fensterprogrammen anderer Gebiete vorrangig darzustellen.~~

c. Absatz 4

Die Möglichkeit für Nutzer, Sortierungen oder Anordnungen von Angeboten oder Inhalten zu individualisieren – also verändern – dient nicht der Vielfaltssicherung. Die Rechtfertigung für derartig detaillierte Regelungen sollte deshalb seitens der Rundfunkkommission erörtert werden.

Inhaltlich sollte die Regelung jedenfalls auf die Möglichkeit zur Erstellung von Favoritenlisten beschränkt werden. Sie darf nicht so weit gehen, dass der Nutzer das vom Anbieter gestaltete Produkt komplett umgestalten können muss. Dies wäre technisch nicht umsetzbar und ein massiver Eingriff in die Produktgestaltung des jeweiligen Anbieters.

Auch hinsichtlich erstellter Favoritenlisten kann es beispielsweise durch technische Veränderungen (z.B. Neuaufschaltung Sender, Frequenzumbelegung etc.) dazu kommen, dass der Kunde einen Sendersuchlauf durchführen muss und es im Zuge dessen einer Neusortierung der Favoritenliste bedarf. Anbieter von Benutzeroberflächen müssen weiterhin die Möglichkeit haben, ihre Produkte im Rahmen der regulatorischen Vorgaben frei zu gestalten, ohne sie dem individuellen Veränderungswunsch von Kunden anpassen zu müssen.

Die ANGA schlägt deshalb folgende Konkretisierung in Absatz 4 vor:

(4) Die Sortierung oder Anordnung von Angeboten oder Inhalten muss *in Favoritenlisten* auf einfache Weise und dauerhaft durch den Nutzer individualisiert werden können.

d. Absatz 5

Die von der Rundfunkkommission vorgeschlagene diskriminierungsfreie Suchfunktion (Absatz 2) erhält in Absatz 5 eine Einschränkung dahingehend, dass Benutzeroberflächen von geräteabhängigen Medienplattformen eine solche dann nicht anbieten müssen, soweit der Anbieter nachweist, dass eine auch nachträgliche Umsetzung technisch nicht oder nur mit erheblichem Aufwand möglich ist. Diese Ausnahme für bereits im Markt befindliche Geräte begrüßt die ANGA. Unklar ist aber die Reichweite des Begriffs geräteabhängig. Hierunter sollten auch solche Apps auf weiteren Endgeräten fallen, die nicht alleinstehend betrieben werden können, sondern als Ergänzung für z.B. eine Box dienen und dementsprechend auch hinsichtlich der technischen Umsetzung solcher Funktionen auf die Funktionen der Box limitiert sind.

Auch bei Neugeräten sollte allerdings die Möglichkeit bestehen bleiben, diese „einfach“ auszugestalten und so zu günstigeren Preisen anbieten zu können. Die Ausnahme sollte deshalb auf Geräte ausgedehnt werden, die überhaupt keine Suchfunktion vorsehen.

Konkret schlägt die ANGA folgende Umformulierung in Absatz 5 vor:

(5) Die Maßgaben von Absatz 2 Satz 2 und Absatz 4 gelten für Benutzeroberflächen von geräteabhängigen Medienplattformen nicht, soweit der Anbieter nachweist, dass eine auch nachträgliche Umsetzung technisch nicht oder nur mit erheblichem Aufwand möglich ist **oder sie gar keine Suchfunktion beinhalten.**

9. Zu § 52f Transparenz

Nach dem Vorschlag der Rundfunkkommission sollen Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen den Nutzern Informationen zur Inhaltsauswahl und Organisation in leicht erkennbarer, unmittelbar erreichbarer und ständig verfügbarer Weise zur Verfügung stellen. Fraglich ist hierbei, wann die Informationen unmittelbar erreichbar sind. Aus Sicht der ANGA würde es an dieser Stelle ausreichen, auf eine *leichte* Erreichbarkeit abzustellen. Diese kann auf unterschiedlichen Benutzeroberflächen in unterschiedlicher Weise sichergestellt werden. Die Angabe der Informationen auf der Webseite des Anbieters sollte ausreichen.

Die ANGA schlägt folgende konkrete Änderung in § 52f Satz 3 vor:

[...] Informationen hierzu sind den Nutzern in leicht erkennbarer, ~~unmittelbar~~ **und** erreichbarer ~~und~~ **sowie** ständig verfügbarer Weise zur Verfügung zu stellen. **Die Angabe auf der Webseite des Anbieters genügt.**

10. NEU § 52i Mitwirkungspflichten von Anbietern von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien

Um Angebotsvielfalt zu sichern, den Kunden attraktive Angebote machen zu können und im internationalen Vergleich wettbewerbsfähig zu bleiben, sind Betreiber von Medienplattformen und Anbieter von Benutzeroberflächen auf die Kooperation mit den Senderpartnern und sonstigen Anbietern audiovisueller Inhalte angewiesen. Die Plattformregulierung des geltenden Rundfunkstaatsvertrags ruht auf dem veralteten Leitbild einer Flaschenhalsposition und Marktmacht von Plattformbetreibern. Die Machtverhältnisse haben sich zugunsten der Inhalteanbieter verschoben.

Es ist deshalb einerseits entscheidend, dass Betreiber von Medienplattformen sowie Anbieter von Benutzeroberflächen nicht weiter durch regulatorische Vorgaben geschwächt werden. Genauso wichtig ist es andererseits, Inhalteanbieter zur Mitwirkung zu verpflichten, wo eine einvernehmliche Lösung nicht möglich ist. Das gilt sowohl für die Verfügbarkeit von Inhalten auf Medienplattformen als auch für deren Auffindbarkeit. Wenn Betreiber von Medienplattformen und Anbieter von Benutzeroberflächen verpflichtet werden, bestimmte Inhalte auf ihrer Plattform verfügbar und auffindbar zu machen, muss verhindert werden, dass Inhalteanbieter durch ihr Verhalten diesen Zweck vereiteln. Ohne einen solchen Ausgleich würde ein Machtgefüge verstärkt, bei dem Betreiber von Medienplattformen und Anbieter von Benutzeroberflächen gezwungen sind, den Gestaltungswünschen marktstarker Inhalteanbieter nachzukommen, die naturgemäß der Sicherung der Marktstärke und gerade nicht der Medienvielfalt dienen sollen.

Darüber hinaus bedarf es einer ausgewogenen Missbrauchskontrolle für alle Seiten. Nach dem Entwurf des Medienstaatsvertrags sollen ausschließlich Inhalteanbieter zukünftig das Recht haben, im Streitfall die Landesmedienanstalten als Regulierungsbehörden anzurufen. Das widerspricht nicht nur den heutigen Marktverhältnissen und ist völlig unausgewogen, es führt auch zu einer weiteren Schwächung eines fairen Miteinanders und Wettbewerbs. Meinungsvielfalt kann auch durch ein missbräuchliches Ausnutzen von Marktstärke durch Sendeunternehmen gegenüber Medienplattformen und Benutzeroberflächen gefährdet werden – auch und insbesondere zu Lasten anderer, kleinerer Anbieter. Ein Anrufungsrecht sollte deshalb allen Marktbeteiligten zustehen. Nur so

können die Landesmedienanstalten ihre Rolle umfassend wahrnehmen und für einen fairen Wettbewerb für alle Seiten sorgen.

Vor diesem Hintergrund schlägt die ANGA die Einführung eines neuen § 52i zu Mitwirkungspflichten von Inhalteanbietern in den MStV vor, einschließlich eines § 52i Abs. 3, der allen Beteiligten ermöglicht, sich im Streitfall an die zuständige Regulierungsbehörde zu wenden:

§ 52i Mitwirkungspflichten von Rundfunkveranstaltern und Anbietern rundfunkähnlicher Telemedien

(1) Veranstalter von Rundfunk und Anbieter rundfunkähnlicher Telemedien sollen zur Sicherung der Angebotsvielfalt auf Medienplattformen und Benutzeroberflächen beitragen. Sie dürfen, soweit ihre Inhalte berechtigterweise über eine Medienplattform oder eine Benutzeroberfläche zugänglich sind, die Auffindbarkeit ihrer eigenen wie auch fremder Inhalte nicht behindern, insbesondere nicht durch Vorenthaltung von Programminformationen oder einschränkende Vorgaben zur Präsentation oder zur Auswahl der verschiedenen über die Benutzeroberfläche zugänglichen Inhalte.

(2) Veranstalter von Rundfunk und Anbieter rundfunkähnlicher Telemedien dürfen die Aufnahme von für die Meinungsbildung besonders relevanten oder für eine Teilnahme am Wettbewerb unverzichtbaren Inhalten auf eine Benutzeroberfläche oder Medienplattform nicht in diskriminierender Weise verhindern.

(3) Im Konfliktfall kann die zuständige Landesmedienanstalt von jedem Beteiligten zur Vermittlung angerufen werden. Im Falle der Nichteinigung kann die Landesmedienanstalt Maßnahmen treffen, um Verstöße gegen die Absätze 1 und 2 sowie eine Behinderung der Angebotsvielfalt zu unterbinden.

11. Zu § 53c Absatz 2 Anwendungsbereich

Die ANGA begrüßt, dass sich die Rundfunkkommission im Rahmen der Überarbeitung der rundfunk- bzw. medienrechtlichen Regelungen auch mit dem Bereich der Intermediäre befasst. Das ist in der heutigen konvergenten Medienwelt zwingende Voraussetzung, um gleiche Wettbewerbsbedingungen (Level-Playing-Field) für vergleichbare Dienste zu schaffen. Die ANGA bewertet allerdings kritisch, dass zwischen den Bereichen der (traditionellen) Plattformregulierung und der neu zu schaffenden Intermediärsregulierung ein erhebliches Gefälle bestehen soll. Ganz grundsätzlich sollten die Mediengesetzgeber sich bei der Überarbeitung bestehender Regelungen an den Grundsätzen der Transparenz und Diskriminierungsfreiheit orientieren so, wie sie es bei den Intermediären tun.

Die Ungleichheit bei der Regulierungsintensität wird unmittelbar bei dem von der Rundfunkkommission vorgesehenen Schwellwert deutlich, der für die Anwendbarkeit der weiteren Vorschriften überhaupt erst erreicht sein muss (§ 53c Absatz 2 Nr. 1). Während es im Rahmen der Plattformregulierung bei einer Mindestzahl angeschlossener Wohneinheiten bei infrastrukturegebundenen Medienplattformen i.H.v. 10.000 und mindestens 20.000 Nutzern bei nicht-infrastrukturegebundenen Medienplattformen bleibt, sieht der Entwurf bei Medienintermediären einen deutlich höheren Schwellwert vor, nämlich eine Million Nutzer im Bundesgebiet pro Monat. Wenn man bedenkt, dass die sich anschließenden Regulierungsmaßnahmen niederschwellig sind und sich auf Transparenz und Diskriminierungsfreiheit beschränken, erscheint nicht nachvollziehbar, warum hiervon nur große Anbieter erfasst werden sollen. Vorgaben zur Transparenz und zur Nicht-Diskriminierung sollten unabhängig von ihrer Größe von allen Medienintermediären erfüllt werden. Jedenfalls sollte eine Kohärenz mit dem Schwellwert für onlinebasierte Medienplattformen hergestellt und die Zahl der Nutzer auf 20.000 pro Monat reduziert werden

Fragen ergeben sich im Hinblick auf die Stoßrichtung der den Anwendungsbereich einschränkenden Regelung in Absatz 2 Nr. 3, wonach Medienintermediäre, die ausschließlich privaten oder familiären Zwecken dienen, nicht von der Regulierung erfasst sein sollen. Es ist nicht ersichtlich, welche Fälle hiermit angesprochen werden sollen. Zur Vermeidung von Unklarheiten sollte die Regelung im Zweifel gestrichen werden.

Folgende konkrete Änderungen schlägt die ANGA vor:

(2) Sie gelten nicht für Medienintermediäre, die

1. jedenfalls weniger als **20.000** ~~eine Million~~ Nutzer im Bundesgebiet pro Monat erreichen,
2. auf die Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten mit Bezug zu Waren oder Dienstleistungen spezialisiert sind,
3. ~~ausschließlich privaten oder familiären Zwecken dienen.~~

12. Zu § 53d Transparenz und § 53e Diskriminierungsfreiheit

Die Beschränkung der für Medienintermediäre geltenden Vorgaben auf Transparenz und Diskriminierungsfreiheit sollte als Konzept auch auf den Bereich der Regulierung von Plattformen und Benutzeroberflächen angewandt werden. Nur so ließe die Regulierung den Raum für (künftige) Innovationen und schaffte zudem ein echtes Level-Playing-Field für alle Marktbeteiligte.

Um keine Umgehungsanreize für Angebote zu schaffen, bei denen die Einordnung in die vom MStV vorgeschlagenen Kategorien schwer fällt, dürfen die Vorgaben zu Transparenz und Diskriminierungsfreiheit für Medienintermediäre jedenfalls nicht niederschwelliger sein, als die für Plattformen und Benutzeroberflächen. Auch dürfen keine Umgehungsanreize durch offene Formulierungen geschaffen werden. Vollkommen unklar ist etwa, wann Medienintermediäre auf die Wahrnehmung von Inhalten „potentiell besonders hohen Einfluss“ haben und sie entsprechend § 53e Absatz 1 MStV nicht diskriminieren dürfen. Die entsprechende Formulierung sollte hier zur Herstellung von Klarheit gestrichen werden.

Nicht ersichtlich ist, warum Medienintermediäre sich nur journalistisch-redaktionellen Angeboten gegenüber diskriminierungsfrei verhalten müssen. Auch Medienplattformen und Benutzeroberflächen als Förderer der Medienvielfalt sollten diesem Schutz unterfallen. Der Anwendungsbereich von § 53e sollte entsprechend erweitert werden.

Die ANGA schlägt folgende Änderungen an § 53e MStV vor:

{§ 53e Diskriminierungsfreiheit

(1) Zur Sicherung der Meinungsvielfalt dürfen Medienintermediäre journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote **sowie Medienplattformen und Benutzeroberflächen**, auf deren Wahrnehmbarkeit sie potentiell besonders hohen Einfluss haben, weder mittelbar noch unmittelbar unbillig behindern oder ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandeln.

(2) Eine Diskriminierung im Sinne des Absatzes 1 liegt insbesondere vor, wenn von den allgemeinen Regeln der Aggregation, Selektion und Präsentation im Sinne des § 53 d zugunsten oder zulasten eines bestimmten Inhaltes bewusst und zielgerichtet abgewichen wird.

(3) Der Verstoß gegen die Pflichten nach Absatz 1 kann nur von dem betroffenen Anbieter journalistisch-redaktioneller Inhalte, **der Medienplattform oder der Benutzeroberfläche** bei der zuständigen Landesmedienanstalt geltend gemacht werden.

(4) § 58 Abs. 1 Satz 1 bleibt unberührt.}

13. Zu § 59 Absatz 6 Aufsicht

Zuletzt stellt sich im Hinblick auf die Ergänzung in § 59 Absatz 6 die Frage, wer der als Verantwortlicher Benannte ist, wenn es – wie die Schriftfarbe impliziert – um Medienplattformen und Benutzeroberflächen geht.

Berlin/Köln, den 30. September 2018

Die ANGA vertritt die Interessen von mehr als 200 Unternehmen der deutschen Breitbandbranche. Gegenüber Politik und Marktpartnern setzt sich der Verband für investitions- und wettbewerbsfreundliche Rahmenbedingungen ein.

Zu den Mitgliedsunternehmen der ANGA zählen Vodafone, Unitymedia, Tele Columbus (PYUR), Telekom Deutschland und eine Vielzahl lokaler und mittelständischer Netzbetreiber, die insgesamt ca. 17,6 Mio. Kabelkunden mit TV und 7,7 Mio. Haushalte mit schnellem Internet versorgen. In den nächsten Jahren werden die ANGA-Mitgliedsunternehmen ca. 70 Prozent der deutschen Haushalte Breitbandanschlüsse mit Gigabit-Geschwindigkeiten anbieten können – sei es über glasfaserbasierte HFC-Netze oder Glasfaser bis ins Haus.