

Beteiligungsverfahren zum Medienstaatsvertrag (MStV-E)

Sehr geehrte Damen und Herren,

die RTL Hessen GmbH produziert im Auftrag der RTL Hessen Programmfenster GmbH das unabhängige Regionalfenster für Hessen im Programm von RTL Television.

Werktäglich und aktuell entsteht an den Redaktionsstandorten Frankfurt und Kassel das 30minütige Regionalmagazin „RTL Hessen“, an dem rund 70 feste und freie Mitarbeiter aus den Bereichen Redaktion und Technik beteiligt sind. Gleichzeitig beliefert die RTL Hessen GmbH als Landesstudio alle nationalen Nachrichten- und Magazinsendungen von Sendern der Mediengruppe RTL Deutschland mit Beiträgen. Die RTL Hessen GmbH hat damit den journalistischen Anspruch, von der kleinen Lokal-Geschichte bis hin zu bundesweit relevanten Themen, das gesamte Spektrum interessanter Ereignisse und Entwicklungen in Hessen auf allen Informationsformaten der Sendergruppe abzubilden.

Die Möglichkeit, uns am neuen Medienstaatsvertrag mit Anregungen und Ideen zu beteiligen, möchten wir gerne wahrnehmen und die nachfolgenden Gesichtspunkte in die Diskussion einbringen. Vorweg schicken möchten wir aber, dass uns als Regionalfensterveranstalter die Vielfaltssicherung in besonderer Weise am Herzen liegt. Insofern wird es Sie nicht überraschen, dass für uns die vorgeschlagenen Regelungen zur Plattformregulierung, d.h. der Schutz unserer Beiträge vor Überblendungen und eine hervorgehobene Auffindbarkeit unserer Sendungen von besonderem Interesse sind.

I. Überblendung

Der im Entwurf (§ 52a MStV-E) verfolgte Ansatz, Rundfunksignale vor kommerziellen Überblendungen durch Plattformbetreiber zu schützen, ist in unseren Augen richtig und von großer Wichtigkeit. Mit weiterem Abstimmungsbedarf gekennzeichnet ist die Frage, was für Überblendungen durch Programmhinweise und Empfehlungen gelten soll und inwiefern der Nutzer in diese Entscheidung mit einzubeziehen ist (Absatz 4). Wir vertreten

die Auffassung, dass auch derartige Überblendungen ohne Einverständnis des Rundfunkveranstalters nicht zulässig sein sollten. Aus Sicht von RTL Hessen kann es keinen entscheidenden Unterschied machen, ob es sich um eine Werbeeinblendung oder eine Empfehlung handelt. Denn beides erfolgt mit einer Intention, die wir als Macher des Regionalfensters nicht gut heißen können – es wird versucht, die Aufmerksamkeit des Zuschauers auf etwas anderes zu lenken. Bei einer kommerziellen Überblendung wenigstens ohne unmittelbare weitere Folge, bei einer Überblendung mit einer Empfehlung jedoch mit dem Versuch, dass der Zuschauer sich vom Regionalfenster abwendet und stattdessen etwas anderes schaut. Dies zu erlauben, wäre legitim, wenn zwischen allen an der Aufmerksamkeit des Zuschauer/Nutzer Interessierten, dieselben Voraussetzungen herrschen würden, also ein fairer Wettbewerb bestünde. Dies ist aber gerade nicht der Fall: Nur der Plattform wäre es möglich, den Nutzer aktiv aus dem Regionalfenster/Rundfunkprogramm abzuwerben – andersherum besteht diese Möglichkeit, schon technisch, aber nicht. Hat die Plattform einmal die Aufmerksamkeit des Nutzers für sich gewonnen und der Nutzer bewegt sich z.B. in einem nicht-linearen Bewegtbildangebot, an dem die Plattform wirtschaftlich partizipiert, besteht für das Regionalfenster/Rundfunkprogramm keine Möglichkeit, seinerseits mit einer Überblendung einzugreifen.

Auch dem Argument der (vermeintlichen) Nutzerautonomie möchten wir an dieser Stelle ausdrücklich entgegen treten. Der Nutzer eines smarten TV-Gerätes ist sich vollends bewusst, dass er nicht linear fernsehen *muss*. Im Zweifel startet sein TV-Gerät auch gar nicht mit einem linearen Rundfunkprogramm, sondern mit dem Portal des Geräteherstellers. Hier ist „linear Fernsehschauen“ nur eine Option von vielen, Nutzerautonomie pur. Entscheidet er sich in Hessen aber werktags um 18.00 Uhr nun dafür, RTL Hessen zu schauen, wofür wir tagtäglich große Anstrengungen unternehmen, kann es unseres Erachtens nicht Ausdruck von Nutzerautonomie sein, wenn der Gerätehersteller das TV-Bild mit Überblendungen versehen darf und – in von ihm gewählter Frequenz und Häufigkeit – dem Zuschauer nunmehr die Frage stellt, ob er wirklich sicher ist, dass er nicht vielleicht doch etwas anderes schauen möchte. Zumal dies dann auch noch in einem Programm geschieht, das der Gesetzgeber zur Vielfaltssicherung für besonders bedeutsam hält. So richtig der Gedanke der Nutzerautonomie dem Grunde nach auch ist, erscheint seine Verankerung an dieser Stelle nur dem Plattformbetreiber in die Hände zu spielen. Dies gilt in besonderem Maße, sofern für eine wirksame Einwilligung ausreichen soll, wenn der Nutzer bei Inbetriebnahme des Gerätes einmal sein „Häkchen“ gesetzt hat. Ob RTL Hessen nach Belieben mit Empfehlungen überblendet werden kann, hängt dann alleine davon ab, wie lästig dem Nutzer diese Einblendungen sind und ob er sich genötigt sieht, in die Einstellungen zu gehen, um seine Einwilligung zu widerrufen. Das kann nicht im Sinne effektiver Vielfaltssicherung sein. Der Medienstaatsvertrag sollte sicher nicht mit einer Regelung die Weichen dafür stellen, dass möglichst vielen Regionalfensterzuschauern in der halben Stunde der Sendung vor Augen geführt werden, welche anderen Bewegtbildangebote er jetzt stattdessen schauen könnte bzw. sollte. Dafür hat der Plattformbetreiber mehr als genug Raum und Fläche, wenn der Nutzer sich gerade nicht bereits durch Einschalten des Programms klar, unmissverständlich und nutzerautonom entschieden hat, linear fernzusehen.

II. Belegungsregeln

Regelungen wie § 52 b Absatz 2 MStV-E kommen der Reichweite von Regionalfenstern zugute. Wir möchten dafür plädieren, diese Regelungen auch auf nicht-infrastrukturgebundene Plattformen anzuwenden, da ansonsten smarte TV-Geräte und sog. Over the top-Dienste, nicht mit einbezogen würden und die Regionalfensterreichweite darunter – jedenfalls perspektivisch – leiden würde.

Die Verbreitung der Dritten Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sollte nach unserem Dafürhalten auf das jeweilige Land begrenzt sein, für das eine Beauftragung besteht – und nicht darüber hinaus.

Auf gemischten Plattformen (§ 52 b Absatz 4 MStV-E) sollten auch die privaten Programme Berücksichtigung finden. Intention ist auch hier die langfristige Absicherung der Reichweite von Regionalfenstern.

III. Auffindbarkeit

Nachdem das Thema „Auffindbarkeit“ seit vielen Jahren Gegenstand medienpolitisch diskutiert und gefordert wurde, begrüßen wir sehr, dass dieser Ansatz nunmehr Einzug in den neuen Medienstaatsvertrag erhalten soll. Regelungen zur strukturellen Auffindbarkeit auf Benutzeroberflächen sind insofern wichtig, als dem Nutzer in der Benutzerführung neutrale Navigationskriterien zur Verfügung stehen sollten. Dies lässt der Plattform alle Möglichkeiten, zu einer Benutzerführung nach eigenen Vorstellungen, gewährleistet aber zugleich, dass der Nutzer sich im vielfältigen Angebot orientieren kann und die Inhalte findet, die er sucht – und nicht erst diejenigen umschiffen muss, von der die Plattform aus wirtschaftlichen Erwägungen gerne hätte, dass er auf ihnen landet.

Mit weiterem Abstimmungsbedarf gekennzeichnet ist § 52 e Absatz 3 MStV-E und die Frage der privilegierten Auffindbarkeit. Aus Sicht eines Regionalfensterveranstalters ist der Ansatz, private Fernsehprogramme mit Regionalfenstern, auch auf sog. Benutzeroberflächen zu gewährleisten, ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung. Regionale Informationen stellen einen erheblichen gesellschaftlichen Mehrwert dar. Wird dieser generiert, macht es Sinn, im neuen Medienstaatsvertrag die Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass dieser dem Nutzer auch möglichst prominent dargestellt wird – und nicht in erster Linie solche Angebote, die dem Plattformanbieter das attraktivste Teilnehmungsmodell bieten und somit das wirtschaftlich interessanteste Angebot machen. Dass eine Privilegierung sog. Public Value Inhalte in der konkreten Umsetzung nicht trivial ist und auch nur Sinn macht, wenn der Kreis der Privilegierten nicht ausufernd, sollte die Länder nicht davon abhalten, diesen Weg zu beschreiten. Mit den Landesmedienanstalten stehen ausgewiesene Experten hierzu zur Verfügung, die an entsprechenden Konzepten zur Umsetzung bereits arbeiten.

IV. Regulierung von Intermediären

Medienintermediäre sind ohne weiteres in der Lage, einen gewichtigen Einfluss auf die Meinungsbildung nehmen. Dies sollte Anlass genug sein, sich im neuen Medienstaatsvertrag nicht auf Transparenzvorgaben zu beschränken, sondern auch Regelungen zum Schutz vor Diskriminierung durch Intermediäre zu verankern. Die Regelungen in § 53e, die mit weiterem Abstimmungsbedarf gekennzeichnet sind, sind sofern ein wichtiger Bestandteil der neu zu verankernden Intermediärsregulierung. Das bisweilen gegen ein Diskriminierungsverbot vorgebrachte Argument, Intermediäre müssten per se diskriminieren, erschließt sich uns dabei nicht. Es ist ein großer Unterschied, ob eine Suchmaschine Inhalte deshalb anders behandelt (sprich unterschiedlich hoch „rankt“), weil sie unterschiedlich gut zu einer Suchanfrage passen oder aber weil das Interesse einer Suchmaschine am Aufrufen bestimmter Angebote unterschiedlich groß ist, etwa aus kommerziellen Erwägungen heraus. Letzteres ist zweifellos eine Diskriminierung, auf welche der Regulierer mit Instrumenten des neuen Medienstaatsvertrags entsprechend reagieren können sollte.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'E. Volk', written in a cursive style.

Eberhard Volk
Geschäftsführer