

## **Stellungnahme der ANGA Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber e.V. zu dem Entwurf der Rundfunkkommission für einen Medienstaatsvertrag (MStV) vom Juli 2019 (Zweite Anhörung)**

### **I. Einleitung**

Am 3. Juli 2019 veröffentlichte die Staatskanzlei Rheinland-Pfalz im Namen der Rundfunkkommission der Länder den zweiten Diskussionsentwurf eines "Medienstaatsvertrags".

Der neue Entwurf weist diverse Änderungen im Vergleich zum ersten Diskussionsentwurf vom Sommer 2018 auf. Die ANGA beschränkt sich in ihrer Stellungnahme auf die für ihre Mitglieder relevanten Neuerungen. Dies betrifft neben der Plattformregulierung auch Fragen zur Umsetzung der europäischen Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie).

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

- Rückführung der Regulierung auf die Grundsätze von Transparenz, Diskriminierungsfreiheit und Nutzerautonomie
- Regulierung vom Nutzer aus denken – Nutzerautonomie und freie Medienvielfalt als zentrales Regulierungskriterium
- Ausgewogene Vielfaltsverpflichtung 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. Ebenfalls muss verhindert werden, dass Dienste sich unter die Definition des Video-Sharing-Dienstes „flüchten“ und sich damit qua Geltung des Herkunftslandprinzips aus der AVMD-Richtlinie der deutschen Medienregulierung entziehen können.

Neben den unten stehenden Kommentaren zu einzelnen Punkten verweist die ANGA auf ihre Stellungnahme vom vergangenen Sommer, die auf der [Webseite der Staatskanzlei Rheinland-Pfalz abrufbar](#) ist.

### **II. Grundsätzliche Erwägungen**

Die ANGA bedauert, dass die Länder auch im Überarbeitungszeitraum des vergangenen Jahres die Chance nicht genutzt haben, das im Plattformbereich bestehende Regulierungsniveau deutlich zu reduzieren und stattdessen weiterhin daran festhalten, neue Regeln für Plattformbetreiber und Anbieter von Benutzeroberflächen zu schaffen.

Die vorgeschlagenen Regelungen gehen weiterhin 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 und kleinere Inhalteanbieter am Markt weiter schwächen. Regelungen zum Schutze der Interessen der Medienvermittler sucht man im neuen Entwurf weiterhin vergeblich.

Dabei verschiebt sich das Kräfteverhältnis zwischen Sendern und Plattformen auch ohne Eingreifen des Gesetzgebers immer stärker zugunsten der Sender. Mit eigenen online-basierten Angeboten wie der jüngst gestarteten übergreifenden Senderplattform JOYN machen sich die Rundfunkanbieter unabhängig von klassischen Verbreitungswegen. Insoweit schrumpft aber auch ihr Schutzbedarf gegenüber Plattformanbietern. Die Plattformregulierung sollte daher ganz grundsätzlich überdacht werden. Die immer weitere Verschärfung der Regeln zulasten der Plattformbetreiber lehnt die ANGA jedenfalls ab.

So spricht sie sich nachdrücklich gegen die Vorschläge zur Auffindbarkeit von Rundfunk und Telemedien gerade auch in ihrer neuen Form aus. Die Vorschläge zur privilegierten Auffindbarkeit sind viel zu kompliziert und schaffen neue Diskriminierungspotenziale statt alte zu beseitigen.

Besonders kritisch bewertet die ANGA, dass im Bereich der Darstellung von Inhalten auf dem Bildschirm bereits eine politische Einigung stattgefunden haben soll. Die nochmals verschärften Vorschläge gehen aus Sicht der ANGA in die falsche Richtung. Die Länder haben sich darauf verständigt, Einblendungen und die Skalierung des Bildes zu Empfehlungszwecken nur noch nach Einzelveranlassung des Nutzers – und nicht wie ursprünglich angedacht nach allgemeiner Zustimmung des Nutzers – zuzulassen. Das widerspricht bereits derzeitigem Nutzerverhalten und beschränkt die Entwicklung neuer Angebotsformen nachhaltig. Die bereits vorhandenen und marktüblichen Darstellungsmodalitäten wie Bild-in-Bild oder Split-Screen wären auch nach dem neuen Entwurf nur noch nach vorheriger Einwilligung des Sendeunternehmens möglich. In der Praxis bedeutete dies, dass Plattformanbieter die bereits vorhandenen Darstellungsformen auf allen Endgeräten in Millionen von Haushalten einstellen und sodann mit allen Sendern entsprechende individuelle Vereinbarungen schließen müssten, um ihren Kunden wieder ein entsprechendes Angebot offerieren zu können. Dass eine derartige technische Rückwärtsrolle nicht mehr möglich ist und technische Individuallösungen für jeden Einzelnutzer im Rahmen eines generellen Benutzerführungskonzeptes, das zumeist über verschiedene Endgeräte (TV-Gerät, Decoder, Mobile, Tablet, Lap-Top etc.) zur Anwendung kommen soll, nicht umsetzbar sind, ist offenkundig. Nicht zuletzt wäre die vorgesehene nutzerfeindliche Regelung deutlich enger als der Mindestrahmen, den die AVMD-Richtlinie setzt. Dieser schreibt explizit als Ausnahmetatbestand auch die allgemeine Einwilligung des Nutzers vor, der in dem jetzigen Vorschlag im Vergleich zur Vorversion gestrichen wurde. Auch zu Navigationszwecken sollen Überblendung und Skalierung immer zulässig sein. Nichts anderem dienen die Empfehlungen, wie sie heute von Netzbetreibern auf ihren Benutzeroberflächen gemacht werden.

Auch mit Blick auf die Must-Carry Verpflichtungen schöpfen die Länder bestehendes De-Regulierungspotenzial nicht aus. Statt landesfremde Drittprogrammen den Must-Carry Status abzuerkennen, sollen die Vorgaben im Hörfunkbereich sogar noch ausgeweitet werden.

Das alles führt dazu, dass Medienregulierung innovationshemmend wirken wird. In Zeiten globalen Wettbewerbs ist das gefährlich. Denn Medienvielfalt setzt voraus, dass es überhaupt Angebote im Markt gibt, die diese unterstützen. Bei Zuschauern immer beliebter werdende internationale Konzerne, lassen sich aber im Zweifel nicht durch deutsche Medienregulierung beeindrucken. Sie bieten den Kunden das, was sie haben wollen. Deutsche und europäische Anbieter haben es dagegen aufgrund des hohen Regulierungsniveaus immer schwerer, im Markt zu bestehen. Diese Schwächung von Benutzeroberflächen nationaler Anbieter, die letztlich durch ein geringeres Maß an Übersichtlichkeit, Auswahlfreiheit und Benutzerfreundlichkeit einen Wettbewerbsnachteil haben, wirkt sich am Ende auch zulasten der – insbesondere nationalen - Sendeunternehmen aus. Somit setzt die vorgeschlagene Regulierung von Benutzeroberflächen – insbesondere das individuelle Einwilligungserfordernis – nicht nur die Vorgaben des europäischen Rechts fehlerhaft um, sondern wird auch bei den vorhandenen Anbietern von Benutzeroberflächen massiven Schaden anrichten, sich innovationshemmend auswirkend und letztlich eine nutzerfreundliche Auffindbarkeit von Inhalten erschweren.

Darüber hinaus würden sich die neuen Regeln zur Plattformregulierung auf lange Sicht auch negativ auf den Breitbandausbau auswirken. Wenn deutsche Netzbetreiber als die größten Plattformbetreiber in Deutschland immer stärker im Medienbereich reguliert werden, dann erschwert ihnen das die Entwicklung und Vermarktung attraktiver TV-Produkte. Die hieraus resultierenden Einnahmeverluste

wirken sich natürlich auch auf den Ausbau schneller Netze aus. Netze, die auch die Sender benötigen, um ihre Online-Inhalte an den Kunden bringen zu können.

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 bereits 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 § 2 Begriffsbestimmungen**

##### **a. Zu Nr. 14e, Video-Sharing-Dienst**

Durch die AVMD-Richtlinie hält der Begriff des Video-Sharing-Dienstes Einzug in den MStV-E. Der neue Begriff des Video-Sharing-Dienstes beschreibt ein „Telemedium, bei dem der Hauptzweck des Dienstes oder eines trennbaren Teils des Dienstes oder eine wesentliche Funktion des Dienstes darin besteht, Sendungen mit bewegten Bildern oder nutzergenerierte Videos, für die der Diensteanbieter keine redaktionelle Verantwortung trägt, der Allgemeinheit bereitzustellen, wobei der Diensteanbieter die Organisation der Sendungen oder der nutzergenerierten Videos, auch mit automatischen Mitteln bestimmt“.

Durch die weite Definition wird es zu mannigfaltigen Überlappungen mit Benutzeroberflächen und sogar mit Medienplattformen kommen. Bereits regulierte Anbieter – oder künftig zu regulierende – unterfielen damit zusätzlich dem für Video-Sharing-Dienste geltenden Regime des dann siebten Abschnitts des MStV. Eigentliches Ziel der neuen Regulierungsvorgaben waren Anbieter wie YouTube, die bisher weitgehend unreguliert sind.

Problematisch wird künftig sein, dass für Video-Sharing-Dienste das aus der AVMD-Richtlinie herrührende Herkunftslandprinzip, für sonstige vom MStV umfasste Dienste indes das Markortprinzip gelten wird. Hierdurch kommt es dazu, dass ein Video-Sharing-Dienst nur der Regulierung desjenigen EU-Mitgliedstaates unterliegt, in dem er seinen Sitz hat. Hiervon können der deutsche Gesetzgeber und auch die deutschen Medienregulierer nicht abweichen. Insofern ist der Vorschlag von § 1 Abs. 7 Satz 3 zum Anwendungsbereich wohl auch nicht mit EU-Recht zu vereinbaren.

Da die meisten internationalen Anbieter audiovisueller Medien im Zweifel jedenfalls auch als Video-Sharing-Dienst zu qualifizieren wären, bestünde die Gefahr, dass sie sich unter Berufung auf das Herkunftslandprinzip der deutschen Medienregulierung entziehen könnten. Auch das sollte hinsichtlich neuer regulatorischer Bürden für vor Ort ansässige Anbieter berücksichtigt werden, denn für diese wäre das ein erheblicher Wettbewerbsnachteil.

##### **b. Zu Nr. 7a Werbung**

Klargestellt werden sollte, dass Empfehlungen oder Hinweise auf audiovisuelle Inhalte nicht als Werbung gelten. Andernfalls wären auf sie möglicherweise die Werbebeschränkungen des MStV 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.

## 2. Zu § 52a Regelungen für Medienplattformen und Benutzeroberflächen

### a. Absatz 4 – Überblendungen und Skalierungen

Die Möglichkeit zur Überblendung und Skalierung 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 neue Entwurf sieht kein Opt-In-Modell für Empfehlungen oder Hinweise mehr vor. Empfehlungen oder Hinweise dürfen nach dem neuen Entwurf nur noch erfolgen, wenn der Nutzer sie im Einzelfall veranlasst.

Die ANGA bewertet diesen „Schritt zurück“ im Verhältnis zum Diskussionsentwurf des vergangenen Sommers äußerst kritisch. Empfehlungen und Hinweise aus Such- und Empfehlungssystemen müssen bei Interesse des Nutzers einblendbar sein. Dieses Interesse muss der Nutzer auch einmalig äußern können – und eine allgemeine Einwilligung zur Überblendung bzw. Skalierung etwa in den Einstellungen vornehmen können, solange diese Einwilligung widerrufbar ist. Die weitere Einschränkung durch die Länder widerspricht bereits den heute verwendeten Benutzeroberflächen und dem etablierten Nutzerverhalten. Sie würde deshalb einen gravierenden Schaden für die im Markt eingeführten bestehenden Benutzeroberflächen hervorrufen und darüber hinaus die weitere Entwicklung neuer Angebotsformen erschweren und damit deutsche Anbieter im Verhältnis zu international agierenden großen Unternehmen schlechter stellen.

Auch der europäische Gesetzgeber sieht in seiner Neuauflage der AVMD-Richtlinie erheblich weichere Regelungen vor. Suchergebnisse sollen nach seinem Dafürhalten nie dem Verbot von Überblendung und Skalierung unterfallen. In Erwägungsgrund 26 der AVMD-Richtlinie heißt es konkret:

*„Steuerungselemente von Benutzeroberflächen, die wie Lautstärkeregler, **Suchfunktionen**, Navigationsmenüs oder Senderübersichten für die Bedienung des Geräts oder das Anwählen des Dienstes erforderlich sind, sollten nicht erfasst werden.“* [Hervorhebung eingf. d. Verf.]

Dass Suchergebnisse nicht vom Verbot umfasst sind, sollte explizit in Absatz 3 klargestellt werden.

Nach dem Willen des EU-Gesetzgebers sollen darüber hinaus Overlays zum privaten Gebrauch **immer** vom Nutzer erlaubt werden können. **Eine Veranlassung im Einzelfall sieht die AVMD-Richtlinie explizit nicht vor.** Dort heißt es in Erwägungsgrund 26 konkret:

*„Die Mitgliedstaaten sollten gewährleisten, dass die Zustimmung des Mediendiensteanbieters bei Überblendungen, die vom Empfänger des Dienstes ausschließlich zum privaten Gebrauch **ausgelöst oder genehmigt** werden, wie etwa Überblendungen durch Dienste für die individuelle Kommunikation, nicht erforderlich ist.“* [Hervorhebung eingf. d. Verf.]

Über die europäischen Vorgaben können die deutschen Mediengesetzgeber bei der Beschränkung von Überblendungen und Skalierungen nicht hinausgehen.

Nicht nachvollziehbar ist vor dem Hintergrund der europäischen Regelung, mit welcher Rechtfertigung eine Einwilligung des Nutzers – weder generell noch im Einzelfall – in sonstigen Anwendungsfällen (etwa Bild-in-Bild, Splitscreen) nicht möglich sein soll. Solche Überblendungen des laufenden Programms wären immer abhängig von der Erlaubnis des Sendeunternehmens. Eine derartige Restriktion ist mit Blick auf das heutige Mediennutzungsverhalten und die 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 im MStV formuliert sein und klargestellt werden, dass vom Nutzer ausgelöste oder genehmigte Überblendungen und Skalierungen immer unabhängig von der Zustimmung des Sendeunternehmens möglich sind. Suchfunktionen sollten explizit vom Verbot ausgenommen werden.**

Die ANGA schlägt folgende Änderungen am Entwurf der Rundfunkkommission vor:

(3) Ohne Einwilligung des jeweiligen Rundfunkveranstalters oder Anbieters rundfunkähnlicher Telemedien dürfen dessen Rundfunkprogramme, einschließlich des HbbTV-Signals, rundfunkähnliche Telemedien oder Teile davon

a) inhaltlich und technisch nicht verändert,

b) im Zuge ihrer Abbildung oder akustischen Wiedergabe nicht vollständig oder teilweise mit Werbung, Inhalten aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien, einschließlich Empfehlungen oder Hinweisen hierauf, überlagert oder ihre Abbildung zu diesem Zweck skaliert oder

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

*Suchergebnisse sind von dem Verbot unter b) nicht erfasst.*

(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 Überlagerungen oder Skalierungen zum Zweck von Empfehlungen oder Hinweisen auf Inhalte aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien zulässig, die durch den Nutzer im Einzelfall veranlasst oder genehmigt sind.

### **3. Zu § 52e Absätze 3 bis 5 und 8 Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen**

#### **a. Basisauffindbarkeit**

Die neuen Vorschläge zur Basisauffindbarkeit sind aus Sicht der ANGA nicht erforderlich. Sie findet sich zudem schon vergleichbar in der Plattformsatzung. Gesetzlich normierte Auffindbarkeit sollte sich, dem schon bisher geltenden Medienrecht entsprechend, auf eine diskriminierungsfreie und chancengleiche Behandlung im Rahmen der generellen Navigation beziehen.

#### **b. Privilegierte Auffindbarkeit**

Die Rundfunkkommission schlägt darüber hinaus leider auch in ihrem vorliegenden Entwurf die Einführung von Regeln zur privilegierten Auffindbarkeit vor, verkompliziert diese aber im Verhältnis zum Vorschlag aus dem letzten Jahr noch einmal erheblich. Anknüpfungspunkt sollen nunmehr sog. „Public Value“ Inhalte sein – also Angebote, „die in besonderem Maß einen Beitrag zur Meinungs- und Angebotsvielfalt im Bundesgebiet leisten“. Und das sowohl im Bereich des linearen Rundfunks als auch mit Blick auf die Online-Angebote der „Public Value“-Programme.

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.

Durch den vorliegenden Vorschlag der Länder würden weitestgehend die ohnehin marktmächtigen (öffentlich-rechtlichen und privaten) Sendeunternehmen gestärkt, ihre Marktmacht weiterhin zementiert und dadurch neue, junge Angebote in den Hintergrund gedrängt. Der Auswahlprozess, der von den Landesmedienanstalten durchgeführt werden soll, erscheint so kompliziert, dass er in der Praxis kaum funktionieren dürfte. Außerdem sind hierdurch Streitigkeiten zwischen den Sendern untereinander, mit den Landesmedienanstalten und den Anbietern von Benutzeroberflächen vorgezeichnet.

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.

Die ANGA plädiert deshalb für die **Streichung von § 52e Absatz 3 UAbs. 2, Absätze 4 und 5 und 8.**

#### **4. Zu § 52e Absatz 6 Sortierung von Inhalten durch den Nutzer**

Der neue Entwurf des Medienstaatsvertrages enthält wie der Vorentwurf die Vorgabe für die Anbieter von Benutzeroberflächen, dass die Sortierung oder Anordnung von Angeboten oder Inhalten auf einfache Weise und dauerhaft durch den Nutzer individualisiert werden können muss (§ 52e Abs. 6 MStV-E).

Sofern diese Regelung eine Mindestregelung zur Gewährleistung von Nutzerautonomie statuieren soll, unterstützt die ANGA diese gerne. Die Netzbetreiber der ANGA ermöglichen ihren Nutzern bereits heute die Individualisierung ihres TV-Erlebnisses insbesondere durch das Anlegen von Favoritenlisten. Aus dem Wortlaut des Entwurfs wird eine entsprechende Beschränkung dieser Nutzerautonomie indes nicht klar. Ein Recht des Nutzers zur umfassenden Individualisierung der gesamten Benutzeroberfläche lehnt die ANGA ab. Diese widersprüche der Gestaltungsfreiheit der Anbieter und wäre zudem technisch kaum zu realisieren. Die ANGA schlägt daher folgende Formulierung des Absatz 6 vor:

(6) Die Sortierung oder Anordnung von Angeboten oder Inhalten muss auf einfache Weise und dauerhaft durch den Nutzer individualisiert werden können, *beispielsweise in Form eines Bedienelementes, das dem Nutzer die Auffindbarkeit von ihm favorisierter Inhalte oder Angebote erleichtert.*

#### **5. 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 ihrer Marktstärke und gerade nicht der Medienvielfalt dienen sollen.

Zur Durchsetzung solcher Mitwirkungspflichten bedarf es außerdem einer effektiven Missbrauchskontrolle zu Gunsten der Medienvermittler. 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 Marktteilnehmern 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 Inhaltenanbietern 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.***

**6. Zu § 58 Absatz 7 Werbung, rundfunkähnliche Telemedien, Gewinnspiele; hier: Quotenregelung für VoD-Angebote**

In Umsetzung der AVMD-Richtlinie müssen Anbieter fernsehähnlicher Telemedien künftig einen Anteil von 30 Prozent europäischer Werke in ihrem Katalog vorhalten. Die Ausweisung eines Werkes als europäisches Werk setzt voraus, dass der Diensteanbieter Kenntnis über die Qualifizierung zum europäischen Werk Kenntnis hat. Da er für das Werk selbst nicht inhaltlich verantwortlich ist, weiß er regelmäßig nicht, ob der Inhalt den derzeit von der EU-Kommission zu erarbeitenden Leitlinien entspricht. Produzenten sollten deshalb dazu verpflichtet sein, von ihnen hergestellte Werke entsprechend als europäische zu kennzeichnen. Arbeiten zu einem standardisierten Vorgehen laufen bereits bei der Deutschen TV-Plattform.

**7. Bußgeldvorschriften**

Besonders kritisch sieht die ANGA die Einführung immer neuer Pflichten zulasten von Medienplattformen und Benutzeroberflächen, weil Verstöße gegen die entsprechenden Vorgaben bußgeldbewährt sein sollen.

Hierbei wäre der guten Ordnung halber mindestens zu fordern, dass die Formulierungen in den Bußgeldvorschriften denen der zugrundeliegenden Regelungen entsprechen. Das ist im vorliegenden Entwurf nicht durchgängig der Fall.

Berlin/Köln, den 9. August 2019

---

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) und eine Vielzahl lokaler und mittelständischer Netzbetreiber. Sie versorgen insgesamt ca. 17,5 Millionen Kabelkunden mit TV und rund 9 Millionen Haushalte mit schnellem Internet. Über ihre Netze können heute schon deutlich mehr als 10 Mio. Haushalte zu einem Gigabit-Anschluss kommen. In den nächsten Jahren werden die ANGA-Mitgliedsunternehmen drei von vier der deutschen Haushalte Breitbandanschlüsse mit Gigabit-Geschwindigkeiten anbieten können – sei es über glasfaserbasierte HFC-Netze oder Glasfaser bis ins Haus.

Zu den Mitgliedern gehören auch führende Ausrüster wie Arris, Cisco, Nokia, Teleste und Wisi.

Neben der politischen Interessenvertretung verhandelt der Verband urheberrechtliche Gesamtverträge mit den Verwertungsgesellschaften und stellt seinen Mitgliedsunternehmen Musterlizenzverträge für die Verbreitung urheberrechtlich geschützter Inhalte zur Verfügung.