

## **Stellungnahme zum „Medienstaatsvertrag-Entwurf“, (Fassung vom 3. Juli 2019) Rundfunkbegriff, Plattformregulierung, Intermediäre**

Datum 9. August 2019

11/RStV/VAUNET\_Stgn\_MedienStV-E\_MPF\_MI\_Zulassung\_Radio\_FINAL.docx

### **A. Vorbemerkung**

Der VAUNET – Verband Privater Medien e.V. nimmt erneut die Gelegenheit wahr, den Länderentwurf des Medienstaatsvertrages (MStV-E 2019) zu den Diskussionsbereichen Rundfunkbegriff/-zulassung, Plattformregulierung und Medienintermediäre sowie neu zur Umsetzung der AVMD-Richtlinie und Anpassung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages (JMStV) zu kommentieren. Dies erfolgt jeweils in zwei tabellenförmigen Stellungnahmen. Auf Basis der avisierten Anpassungen und nach Abstimmung im Mitgliederkreis unterbreitet der VAUNET in der Tabelle verschiedene Änderungsvorschläge, die in der rechten Spalte erläutert werden. Vorgeschaltet ist der Tabelle eine Zusammenfassung zu den jeweiligen Kapiteln. Für Radio existiert zudem als Exzerpt eine eigene Positionierung.

Der VAUNET sieht in dem neuen Entwurf ein Jahr später einen deutlichen Fortschritt, auch wenn wichtige Bereiche nach wie vor geklammert und nicht entschieden sind. Der MStV muss weiterhin von dem Ziel getrieben sein, zukunftsweisend und zukunftsfest zu sein. Angesichts zunehmend neuer Entwicklungen hierzulande aber auch in Übersee (z. B. Smart Speaker, Facebook Watch) besteht dringender Handlungsbedarf, sodass der MStV-E nach bald fünfjähriger Diskussion in diesem Herbst verabschiedet werden sollte.

Von Seiten der Plattformen und Endgerätehersteller vor kurzem geäußerte und längst überholte Maximalpositionen sind im aktuellen Prozess wenig zielführend. Der MStV greift aus den letzten Jahren bereits Kompromisse auf. Der VAUNET appelliert dafür, den bislang eingeschlagenen Weg fortzusetzen und das Kernanliegen der Sicherung der Anbieter- und Angebotsvielfalt, den Schutz der Vielfalt der Inhalte und Anbieter, Chancengleichheit und Diskriminierungsfreiheit zu verfolgen. Die Vielfaltssicherung liegt im Gestaltungsauftrag der Länder.

Der VAUNET behält sich vor, im weiteren Beratungsverlauf seine Position fortzuentwickeln und ergänzend Stellung zu nehmen. Auf die VAUNET-Stellungnahme aus 2018 wird an einigen Stellen verwiesen, wichtige Anliegen werden teils bekräftigt, teils erneuert. Für erläuternde Expertengespräche zu ausgewählten Themenkomplexen steht der VAUNET selbstverständlich zur Verfügung.

### **B. Zusammenfassung Rundfunkzulassung**

- Der VAUNET bedauert, dass der MStV-E kaum eine Modernisierung im Rahmen des Zulassungsregimes vorsieht, im Übrigen, wie im Falle des Online-Radios, sogar eine Verschärfung erfährt. Der VAUNET hat in der Vergangenheit vorgeschlagen, grundsätzlich die Zulassungspflicht durch eine freiwillige Notifizierung zu ersetzen.

- Ansätze, auf ein Zulassungsverfahren (auch für klassische Rundfunkprogrammanbieter) zu verzichten, ein übergreifendes Notifizierungs- oder abgestuftes Anzeige- (s. Webradios) bzw. ein Unbedenklichkeitsverfahren zu etablieren sowie bundesweite Lizenzen in der Regel unbefristet zu erteilen, wurden mit den jetzigen Vorschlägen leider nicht aufgegriffen. Sie sollten in jedem Fall im Zuge einer dem Vernehmen nach bereits avisierten Novelle Gegenstand des bislang noch nicht verabschiedeten MStV sein.
- Prämisse in diesem MStV-E sollte sein, dass für quasi gleiche (Rundfunk-)Angebote keine unterschiedlichen Maßstäbe abhängig vom Übertragungsweg gelten dürfen. § 20 b MStV-E sollte sich auf zulassungsfreien Rundfunk im Internet konzentrieren und daneben gleichzeitig wie bisher z. B. den Veranstaltungs- und Einrichtungsrundfunk vom Zulassungserfordernis ausnehmen. Bei ausschließlich im Internet verbreiteten Hörfunkprogrammen sollte es beim Status quo der Anzeige bleiben.
- Der neu definierte Begriff des Sendeplans in § 2 Abs. 2 Nr. 1a MStV-E ist zu eng gefasst und sollte nicht zum Ausschluss von regelmäßig, jedoch nicht dauerhaft ausgestrahlten Angeboten aus dem Rundfunkbegriff führen.
- Nach einzelnen Landesmediengesetzen werden Rundfunkzulassungen nur noch unbefristet erteilt. Dies sollte – auch für Teleshoppingkanäle – der Regelfall sein und ebenfalls im MStV-E einheitlich geregelt werden (vgl. LMGs in Bayern, Berlin-Brandenburg, Niedersachsen). Mit einer Harmonisierung der Zulassungsdauern entfielen ein entscheidender Faktor im Standortwettbewerb und bei der Wahl der zuständigen Medienanstalt. Außerdem entstehen keine (diskriminierenden) Unterschiede zu ausländischen Sendern, die es sich nach wie vor aussuchen könnten, wo sie ihre Zulassung beantragen.

### **C. Zusammenfassung Plattformregulierung**

- Der VAUNET regt an, die Definitionen der Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediäre so offen zu gestalten, dass auf die Weiterentwicklung von vielfaltsgefährdenden Plattformmodellen und neuartige Einzelfallkonstellationen reagiert werden kann. Der VAUNET schlägt u. a. eine Anpassung der Definition der Medienplattform und Benutzeroberfläche dahingehend vor, dass auch Teilangebote einer Plattform, wenn sie die Merkmale erfüllen, und Smart Speaker als Medienplattform und somit als Benutzeroberfläche eingestuft werden können.
- Der VAUNET vermisst, dass die Sicherstellung der Anbieter- und Angebotsvielfalt in den wesentlichen Bestimmungen zur Plattformregulierung (Belegung von Medienplattformen, Zugang, Auffindbarkeit und Entgelte) immer noch nicht als Leitziel etabliert ist. Insbesondere Diskriminierungsfreiheit und Chancengleichheit sollten im Lichte dieses Ziels ausgestaltet werden
- Der VAUNET begrüßt ausdrücklich die Norm zum Signalschutz und den Wegfall der Klammern. Hiermit wird dem wesentlichen Anliegen der Inhalteanbieter, vor Überblendungen oder Skalierungen durch kommerzielle Kommunikation, Inhalten aus anderen Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien einschließlich Empfehlungen oder Hinweisen geschützt zu sein, Rechnung getragen. Der Einschluss des HbbTV-

Signals ist insoweit positiv zu bewerten, wenn der Schutz für die technische Durchleitung des HbbTV-Signals im Vordergrund steht. Dies sollte in der Begründung zum Ausdruck kommen. Die Einwilligung des Nutzers in Überblendungen durch Empfehlungen auf Einzelfallbasis gewährt dem Nutzer ausreichend Autonomie, auch zum Schutz vor plattformseitig kommerziell getriebenen Einblendungen, die die Geschäftsmodelle der Plattformbetreiber und Endgerätehersteller befördern. Bezüglich der Bestimmung, dass bei einer Überblendung oder Skalierung zum Zwecke der Werbung die geltenden Beschränkungen zu gelten haben, hält der VAUNET eine Streichung oder Präzisierung für angebracht.

- Da Empfehlungssysteme (sog. „Reco Engines“) künftig vermehrt Vorentscheidungen darüber treffen werden, welche Angebote für den Endkunden sichtbar und damit nutzbar werden, ist im Hinblick auf Empfehlungen über eine vielfaltssichernde Regulierung nachzudenken. Empfehlungssysteme können entweder im Smart-TV-Gerät integriert sein, von Apps in Portalen oder Set-Top-Boxen/OTT Devices kommen. Sie funktionieren über Algorithmen und bieten stets Potential für den Ausbau weiterer Geschäftsfelder oder Diskriminierung. Auch sie sollten im Wege der Plattformregulierung eigens aufgegriffen werden. Die individualisierte Empfehlung kann ohne vielfaltssichernde Steuerung immer die Gefahr einer thematischen Engführung („Echokammer“) und damit gerade einer Einschränkung der Vielfalt bergen. Beim Einsatz von Empfehlungen sollten die Flächen daher nur so weit reichen dürfen, dass der Nutzer weiterhin die Möglichkeit hat, gut sichtbar und benutzerfreundlich zu navigieren.
- Der VAUNET vermisst, obwohl es sich um ein ökonomisch essentielles Anliegen der Rundfunkveranstalter handelt, nach wie vor einen Anker für ein Vorgehen gegen die illegale Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen, also eine Regelung, die im Kontext mit dem Schutz der Signalintegrität auch den Schutz vor der Weiterverbreitung/öffentlicher Zugänglichmachung illegaler Streams vorsieht. Eine vom VAUNET in Auftrag gegebene Studie belegt, dass 1,9 Millionen Personen in Deutschland regelmäßig illegale Live-TV-Signale nutzen. Zu den meistgenutzten illegalen linearen TV-Inhalten gehören insbesondere Sport, fiktionale Inhalte und Dokumentationen. Den Medienunternehmen entgehen damit Einnahmen von mehr als 430 Millionen Euro pro Jahr. Insgesamt, also inklusive der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen, liegt der Umsatzschaden sogar bei rund 700 Millionen Euro. Die Rechtsdurchsetzung zum Schutz der Signalintegrität muss daher eine Priorität sein. Andernfalls drohen erhebliche negative Folgen für den Produktionsstandort und die Medien- und Meinungsvielfalt in Deutschland. Der VAUNET schlägt im Zuge dessen erneut eine rundfunkstaatsvertragliche Bestimmung inklusive einer ohne Aufwand zu implementierenden Verfahrensnorm zur Handhabung des Problems vor.
- Bei potentiell kapazitätsknappen Plattformen müssen weiterhin strengere Vielfaltsvorgaben gelten, indem dort Belegungsregelungen zugunsten der Anbieter- und Angebotsvielfalt vorgesehen werden. Der VAUNET begrüßt, dass das Must-Carry-System/die Drittel-Regelung für infrastrukturegebundene Medienplattformen weiterhin besteht. Es stellt sich die Frage, ob diese(s) auf infrastrukturegebundene Plattformen beschränkt bleibt.
- Der VAUNET hat sich im Hinblick auf den MStV-E 2018 für eine „Vorstufe“ der Auffindbarkeit eingesetzt, nämlich dass Fernsehen und Radio grundsätzlich über die erste

Benutzeroberfläche bzw. Startseite einer Plattform ansteuerbar sind (Basisauffindbarkeit). Nur so kann überhaupt sichergestellt werden, dass Rundfunk auf einer Medienplattform/Benutzeroberfläche stattfindet. Der VAUNET begrüßt sehr, dass sich § 52 e Abs. 3 S. 1 MStV-E auf den Rundfunk in seiner Gesamtheit und damit auch auf den Hörfunk erstreckt. Eine Beschränkung auf Start- oder Übersichtsseiten mit direkter Auswahlmöglichkeit für Inhalte reicht jedoch nicht aus. Zur Basisauffindbarkeit muss auch gehören, dass der Nutzer von jedem Ort/jeder Ebene der Plattform aus neutrale Navigationselemente bedienen kann, um auf die Vielfalt der auf der Medienplattform befindlichen Inhalte zugreifen zu können. Nur so kann verhindert werden, dass sich Medienplattformen nach der „Startseite“ auf Unterebenen den regulatorischen Vorgaben entziehen. Die Basisauffindbarkeit sollte auch nicht dadurch ad absurdum geführt werden, dass dem Nutzer im Rahmen der Individualisierung seiner Sortierung z. B. bei der erstmaligen Systeminstallation dauerhaft eine „Abwahl des Rundfunks“ ermöglicht wird.

- Hinsichtlich der strukturellen Auffindbarkeit von Inhalten und Angeboten werden mögliche Sortierkriterien (u. a. Nutzungsreichweite, Alphabet, Genres) im Gesetzestext genannt. Aus Sicht des VAUNET sollte der Gesetzgeber zur Formulierung des MStV-E 2018 zurückkehren, wonach mindestens zwei Varianten der Sortierung oder Anordnung (Mehrlistenprinzip) gegeben sein müssen. Im Rahmen der im Minimum möglichen beiden Sortier-/Anordnungsvarianten sollte die Marktanteilsliste bestenfalls immer Bestandteil sein. Daneben kommt aus dem VAUNET-Mitgliederkreis die Anregung einer plattformübergreifenden „Basisliste“.
- Mit dem noch zu diskutierenden Regelungsvorschlag für eine privilegierte Auffindbarkeit wird der privaten Angebots- und Anbietervielfalt im Fernsehen und Radio besser Rechnung getragen als im Vorschlag des MStV-E 2018. Nach Auffassung des VAUNET sollten alle privaten Anbieter von Rundfunkprogrammen die Chance haben, mittels der Kriterien eine besondere Auffindbarkeit zu erreichen. Die vorgeschlagenen Kriterien sollten daher nicht additiv zu verstehen sein und zusätzlich um ein weiteres gesetzliches Kriterium „Beitrag zur Anbietervielfalt“ ergänzt werden. Damit nicht ausschließlich der öffentlich-rechtliche Rundfunk von einer besonderen Auffindbarkeit profitiert, indem die „vorderen“ Plätze allein schon durch seine Programme und Mediatheken belegt werden, ist es zwingend notwendig, dass diese nur in einem Bundle verfügbar gemacht und/oder zahlenmäßig beschränkt werden.
- Bei der Gestaltung von Medienplattformen und Benutzeroberflächen sollten die Anbieter von Rundfunkprogrammen und rundfunkähnlichen Telemedien neben den Eingriffsmöglichkeiten der Medienanstalten und Transparenzbestimmungen ein stärkeres Anhörungsrecht erhalten. Insgesamt bedarf es effizienter und effektiver Formen der Regulierung und Aufsicht.
- Für den VAUNET stellt sich die Frage, ob die Bestimmungen zu Zugang und Auffindbarkeit, insbesondere Must-Carry und Must-be-found, gleichermaßen auf zulassungsfreien Rundfunk und rundfunkähnliche Telemedien, soweit es sich nicht um die eines Rundfunkveranstalters handelt, anwendbar sind. Nicht nachvollziehbar ist, dass der Kreis der Berechtigten nun auf Telemedien nach § 54 Abs. 2 S. 1 RStV, also elektronische Presseangebote, erweitert werden soll. Aus Sicht des VAUNET entstünde hiermit eine neue strukturelle Schiefelage zu Lasten des Rundfunks, die sich dadurch abzeichnet, dass presseähnliche Telemedien nun auch Rundfunk-Privilegien genießen sollen, ohne dabei

jedoch dem vollständigen rundfunkrechtlichen Anforderungskatalog unterworfen zu sein. Im Gegensatz zum weiterhin zulassungsbedürftigen Rundfunk sollen nicht rundfunkzulassungspflichtige Angebote nur abgestuft reguliert sein.

- Warum der öffentlich-rechtliche Rundfunk privilegiert wird, indem er beim Zusammenschluss mehrerer Anstalten nicht als Medienplattform gewertet werden soll, während hingegen die Ausnahme nicht für den Zusammenschluss mehrerer privater Sender zutreffen soll, irritiert. Zur Vermeidung einer Ungleichbehandlung sollte sich die Bestimmung nur auf das Gesamtangebot einer einzelnen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt beziehen, ansonsten sollten dieselben Maßstäbe auch für private Rundfunkanbieter Anwendung finden.

#### **D. Zusammenfassung Medienintermediäre**

- Für den VAUNET greift die bislang vorgeschlagene Intermediärsregulierung zu kurz. Der VAUNET kritisiert, dass die Länder immer noch keine Entscheidung zugunsten eines Diskriminierungsverbots im MStV-E getroffen haben. Seinerzeit hatte sich die Bund-Länder-Kommission für ein medienspezifisches Diskriminierungsverbot ausgesprochen. Medienintermediäre würden gegenüber Medienplattformen und Benutzeroberflächen erheblich bevorzugt, obwohl es sich nicht selten um wesentlich marktmächtigere Player handelt. Der VAUNET kann nicht nachvollziehen, warum die Bedeutung des Rundfunks gegenüber Medienintermediären eine niedrighschwelligere sein soll als gegenüber Medienplattformen. Auch Medienintermediäre müssen dem Leitgedanken des Erhalts der Anbieter- und Angebotsvielfalt folgend für eine medienrechtliche Regulierung in Betracht gezogen werden.
- Aus Sicht des VAUNET sollten die Benutzeroberflächen-Regelungen in Teilen nicht nur an das Vorliegen einer Medienplattform, sondern auch an Medienintermediäre anknüpfen. Soweit Intermediäre also den Zugang zu meinungsbildenden Inhalten vermitteln, besteht im Grundsatz kein Unterschied in der Gewährleistung der Anbieter- und Angebotsvielfalt und damit der Meinungsvielfalt – auch hier muss die zunächst abstrakte Gefahr der Vielfaltsbeeinträchtigung durch den Rechtsrahmen im Bedarfsfall regulierbar sein. Eingriffe in die Meinungsvielfalt können – einmal eingetreten – ggf. nicht oder nur schwer rückgängig gemacht werden und rechtfertigen daher einen präventiven Ordnungsrahmen.
- Die Transparenzpflicht ist zu begrüßen, gehört nach Ansicht des VAUNET aber zwingend zusammen mit dem Passus zur Diskriminierungsfreiheit. Das Eine ohne das Andere zu implementieren, hilft bei einer sowieso schon auf das Minimum reduzierten Regulierung nicht weiter.
- Insbesondere bei vertikaler Integration – und ihrem graduellen Gefährdungspotenzial für die Meinungs- und Medienvielfalt – sollten Intermediäre auch einem Diskriminierungsverbot unterliegen.
- Ferner sind die Sanktionsmechanismen für Fehlverhalten im Bereich der Transparenz und der Nichtdiskriminierung auf Effektivität zu prüfen. Hier muss gewährleistet werden, dass erstens eine unabhängige, aber sachgerechte, also eine mit den Parametern der

Vielfaltsgewährleistung erfahrene Aufsicht, die gegenständlichen Vorgänge begutachtet. Zweitens muss diese Aufsicht ermächtigt werden, auch von Amts wegen, also nicht erst auf Antrag eines Betroffenen, tätig zu werden. Derlei Anträge blieben in der Vergangenheit dem Vernehmen nach aus, namentlich aus Furcht vor Repressalien seitens der Plattform. Drittens müssen wirksame Sanktionsmechanismen bei Verstößen greifen. Dabei sind absolute Bußgeldhöhen mit im internationalen Kontext nur bedingt abschreckenden Maximalsummen nicht zielführend. Vielmehr sollte – vergleichbar dem europäischen Wettbewerbsrecht, die Sanktionshöhe am Unternehmensumsatz orientiert sein, um nicht bloß gleiche, sondern vielmehr gleich wirksame Sanktionen zu ermöglichen.

- Zudem sollten unternehmenseigene Inhalte durchgängig als solche (oder als Anzeige oder Werbung) gekennzeichnet werden müssen. Ein reines Trennungsgebot, wie vorgeschlagen, reicht nicht aus.

## **E. Zusammenfassung Radio**

In der aktuellen medienpolitischen Diskussion über sog. Must-Carry- und Must-be-found-Regelungen von lizenzierten und einer medienrechtlichen Regulierung unterworfenen privaten Radiosendern auf Plattformen und Intermediären scheint immer noch der Eindruck zu bestehen, dass entsprechende notwendige regulatorische Erfordernisse zu umfassend und technisch nicht umsetzbar seien. Anders lassen sich die nach wie vor vorhandenen Klammerzusätze sowohl in § 52 b Abs. 3 Nr. 1 b MStV-E (digitales Must-Carry auf infrastrukturgebundenen Plattformen) als auch in § 52 e Abs. 3 S. 2 MStV-E (privilegierte Auffindbarkeit für Radio) nicht erklären. Dabei lässt sich eine Fokussierung im Wege einer Bezugnahme auf lizenzierte Radiosender und einer geographischen Eingrenzung ohne Weiteres vornehmen.

Bislang sieht sich das private Radio auf keinem seiner Übertragungswege über ein Must-Carry regulatorisch abgesichert. Es wird demnach als lokales, regionales Medium sowohl gegenüber dem bundesweiten, regionalen und lokalen Fernsehen als auch gegenüber dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk benachteiligt. Ein sachlich rechtfertigender Grund hierfür ist nicht ersichtlich.

### **- Public Value des Privatradios**

Der VAUNET und seine Mitgliedsunternehmen haben ihren Public Value in den vergangenen Monaten intensiv und auf unterschiedliche Weise bereits in einigen Bundesländern herausgestellt und setzen dies fort. Dabei ist eins offensichtlich geworden: die Bedeutung der publizistischen Berichterstattung als auch das gesellschaftspolitische Engagement der Sender vor Ort.

### **- Verschärfung des Verhandlungsungleichgewichts zu Lasten der Radiosender**

Parallel verschärft sich die Verbreitungssituation für das Radio: Auf der einen Seite sehen sich die Radiosender teils global agierenden Plattformen, Aggregatoren und Smart Speakern gegenüber. Auf der anderen Seite sind sie aber auch auf den klassischen Übertragungswegen mit immer komplexer werdenden Marktbedingungen konfrontiert.

Auf dem **UKW-Markt** hat sich nach dem Verkauf der UKW-Sendeanlagen durch die Media Broadcast der Markt für die Bereitstellung von UKW-Sendeanlagen neu konsolidiert. Dies war mit erheblichen Herausforderungen für die Radiosender bis hin zur Krise in 2018 um die Zukunft des UKW-Marktes („Beinahe-UKW-Blackout“) und Kostensteigerungen verbunden. Nun droht eine neue Gefährdungslage. Die Bundesnetzagentur konsultiert derzeit, den „Markt für die Bereitstellung von terrestrischen Sendeanlagen für die Übertragung analoger UKW-Hörfunksignale gegenüber Inhalteanbietern“ aus ihrer sektorspezifischen TK-Regulierung herauszunehmen und nur noch das allgemeine Wettbewerbsrecht zur Anwendung kommen zu lassen. Aus Sicht des VAUNET ist eine sektorspezifische Regulierung des Marktes für die Bereitstellung von UKW-Sendeanlagen weiterhin unerlässlich. Eine bundesweite Abgrenzung des betroffenen Marktes wird den massiv veränderten Marktbedingungen nicht mehr gerecht. Vielmehr ist eine Abgrenzung regionaler Märkte geboten, die jeweils regulierungsbedürftig sind. Selbst bei einer bundesweiten Marktabgrenzung aber bestehen nicht nur erhebliche Marktzutrittsschranken, sondern es ist auch keine Tendenz zu längerfristig wirksamem Wettbewerb erkennbar. Das allgemeine Wettbewerbsrecht reicht gerade nicht aus, um diesem Marktversagen entgegenzuwirken.

Auch im **Kabel** ist Radio Unwägbarkeiten ausgesetzt. Das Kabel mag zwar an Relevanz für den Hörfunkbereich verlieren. Dennoch lag laut Digitalisierungsbericht 2018 die Radionutzung im Kabel bei 10,8 %. Erst im Frühjahr 2018 hat der VAUNET einen Rahmenvertrag zur digitalen Kabeleinspeisung mit Vodafone Kabel Deutschland (VFKD) abgeschlossen. Anfang des Jahres hat VFKD damit begonnen, im Zuge der Volldigitalisierung seines Kabels die analogen Kapazitäten abzuschalten und damit auch eine Verbreitung von Hörfunk im DVB-C-Standard herbeizuführen. Für die Hörfunkprogrammanbieter ist noch nicht vollständig absehbar, wie sich die bisher über Kabel bestehende Reichweite durch die Umstellung weiterentwickeln wird. Aufgrund des damit jedoch zwingend verbundenen geänderten Nutzungsverhaltens (ein Senderwechsel über die heimische Stereoanlage ist z. B. nicht mehr möglich, hierfür ist ein DVB-C-taugliches Endgerät notwendig) wird mit deutlich negativen Effekten zu rechnen sein. Unitymedia (UM) hingegen hat die Digitalisierung seiner TV-Signalübertragung bereits in 2017 abgeschlossen. Allerdings wurden die UKW-Kapazitäten nicht mitdigitalisiert und ein Zeitplan hierfür besteht bislang auch nicht. Aus dem Markt war noch in 2017 zu hören, dass vor 2022 jedenfalls nichts passieren werde. Durch die inzwischen von der EU-Kommission genehmigte Fusion von VFKD und UM steht zu befürchten, dass Vodafone auch in den Unitymedia-Gebieten seine offensive Digitalisierungsstrategie mit Nachdruck verfolgen wird und somit deutlich früher als ohne im Falle eines Zusammenschlusses eine analoge Verbreitung von Hörfunk im Kabel – mit entsprechend negativen Folgen – auch dort wegfallen könnte. In Deutschland entsteht mit dem zugelassenen Merger auf dem infrastrukturgebundenen Kabelmarkt ein erhebliches Verhandlungsungleichgewicht zu Lasten der Radiosender, welches umso mehr für eine Absicherung des Hörfunks auf digitalen (Kabel-)Plattformen spricht.

In Deutschland liegt die Online-Audionutzung bereits bei ca. 60 % der Personen ab 14 Jahren. Das meistgenutzte Gerät für den **Online-Audiokonsum** ist das Smartphone mit 70 %. Die Online-Audionutzung über sog. **Smart Speaker** wächst kontinuierlich. Diese dürften in diesem Jahr im Vergleich zum Vorjahr (ca. 5 %) bereits im Massenmarkt der Personen ab 14 Jahren, die einen Zugang zu einem Smart Speaker haben, ankommen. Neue Werte werden dem Digitalisierungsbericht Radio der Medienanstalten Anfang September 2019 zu entnehmen sein. Die Zunahme von Plattformen, Radioaggregatoren und Lautsprechersystemen mit Sprachassistenten wird für das Radio immer relevanter. Neben der Chance neuer Verbreitungs-

wege und einem höheren Audiokonsum bestehen jedoch auch gravierende Risiken. Über die Präsenz von Radio und Audiodiensten bestimmen einige wenige marktmächtige Unternehmen. Insbesondere bei sprachbasierten Plattformen ist die Gefahr der vertikalen Integration und möglichen Bevorzugung eigener Audio- und audiovisueller Dienste besonders hoch. Radiosender müssen sich gegenüber Musikdiensten wie Google Play, Apple Music, Amazon Music, dem Samsung Play Store oder (vorinstallierten) Kooperationspartnern wie TuneIn und Spotify behaupten. Sprachassistenten entscheiden durch Algorithmen, die vorgegebene Technologie und ihre Kooperationspartner über Zugang und Auffindbarkeit von Radioprogrammen. Dabei kuratieren sie nach eigenen redaktionellen Regeln und nicht transparenten Auswahlkriterien eigenständige Musikangebote und erfüllen damit die Merkmale einer Medienplattform. Zudem fassen sie (nicht zuletzt bei der zum Smart Speaker gehörigen Steuerungs-App von Amazon Alexa) eigene und fremde Inhalte zusammen und wählen hieraus aus. Die schon heute vorzufindende Ausgestaltung eines Smart Speakers bzw. der dazu gehörigen Steuerungs-App wird als Exkurs ab S. 89 ff unter F. und anhand der anliegenden Screenshots verdeutlicht. Auch werden hier faktische oder potenzielle Auffindbarkeitsmängel von Radiosendern fallbezogen dargestellt.



Diskussionsentwurf (Stand: 3. Juli 2019)  
**„Medienstaatsvertrag“ mit Anmerkungen VAUNET**

<b>MStV-Konsultationsfassung 3. Juli 2019</b> <i>mit Änderungsvorschlägen des VAUNET in kursiv</i>	<b>Anmerkungen VAUNET</b>
<b>I. Abschnitt – Allgemeine Vorschriften</b>	
<b>§ 1 Anwendungsbereich</b>	
<p>(1) Dieser Staatsvertrag gilt für die Veranstaltung <b>und das Angebot, die</b> Verbreitung <b>und die Zugänglichmachung</b> von Rundfunk <b>und Telemedien</b> in Deutschland in einem dualen Rundfunksystem; für Telemedien gelten nur der IV. bis <b>VIII. Abschnitt</b> <b>sowie § 20 Abs. 2.</b></p>	
<p>(3) Für Fernsehveranstalter gelten dieser Staatsvertrag und die landesrechtlichen Vorschriften, wenn sie in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen sind.</p> <p>Ein Fernsehveranstalter gilt als in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen, wenn</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. die Hauptverwaltung in Deutschland liegt und die redaktionellen Entscheidungen über das Programm dort getroffen werden,</li> <li>2. die Hauptverwaltung in Deutschland liegt und die <b>redaktionellen</b> Entscheidungen über das Programm in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union getroffen werden, jedoch</li> </ol>	

<p>a) ein <b>erheblicher</b> Teil mit der <b>Durchführung programmbezogenen Tätigkeiten</b> betrauten Personals in Deutschland tätig ist oder</p> <p>b) ein <i>wesentlicher erheblicher</i> Teil des mit der <b>Ausübung sendungsbezogener programmbezogener Tätigkeiten</b> betrauten Personals sowohl in Deutschland als auch dem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union tätig ist oder</p> <p>c) ein wesentlicher Teil des mit <b>sendungsbezogenen programmbezogener Tätigkeiten</b> betrauten Personals weder in Deutschland noch dem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union tätig ist, aber der Fernsehveranstalter in Deutschland zuerst seine Tätigkeit begann und eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der Wirtschaft Deutschlands fortbesteht, oder</p> <p>3. die Hauptverwaltung in Deutschland liegt und die redaktionellen Entscheidungen über das Programm in einem Drittstaat getroffen werden oder umgekehrt und vorausgesetzt, ein wesentlicher Teil des mit der <b>Durchführung programmbezogenen Tätigkeiten</b> betrauten Personals ist in Deutschland tätig.</p>	
<p><b>(7) Für Medienintermediäre, Medienplattformen, und Benutzeroberflächen gilt dieser Staatsvertrag, soweit sie zur Nutzung in Deutschland bestimmt sind. Medienintermediäre, Medienplattformen, oder Benutzeroberflächen sind dann als zur Nutzung in Deutschland bestimmt anzusehen, wenn sie sich in der Gesamtschau, insbesondere durch die verwendete Sprache, die angebotenen Inhalte oder Marketingaktivitäten, an Nutzer in der</b></p>	

<p>Bundesrepublik Deutschland richten oder in der Bundesrepublik Deutschland einen nicht unwesentlichen Teil ihrer Refinanzierung erzielen.</p> <p><b>Abschnitt V. dient vor allem der positiven Sicherung der Anbieter- und Angebotsvielfalt.</b></p> <p>Für die Zwecke des VII. Abschnitts gilt dieser Staatsvertrag für Video-Sharing- Dienste im Anwendungsbereich der Richtlinie (EU) 2010/13/EU, in der Fassung der Richtlinie (EU) 2018/1808/EU, wenn sie nach den Vorschriften des Telemediengesetzes des Bundes in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen sind; im Übrigen gilt Satz 1.</p>	<p>Bereits im Anwendungsbereich sollte das übergeordnete präventive Ziel der Plattformregulierung zum Ausdruck kommen, dass sie v. a. der Sicherstellung der <b>Anbieter- und Angebotsvielfalt</b> Rechnung tragen soll.</p>
<p><b>(8) Fernsehveranstalter sind verpflichtet, die nach Landesrecht zuständige Stelle über alle Änderungen zu informieren, die die Feststellung der Rechtshoheit nach den Absätzen 3 und 4 berühren könnten. Die Landesmedienanstalten erstellen eine Liste der der Rechtshoheit Deutschlands unterworfenen privaten Fernsehveranstalter, halten sie auf dem neuesten Stand und geben an, auf welchen der in den Absätzen 3 und 4 genannten Kriterien die Rechtshoheit beruht. Die Liste und alle Aktualisierungen dieser Liste werden der Europäischen Kommission mitsamt der Liste der öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstalter übermittelt.</b></p>	
<p><b>§ 2 Begriffsbestimmungen</b></p>	
<p>(1) Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist die für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von <b>journalistisch-redaktionell gestalteten</b></p>	<p>Gegen die Anpassung der Definition des Rundfunks erhebt der VAUNET keine Einwände. Durch die Einfügung der Merkmale „journalistisch-redaktionell gestaltet“ und „mittels Telekommunikation“ ist keine materielle Änderung gegenüber dem Status quo intendiert. Dies gilt gleichermaßen für Tele-shoppingkanäle, deren Programm ebenfalls eine journalistisch-redaktionelle Gestaltung erfährt.</p>

<p>Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendeplans <b>mittels Telekommunikation</b>. Der Begriff schließt Angebote ein, die verschlüsselt verbreitet werden oder gegen besonderes Entgelt empfangbar sind. Telemedien sind alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, soweit sie nicht Telekommunikationsdienste nach § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes sind, die ganz in der Übertragung von Signalen über Telekommunikationsnetze bestehen oder telekommunikationsgestützte Dienste nach § 3 Nr. 25 des Telekommunikationsgesetzes oder Rundfunk nach Satz 1 und 2 sind.</p>	
<p>(2) Im Sinne dieses Staatsvertrages ist...</p> <p><del>1a. Sendeplan die auf Dauer angelegte, vom Veranstalter bestimmte und vom Nutzer nicht veränderbare Festlegung der inhaltlichen und zeitlichen Abfolge von Sendungen</del></p>	<p>Bezüglich des Begriffs des <b>Sendeplans</b> ist nicht erkennbar, welchem Erfordernis durch die Definition Rechnung getragen werden soll. Die AVMD-RL selbst enthält keine entsprechende Begriffsbestimmung, keine der Vorschriften des MStV-E verweist als neu eingeführtes Tatbestandsmerkmal entscheidend auf diesen Begriff, zumal die Definition des „Rundfunkprogramms“ in § 2 Abs. 2 Nr. 1 MStV-E („eine nach einem Sendeplan zeitlich geordnete Folge von Inhalten“) im Grunde bereits denselben Erkenntnisgewinn bietet und der Sendeplan ohnehin Bestandteil des einfachgesetzlichen Rundfunkbegriffs ist.</p> <p>Zur Auslegung des Begriffs des Sendeplans im Rahmen von § 2 Abs. 1 RStV besteht eine gefestigte Dogmatik, der eine gesetzliche Regelung, indem das Hauptkriterium „auf Dauer angelegt“ integriert wird, nicht dienlich ist. Ein Angebot, das regelmäßig (und nicht dauerhaft/„rund um die Uhr“) ausgestrahlt wird, kann dennoch Rundfunk sein, wenn es Aktualität, Breitenwirkung und Suggestivkraft besitzt. Der Wortlaut sollte daher, wenn die Definition nicht gestrichen wird, stattdessen am Begriff der Regelmäßigkeit ausgerichtet werden.</p> <p>Ebenso unklar ist, was mit der „inhaltlichen Abfolge“ von Sendungen gemeint ist. Eine Abfolge bezeichnet vom Wortsinn her die zeitliche Reihenfolge. Innerhalb eines linearen Programms kann eigentlich nur eine zeitliche Anordnung verschiedener Sendungen erfolgen. Auch die AVMD-RL spricht insofern vom „chronologischen Sendeplan“.<sup>1</sup></p>

<sup>1</sup> Art. 1 Abs. 1 lit. c AVMD-RL.

<p><b>2. Sendung ein unabhängig von seiner Länge inhaltlich zusammenhängender, geschlossener, zeitlich begrenzter Einzelbestandteil eines Sendeplans (Rundfunksendung) oder Katalogs (Abrufsendung),</b></p>	
<p><del>5. Satellitenfensterprogramm ein zeitlich begrenztes Rundfunkprogramm mit bundesweiter Verbreitung im Rahmen eines weiterreichenden Programms (Hauptprogramm);</del></p>	
<p><b>VAUNET-Vorschlag zur Wiederaufnahme der Definition:</b></p> <p><b>„Programmbouquet die Bündelung von Programmen und rundfunkähnlichen Telemedien Diensten, die in digitaler Technik unter einem elektronischen Programmführer verbreitet werden,“</b></p>	<p>Wie im Expertenworkshop im Juli 2017 von der ARD vorgetragen, sollte auch aus Sicht des VAUNET überlegt werden, die Definition des Programmbouquets beizubehalten, um die Gesamtheit des Angebots eines Programmveranstalters auf seinen eigenen Benutzeroberflächen, z. B. HbbTV-Startleiste/EPG, Mediatheken-App, zu schützen. Korrespondierend wäre das Veränderungs- und Vermarktungsverbot in § 52 a Abs. 3 RStV-E auf Programmbouquets zu erstrecken.</p>
<p><b>7a. Werbung jede Äußerung, jede Form der Kommunikation mit Bildern oder Ton, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dient; sie ist im Rundfunk oder in einem Telemedium aufgenommen ist</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>einer Sendung oder einem nutzergenerierten Video</b></li> <li>- <b>oder einem Telemedium, bei dem es sich nicht um ein rundfunkähnliches Telemedium gem. § 2 Abs. 2 Nr. 12 handelt,</b></li> </ul>	

<p><b>gegen Entgelt oder gegen eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten. Werbung ist insbesondere Rundfunkwerbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung; §§ 7 Abs. 9 und 58 Abs. 2 bleiben unberührt,</b></p>	
<p><b>7b. Rundfunkwerbung</b> jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die im Rundfunk von einem öffentlich-rechtlichen oder einem privaten Veranstalter oder einer natürlichen Person entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern. <del>§ 7 Abs. 9 bleibt unberührt,</del></p>	
<p>9. Sponsoring jeder Beitrag einer natürlichen oder juristischen Person oder einer Personenvereinigung, die an Rundfunk-tätigkeiten, <b>der Bereitstellung von rundfunk-ähnlichen Telemedien oder Video-Sharing-Diensten</b> oder an der Produktion audiovisueller Werke nicht beteiligt ist, zur direkten oder indirekten Finanzierung <b>von Rundfunkprogrammen, rundfunkähnlichen Telemedien, Video-Sharing-Diensten, nutzerorientierten Videos</b> oder einer Sendung, um den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild der Person oder Personenvereinigung, ihre Tätigkeit oder ihre Leistungen zu fördern,</p>	
<p>11. Produktplatzierung <b>jede Form der Werbung, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder die entsprechende Marke einzubeziehen oder darauf</b></p>	

<p><b>Bezug zu nehmen, sodass diese innerhalb einer Sendung oder eines nutzergenerierten Videos erscheinen.</b></p> <p>Die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen ist Produktplatzierung, sofern die betreffende Ware oder Dienstleistung von bedeutendem Wert ist,</p>	
<p><b>12. rundfunkähnliches Telemedium ein Telemedium mit dessen Hauptzweck oder ein trennbarer Teil des Dienstes die Bereitstellung von Hörfunk- oder audiovisuellen Sendungen Inhalten, die nach Form und Gestaltung hörfunk- oder fernsehähnlich sind und die aus einem von einem Anbieter festgelegten und redaktionell verantworteten Programm- oder Inhaltekatalog zum individuellen Abruf zu einem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt ist bereitgestellt werden (Audio- und audiovisuelle Mediendienste auf Abruf); Inhalte</b> Sendungen sind insbesondere Hörspiele, Spielfilme, Serien, Reportagen, <b>Videoclips</b>, Dokumentationen, Unterhaltungs-, Informations- oder Kindersendungen,</p>	<p>Um der Nähe zum Rundfunk mehr Ausdruck zu verleihen, schlägt der VAUNET zusätzlich einen Bezug zum Programm vor. Dies entspricht weiterhin der Definition des audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf in der AVMD-RL („aus einem vom Mediendienstanbieter festgelegten Programmkatalog“). Die genannten Regelbeispiele für mögliche Inhalte der rundfunkähnlichen Telemedien finden sich in Art. 1 b der AVMD-RL, der Definition für Programm/Sendung, wieder.</p> <p>Eine Auflistung in der Begründung ist ausreichend.</p> <p>S. auch Kommentierung in der Stellungnahme zur AVMD-RL.</p>
	<p><b>Vorbemerkung zu den Definitionen Medienplattform, Benutzeroberfläche und Medienintermediäre:</b></p> <p>Grundsätzlich regt der VAUNET an, die Definitionen der Medienplattform, Benutzeroberfläche und des Medienintermediärs so offen zu gestalten, dass auf die Weiterentwicklung von neuen vielfaltsgefährdenden Plattformmodellen reagiert werden kann und so auch Mischformen (z. B. Livestreams auf Facebook) erfasst werden können. Auf Basis des jetzigen MStV-E fällt es im Vergleich zu 2017 infolge der Marktveränderungen schwer, neuartige Einzelfallkonstellationen wie sprachbasierte Plattformen, YouTube oder Facebook eindeutig unter eine Kategorie zu subsumieren. Amazon Prime Video ist nach aktuellem Stand kein Telemedium mehr, sondern als Medienplattform zu klassifizieren.</p>

**13. Medienplattform jeder Dienst, soweit er Rundfunk oder rundfunkähnliche Telemedien oder Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 auch von Dritten zu einem vom Anbieter bestimmten Teil- oder Gesamtangebot zusammenfasst oder Rundfunk oder rundfunkähnliche Telemedien auswählt. Die Zusammenfassung von Rundfunk oder rundfunkähnliche Telemedien oder Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 ist auch die Zusammenfassung von softwarebasierten Anwendungen, welche im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien, Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 oder Diensten im Sinne des Satz 1 dienen.**

Die Verankerung eines technologieneutralen Ansatzes bei der Definition der Medienplattform unterstützt der VAUNET, da dieser aufgrund der sich schnell ändernden und stetig weiterentwickelnden Technologien für die Frage möglicher Diskriminierungen am zukunftssichersten ist. Eine Beibehaltung des Grundsatzes, dass, wer AV-Angebote auch von Dritten bündelt, Zugang und Auffindbarkeit gewährleisten muss, hält der VAUNET für zielführend.

Der VAUNET ist verwundert, dass der Kreis der Berechtigten, die von Zugang und Auffindbarkeit auf Medienplattformen profitieren sollen, nun auf Telemedien nach § 54 Abs. 2 S. 1 RStV, also elektronische Presseangebote, erweitert werden soll. Dass Presseverlage, soweit ihre AV-Angebote Rundfunk sind, auch der Plattformregulierung unterfallen, ist nachvollziehbar. Aus Sicht des VAUNET muss mit der geplanten Änderung sichergestellt werden, dass keine neuen strukturellen Schiefagen zu Lasten des Rundfunks entstehen, die sich dadurch abzeichnen, dass presseähnliche Telemedien nun auch Rundfunk-Privilegien genießen sollen, ohne dabei jedoch dem vollständigen rundfunkrechtlichen Anforderungskatalog unterworfen zu sein.

Der VAUNET schlägt allerdings eine grundlegende Anpassung der Definition der Medienplattform vor, die es ermöglicht, auch nur Teile einer Plattform mit audiovisuellen Inhalten zu erfassen (Medienplattform innerhalb einer Plattform). Neben dem Angebot von E-Commerce können Plattformen ein eigenes Angebot von linearen und nonlinearen audiovisuellen sowie Audioinhalten bereithalten oder im Rahmen einer Suchmaschine ein kuratiertes Inhalteangebot vorsehen (z. B. YouTube Kids, lineares Streaming auf Facebook und Twitter). Zur Klarstellung sollte folglich in der Definition der Medienplattform (wieder) verdeutlicht werden, dass es sich um die Zusammenfassung auch von Inhalten Dritter zu einem Gesamtangebot handelt. Zum anderen wird wie in der Definition des „Anbieters“ einer Medienplattform (s. § 2 Abs. 2 Nr. 14 b MStV-E) das Element der Auswahl aufgegriffen.

Medienplattformen können in der Gestalt einer Zusammenfassung

- (1) von Rundfunkprogrammen
- (2) von Rundfunkprogrammen und rundfunkähnlichen Telemedien
- (3) oder nur von rundfunkähnlichen Telemedien

vorkommen.



<p><b>Keine Medienplattformen in diesem Sinne sind</b></p> <p><b>a) Angebote, die analog eine Kabelanlage verbreitet werden;</b></p> <p><b>b) das Gesamtangebot von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1, welches ausschließlich in der inhaltlichen Verantwortung einer oder mehrerer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten oder eines privaten Anbieters von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 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,</b></p>	<p>Die Negativabgrenzung in den Erläuterungen der Länder, welche Konstellationen keine Medienplattform sind, beurteilt der VAUNET als sinnvoll. Die Ausklammerung aus dem Anwendungsbe- reich könnte noch dahingehend präzisiert werden, dass rein technische Hörfunk- oder Non-Profit- Plattformen ausgenommen werden, die ihren Mitgliedern/Gesellschaftern beispielsweise lediglich die technischen Voraussetzungen zur Übertragung von Streams und Podcasts zur Verfügung stel- len, ansonsten keine Kontrolle über den Zugang zur Infrastruktur ausüben, aber die vollständige inhaltliche Verantwortung für die Sender-Channels übernehmen.</p> <p>Bei zielgruppen-/themenorientierten Plattformen sollte es den Anbietern auch auf Basis der rund- funkstaatsvertraglichen Definition der Medienplattform noch möglich sein, eigene Kriterien z. B. für die inhaltliche Ausrichtung (z. B. nur Radiosender Deutschlands, Kinder etc.) festzulegen, und diese nicht gezwungen werden, Inhalte aus anderen Themenbereichen aufzunehmen.</p> <p>Warum der öffentlich-rechtliche Rundfunk privilegiert wird, indem er beim Zusammenschluss <u>mehrerer</u> Anstalten nicht als Medienplattform gewertet werden soll, während hingegen die Aus- nahme nicht für den Zusammenschluss <u>mehrerer</u> privater Sender zutreffen soll, irritiert. Zur Ver-meidung einer Ungleichbehandlung sollte sich die Bestimmung auch nur auf das Gesamtangebot einer einzelnen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt beziehen, ansonsten dieselben Maßstäbe auch für private Rundfunkanbieter Anwendung finden. Allein der Gesamtzuschauermarktanteil von ARD und ZDF liegt bei &gt; 46 % (Tagesdurchschnitt 2017, Quelle: AGF).</p>
<p><b>13 a. Benutzeroberfläche die textlich, bildlich oder akus- tisch vermittelte Übersicht <i>oder Darstellung über von An- geboten oder Inhalten insbesondere einzelner oder mehrerer Medienplattformen und Intermediäre, die auch der Orientierung dient und-unmittelbar</i> die Auswahl von</b></p>	<p>Die vorgeschlagenen Änderungen sollen dem Umstand Rechnung tragen, dass die Auswahl und Ansteuerung von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Angeboten nicht lediglich über eine Übersicht erfolgen muss, sondern sich auch durch die Auswahl von Einzelergebnissen ergeben kann (s. o.). Daher wird der allgemeinere Begriff „Darstellung“ ergänzt, der die Formulierung „Übersicht“ gleich- zeitig vollständig ersetzen könnte. Zudem kommt in der angepassten Definition des VAUNET zum</p>

<p><b>Angeboten, Inhalten oder softwarebasierten Anwendungen, welche im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk <i>oder</i> rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 dienen, <i>und den Zugriff auf selbige</i> ermöglicht.</b></p> <p><b>Benutzeroberfläche sind insbesondere</b></p> <p><b>a) Angebots- oder Programmübersichten einer Medienplattform;</b></p> <p><b>b) Angebots- oder Programmübersichten, die nicht zugleich Teil einer Medienplattform sind;</b></p> <p><b>c) visuelle oder akustische Präsentationen auch gerätegebundener Medienplattformen, sofern sie die Funktion nach Satz 1 erfüllen.</b></p>	<p>Ausdruck, dass eine Benutzeroberflächenregulierung nicht nur an das Vorliegen einer Medienplattform anknüpfen sollte. Z. B. verfügen auch Intermediäre über eine gestaltete Übersicht/Darstellung und damit eine Benutzeroberfläche. Daher werden die Worte „insbesondere“ und „Intermediäre“ eingefügt.</p> <p>Durch die Streichung von „unmittelbar“ soll gewährleistet werden, dass auf jeder Ebene der Medienplattform eine diskriminierungsfreie Benutzeroberfläche/Navigation vorhanden ist und sich die Bestimmung nicht wie bisher allein auf den ersten Zugriff beschränkt.</p> <p>Der VAUNET begrüßt die beispielhafte Aufzählung der Benutzeroberflächen in der rundfunkstaatsvertraglichen Definition.</p>
<p><b>13 b. Medienintermediär jedes Telemedium, das auch journalistisch-redaktionelle Angebote Dritter aggregiert, selektiert und allgemein zugänglich präsentiert, ohne diese zu einem Gesamtangebot zusammenzufassen. <i>Insbesondere sind Medienintermediäre</i></b></p> <p><b>a) Suchmaschinen,</b></p> <p><b>b) Soziale Netzwerke,</b></p> <p><b>c) App Portale,</b></p> <p><b>d) User Generated Content Portale,</b></p> <p><b>e) Blogging Portale,</b></p> <p><b>f) News Aggregatoren.</b></p>	<p>Der VAUNET bewertet es als wichtigen und richtigen Schritt, dass Medienintermediäre künftig in den Anwendungsbereich des Rundfunkstaatsvertrags fallen sollen. Medienintermediäre sind zwar an sich offene Systeme, doch ohne Zweifel kuratieren und organisieren sie AV-Inhalte. Sie bestimmen heute maßgeblich den Zugriff von Nutzern auf Inhalte und den Zugang von Inhaltenanbietern zu ihren Nutzern und Zuschauern. Dies betrifft sämtliche AV-Medieninhalte, so auch Rundfunk und rundfunkähnliche Telemedien. In Anbetracht der heutigen Mediennutzung ist die Einbeziehung von Medienintermediären in den MStV nicht nur verhältnismäßig und sachlich begründet, sondern längst überfällig. Unter Verweis auf die Vorbemerkung zu den Definitionen Medienplattform, Benutzeroberfläche und Medienintermediäre ist zu berücksichtigen, dass Intermediäre, die innerhalb ihres Angebots Rundfunk anbieten, auch in die Kategorie der Medienplattform einbezogen werden können.</p> <p>Die im MStV-E 2018 vorgesehene Beispielliste von § 2 Nr. 13b schafft Klarheit, ohne dabei abschließenden Charakter zu haben. Der VAUNET plädiert daher für die Aufnahme der Liste in den Gesetzestext.</p>

14 a. Anbieter rundfunkähnlicher Telemedien, wer über die Auswahl der Inhalte entscheidet und die inhaltliche Verantwortung trägt,	
14 b. Anbieter einer Medienplattform, wer die Verantwortung für die Auswahl der Angebote einer Medienplattform trägt,	
14 c. Anbieter einer Benutzeroberfläche, wer über die Gestaltung, <b>Darstellung und Zugriff von Angeboten, Inhalten oder softwarebasierten Anwendungen der der-als Übersicht abschließend entscheidet,</b>	Die aufgenommene Definition wird im Sinne der Definition der Benutzeroberfläche präzisiert.
14 d. Anbieter eines Medienintermediärs, wer die Verantwortung für die Aggregation, Selektion und allgemein zugängliche Präsentation von Inhalten trägt,	
14 e. Video-Sharing-Dienst 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,	
14 f. Video-Sharing-Diensteanbieter, wer einen Video-Sharing-Dienst betreibt,	
14 g. nutzergeneriertes Video eine von einem Nutzer erstellte Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die unabhängig von ihrer Länge einen Einzelbestandteil darstellt und die von diesem oder einem anderen Nutzer auf einen Video-Sharing-Dienst hochgeladen wird,	
(3) Kein Rundfunk sind Angebote, die	

<p><del>1. jedenfalls weniger als 500 potenziellen Nutzern zum zeitgleichen Empfang angeboten werden,</del>  <del>2. zur unmittelbaren Wiedergabe aus Speichern von Empfangsgeräten bestimmt sind,</del>  <del>3. ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen,</del>  <del>4. nicht journalistisch-redaktionell gestaltet sind oder</del>  <del>5. aus Sendungen bestehen, die jeweils gegen Einzelentgelt freigeschaltet werden.</del></p>	
<p><b>§ 3 Allgemeine Grundsätze</b></p>	
<p>(1) Die in der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF), das Deutschlandradio und alle Veranstalter bundesweit verbreiteter <b>privater</b> Rundfunkprogramme haben in ihren Angeboten die Würde des Menschen zu achten und zu schützen; die sittlichen und religiösen Überzeugungen der Bevölkerung sind zu achten. Die Angebote sollen dazu beitragen, die Achtung vor Leben, Freiheit und körperlicher Unversehrtheit, vor Glauben und Meinungen anderer zu stärken. Weitergehende landesrechtliche Anforderungen an die Gestaltung der Angebote sowie § 41 dieses Staatsvertrages bleiben unberührt.</p>	
<p><b>(3) Die</b> Veranstalter bundesweit verbreiteter privater Fernsehprogramme <b>erstatten der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt, die</b> in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF sowie das Deutschlandradio <b>ihren jeweiligen Aufsichtsgremien</b></p>	

<p>alle drei Jahre, beginnend mit dem 1. November 2022 Bericht über die getroffenen Maßnahmen nach Absatz 2. Die Berichte werden anschließend der Europäischen Kommission übermittelt.</p>	
<p><b>§ 7 Werbegrundsätze, Kennzeichnungspflichten</b></p>	
<p>(1) <b>Werbung darf</b> nicht</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. die Menschenwürde verletzen,</li> <li>2. Diskriminierungen aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Staatsangehörigkeit, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Orientierung beinhalten oder fördern,</li> <li>3. irreführen oder den Interessen der Verbraucher schaden oder</li> <li>4. Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit sowie in hohem Maße den Schutz der Umwelt gefährden.</li> </ol>	
<p>(2) <b>Rundfunkwerbung</b> ist Teil des Programms. <b>Rundfunkwerbung</b> oder Werbetreibende dürfen das übrige Programm inhaltlich und redaktionell nicht beeinflussen. Sätze 1 und 2 gelten für Teleshopping-Spots, Teleshopping-Fenster und deren Anbieter entsprechend.</p>	
<p>(3) <b>Werbung muss</b> als solche leicht erkennbar und vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. In der <b>Werbung</b> dürfen keine Techniken der unterschweligen Beeinflussung eingesetzt werden. Auch bei Einsatz neuer Werbetechniken müssen <b>Rundfunkwerbung</b> und Teleshopping dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig <i>vom redaktionellen Inhalt von anderen Sendungsteilen</i> abgesetzt sein.</p>	

<p>(4) Eine Teilbelegung des ausgestrahlten Bildes mit <b>Rundfunkwerbung</b> ist zulässig, wenn die <b>Rundfunkwerbung</b> vom übrigen Programm eindeutig optisch getrennt und als solche gekennzeichnet ist. Diese <b>Rundfunkwerbung</b> wird auf die Dauer der Spotwerbung nach §§ 16 und 45 angerechnet. § 7a Abs. 1 <b>[und 2 gelten]</b> entsprechend.</p>	
<p>(7) Schleichwerbung <b>[,-Produkt-]</b> und Themenplatzierung sowie entsprechende Praktiken sind unzulässig.</p> <p><b>[Produktplatzierung ist gestattet, außer in Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts und Kindersendungen. Sendungen, die Produktplatzierung enthalten, müssen]</b> folgende Voraussetzungen erfüllen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit hinsichtlich Inhalt und <b>Platzierung im Sendeplan</b> müssen unbeeinträchtigt bleiben,</li> <li>2. die Produktplatzierung darf nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen, und</li> <li>3. das Produkt darf nicht zu stark herausgestellt werden; dies gilt auch für kostenlos zur Verfügung gestellte geringwertige Güter.</li> </ol> <p>Auf eine Produktplatzierung ist eindeutig hinzuweisen. Sie ist zu Beginn und zum Ende einer Sendung sowie bei deren Fortsetzung nach einer Werbeunterbrechung oder im</p>	

<p>Hörfunk durch einen gleichwertigen Hinweis angemessen zu kennzeichnen. Die Kennzeichnungspflicht entfällt für Sendungen, die nicht vom Veranstalter selbst oder von einem mit dem Veranstalter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben worden sind, wenn nicht mit zumutbarem Aufwand ermittelbar ist, ob Produktplatzierung enthalten ist; hierauf ist hinzuweisen. Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und die Landesmedienanstalten legen eine einheitliche Kennzeichnung fest.</p>	
<p>(9) Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art ist unzulässig. Satz 1 gilt für Teleshopping entsprechend. <i>Unentgeltliche</i> Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit einschließlich Spendenaufrufen zu Wohlfahrtszwecken gelten nicht als Werbung im Sinne von Satz 1. § 42 bleibt unberührt.</p>	
<p>(11) Die nichtbundesweite Verbreitung von <b>Rundfunkwerbung</b> oder anderen Inhalten in einem zur bundesweiten Verbreitung beauftragten oder zugelassenen Programm ist nur zulässig, wenn und soweit das Recht des Landes, in dem die nichtbundesweite Verbreitung erfolgt, dies gestattet. Die nichtbundesweit verbreitete <b>Rundfunkwerbung</b> oder andere Inhalte privater Veranstalter bedürfen einer gesonderten landesrechtlichen Zulassung; diese kann von gesetzlich zu bestimmenden inhaltlichen Voraussetzungen abhängig gemacht werden.</p>	
<p><b>§ 7a Einfügung von Werbung und Teleshopping</b></p>	
<p><b>{</b>(1) Übertragungen von Gottesdiensten-<b>sowie Sendungen für Kinder</b> dürfen nicht durch <b>Rundfunkwerbung</b> oder Teleshopping-<b>Spots</b> unterbrochen werden.</p>	

<p><b>(2) Die Übertragung von Kindersendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Rundfunkwerbung unterbrochen werden, sofern die Gesamtdauer der Sendung nach dem Sendeplan mehr als 30 Minuten beträgt. Die Übertragung von Teleshopping ist während Kindersendungen untersagt.}</b></p>	
<p><b>(3)</b> Einzel gesendete Werbe- und Teleshopping-Spots im Fernsehen müssen die Ausnahme bleiben; dies gilt nicht bei der Übertragung von Sportveranstaltungen. Die Einfügung von Werbe- oder Teleshopping-Spots im Fernsehen darf den Zusammenhang von Sendungen unter Berücksichtigung der natürlichen Sendeunterbrechungen sowie der Dauer und der Art der Sendung nicht beeinträchtigen noch die Rechte von Rechteinhabern verletzen.</p>	
<p><b>(4)</b> Filme mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentarfilmen sowie Kinofilme und Nachrichtensendungen dürfen für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden.</p>	
<p><b>(5)</b> Richten sich <b>Rundfunkwerbung</b> oder Teleshopping-Spots in einem Fernsehprogramm eigens und häufig an Zuschauer eines anderen Staates, der das Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen ratifiziert hat und nicht Mitglied der Europäischen Union ist, so dürfen die für die Fernsehwerbung oder das Teleshopping dort geltenden Vorschriften nicht umgangen werden. Satz 1 gilt nicht, wenn die Vorschriften dieses Staatsvertrages über die <b>Rundfunkwerbung</b> oder das Teleshopping strenger sind als jene Vorschriften, die in dem betreffenden Staat gelten, ferner nicht, wenn mit dem</p>	



<p>betroffenen Staat Übereinkünfte auf diesem Gebiet geschlossen wurden.</p>	
<p><b>§ 8 Sponsoring</b></p>	
<p><b>(1) Auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung muss eindeutig hingewiesen werden;</b></p> <p>Bei Sendungen, die ganz oder teilweise gesponsert werden, muss zu Beginn oder am Ende auf die Finanzierung durch den Sponsor in vertretbarer Kürze und in angemessener Weise deutlich hingewiesen werden; der Hinweis ist in diesem Rahmen auch durch Bewegtbild möglich. Neben oder anstelle des Namens des Sponsors kann auch dessen Firmenemblem oder eine Marke, ein anderes Symbol des Sponsors, ein Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen eingeblendet werden.</p>	
<p><b>(2) Inhalt eines gesponserten Rundfunkprogramms oder einer gesponserten Sendung</b> und Programmplatz einer <b>gesponserten</b> Sendung dürfen vom Sponsor nicht in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Rundfunkveranstalters beeinträchtigt werden.</p>	
<p><del><b>(4) Sendungen dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.</b></del></p>	
<p><del><b>(5) Beim Sponsoring von Sendungen durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen</b></del></p>	

<p><del>umfasst, darf für den Namen oder das Image des Unternehmens gesponsert werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.</del></p>	
<p>(4) <del>[Kindersendungen,]</del> Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden. In <del>Kindersendungen, [Dokumentationen und]</del> Sendungen religiösen Inhalts ist das Zeigen von Sponsorenlogos untersagt.</p>	
<p>(5) Die Absätze 1 bis 4 gelten auch für Teleshoppingkanäle.</p>	
<p>(6) § 7 Abs. 1, 3 und Abs. 8 bis 10 gelten entsprechend.</p>	
<p><b>II. Abschnitt – Vorschriften über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk</b></p>	
<p><b>§ 15 Zulässige Produktplatzierung</b></p>	
<p><del>[Über § 7 Abs. 7 Satz 2 hinaus ist Produktplatzierung im Rundfunk zulässig</del></p> <p><del>1. in Kinofilmen, Filmen und Serien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung nur dann zulässig, wenn diese nicht vom Veranstalter selbst oder von einem mit dem Veranstalter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurden, sofern es sich nicht um Sendungen für Kinder handelt, oder</del></p> <p><del>2. wenn kein Entgelt geleistet wird, sondern lediglich bestimmte Waren oder Dienstleistungen, wie Produktionshilfen und Preise, im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung kostenlos bereitgestellt</del></p>	

<p><del>werden, sofern es sich nicht um Nachrichten, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, Ratgeber- und Verbrauchersendungen, Sendungen für Kinder oder Übertragungen von Gottesdiensten handelt. ]</del></p> <p>Keine Sendungen der leichten Unterhaltung sind insbesondere Sendungen, die neben unterhaltenden Elementen im Wesentlichen informierenden Charakter haben[; <b>Verbrauchersendungen</b>] und Ratgebersendungen mit Unterhaltungselementen.</p>	
<p><b>III. Abschnitt – Vorschriften für den privaten Rundfunk</b></p>	
<p><b>§ 20 Zulassung</b></p>	
<p>(1) Private Veranstalter bedürfen zur Veranstaltung von Rundfunk<b>programmen</b> einer Zulassung; <b>§ 20 b bleibt unberührt. Die Zulassung eines Veranstalters nicht bundesweit verbreiteten Rundfunks richtet sich nach Landesrecht.</b></p> <p><b>Für die Zulassung eines Veranstalters bundesweit verbreiteten Rundfunks gelten die §§ 20 bis 24; im Übrigen gilt Landesrecht.</b></p> <p><b>VAUNET-Vorschlag:</b></p> <p><b>„Die Zulassung für bundesweit verbreiteten Rundfunk wird unbefristet erteilt. Zulassungen, die vor dem ... befristet erteilt wurden, gelten als unbefristet erteilt. Die Zulassung kann auch nachträglich für die Zeit nach Ablauf der ursprünglichen Befristungsdauer – nach</b></p>	<p>Ansätze, auf ein Zulassungsverfahren (auch für klassische Rundfunkprogrammanbieter) zu verzichten, ein übergreifendes Notifizierungs- oder Anzeige- (s. Webradios) bzw. Unbedenklichkeitsverfahren zu etablieren sowie bundesweite Lizenzen in der Regel unbefristet zu erteilen, wurden mit den jetzigen Vorschlägen nicht aufgegriffen.</p> <p>Gemäß § 36 Abs. 2 S. 1 Ziff. 1 RStV ist die ZAK für die Zulassung bundesweiter Angebote zuständig (§ 39 RStV). Die weiteren Bedingungen der Zulassung wie z. B. die Dauer richten sich jedoch nach dem jeweiligen Medienrecht des Landes, in dem bei der zuständigen Medienanstalt der Zulassungsantrag gestellt wurde.</p> <p>Der VAUNET bedauert, dass es im Zuge der Überarbeitung des Zulassungsverfahrens keine rundfunkstaatsvertraglich einheitliche Lösung geben soll, nach der eine unbefristete Erteilung der Zulassung möglich ist. Bundesländer wie z. B. Bayern, Berlin und Brandenburg sowie Niedersachsen sehen eine solche seit einigen Jahren vor und bieten den dort zugelassenen Rundfunkveranstaltern einen Wettbewerbsvorteil. Auf diese Weise wird den Sendern eine langfristige Planungssicherheit gewährleistet. Eine unbefristete Erteilung für bundesweite Lizenzen (bei nicht knappen Übertragungskapazitäten) würde eine erfreuliche Liberalisierung darstellen.</p>

<p><b><i>pflichtgemäßem Ermessen mit Auflagen und Nebenbestimmungen versehen werden.“</i></b></p>	<p>Hiervon würden auch die Teleshoppingkanäle profitieren, die nach Inkrafttreten des 12. RÄndStV (Juni 2009) für die Dauer von zehn Jahren als zugelassene Rundfunkveranstalter gelten. Dass sich der Rundfunkbegriff (§ 2 Abs. 1 RStV-E, § 1 Abs. 6 RStV) sowie die Kabelbelegung für Teleshoppingender (§ 52 b Abs. 2 Nr. 2 RStV-E) nicht bzw. nur geringfügig ändern, wertet der VAUNET als Beibehaltung der heutigen Systematik in Bezug auf Teleshoppingkanäle.</p>
<p><b><i>(2) Die Zulassung ist in den Fällen der §§ 7 Abs. 11 Satz 2, 25 Abs. 4 Satz 3 und 31 Abs. 4 und Abs. 6 schriftlich zu erteilen; im Übrigen kann sie schriftlich oder im Wege der Zulassungsfiktion erfolgen. Sie gilt als erteilt, wenn sie von der zuständigen Landesmedienanstalt nicht innerhalb von zwei Monaten nach Eingang der vollständigen Antragsunterlagen versagt wird. Die Frist kann einmal angemessen verlängert werden, wenn dies wegen der Schwierigkeit der Angelegenheit, insbesondere wegen der notwendigen Einbeziehung der zuständigen Organe der Landesmedienanstalten, gerechtfertigt ist. Die Fristverlängerung ist dem Antragsteller mitzuteilen und zu begründen.</i></b></p>	
<p><b>(2)</b> Die Zulassung eines Fernsehveranstalters kann versagt oder widerrufen werden, wenn</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. sich das Programm des Veranstalters ganz oder in wesentlichen Teilen an die Bevölkerung eines anderen Staates richtet, der das Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen ratifiziert hat und</li> <li>2. der Veranstalter sich zu dem Zweck in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen hat, die Bestimmungen des anderen Staates zu umgehen und</li> <li>3. die Bestimmungen des anderen Staates, die der Veranstalter zu umgehen bezweckt, Gegenstand des</li> </ol>	

<p>Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen sind.</p> <p>Statt der Versagung oder des Widerrufs der Zulassung kann diese auch mit Nebenbestimmungen versehen werden, soweit dies ausreicht, die Umgehung nach Satz 1 auszuschließen.</p>	
<p><b>§ 20 b Zulassungsfreie Rundfunkprogramme</b></p>	
<p><b>(1) Keiner Zulassung bedürfen im Internet</b></p> <p><b>1. Rundfunkprogramme, die nur geringe Bedeutung für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung entfalten,</b></p> <p><b>2. Rundfunkprogramme, die im Durchschnitt der letzten sechs Monate weniger als 10.000 20.000 gleichzeitige Nutzer erreichen,</b></p>	<p>Bislang zulassungsbedürftiger Rundfunk soll nach dem jetzigen Entwurf des MStV nicht von einer Zulassungsfreiheit profitieren.</p> <p>Da mittels § 20 b MStV-E insbesondere eine Lösung für Programme im Internet gefunden werden sollte, erfolgt hier eine Klarstellung über den Einschub „im Internet“. Auch außerhalb des Internets auftauchende Fallkonstellationen wie z. B. der Einrichtungs- und Veranstaltungsrundfunk sollen daneben von einer Zulassung ausgenommen sein. Hierfür werden weitere Ausnahmen vorgesehen. Zudem wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass auch Teleshopping-Sendungen entlang eines Sendeplans in der Regel journalistisch-redaktionelle Angebote darstellen, und soweit sie an die Allgemeinheit gerichtet und zum zeitgleichen Empfang bestimmt sind, dem Rundfunkbegriff unterfallen. Dies sollte in der Begründung zu § 20 b MStV-E und/oder § 2 MStV-E gleichfalls zum Ausdruck kommen.</p> <p>Für den VAUNET ist nach wie vor entscheidend, dass für vergleichbare (Rundfunk-)Angebote nicht unterschiedliche Maßstäbe abhängig vom Übertragungsweg gelten („Rundfunk zweiter Klasse“). Die von den Medienanstalten in den Fällen „Übertragung der Handball-WM über das Internetportal der DKB“ und „PietSmiet TV“ angebotenen Formate oder einige Verlagsangebote bräuchten dann, z. B. wegen begrenzter Dauer und Häufigkeit der Verbreitung und mangels regelmäßigen Sendeplans, keine Zulassung, obwohl sie sich möglicherweise nach und nach zu einem „klassischen“ Rundfunkprogramm entwickeln. Gegen die Einführung eines Schwellenwertes bestehen keine Einwände. Er sollte aber nicht der alleinige Anknüpfungspunkt sein. Zudem scheint der Schwellenwert mit 20.000 Zuschauern zu hoch angesetzt. Im Übrigen kann auch ein nur von einer geringen Zahl genutzter Stream durch seinen Inhalt eine gewisse Meinungsbildungsrelevanz erhalten, die mit der des klassischen Rundfunkprogramms vergleichbar ist.</p>

<p><b>3. Hörfunkprogramme, die ausschließlich im Internet verbreitet werden. Sie sind der zuständigen Landesmedienanstalt anzuzeigen. Im Übrigen gilt § 20 a entsprechend.</b></p> <p><b>Keiner Zulassung bedürfen darüber hinaus</b></p> <p><b>1. Sendungen, die im örtlichen Bereich einer öffentlichen Veranstaltung und im zeitlichen Zusammenhang damit veranstaltet und verbreitet werden, oder</b></p> <p><b>2. Sendungen, die in Einrichtungen angeboten werden, wenn diese für gleiche Zwecke genutzt und die Sendungen nur dort empfangen werden können und im funktionalen Zusammenhang mit den in diesen Einrichtungen zu erfüllenden Aufgaben stehen.</b></p> <p><b>Unberührt bleiben landesrechtliche Bestimmungen, nach denen Sendungen für eine beschränkte Anzahl von Wohneinheiten oder Sendungen in Einrichtungen, die sich auf ein Gebäude oder einen zusammengehörenden Gebäudekomplex beschränken, keiner Zulassung bedürfen.</b></p> <p><b>Die zuständige Landesmedienanstalt bestätigt die Zulassungsfreiheit auf Antrag durch Unbedenklichkeitsbescheinigung.</b></p>	<p>s. Erläuterung zu Abs. 3</p>
<p><b>(2) Die Landesmedienanstalten regeln das Nähere zur Konkretisierung der Zulassungsfreiheit und der Kriterien zur Ermittlung des Schwellenwerts nach Abs. 1 durch Satzung.</b></p>	<p>Der VAUNET begrüßt, dass eine weitere Konkretisierung auf Satzungsebene der Medienanstalten vorgesehen ist. Diese agieren momentan auf Basis einer Checkliste zur Einordnung von Streamingangeboten im Internet, die mit Blick auf neuere Angebote wie z. B. Facebook Watch/Instagram TV ausgefeilt werden muss. Die Kriterien für die Ermittlung des Schwellenwertes sowie</p>

	<p>dessen Höhe sollte in der Satzung ebenfalls niedergelegt sein und regelmäßig überprüft werden. Im Wege der Satzungsermächtigung sollten die Medienanstalten im Einzelfall auch unterhalb bestimmter Grenzen bei Bedarf tätig werden können.</p>
<p><b><del>(3) Vor dem (Datum des Inkrafttretens Änderungsstaatsvertrages) angezeigte, ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme gelten als zugelassene Programme nach § 20.</del></b></p>	<p>Die neu formulierte Klausel für zulassungsfreie Rundfunkprogramme (gem. MStV-E 2018 „Bagatellrundfunk“) soll die bisherige praktikable Regelung zur Anzeigepflicht von Internet-Hörfunkprogrammen (§ 20 b RStV) ablösen. Die bisherige Anzeigeregung würde damit entfallen. Es wird eine Übergangsbestimmung vorgesehen, nach der vor Inkrafttreten des MStV angezeigte ausschließlich im Internet übertragene Channels als „normal“ zugelassene Programme gelten sollen. Obwohl die urspr. angedachte Systematik einer Zulassungsfiktion aufgegeben worden ist, soll diese für bestehende Webchannels anwendbar bleiben. Fraglich bleibt damit immer noch, ob neue Webchannels künftig als Bagatell-(zulassungsfreier)- oder normaler Rundfunk zu behandeln wären. Letzterer Fall wäre eine Verschärfung, wenn es grundsätzlich anstelle einer Anzeige, einer Zulassung bedürfte, möglicherweise verbunden mit höheren Verwaltungskosten für die Webchannel-Anbieter. Da dem Vernehmen nach einer weiteren Überarbeitung/Modernisierung des Zulassungsregimes im Rahmen eines 1. MÄndStV-E in Betracht gezogen wird, spricht sich der VAUNET dafür aus, es bei der bisherigen Anzeigeregung für ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme zu belassen.</p>
<p><b>(4) (3) Auf zulassungsfreie Rundfunkprogramme finden die Vorschriften der §§ 6, 23 und 42 keine Anwendung. § 20a findet mit Ausnahme seines Absatzes 1 Nr. 1 entsprechende Anwendung. [Veranstalter im Sinne des Absatzes 1 haben Namen und Anschrift sowie bei juristischen Personen auch Namen und Anschrift des Vertretungsberechtigten der zuständigen Landesmedienanstalt mitzuteilen.] Darüber hinaus kann die zuständige Landesmedienanstalt von Veranstaltern im Sinne des Absatzes 1 die in den §§ 21 und 22 genannten Informationen und Unterlagen verlangen.</b></p>	

§ 21 Grundsätze für das Zulassungsverfahren	
<p><b>(1) In dem Zulassungsantrag sind Name und Anschrift des Antragstellers, Programminhalt, Programmkategorie (Voll- oder Spartenprogramm), Programmdauer, Übertragungstechnik und geplantes Verbreitungsgebiet anzugeben.</b></p>	
<p><b>(2) Sofern erforderlich, hat die zuständige Landesmedienanstalt Auskunft und die Vorlage weiterer Unterlagen zu verlangen, die sich insbesondere erstrecken auf</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. eine Darstellung der unmittelbaren und mittelbaren Beteiligungen im Sinne des § 28 an dem Antragsteller sowie der Kapital- und Stimmrechtsverhältnisse bei dem Antragsteller und den mit ihm im Sinne des Aktiengesetzes verbundenen Unternehmen,</li> <li>2. die Angabe über Angehörige im Sinne des § 15 Abgabenordnung unter den Beteiligten nach Nummer 1, gleiches gilt für Vertreter der Person oder Personengesellschaft oder des Mitglieds eines Organs einer juristischen Person,</li> <li>3. den Gesellschaftsvertrag und die satzungsrechtlichen Bestimmungen des Antragstellers,</li> <li>4. Vereinbarungen, die zwischen an dem Antragsteller unmittelbar oder mittelbar im Sinn von § 28 Beteiligten bestehen und sich auf die gemeinsame Veranstaltung von Rundfunk sowie auf Treuhandverhältnisse und nach den §§ 26 und 28 erhebliche Beziehungen beziehen,</li> <li>5. eine schriftliche Erklärung des Antragstellers, dass die nach den Nummern 1 bis 4 vorgelegten Unterlagen und Angaben vollständig sind.</li> </ol>	



§ 36 Zuständigkeiten, Aufgaben	
<p>(1) Zuständig ist in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 1, 3, 4 und 8 die Landesmedienanstalt <b>des Landes, bei der der entsprechende Antrag eingeht oder in dem der betroffene Anbieter oder Bevollmächtigte nach § 52 Abs. 2 Satz 2 seinen Sitz, Wohnsitz oder in Ermangelung dessen seinen ständigen Aufenthalt hat.</b></p> <p>Sind nach Satz 1 mehrere Landesmedienanstalten zuständig <b>oder hat der Anbieter seinen Sitz im Ausland</b>, entscheidet die Landesmedienanstalt, die zuerst mit der Sache befasst worden ist. <b>Bei Zulassungen, die vor (Datum des Inkrafttretens des Änderungsstaatsvertrages) erteilt wurden, und Zulassungsverlängerungen bleibt die zulassungserteilende Landesmedienanstalt zuständig.</b></p> <p>Zuständig in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 5 bis 7 und 9 sowie in den Fällen der Rücknahme oder des Widerrufs der Zulassung oder der Zuweisung ist die Landesmedienanstalt, die dem Veranstalter die Zulassung erteilt, die Zuweisung vorgenommen oder die Anzeige entgegengenommen hat.</p> <p><b>Zuständig in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 6a und 6b ist die Landesmedienanstalt des Landes, in dem der Zustellungsbevollmächtigte nach § 53 c Abs. 3 oder § 53 k Abs. 2 seinen Sitz hat. Solange kein Zustellungsbevollmächtigter benannt worden ist, ist die Landesmedienanstalt des Landes zuständig, in dem der Anbieter seinen Sitz hat; hat der Anbieter seinen Sitz im Ausland, entscheidet die Landesmedienanstalt, die zuerst mit der</b></p>	<p>Hinsichtlich des Beantragungsortes für eine Zulassung sollte der Sender weiterhin ein Wahlrecht behalten, bei welcher Medienanstalt er beabsichtigt, sich zu lizenzieren. So entstehen keine Unterschiede zu ausländischen Sendern, die es sich aussuchen können, wo sie eine Zulassung beantragen. Zudem entstünde für die Sender kein Wettbewerbsnachteil, wenn in ihrem Sitzland z. B. noch keine unbefristeten Zulassungen erteilt werden und/oder mehrmalige Verlängerungen der Rundfunklizenz (nicht) möglich sind.</p> <p>Der VAUNET plädiert im Zusammenhang mit der Erteilung einer bundesweiten Zulassung für eine länderübergreifende Lösung, s. Anmerkung unter § 20.</p>

<p><b>Sache befasst worden ist. Die zuständige Landesmedienanstalt legt die Sache unverzüglich zur Prüfung und Entscheidung der ZAK vor.</b></p>	
<p>(2) Die ZAK ist für folgende Aufgaben zuständig:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zulassung, Rücknahme oder Widerruf der Zulassung bundesweiter Veranstalter nach §§ 20 a, 38 Abs. 3 Nr. 1 und Abs. 4 Nr. 1 <i>sowie Anzeige der Veranstaltung von Hörfunk im Internet nach § 20b Abs. 1 Nr. 3, [sowie Anzeige der Veranstaltung von Rundfunk nach § 20 b Abs. 4 Satz 3],</i></li> <li>2. Wahrnehmung der Aufgaben nach § 51 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 und 3,</li> <li>3. Zuweisung von Übertragungskapazitäten für bundesweite Versorgungsbedarfe und deren Rücknahme oder Widerruf nach §§ 51 a und 38 Abs. 3 Nr. 2 und Abs. 4 Nr. 2, soweit die GVK nicht nach Absatz 3 zuständig ist,</li> <li>4. Anzeige des Plattformbetriebs nach § 52,</li> <li>5. Aufsicht über Plattformen nach § 51 b Abs. 1 und 2 sowie §§ 52 a bis f, soweit nicht die GVK nach Absatz 3 zuständig ist,</li> <li>6. Feststellung des Vorliegens der Voraussetzungen für Regionalfensterprogramme nach § 25 Abs. 4 Satz 1 und für Sendezeit für Dritte nach § 31 Abs. 2 Satz 4,</li> </ol> <p><b>6a. Aufsicht über Medienintermediäre nach §§ 53 d und e,</b></p>	<p>s. Erläuterung zu § 20 b Abs. 3 MStV-E</p>

**6b. Aufsicht über Video-Sharing-Dienste nach dem VII. Abschnitt,**

7. Aufsichtsmaßnahmen gegenüber privaten bundesweiten Veranstaltern, soweit nicht die KEK nach Absatz 4 zuständig ist,

8. Entscheidungen über die Zulassungspflicht nach § 20 Abs. 2; diese Entscheidungen trifft sie einvernehmlich,

9. Befassung mit Anzeigen nach § 38 Abs. 1.

Die ZAK kann Prüfausschüsse für die Aufgaben nach Satz 1 Nr. 7 einrichten. Die Prüfausschüsse entscheiden jeweils bei Einstimmigkeit anstelle der ZAK. Zu Beginn der Amtsperiode der ZAK wird die Verteilung der Verfahren von der ZAK festgelegt. Das Nähere ist in der Geschäftsordnung der ZAK festzulegen.

(4) Die KEK ist zuständig für die abschließende Beurteilung von Fragestellungen der Sicherung von Meinungsvielfalt im Zusammenhang mit der bundesweiten Veranstaltung von Fernsehprogrammen. Sie ist im Rahmen des Satzes 1 insbesondere zuständig für die Prüfung solcher Fragen bei der Entscheidung über eine Zulassung oder Änderung einer Zulassung, bei der Bestätigung von Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen als unbedenklich und bei Maßnahmen nach § 26 Abs. 4.

**Für Fälle, die für die Sicherung von Meinungsvielfalt keine Bedeutung entfalten können, legt die KEK fest, unter welchen Voraussetzungen auf eine Vorlage nach § 37 Abs. 1 verzichtet werden kann. Auf Anforderung einer**

<p><b>Landesmedienanstalt ist sie zur Prüfung von Einzelfällen verpflichtet.</b></p> <p>Die KEK ermittelt die den Unternehmen jeweils zurechenbaren Zuschaueranteile.</p>	
<p><b>§ 40 Finanzierung besonderer Aufgaben</b></p>	
<p>(1) Der in § 10 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages bestimmte Anteil kann für die Finanzierung folgender Aufgaben verwendet werden:</p> <p>1. Zulassungs- und Aufsichtsfunktionen der Landesmedienanstalten einschließlich hierfür notwendiger planerischer, insbesondere technischer Vorarbeiten,</p> <p>2. die Förderung offener Kanäle.</p> <p>Mittel aus dem Anteil nach Satz 1 können <del>bis zum 31. Dezember 2020</del> aufgrund besonderer Ermächtigung durch den Landesgesetzgeber auch für <b>die Finanzierung folgender Aufgaben verwendet werden:</b></p> <p><b>1. Förderung von landesrechtlich gebotener technischer Infrastruktur zur Versorgung des Landes und zur Förderung von Projekten für neuartige Rundfunkübertragungstechniken, verwendet werden. Die Förderung von Projekten für neuartige Rundfunkübertragungstechniken soll zeitlich befristet werden.</b></p>	<p>Der VAUNET betrachtet die geplante vollständige Entfristung der Förderung der technischen Infrastruktur als diskussionswürdig. Mit dem Ende der Befristung darf das mit der Befristung verfolgte Ziel einer regelmäßigen Überprüfung der Marktakzeptanz nicht aufgegeben werden.</p> <p>Die Fördermaßnahmen dürfen nicht wettbewerbsverzerrend wirken. Sie müssen, da beitragsfinanziert, die beihilferechtlichen Vorgaben des Europarechts und der europäischen Rechtsprechung beachten. Durch die Betriebsgröße darf sich keine Bevor- oder Benachteiligung bei der Förderfähigkeit ergeben. Die Förderung technischer Infrastrukturen muss allen im Sendegebiet des Landesgesetzgebers aktiven Anbietern zukommen. Fördermaßnahmen, die dem Abbau systemischer Wettbewerbsverzerrungen dienen, betrachtet der VAUNET als grundsätzlich überlegenswert.</p>

<p><b>2. Formen der nichtkommerziellen Veranstaltung von lokalem und regionalem Rundfunk und Projekte zur Förderung der Medienkompetenz, <del>können aus dem Anteil nach Satz 1 aufgrund besonderer Ermächtigung durch den Landesgesetzgeber gefördert werden.</del></b></p>	
<p><b>[3. Förderung journalistischer [Angebote/Projekte] von Rundfunkveranstaltern, Telemedienanbietern, einschließlich Anbieter- oder Veranstaltergemeinschaften zur Sicherung der lokalen und regionalen Medienvielfalt; § 25 Abs. 4 Satz 7 bleibt unberührt.]</b></p>	<p>Den Einsatz von Erlösen aus dem Rundfunkbeitrag zur Förderung von Lokaljournalismus betrachtet der VAUNET kritisch. Ob aus Mitteln der Landesmedienanstalten oder in Form von Rechercheverbänden zwischen den Rundfunkanstalten und einzelnen Verlagshäusern – es darf keine Diskriminierung im Markt erfolgen. Die Politik und der Gesetzgeber müssen bei der Überlegung des Einsatzes von Fördermitteln immer die gesamte Medienlandschaft im Auge behalten und sicherstellen, dass keine Ungleichbehandlung (auf Gesetzes- und Lizenzebene) zwischen unterschiedlichen Rundfunkanbietern und verschiedenen Mediengattungen entstehen.</p>
<p><b>§ 44 Zulässige Produktplatzierung</b></p>	
<p><b><del>[Abweichend von § 7 Abs. 7 Satz 1 ist Produktplatzierung im Rundfunk zulässig</del></b></p> <p><b><del>1. in Kinofilmen, Filmen und Serien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung, sofern es sich nicht um Sendungen für Kinder handelt, oder</del></b></p> <p><b><del>2. wenn kein Entgelt geleistet wird, sondern lediglich bestimmte Waren oder Dienstleistungen, wie Produktionshilfen und Preise, im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung kostenlos bereitgestellt werden, sofern es sich nicht um Nachrichten, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, Ratgeber- und Verbrauchersendungen, Sendungen für Kinder oder Übertragungen von Gottesdiensten handelt.</del></b></p>	

<p><del>Keine Sendungen der leichten Unterhaltung sind insbesondere Sendungen, die neben unterhaltenden Elementen im Wesentlichen informierenden Charakter haben, Verbrauchersendungen und Ratgebersendungen mit Unterhaltungselementen sowie Sendungen in Regionalfensterprogrammen und Fensterprogrammen nach § 31.]</del></p>	
<p><b>§ 45 Dauer der Fernsehwerbung</b></p>	
<p>(1) Der Anteil an Sendezeit für Fernsehwerbespots und Teleshopping-Spots <b>[darf im Zeitraum von 6.00 Uhr bis 18.00 Uhr 20 Prozent dieses Zeitraums nicht überschreiten. Der Sendezeitanteil von Fernsehwerbespots und Teleshoppingspots darf im Zeitraum von 18.00 Uhr bis 24.00 Uhr 20 Prozent dieses Zeitraums nicht überschreiten.]</b></p> <p>Satz 1 gilt nicht für Produktplatzierungen und Sponsorhinweise.</p>	
<p><del>[(2) Hinweise des Rundfunkveranstalters auf eigene <b>Programme und</b> Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen <b>Programmen und</b> Sendungen abgeleitet sind, <b>oder auf Sendungen, Rundfunkprogramme oder rundfunkähnliche Telemedien anderer Teile derselben Sendergruppe</b>, unentgeltliche Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit einschließlich von Spendenaufrufen zu Wohlfahrtszwecken <b>sowie</b>, gesetzliche Pflichthinweise <b>und neutrale Einzelbilder zwischen redaktionellen Inhalten und Fernsehwerbe- oder Teleshoppingspots sowie zwischen einzelnen Spots</b> gelten nicht als Werbung.]</del></p>	

IV. Abschnitt – Revision, Ordnungswidrigkeiten	
<p><b>§ 49 Ordnungswidrigkeiten</b></p>	
<p>(1) Ordnungswidrig handelt, wer als Veranstalter von bundesweit verbreitetem privatem Rundfunk vorsätzlich oder fahrlässig ...</p> <p><del>18. entgegen § 20b Satz 1 und 2 Hörfunkprogramme ausschließlich im Internet verbreitet und dies der zuständigen Landesmedienanstalt nicht oder nicht vollständig anzeigt,</del></p> <p>Ordnungswidrig handelt auch, wer ...</p> <p>6. entgegen § 51b Abs. 2 Satz 1 oder 3 die Weiterverbreitung von Fernsehprogrammen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig anzeigt und die Anzeige nicht durch den <b>Anbieter einer Medienplattform</b> vorgenommen wurde,</p> <p>7. entgegen § 52 Abs. 3 Satz 1 oder 2 den Betrieb einer <b>Medienplattform</b> mit <b>Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien oder Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1</b> nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig anzeigt,</p> <p>8. entgegen § 52a Abs. 3 <b>in Verbindung mit Absatz 4</b> ohne Zustimmung des jeweiligen Rundfunkveranstalters <b>oder Anbieters rundfunkähnlicher Telemedien</b> dessen <b>Rundfunkprogramm</b> oder <b>rundfunkähnliche Telemedien</b> inhaltlich und technisch verändert, <b>im Zuge ihrer Abbildung oder akustischen Wiedergabe vollständig oder teilweise mit Werbung, Inhalten aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien, einschließlich Empfehlungen oder Hinweisen hierauf, überlagert oder ihre Abbildung zu diesem Zweck skaliert</b> oder einzelne</p>	

Rundfunkprogramme oder Inhalte in Programmpakete aufnimmt oder in anderer Weise entgeltlich oder unentgeltlich vermarktet *oder öffentlich zugänglich macht*, ...

10. entgegen § 52c Abs. **2 Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien und Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 beim Zugang zu Medienplattformen unmittelbar oder mittelbar unbillig behindert oder und gleichartige Angebote ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt**, entgegen § 52c Abs. **3** Satz 1 oder 2 die Verwendung oder Änderung eines Zugangsberechtigungssystems oder einer Schnittstelle für Anwendungsprogramme oder die Entgelte hierfür nicht unverzüglich anzeigt oder entgegen § 52c Abs. 2 Satz 3 der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte nicht erteilt,

11. entgegen § 52d **Abs. 2** Entgelte oder Tarife **so gestaltet, dass regionale und lokale [Rundfunk-]Angebote nicht zu angemessenen Bedingungen verbreitet werden können** oder entgegen § 52d **Abs. 1** Zugangsbedingungen nicht oder nicht vollständig offenlegt,

**11a. entgegen § 52e Abs. 2 Satz 1 in Verbindung mit Absatz 5 gleichartige Angebote oder Inhalte bei der Auffindbarkeit, insbesondere der Sortierung, Anordnung oder Präsentation in Benutzeroberflächen, ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt oder ihre Auffindbarkeit unbillig behindert oder als Anbieter einer Benutzeroberfläche nicht alle Angebote mittels einer Suchfunktion diskriminierungsfrei auffindbar macht,**

Redaktionelle Folgeänderung.



11b. entgegen § 52b Abs. 3a als Anbieter einer Benutzeroberfläche Rundfunkangebote, die in einem besonderem Maße die Meinungs- und Angebotsvielfalt fördern, im Gesamtangebot nicht angemessen hervorhebt oder entgegen § 52b Abs. 3b als Anbieter einer Benutzeroberfläche die Hauptprogramme mit Fensterprogramm nicht gegenüber dem ohne Fensterprogramm ausgestrahlten Hauptprogramm und gegenüber den Fensterprogrammen, die für anderer Gebiete zugelassen oder gesetzlich bestimmt sind, vorrangig darstellt,

11c entgegen § 52b Abs. 4 als Anbieter einer Benutzeroberfläche nicht dafür Sorge trägt, dass die Sortierung oder Anordnung von Angeboten oder Inhalten auf einfache Weise und dauerhaft durch den Nutzer individualisiert werden können,

11d. als Anbieter einer Medienplattform oder Benutzeroberfläche entgegen § 52f Satz 1 die der Medienplattform oder Benutzeroberfläche zugrunde liegenden Grundsätze für die Auswahl von Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien und Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 und für ihre Organisation nicht transparent macht oder entgegen § 52f Satz 4 Informationen hierzu den Nutzern nicht in leicht erkennbarer, unmittelbar erreichbarer und ständig verfügbarer Weise zur Verfügung zu stellt,

12. entgegen § 52g Abs. 1 Satz 1 der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen die erforderlichen Unterlagen nicht vorlegt,

12a. entgegen § 52g Abs. 3 auf Nachfrage gegenüber Anbietern von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 die tatsächliche Sortierung, Anordnung und Abbildung von Angeboten und Inhalten, die Verwendung ihrer Metadaten sowie im Rahmen eines berechtigten Interesses Zugangsbedingungen nach § 52 d Abs. 1 nicht mitteilt,

12b. entgegen § 53c Abs. 3 als Anbieter eines Medienintermediärs keinen Zustellungsbevollmächtigten im Inland benennt,

12c. entgegen § 53d Abs. 1 als Anbieter eines Medienintermediärs die erforderlichen Informationen nicht oder nicht in der vorgeschriebenen Weise verfügbar hält,

12d. entgegen § 53d Abs. 2 als Anbieter eines Medienintermediärs Änderungen nicht in ausreichender Weise wahrnehmbar macht,

12e. entgegen § 53d Abs. 3 als Anbieter eines Medienintermediärs die erforderliche Kennzeichnung nicht vornimmt,

12f. entgegen § 53d Abs. 4 als Anbieter eines Medienintermediärs nicht dafür Sorge trägt, dass Telemedien im Sinne von § 55 Abs. 3 gekennzeichnet werden,

[12g. entgegen § 53e Abs. 1 als Anbieter eines Medienintermediärs Angebote mittelbar oder unmittelbar unbillig behindert oder ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt,]

<p>12h. entgegen § 53f als Anbieter eines Medienintermediärs die erforderlichen Informationen nicht vorlegt, ...</p> <p>14a. als Anbieter von Telemedien entgegen § 55 Abs. 3 bei Telemedien die erforderliche Kenntlichmachung nicht vornimmt,</p>	
<p><b>V. Abschnitt – Medienplattformen, Benutzeroberflächen, Übertragungskapazitäten</b></p>	
<p><b>§ 50 Grundsatz</b></p>	
<p>(1) Die Entscheidung über die Zuordnung, Zuweisung und Nutzung der Übertragungskapazitäten, die zur Verbreitung von Rundfunk und <b>rundfunkähnlichen Telemedien (<del>Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind</del>)</b> dienen, erfolgt nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des jeweiligen Landesrechts.</p> <p><b>(2) Landesrechtliche Regelungen zur digitalen Kabelbelegung für Rundfunk sind zulässig, soweit sie zur Erreichung klar umrissener Ziele von allgemeinem Interesse erforderlich sind. ...</b></p>	<p>S. VAUNET-Position MStV-E 2018.</p>
<p><b>§ 51 a Zuweisung von drahtlosen Übertragungskapazitäten an private Anbieter durch die zuständige Landesmedienanstalt</b></p>	
<p>(1) Übertragungskapazitäten für drahtlose bundesweite Versorgungsbedarfe privater Anbieter können Rundfunkveranstaltern, Anbietern von <b>vergleichbaren</b>-Telemedien oder Plattformanbietern durch die zuständige Landesmedienanstalt zugewiesen werden.</p>	

§ 51 b Weiterverbreitung	
<p>(1) Die <b>zeitgleiche und unveränderte</b> Weiterverbreitung von bundesweit empfangbaren <b>Angeboten</b>, die in rechtlich zulässiger Weise <b>in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union in Übereinstimmung mit Artikel 2 der Richtlinie 2010/13/EU in der Fassung der Richtlinie 2018/1808/EU oder in einem Mitgliedstaat des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen, der nicht Mitglied der Europäischen Union ist, in Übereinstimmung mit</b> den Bestimmungen des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen veranstaltet werden, ist zulässig.</p> <p>Die Weiterverbreitung der <b>in Satz 1 genannten Angebote aus einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union</b> kann <b>nur in Übereinstimmung mit Artikel 3 der Richtlinie 2010/13/EU in der Fassung der Richtlinie 2018/1808/EU, die Weiterverbreitung der in Satz 1 genannten Angebote aus einem Mitgliedstaat des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen, der nicht Mitgliedstaat der Europäischen Union ist, nur in Übereinstimmung mit den Bestimmungen des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen</b> ausgesetzt werden.</p>	
<p><b>(4) Ferner können angemessene Maßnahmen in Übereinstimmung mit Artikel 4 Abs. 3 der Richtlinie 2010/13/EU in der Fassung der Richtlinie 2018/1808/EU unter Wahrung der sonstigen Regelungen ihres Artikel 4 gegen den Mediendiensteanbieter ergriffen werden, der der Rechtshoheit eines anderen</b></p>	

<p>Mitgliedstaats unterworfen ist und einen audiovisuellen Mediendienst erbringt, der ganz oder vorwiegend auf das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland ausgerichtet ist, soweit Deutschland im öffentlichen Interesse liegende ausführlichere oder strengere Bestimmungen nach Artikel 4 Absatz 1 der Richtlinie in der Fassung der Richtlinie 2018/1808/EU erlassen hat.</p>	
<p><b>§ 52 Medienplattformen und Benutzeroberflächen</b></p>	
<p>(1) Die nachstehenden Regelungen gelten für <b>alle Medienplattformen und Benutzeroberflächen</b>. Mit Ausnahme der <b>Abs. 2 und 3</b>, der §§ 52 a, <b>52 g Abs. 1</b> und <b>52 h</b> gelten sie nicht für</p> <p><del>1. Plattformen in offenen Netzen (Internet, UMTS oder vergleichbare Netze), soweit sie dort über keine marktbeherrschende Stellung verfügen,</del></p> <p><del>2. Plattformen, die sich auf die unveränderte Weiterleitung eines Gesamtangebotes beschränken, das den Vorgaben dieses Abschnitts entspricht,</del></p> <p><b>1. infrastrukturegebundene Medienplattformen</b> mit in der Regel weniger als <b>5.000</b> <del>10.000</del> angeschlossenen Wohneinheiten <b>und deren Benutzeroberflächen</b> oder</p> <p><b>2. nicht infrastrukturegebundene Medienplattformen und Benutzeroberflächen, die keine Benutzeroberflächen von Medienplattformen nach Ziff. 1 sind</b>, mit in der Regel weniger als <b>5.000</b> <del>20.000</del> <b>geplanten und tatsächlichen täglichen</b> Nutzern <b>im Monatsdurchschnitt</b>.</p>	<p>Insgesamt scheinen die Grenzen zu hoch gegriffen, denn Missbrauchsfälle können z. B. auch in kleineren Kabelnetzen auftreten. Insbesondere in kommunalen Breitbandnetzen können Kabelnetzbetreiber eine marktbeherrschende Stellung in der Region einnehmen, mit der Folge, von einer Belegungsregulierung ausgeschlossen zu sein.</p> <p>Der VAUNET schlägt vor, „infrastrukturegebunden“ zu definieren. Im Zuge der technischen Entwicklung der Verbreitungswege bedarf es dringend eines klarstellenden Begriffs der Infrastruktur. Eine infrastrukturegebundene Plattform kann nur vorliegen, wenn der jeweilige Betreiber auch die vollständige Hoheit über die Kapazitäten der Zuleitung innehat. Hier sind insbesondere neuere Entwicklungen im Glasfasernetzbereich/IP-TV-Bereich zu beobachten. Einige OTT-Anbieter haben</p>

<p>Die Landesmedienanstalten legen in den Satzungen und Richtlinien nach § 53 <b>unter Berücksichtigung der regionalen und lokalen Verhältnisse Kriterien für die Ermittlung der Schwellenwerte</b> fest.</p>	<p>Kunden unter 10.000, so dass die 20.000er-Grenze wie in Ziff. 1 auf weniger als 5.000 abgesenkt werden sollte.</p> <p>Dass die Medienanstalten Kriterien für die Ermittlung der Schwellenwerte in Satzungen/Richtlinien festlegen sollen, hält der VAUNET für erforderlich. Sowohl die Höhe der Schwellen in Nr. 1 und Nr. 2 als auch der Anknüpfungspunkt (Nutzer, Haushalt, Account) sollten regelmäßig überprüft werden. Im Wege der Satzungs- und Richtlinienermächtigung für die Medienanstalten sollten diese auch unterhalb bestimmter Grenzen bei Bedarf tätig werden können.</p>
<p>(2) Eine <b>infrastrukturgebundene Medienplattform</b> darf nur betreiben, wer den Anforderungen des § 20 a Abs. 1 und 2 <b>Satz 1</b> genügt. <b>Im Übrigen hat ein Anbieter einer Medienplattform oder ein Anbieter einer Benutzeroberfläche oder ein von diesem jeweils benannter Bevollmächtigter die Anforderungen des § 20 a Abs. 1, Abs. 2 Satz 1 zu erfüllen.</b></p>	
<p>(3) <del>Private</del>-Anbieter, die eine <b>Medienplattform</b> anbieten wollen, müssen dies mindestens einen Monat vor Inbetriebnahme der zuständigen Landesmedienanstalt anzeigen. Die Anzeige hat zu enthalten</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Angaben <b>nach Abs. 2 Satz 1</b> und</li> <li>2. <b>Angaben zur technischen und voraussichtlichen Nutzungsreichweite.</b></li> </ol> <p><b>Bei wesentlichen Änderungen gelten die Sätze 1 und 2 entsprechend.</b></p>	
<p><b>§ 52 a Regelungen für Medienplattformen und Benutzeroberflächen</b></p>	
<p>(1) Für die Angebote in <b>Medienplattformen und auf Benutzeroberflächen</b> gilt die verfassungsmäßige Ordnung. Die</p>	

<p>Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre sind einzuhalten.</p>	
<p>(2) <b>Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen</b> sind für eigene Programme und Dienste verantwortlich. Bei Verfügungen der Aufsichtsbehörden gegen <b>Angebote oder Inhalte</b> Dritter, die über die <b>Medienplattformen verbreitet werden oder in Benutzeroberflächen enthalten sind</b>, sind diese zur Umsetzung dieser Verfügung verpflichtet. Sind Maßnahmen gegenüber dem Verantwortlichen von <b>Angeboten oder Inhalten</b> nach Satz 2 nicht durchführbar oder nicht Erfolg versprechend, können Maßnahmen zur Verhinderung des Zugangs von <b>Angeboten oder Inhalten</b> auch gegen den <b>Anbieter der Medienplattform, oder Benutzeroberfläche oder sonstige Dritte</b> gerichtet werden, sofern eine Verhinderung technisch möglich und zumutbar ist.</p>	<p>Die ausdrückliche Aufnahme „sonstiger Dritter“ in die kaskadierende Verantwortlichkeitsnorm des § 52 a Abs. 2 MStV-E stellt klar, dass die Vorgaben zum Signalschutz und zur Verbreitungshoheit unabhängig davon gelten, ob ein Verstoß hiergegen durch den Anbieter einer Medienplattform, Benutzeroberfläche oder – auf letzter Stufe – durch sonstige Dritte erfolgt bzw. ermöglicht wird. Sie geht nicht über das hinaus, was in sonstigen Fällen der Verantwortlichkeit bereits heute im Gesetz geregelt ist, vgl. § 59 Abs. 4 RStV.</p>
<p>(3) <b>Ohne Einwilligung</b> des jeweiligen Rundfunkveranstalters <b>oder Anbieters rundfunkähnlicher Telemedien dürfen</b> dessen <b>Rundfunkprogramme und ergänzende Dienste, einschließlich des HbbTV-Signals, rundfunkähnliche Telemedien, Programmbouquets oder Teile davon</b></p>	<p>HbbTV ermöglicht den TV-Sendern den direkten Zugang zum Smart-TV. Voraussetzung ist, dass Endgeräte, die HbbTV-Anwendungen über Portale zugänglich machen, HbbTV vollständig standardkonform, d. h. inkl. Red-Button-Funktionalität und mit aktivierter Signalisierung implementiert haben. Es ist positiv zu bewerten, dass vom Schutz der Norm des § 52 a Abs. 3 MStV-E auch das HbbTV-Signal der Sender umfasst sein soll. Anwendungen Dritter sollten den Zugang der Nutzer zu den mittels Red-Button erreichbaren HbbTV-Inhalten nicht be- oder verhindern. Anstelle der Einzelaufzählung des HbbTV-Signals hält der VAUNET, angelehnt an die Begrifflichkeiten des EECC (z. B. EWG 153, Art. 114 EECC: zugehörige ergänzende Dienste/Dienste des vernetzten Fernsehens), eine allgemeinere Formulierung, für vorzuzugswürdig, die in der Begründung durch Aufzählung des HbbTV-Signals präzisiert werden kann. Hier sollte dann auch darauf abgestellt werden, dass im Rahmen des Abs. 3 S. 1 der technische Layer als Steuersignal bzw. die technische Durchleitung (und nicht der Content Layer) betroffen ist.</p>

a) inhaltlich und technisch nicht **verändert**,

**b) im Zuge ihrer Abbildung oder akustischen Wiedergabe nicht vollständig oder teilweise insbesondere mit Werbung, Inhalten aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien, einschließlich Empfehlungen oder Hinweisen hierauf, durch andere als den jeweiligen Anbieter von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien überlagert oder ihre Abbildung zu diesem Zweck skaliert oder**

**c) nicht in Angebotspakete aufgenommen oder in anderer Weise entgeltlich oder unentgeltlich vermarktet oder öffentlich zugänglich gemacht werden.**

Der VAUNET befürwortet weiterhin die geplante Erweiterung des Veränderungs- und Vermarktungsverbots auf Fälle der Überblendung oder Skalierung mit anderen Inhalten, z. B. Werbung, ohne Zustimmung des Anbieters von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien. Dies gilt insbesondere für Werbung und Sponsoring, sowohl im räumlichen (z. B. Banner etc.) als auch im zeitlichen (z. B. Pre-Roll) Zusammenhang mit den Inhalten. Letzteres sollte in der Begründung präzisiert werden. Der Gesetzgeber bringt zum Ausdruck, dass die Inhalte der Sender vor Eingriffen Dritter zu schützen sind. Insbesondere die unautorisierte Überlagerung von Inhalten mit Empfehlungen und Werbeeinblendungen (Werbe-Widgets bzw. Overlays) würde es Dritten ermöglichen, die von den Rundfunkanbietern durch qualitativ hochwertige und investitionsintensive Programme erzielten Reichweiten für eigene Geschäftsmodelle zu nutzen. Lizenzgeber erlauben zudem häufig keine Überblendung der eingekauften Inhalte. Im Sinne des Verbraucherschutzes können Konflikte entstehen, wenn z. B. Werbe-Widgets über Inhalte gelegt werden, für die der Gesetzgeber oder der Anbieter einen besonderen Schutz vorsieht.

Die Erstreckung auch auf die akustische Wiedergabe begrüßt der VAUNET.

Der aktuelle Entwurf des Medienstaatsvertrags berücksichtigt schon heute die Hoheit der Nutzer, die zum Beispiel Bild-in-Bild-Einblendungen oder Split Screen eigens aktivieren können. Im Verständnis des VAUNET muss die Gestaltungsfreiheit der Anbieter von Medienplattformen dort enden, wo sie die Nutzung und Refinanzierung der Inhalteanbieter beeinträchtigt und sie den Schutzzweck einer Gesetzgebung gegenüber dem Nutzer konterkariert (s. auch Pressemitteilung des VAUNET). Sofern die Plattformen und Endgerätehersteller auf maximale Gestaltungsfreiheit plädieren, ist im Gegenzug darauf zu achten, dass diese nicht auf dem Rücken derer erreicht wird, die die Inhalte (vermehrt eigen-)produzieren und finanzieren. Aktuell ist vielmehr die Tendenz erkennbar, dass plattformseitige Einblendungen kommerziell getrieben sind und mit Vielfalt und Nutzerfreiheit wenig zu tun haben.

Ausgehend davon, dass die o. g. Aspekte – zu Recht – einer rundfunkrechtlichen Regulierung zugeführt werden, scheint es (erst recht) geboten, auch die Missachtung der Verbreitungshoheit und damit die illegale Weiterverbreitung von Live-TV-Inhalten im MStV-E zu adressieren. In den letzten beiden Jahren hat der VAUNET verstärkt gegenüber den Ländern auf den Zusammenhang zwischen



	<p>den Vorschriften zu Überblendungen und Skalierungen sowie der illegalen Weiterverbreitung lizenzierter Rundfunkprogramme hingewiesen. Mit seiner <a href="#">Fernsehpiraterie-Studie 2018</a> hat der VAUNET aufgezeigt, zu welchen gravierenden wirtschaftlichen Schäden und Einnahmeverlusten die illegale lineare Free-TV- und Pay-TV-Nutzung bei den Medienunternehmen führt. Sowohl bei der Überblendung und Skalierung als auch bei der illegalen Weiterverbreitung wird die Signalhoheit der Rundfunkveranstalter berührt und die verfassungsrechtliche Stellung des Rundfunks gefährdet. Beide Aspekte sind unter dem Gesichtspunkt der Signalintegrität als rundfunkrechtliches Anliegen einzustufen. Hier setzt der (minimalinvasive) Vorschlag von VAUNET zur Bekämpfung der unrechtmäßigen Weiterverbreitung in § 52a Abs. 3 c MStV-E an und stellt klar, dass nicht nur die unerlaubte Vermarktung von Rundfunk- oder rundfunkähnlichen Angeboten, sondern jegliche unerlaubte Zugänglichmachung solcher Angebote (auch) rundfunkrechtlich unzulässig ist. Für die Möglichkeit einer verfahrensrechtlichen Herangehensweise wird auf § 52 h Abs. 1 MStV-E verwiesen.</p>
<p><b>(4) Abweichend von Absatz 3 Buchst. a</b> sind technische Veränderungen, die ausschließlich einer effizienten Kapazitätsnutzung dienen und die Einhaltung des vereinbarten <b>oder, im Fall, dass keine Vereinbarung getroffen wurde, marktüblichen</b> Qualitätsstandards nicht beeinträchtigen, zulässig.</p> <p><b>Abweichend von Absatz 3 Buchst. b</b> sind <b>Überlagerungen oder Skalierungen zum Zweck von Empfehlungen oder Hinweisen <i>Dritter zu nicht-kommerziellen Zwecken</i> auf Inhalte aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien zulässig, die wenn sie durch den Nutzer im <i>konkreten</i> Einzelfall veranlasst sind.</b></p>	<p>Für den VAUNET ist Abs. 4 und dessen Begründung an folgende Voraussetzungen geknüpft:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Technische Veränderungen dürfen nicht zu Qualitätseinbußen bei Ton und Bild führen.</li> <li>- Die mit den Rundfunkprogrammen und rundfunkähnlichen Telemedien bereitgestellten Programm- und Metadaten inklusive der Weiterleitung des HbbTV-Signals des Programmveranstalters müssen unverändert bleiben.</li> </ul> <p>Der VAUNET begrüßt ausdrücklich, dass die Länder durch Beseitigung der Klammern zugunsten der Schutzbedürftigkeit der Inhalte der Sender abgewogen haben, indem durch den Nutzer veranlasste Überblendungen mittels Empfehlungen/Hinweisen auf Einwilligungen im Einzelfall beschränkt werden. Es ist stets zu berücksichtigen, dass sämtliche auf der Ausstrahlung basierenden Maßnahmen auf Plattformen oder Benutzeroberflächen Geschäfte mit dem Signal des Senders bedeuten würden. Dies kann sich in folgenden Formen äußern:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Der Nutzer wird beispielsweise durch Empfehlungen oder Hinweise hierauf in die plattformeigene Angebotswelt für Abrufinhalte der Medienplattform und somit aus dem Senderumfeld/den linearen Programmen „entführt“. Schließlich werden nur eigene Inhalte des Plattformanbieters empfohlen (Stichwort: vertikale Integration). Empfehlungen sollten daher aus Senderperspektive keine direkte „Wechsel-Aufforderung“ enthalten.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Denkbar ist auch, dass der Nutzer vorrangig auf die Inhalte von Kooperationspartnern der Medienplattform gelenkt wird.</li> <li>- Auch aus Nutzerperspektive ergeben sich Zweifel, ob es einem Nutzer dient, wenn versucht wird, ihn während des Konsums einer bestimmten Sendung durch eine Empfehlung oder einen anderen Hinweis, auf die er keinen Einfluss hat, hiervon „wegzulotsen“.</li> </ul> <p>Herr über das Signal und über die wirtschaftliche Verwertung muss jedoch der Sender bleiben. Es muss allgemein ausgeschlossen werden, dass Empfehlungen zu Lasten des Sendeunternehmens Gegenstand von kommerziellen Vereinbarungen zwischen Plattform, Benutzeroberfläche und Dritten werden.</p> <p>Allenfalls die Überblendung durch Dienste der Individualkommunikation (z. B. E-Mail-Postfach) oder eingeblendete Bedienelemente einer Benutzeroberfläche, die der Steuerung durch den Nutzer dienen (z. B. Lautstärkeregelung, Suchfunktionen, Navigationsmenüs oder Listungen), können vom Überblendungs-/Skalierungsverbot ausgenommen sein.</p> <p>Zusätzlich könnte eine Limitierung der Überblendungsmöglichkeiten vorgesehen werden. Überblendungen mittels Empfehlungen Dritter sollten einen geringen Umfang nicht übersteigen dürfen: z. B. nur bei Start der Plattform oder bei Wechsel des Nutzers ins Hauptmenü der Plattform.</p> <p>Von der Einfügung „zu nicht-kommerziellen Zwecken“ soll auch abgedeckt sein, dass Empfehlungen keine Werbung enthalten dürfen.</p>
<p><b><del>(5) Bei einer Überlagerung oder Skalierung zum Zweck der Werbung finden die für das überlagerte oder skalierte Angebot geltenden Beschränkungen entsprechende Anwendung.</del></b></p> <p><b>Alternativer VAUNET-Vorschläge:</b></p> <p>(5) Bei einer Überlagerung oder Skalierung <i>eines Rundfunkprogramms</i> zum Zweck der Werbung finden die für</p>	<p>Abs. 5 scheint nur eine klarstellende Funktion zu haben und kann daher aus VAUNET-Sicht entfallen. Aus ihm wird immer noch nicht klar, wer Normadressat ist.</p> <p>Im Falle der Beibehaltung geht der VAUNET davon aus, dass</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sich Abs. 5 nur auf Fälle bezieht, in denen der Sender einer Überblendung durch kommerzielle Kommunikation eingewilligt hat und</li> </ul>

<p>das überlagerte oder skalierte Angebot geltenden <i>Werbebeschränkungen des § 7 Abs. 1, 9 S.1 und § 7a Abs.1 [und - im Falle eines zu diesem Zweck überlagerten oder skalierten öffentlich-rechtlichen Angebots - die für dieses Angebot geltenden weiteren Werbebeschränkungen]</i> entsprechende Anwendung.</p>	<p>- in denen auf die für Telemedien geltenden Regelungen (Grundsatz der Erkennbarkeit) oder enumerativ auf die § 7 Abs. 1, 9 S.1 und § 7a Abs.1 verwiesen wird.</p>
<p><b>§ 52 b Belegung von Medienplattformen</b></p>	
<p>(1) Für <i>(infrastrukturgebundene) Medienplattformen</i> gelten die nachfolgenden Bestimmungen.</p> <p><b>Alt. VAUNET-Vorschlag:</b></p> <p>Für <b>infrastrukturgebundene Medienplattformen und Medienplattformen, die mehr als 500.000 Nutzer im Bundesgebiet pro Monat erreichen</b>, gelten die nachfolgenden Bestimmungen.</p>	<p>S. VAUNET-Position MStV-E 2018.</p>
<p><b>(2) Der Anbieter einer Medienplattform</b></p> <p><b>1. hat sicherzustellen, dass</b> innerhalb einer technischen Kapazität im Umfang von höchstens einem Drittel der für die digitale Verbreitung von <b>Fernsehprogrammen-Fernsehprogrammen-Rundfunk</b> zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität</p> <p>a) die erforderlichen Kapazitäten für die <b>zur bundesweiten Verbreitung gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme</b> sowie für die Dritten Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einschließlich</p>	<p>Folgeänderung zum VAUNET-Vorschlag betr. Abs. 2 Nr. 1 c.</p> <p>Der VAUNET befürwortet, dass der Vorschlag die Option enthält, bei den Dritten Programmen eine Rückführung auf die im jeweiligen Land verbreiteten Dritten vorzusehen. Von dieser sollte Gebrauch gemacht werden. So können neben dem umfassenden öffentlich-rechtlichen Angebot aus TV und Radio, welches Must-Carry-Status genießt, weitere private Anbieter im ersten Drittel Berücksichtigung finden.</p>

programmbegleitender Dienste **zum jeweiligen Programm** zur Verfügung stehen; **für** **[[die Dritten Programme]]** und die im Rahmen der Dritten Programme verbreiteten Landesfenster **gilt dies** nur innerhalb der Länder, für die sie gesetzlich bestimmt sind,

b) die Kapazitäten für die privaten Fernsehprogramme, die Regionalfenster gemäß § 25 enthalten, **einschließlich programmbegleitender Dienste zum jeweiligen Programm**, zur Verfügung stehen,

c) die Kapazitäten für die im jeweiligen Land zugelassenen **Hörfunkprogramme**, regionalen und lokalen Fernsehprogramme **einschließlich programmbegleitender Dienste zum jeweiligen Programm** sowie die Offenen Kanäle zur Verfügung stehen; **dies gilt nur innerhalb des Gebiets, für das sie jeweils bestimmt sind**; die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt,

d) die technischen Kapazitäten nach Buchstabe a bis c im Verhältnis zu anderen digitalen Kapazitäten technisch gleichwertig sind,

**2. trifft selbst im Umfang der Kapazität nach Nummer 1 von mindestens einem Drittel** die Entscheidung über die Belegung mit in digitaler Technik verbreiteten Fernsehprogrammen **einschließlich programmbegleitender Dienste zum jeweiligen Programm und Telemedien**, soweit er darin unter Einbeziehung **Einbeziehung Berücksichtigung** der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer eine Vielzahl **Vielzahl Vielfalt** von Programmveranstaltern **von Programmveranstaltern der Anbieter**

S. VAUNET-Position MStV-E 2018

S. VAUNET-Position MStV-E 2018

Wie eingangs ausgeführt, bedarf es einer deutlicheren Hervorhebung auch der Anbiervielfalt. Insbesondere, aber nicht ausschließlich, Sender mit geringerer Verhandlungsmacht sind jederzeit dem

sowie ein vielfältiges Programmangebot an Vollprogrammen **Programm-Angebot sicherstellt, insbesondere durch Einbeziehung von** an Vollprogrammen, nicht entgeltfinanzierten Programmen, Spartenprogrammen und Fremdsprachenprogrammen einbezieht sowie **vergleichbare Telemedien und unter angemessener Berücksichtigung von** Teleshoppingkanälen angemessen berücksichtigt, **angemessen berücksichtigt,**

**3. trifft** innerhalb der darüberhinausgehenden technischen Kapazitäten die Entscheidung über die Belegung nach Maßgabe **des § 52 c Abs. 2 und** der allgemeinen Gesetze.

Reicht die Kapazität zur Belegung nach Satz 1 **Nr.1 Nr.-1** nicht aus, sind die Grundsätze des Satzes 1 entsprechend der zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität anzuwenden; dabei haben die für das jeweilige Verbreitungsgebiet gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme und programmbegleitende Dienste des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Vorrang unbeschadet der angemessenen Berücksichtigung der Angebote nach Satz 1 Nr. 1 Buchst. b und c. **und der Nr. 2.**

**(3) Der Anbieter einer Medienplattform**

1. **hat sicherzustellen, dass** innerhalb einer technischen Kapazität im Umfang von höchstens einem Drittel der für die digitale Verbreitung von Hörfunk zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität

Risiko ausgesetzt, von infrastrukturegebundenen Medienplattformen, insbesondere nach dem genehmigten Merger von Vodafone Kabel Deutschland und Unitymedia, ohne einen medienrechtlichen Abwehranspruch ausgespeist oder erst gar nicht auf die Plattform genommen zu werden. Reichweitenverluste, niedrigere Marktanteile und damit geringere Werbeeinnahmen, mithin der Verlust der notwendigen Refinanzierungsmöglichkeit sind die Folge. Bei Kapazitätsengpässen sollten deshalb erhöhte Anforderungen an die Belegungsregulierung gelten. Die Medienanstalten sollten dementsprechend ermächtigt werden (s. Kabelbelegungssatzungen einiger Landesmedienanstalten mit Genre- und Körbchenvorgaben). Hierzu kann entweder in § 52 b ein gesonderter Satz aufgenommen werden, dass „Einzelheiten der Belegung die Landesmedienanstalten durch Satzungen und Richtlinien regeln“, oder es wird auf die allgemeine Satzungs- und Richtlinienkompetenz der Medienanstalten in § 53 verwiesen.

**[a)]** die **erforderlichen** Kapazitäten für die in dem jeweiligen Verbreitungsgebiet gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme ~~und programmbegleitenden Dienste~~ **einschließlich der programmbegleitenden Dienste zum jeweiligen Programm** des öffentlich-rechtlichen Rundfunks,

**[b) die Kapazitäten für die im jeweiligen Land zugelassenen Hörfunkprogramme einschließlich der programmbegleitenden Dienste zum jeweiligen Programm sowie die Offenen Kanäle]** zur Verfügung stehen ~~[; die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt];~~

**2. trifft selbst** innerhalb einer weiteren technischen Übertragungskapazität im Umfang nach Nummer 1 **im Umfang nach Nummer 1 im Umfang von mindestens einem Drittel** die Entscheidung über die Belegung mit in digitaler Technik verbreiteten Hörfunkprogrammen **einschließlich der programmbegleitenden Dienste zum jeweiligen Programm und programmbegleitenden Diensten und Telemedien**, soweit er darin unter Einbeziehung **Einbeziehung Berücksichtigung** der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer ein vielfältiges Angebot und **[insbesondere]** eine Vielfalt der **[für das jeweilige Verbreitungsgebiet bestimmten Angebote]** angemessen **sicherstellt berücksichtigt,**

3. **trifft** innerhalb der darüber hinausgehenden technischen Kapazitäten die Entscheidung über die Belegung nach Maßgabe **des § 52 c Abs. 2 und** der allgemeinen Gesetze.

Ein digitales Must-Carry für private, nach Landesrecht zugelassene Radioprogramme ist immer noch in Klammern gesetzt und nicht positiv entschieden. Um einen Verlust an Reichweite sowie Werbeeinnahmen und eine mangelnde Darstellung der privaten Programme im Vergleich zum öffentlich-rechtlichen Hörfunk zu verhindern, sollten sie mindestens im digitalen Kabel einen Must-Carry-Status besitzen. Die Abbildung von regionalen Strukturen und Angeboten im Hörfunk ist in der Netzplanung und -belegung der Kabelnetzbetreiber ohne Weiteres möglich.

S. VAUNET-Position MStV-E 2018.

<p>Absatz 2 Satz 2 gilt entsprechend.</p>	
<p>(4) Werden Hörfunk- und Fernsehprogramme auf einer <b>Medienplattform</b> verbreitet, sind die Programme nach <b>Absatz 3 Satz 1 Nr. 1 [Buchst. a] und 2</b> im Rahmen der Kapazität nach Absatz 2 Satz 1 Nr. 1 Buchst. a <b>Buchst. a</b> zu berücksichtigen.</p>	<p>S. VAUNET-Position MStV-E 2018.</p>
<p>(5) Der <b>Anbieter einer Medienplattform</b> ist von den Anforderungen nach Absatz 1 bis 4 befreit, soweit</p> <p>1. der Anbieter der zuständigen Landesmedienanstalt nachweist, dass er selbst oder ein Dritter den Empfang der entsprechenden Angebote auf einem gleichartigen Übertragungsweg und demselben Endgerät unmittelbar und ohne zusätzlichen Aufwand ermöglicht, oder</p> <p><del>1. der Anbieter der zuständigen Landesmedienanstalt nachweist, dass er selbst oder ein Dritter den Empfang der entsprechenden Angebote auf einem gleichartigen Übertragungsweg und demselben Endgerät unmittelbar und ohne zusätzlichen Aufwand ermöglicht, oder</del></p> <p>2. das Gebot der <b>Anbieter</b> Meinungs- und Angebotsvielfalt bereits im Rahmen der Zuordnungs- oder Zuweisungsentscheidung nach den §§ 51 oder 51 a berücksichtigt wurde.</p>	<p>Absatz 5 stellt auf das vergangene Regulierungsregime ab. Der VAUNET sieht in Absatz 5 Nr. 1 die Gefahr, dass er zahlreiche Umgehungstatbestände im Hinblick auf Hybridplattformen schaffen könnte. Ein Netzbetreiber, der über seine Netze z. B. ein drittes OTT-Angebot verbreitet, könnte sich jeder Belegungs-idee des Staatsvertrages entziehen und würde den § 52 b letztendlich obsolet machen. Die theoretische alternative Nutzungsmöglichkeit heißt noch lange nicht, dass es sich dabei um einen Verbreitungsweg handelt, der tatsächlich vorwiegend genutzt wird. Ziff. 1 sollte daher gestrichen werden.</p> <p>redaktionelle Folgeänderung</p>
<p><del>(6) Die Entscheidung über die Belegung von Plattformen trifft der Anbieter der Plattform.</del> Programme, die dem <b>Anbieter einer Medienplattform</b> gemäß § 28 zugerechnet werden können oder von ihm exklusiv vermarktet werden, bleiben bei der Erfüllung der Anforderungen nach Absatz 2 <b>Nr. 1 und 2 bis 4</b> außer Betracht. Der Anbieter einer <b>Medienplattform</b> hat die Belegung von Rundfunkprogrammen <del>oder Telemedien</del> der zuständigen Landesmedienanstalt <b>spätestens einen Monat vor ihrem Beginn anzuzeigen und</b></p>	

<p>auf deren Verlangen unverzüglich mitzuteilen. <b>Die zuständige Landesmedienanstalt macht die Anzeige in geeigneter Weise öffentlich bekannt. Sie gibt interessierten Parteien Gelegenheit, innerhalb einer gesetzten Frist Stellung zu nehmen.</b> Werden die Voraussetzungen der Absätze 2 bis 5 nicht erfüllt, erfolgt die Auswahl der zu verbreitenden Rundfunkprogramme nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des Landesrechts durch die zuständige Landesmedienanstalt. Zuvor ist dem Anbieter einer <b>Medienplattform</b> eine angemessene Frist zur Erfüllung der gesetzlichen Voraussetzungen zu setzen. <b>Bei Änderung der Belegungen gelten die Sätze 1 bis 5 entsprechend.</b></p>	<p>S. VAUNET-Position MStV-E 2018.</p>
<p><b>(7) Für regionale und lokale Medienplattformen, die Hörfunk- und Fernsehprogramme ausschließlich terrestrisch verbreiten, kann das Landesrecht abweichende Regelungen vorsehen.</b></p>	<p>Der VAUNET fragt sich, abgeleitet aus Abs. 7, nach wie vor, ob die Belegungsgrundsätze für infrastrukturgebundene Medienplattformen auch für den terrestrischen Plattformbetrieb, also für die DVB-T2-Plattform bzw. den nationalen DAB-Multiplex gelten sollen.</p>
<p><b>§ 52 c Zugang zu Medienplattformen</b></p>	
<p>(1) Anbieter von <b>Medienplattformen</b> haben zu gewährleisten, dass die eingesetzte Technik ein vielfältiges Angebot ermöglicht. <b>und eine Vielfalt der Anbieter besteht ermöglicht.</b></p>	<p>Auch beim Zugang sollte die Anbietervielfalt gleichberechtigt zur Angebotsvielfalt der Maßstab sein, ohne dass über die eingesetzte Technik Umgehungsmöglichkeiten geschaffen werden.</p>
<p><b>(2) Zur Sicherung der Meinungsvielfalt Meinungsvielfalt Anbieter- und Angebotsvielfalt dürfen Rundfunk und rundfunkähnliche Telemedien und Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 beim Zugang zu Medienplattformen weder unmittelbar noch mittelbar unbillig behindert (Chancengleichheit) oder ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt (Diskriminierungsfreiheit) werden; dies gilt insbesondere in Bezug auf 1. durch-Zugangsberechtigungssysteme,</b></p>	<p>Der VAUNET begrüßt ausdrücklich, dass Diskriminierungsfreiheit und Chancengleichheit als allgemeine Grundsätze beim Zugang, bei der Auffindbarkeit (§ 52 e RStV-E) und Entgeltregulierung vorangestellt werden. Die beiden Prinzipien sollten nebeneinander zum Tragen kommen. Der Begriff der Chancengleichheit trägt gerade der spezifischen – über das allgemeine Wettbewerbsrecht hinausgehenden – Vielfaltssicherung der Rundfunkregulierung Rechnung. Chancengleichheit erfordert positive Rahmenbedingungen zur Veranstaltung von Rundfunkangeboten, die mehr sein können als nur nicht-diskriminierend.</p>



<p>2. <del>durch</del> Schnittstellen für Anwendungsprogramme,</p> <p><b>3. durch Benutzeroberflächen, die den ersten Zugriff auf die Angebote herstellen, oder</b></p> <p>3. sonstige technische Vorgaben zu den Nummern 1 <b>und 2</b> auch gegenüber Herstellern digitaler Rundfunkempfangsgeräte,</p> <p>4. <b>die Ausgestaltung von Zugangsbedingungen, insbesondere Entgelten und Tarifen.</b></p> <p><b>bei der Verbreitung ihrer Angebote unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden.</b></p>	
<p>(<b>3</b>) Die Verwendung eines Zugangsberechtigungssystems <del>oder eines Systems nach Absatz 1 Satz 2 Nr. 3</del> oder einer Schnittstelle für Anwendungsprogramme und die Entgelte hierfür sind der zuständigen Landesmedienanstalt unverzüglich anzuzeigen. Satz 1 gilt für Änderungen entsprechend. <b>Die zuständige Landesmedienanstalt macht die Anzeige in geeigneter Weise öffentlich bekannt. Sie gibt interessierten Parteien Gelegenheit, innerhalb einer gesetzten Frist Stellung zu nehmen.</b> Der zuständigen Landesmedienanstalt sind auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte zu erteilen.</p>	<p>S. VAUNET-Position MStV-E 2018.</p>

§ 52 d Zugangsbedingungen zu Medienplattformen	
<p><b>(1) Die Zugangsbedingungen, insbesondere</b> Entgelte und Tarife <b>mit zugangseinschränkender Wirkung</b>, sind <b>gegenüber der zuständigen Landesmedienanstalt</b> offenzulegen.</p> <p><b>Anbieter von Rundfunkprogrammen dürfen durch die Ausgestaltung der Entgelte und Tarife weder unmittelbar noch mittelbar unbillig behindert (Chancengleichheit) oder ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt (Diskriminierungsfreiheit) werden.</b></p> <p><b>Die Verbreitung von Rundfunkanbietern nach § 52 b Abs. 2 bis 4 hat zu angemessenen Bedingungen zu erfolgen.</b></p>	<p>Zwar wird in § 52 c Abs. 2 Nr. 4 RStV-E ausdrücklich die Chancengleichheit und Diskriminierungsfreiheit für die Ausgestaltung von Zugangsbedingungen, insbesondere Entgelte und Tarife, festgeschrieben. Es schadet jedoch nicht, diese in der Bestimmung selbst noch einmal zu erwähnen.</p> <p>Die von den Plattformbetreibern gewählte Tarif- und Entgeltstruktur muss vor dem Hintergrund der Sicherung der Anbieter- und Angebotsvielfalt vor und nach Vertragsschluss Bestand haben. Der VAUNET vertritt die Auffassung, dass Entgelte diskriminierungsfrei und chancengleich – verstanden im Sinne der grundsätzlichen Möglichkeit des Zugangs auch für kleinere Angebote – ausgestaltet sein müssen. Hierbei muss ein Ausgleich zwischen der Sicherung der Chancengleichheit und Diskriminierungsfreiheit einerseits und der Verhinderung eines Eingriffs in Geschäftsmodelle unter Wahrung von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen andererseits gefunden werden.</p> <p>Als Anknüpfungspunkt für die Gleichbehandlung sollte der „Anbieter“ gewählt werden. Einzelne Anbieter oder Veranstaltergruppen (inkl. Teleshoppinganbieter) dürfen durch die Ausgestaltung der Entgelte und Tarife nicht strukturell benachteiligt werden.</p> <p>Dass bei der Entgeltregulierung die bestehende Ungleichbehandlung zwischen Fernsehen und Hörfunk aufgehoben werden soll, indem die Grundsätze für alle Angebote gleichermaßen Anwendung finden sollen, unterstützt der VAUNET.</p>
<p><b>(2)</b> Entgelte und Tarife sind im Rahmen des Telekommunikationsgesetzes so zu gestalten, dass auch regionale und lokale Angebote zu angemessenen <b>und chancengleichen und chancengleichen</b> Bedingungen verbreitet werden können. Die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt.</p>	<p>Der VAUNET kann nicht nachvollziehen, warum bei regionalen und lokalen Angeboten der Maßstab der Chancengleichheit nicht anwendbar sein soll.</p>
<p><b>(3) Können sich die betroffenen Anbieter nicht über die Aufnahme eines Angebots in eine Medienplattform oder die Bedingungen der Aufnahme Aufnahme-Verbreitung einigen, kann jeder der Beteiligten – unbeschadet seiner</b></p>	<p>Die Möglichkeit, bei Uneinigkeiten über Zugangsbedingungen zwischen Medienplattformen/Benutzeroberflächen und Rundfunkprogrammen die Medienanstalten zur Lösungsfindung anzurufen, beurteilt der VAUNET als positiv. Abs. 3 kann jedoch im erforderlichen Fall, also bei Verstoß gegen die</p>

<p><b>gesetzlichen Ansprüche – die zuständige Landesmedienanstalt anrufen. Die zuständige Landesmedienanstalt wirkt unter den Beteiligten auf eine sachgerechte Lösung hin.</b></p>	<p>Grundsätze der Diskriminierungsfreiheit und Chancengleichheit, ein medienrechtliches Entgeltregulierungsverfahren nicht ersetzen. Bis zur Klärung sollte ein Ausspeisungsverbot bestehen.</p>
<p><b>§ 52 e Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen</b></p>	
<p><b>(1) Die nachstehenden Regelungen gelten, soweit Benutzeroberflächen Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien, und Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 oder Intermediäre, Teile davon oder softwarebasierte Anwendungen, die im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien dienen und Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1, hierzu abbilden oder darstellen.</b></p>	<p>Positiv zu beurteilen ist, dass die allgemeine Auffindbarkeit sowohl für Rundfunk, TV und Radio, als auch für rundfunkähnliche Telemedien etc. gilt. Überrascht zeigt sich der VAUNET darüber, dass nun auch elektronische Presseangebote, die ansonsten nicht der Rundfunkregulierung unterworfen sind, von den rundfunkrechtlichen Privilegien des Zugangs und der Auffindbarkeit profitieren können sollen. Für rundfunkähnliche Telemedien und Telemedien nach § 54 Abs. 2 S. 1 ist vor dem Hintergrund der gesellschaftlichen Bedeutung und des Regelungszwecks dieses Staatsvertrags fraglich, ob für sie, soweit es sich nicht um die eines Rundfunkveranstalters handelt, die Auffindbarkeitsbestimmungen gattungsspezifisch angepasst werden müssten, um eine wirtschaftliche Schwächung des Rundfunks zu vermeiden (s. auch zur Definition der Medienplattform).</p> <p>Benutzeroberflächen inklusive softwarebasierter Anwendungen zur Ansteuerung von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien sind DER Anknüpfungspunkt für die Auffindbarkeit von Inhalten. Die Auffindbarkeit setzt nach Meinung des VAUNET immer den vorherigen Zugang zur Medienplattform voraus. Eine Eingrenzung der Benutzeroberfläche nur auf Medienplattformen ist nicht nachvollziehbar. Auch Intermediäre bestimmen durch die Gestaltung ihrer Oberfläche und des dahinterliegenden Algorithmus, inwieweit Dienste Dritter gefunden werden können.</p> <p>Abs. 1 beinhaltet Folgeänderungen auf der Rechtsfolgenseite zu den oben beschriebenen Anpassungsvorschlägen („Intermediäre“, „darstellen“). Sie sollen sicherstellen, dass die Benutzeroberflächen-Regulierung über textliche und bildliche Übersichten/Darstellungen hinausgeht und auch auf Smart Speaker zutrifft.</p>
<p><b>(2) Zur Sicherung der Anbieter- und Angebotsvielfalt dürfen Gleichartige Angebote oder Inhalte dürfen bei der Auffindbarkeit weder unmittelbar noch mittelbar unbillig behindert (Chancengleichheit) ihre Auffindbarkeit darf nicht unbillig behindert werden oder nicht ohne sachlich</b></p>	<p>In nicht kapazitätsknappen Bereichen kommt der Auffindbarkeit zur Sicherung der Anbieter- und Angebotsvielfalt besondere Bedeutung zu. Das Leitbild der Anbieter- und Angebotsvielfalt sollte daher neben der Chancengleichheit und Diskriminierungsfreiheit auch bei der Auffindbarkeit gezielt zum Ausdruck kommen. Die Diskriminierungsfreiheit und Chancengleichheit soll sich auch auf die „Darstellung“ erstrecken.</p>

**gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt (Diskriminierungsfreiheit) werden; dies gilt insbesondere für die Sortierung, Anordnung, oder Abbildung oder Darstellung auf Benutzeroberflächen. Zulässige Kriterien für eine Sortierung oder Anordnung sind insbesondere Alphabet, Genres oder Nutzungsreichweite. Eine Sortierung oder Anordnung soll in mindestens zwei verschiedenen Varianten angeboten werden, wobei die Sortierung nach Nutzungsreichweite stets fester Bestandteil sein sollte. Die Anbieter von Benutzeroberflächen haben sicherzustellen, dass ein Zugriff auf Rundfunk stets auf der ersten Ebene möglich ist.**

**Alle Angebote oder einzelne Inhalte müssen mittels einer Suchfunktion diskriminierungsfrei auffindbar sein. Einzelheiten regeln die Landesmedienanstalten durch Satzungen und Richtlinien.**

Bei der Sortierung von Angeboten auf Benutzeroberflächen soll nicht mehr vorgegeben werden, dass mindestens zwei Sortierkriterien durch die Benutzeroberflächen umgesetzt werden müssen. Insbesondere Alphabet, Genre und Nutzungsreichweite sollen als zulässige Kriterien für die Anordnung und Sortierung dienen. Der VAUNET bittet darum, zur Formulierung aus dem MStV-E 2018 zurückzukehren, wonach eine Sortierung/Anordnung in mindestens zwei verschiedenen Varianten angeboten werden soll, wobei die Sortierung nach Nutzungsreichweite stets fester Bestandteil sein sollte. Durch die Einfügung „mindestens“ wird deutlich, dass auch mehr als zwei Varianten darstellbar sind. Der VAUNET legt diese Vorgabe als Mehrlistenprinzip aus. Die Art und Weise der konkreten Umsetzung der Vorgaben kann dem Plattformanbieter überlassen bleiben. Die Medienanstalten kontrollieren die Einhaltung der entsprechenden Bestimmungen.

Daneben kommt aus dem VAUNET-Mitgliederkreis die Anregung, eine plattformübergreifende „Basisliste“ mit einheitlichen Programmplätzen zu etablieren, die den Sendern eine bessere Vermarktbarkeit ihrer Programme ermöglicht. Über die Vergabe der Listenplätze sollen die Medienanstalten im Wege einer Richtlinien-/Satzungsermächtigung entscheiden können.

Damit der Anbieter einer Benutzeroberfläche in die Lage versetzt wird, eine Suchfunktion technisch überhaupt zu ermöglichen, sollte jedenfalls in der Begründung zum Gesetzestext klargestellt werden, dass die hierfür erforderlichen Daten im Rahmen der Verfügbarkeit angeliefert werden; eine Pflicht für den Anbieter zur Bereitstellung ergibt sich hieraus nicht, da auch urheberrechtliche Fragen eine Rolle spielen.

Der Einsatz von personalisierten Suchsystemen und die Zusammenstellung von Programmtipps unter eigenständiger Auswertung der Metadaten nimmt bei der Suche und Auffindbarkeit von Inhalten zu. Sie erreichen für die Vielfalt und Auffindbarkeit eine der Leistung vergleichbare Bedeutung. Für den Fall, dass ein Sender diese Daten zur Verfügung stellt, sollten diese übernommen werden. Gerade bei sensiblen und aktuellen Programminformationen (Verschiebungen, Programmaustausch,

	<p>Programmänderung) besteht sonst die Gefahr, dass Zuschauer und Nutzer auf vom Plattform- oder Endgeräteanbieter generierte Daten zurückgreifen müssen, die ggf. veraltet sind. Häufig erfolgt aber auch die Auswertung der von den Sendern angelieferten Metadaten über einen dritten Anbieter. Die Anbieter und ihr Mechanismus sind für die Sender dabei nicht immer transparent.</p> <p>Da zahlreiche Programmplattformen auf eine personalisierte Suche oder Programmsuche statt Sendersuche setzen, sollte sich die Suchfunktion neben Angebot und Inhalt auch auf den Inhalteanbieter erstrecken. Sie sollte dem Sender transparent gemacht werden, damit er seine Verschlagwortung an die jeweiligen Anforderungen und Systeme anpassen kann, um möglichst gut gefunden zu werden.</p>
<p><b>(3) Der in einer Benutzeroberfläche vermittelte Rundfunk hat in seiner Gesamtheit auf der ersten Auswahl-ebene und von den jeweiligen Unterebenen aus unmittelbar erreichbar und leicht auffindbar zu sein.</b></p>	<p>Der VAUNET hat sich im Hinblick auf den MStV-E 2018 für eine „Vorstufe“ der Auffindbarkeit eingesetzt, nämlich dass Fernsehen und Radio grundsätzlich über die erste Benutzeroberfläche bzw. Startseite einer Plattform ansteuerbar sind (Basisauffindbarkeit). Nur so kann überhaupt sichergestellt werden, dass Rundfunk auf einer Medienplattform/Benutzeroberfläche stattfindet. Der VAUNET begrüßt sehr, dass sich § 52 e Abs. 3 S.1 MStV-E auf den Rundfunk in seiner Gesamtheit und damit auch auf den Hörfunk erstreckt. Eine Beschränkung auf Start- oder Übersichtsseiten mit direkter Auswahlmöglichkeit für Inhalte reicht jedoch nicht aus. Zur Basisauffindbarkeit muss auch gehören, dass der Nutzer von jedem Ort/jeder Ebene der Plattform aus neutrale Navigationselemente bedienen kann, um auf die Vielfalt der auf der Medienplattform befindlichen Inhalte zugreifen zu können. Nur so kann verhindert werden, dass sich Medienplattformen nach der „Startseite“ auf Unterebenen den regulatorischen Vorgaben entziehen.</p> <p>Ausweislich der Rechtsprechung des BVerfG ist der Rundfunk für Meinungsvielfalt und damit für die Demokratie konstitutiv. Die Rundfunkfreiheit ist eine objektiv-rechtliche, eine „dienende Freiheit“ und der Gesetzgeber ist kontinuierlich aufgefordert, eine Rundfunkordnung zu installieren, die die Entwicklung und Bewahrung von Meinungsvielfalt sicherstellt. Vor dem Hintergrund der technischen Entwicklung (bzw. den bereits gewonnenen Erfahrungen) gehört dazu der wirksame Schutz des Rundfunks. Dieser ist nur dann gewährleistet, wenn es den Betreibern/Anbietern von Benutzeroberflächen untersagt wird, die Nutzung des Rundfunks faktisch auszuschließen, z. B. dadurch, dass eine Benutzeroberfläche auf der ersten Ebene keine Rundfunkangebote mehr anzeigt oder sog. „Overlays“ den Nutzer bei Aufruf der Benutzeroberfläche direkt auf eigene nonlineare Plattformen führen. Der Gemeinpflichtigkeit des privaten Rundfunks mit seinen vielen regulatorischen</p>

**[Innerhalb des Rundfunks haben die gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme, die Rundfunkprogramme, die Fensterprogramme (§ 25 Abs. 4) aufzunehmen haben, sowie die privaten Programme, die in besonderem Maß einen Beitrag zur Meinungs- und Angebotsvielfalt im Bundesgebiet leisten, leicht auffindbar zu sein.] Die gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme sind besonders hervorzuheben und leicht auffindbar zu machen, indem sie gebündelt abgebildet werden.**

**Werden Rundfunkprogramme abgebildet oder akustisch vermittelt, die Fensterprogramme (§ 25 Abs. 4) aufzunehmen haben, sind in dem Gebiet, für das die Fensterprogramme zugelassen oder gesetzlich bestimmt sind, die Hauptprogramme mit Fensterprogramm gegenüber dem ohne Fensterprogramm ausgestrahlten Hauptprogramm und gegenüber den Fensterprogrammen, die für anderer Gebiete zugelassen oder gesetzlich bestimmt sind, vorrangig darzustellen. Die Anbieter von Benutzeroberflächen haben sicherzustellen, dass Hörfunkprogramme, die nach**

Auflagen steht eine Verpflichtung des Gesetzgebers gegenüber, die Funktionsweise des dualen Systems zu garantieren.

Mit diesem noch zu diskutierenden Regelungsvorschlag für eine privilegierte Auffindbarkeit wird der privaten Angebots- und Anbietervielfalt im Fernsehen und Radio besser Rechnung getragen als im Vorschlag des MStV-E 2018.

Die unterschiedliche Regulierungsdichte von Inhalten, die auch nach Abschluss des Revisionsprozesses der AVMD-RL weiterhin existiert, konkurrieren zunehmend auf demselben Bildschirm. Der private Rundfunk muss somit in die Lage versetzt werden, sich im Wettbewerb mit anderen Anbietern im Markt unter geeigneten regulatorischen Voraussetzungen zu behaupten. Wegen der allgemeinen Vielfaltssicherung ist eine strukturell privilegierte Auffindbarkeit aller Rundfunksender gegenüber anderen Inhalteanbietern wichtig.

Damit nicht ausschließlich der öffentlich-rechtliche Rundfunk von einer besonderen Auffindbarkeit profitiert, indem die „vorderen“ Plätze allein schon durch seine Programme und Mediatheken belegt werden, ist es zwingend notwendig, dass diese nur in einem Bundle verfügbar gemacht und/oder zahlenmäßig beschränkt (z. B. auf landeseigene Dritte Programme) werden.

Aus Sicht des VAUNET sollte den nach Landesrecht zugelassenen Radiounternehmen als Pendant zum Must-Carry wegen ihrer Bedeutung für die Vielfalt und Ansprache der Zuhörer vor Ort per se eine besondere Auffindbarkeit zukommen, ohne einzelne gesetzliche Kriterien erfüllen zu müssen. Allzu oft ergeben sich diese Voraussetzungen bereits schon aus den jeweiligen

<p><b>Landesrecht zugelassen sind, ebenfalls leicht auffindbar gemacht werden und vorrangig darzustellen sind.</b></p>	<p>Landesmediengesetzen und erteilten Lizenzauflagen. Schon längst ist eine geobasierte Such- bzw. Filterfunktion (regionale Sendgebietslogik) möglich, um die Auswahl auf Benutzeroberflächen steuern und eine ausufernde Listenreihe vermeiden zu können. So existieren Such- und Darstellungsfunktionen sowohl auf Senderseite als auch z. B. auf radio.de. Im Idealfall erfolgt die Zuordnung automatisch in Abhängigkeit des Hörer-Standortes. Zudem kann der Hörer aktiv eine Auswahl über regionale Filter vornehmen. Für eine Bündelung der Radioangebote käme z. B. die Radioplayer-App in Betracht.</p>
<p><b>{(4) In einer Benutzeroberfläche vermittelten Telemedienangebote nach § 11d Abs. 1 oder vergleichbare Telemedienangebote privater Anbieter, die in besonderem Maß einen Beitrag zur Meinungs- und Angebotsvielfalt im Bundesgebiet leisten, oder softwarebasierte Anwendungen, die ihrer unmittelbaren Ansteuerung dienen, haben im Rahmen der Präsentation rundfunkähnlicher Telemedien oder Medienplattformen oder der softwarebasierten Anwendungen, die ihrer unmittelbaren Ansteuerung dienen, leicht auffindbar zu sein. Die Telemedienangebote nach § 11 d Abs. 1 sind besonders hervorzuheben und leicht auffindbar zu machen, indem sie gebündelt abgebildet werden.</b></p>	<p>S. Argumentation unter Abs. 3 S. 2.</p>
<p><b>(5) Die privaten Angebote im Sinne des Absatz 3 Satz 2 und Absatz 4 werden durch die Landesmedienanstalten für die Dauer von jeweils zwei Jahren bestimmt und in einer Liste im Onlineauftritt der Landesmedienanstalten veröffentlicht. In die Entscheidung sind folgende Kriterien einzubeziehen:</b></p> <p><b>1. der zeitliche Anteil an nachrichtlicher Berichterstattung über politisches und zeitgeschichtliches Geschehen,</b></p>	<p>Programme und Angebote, die z. B. Kriterien aus dem Katalog des Abs. 5 erfüllen und/oder zur Anbieter- und Angebotsvielfalt beitragen, sollen von einer privilegierten Auffindbarkeit profitieren. Essentiell ist dabei aus Sicht des VAUNET, dass alle privaten Anbieter von Rundfunkprogrammen die Chance haben, eine besondere Auffindbarkeit mittels der Kriterien zu erreichen (s. neuer Satz 3). Die vorgeschlagenen Kriterien sollten daher nicht additiv zu verstehen sein und zusätzlich um ein weiteres gesetzliches Kriterium „Beitrag zur Anbietervielfalt“ ergänzt werden.</p> <p>Programmen mit einer besonderen inhaltlichen Ausrichtung oder Zielgruppenorientierung sollte im Rahmen der Abbildung von Vielfalt auch ein besonderes Gewicht, vergleichbar dem Must-Carry auf infrastrukturgebundenen Medienplattformen, zukommen.</p>

**2. der zeitliche Anteil an regionalen und lokalen Informationen *und Inhalten*,**

**3. das Verhältnis zwischen eigen- und fremdproduzierten Programminhalten,**

**4. der Anteil an barrierefreien Angeboten,**

**5. das Verhältnis zwischen ausgebildeten und auszubildenden Mitarbeitern, die an der Programmerstellung beteiligt sind,**

**6. die Quote europäischer Werke,**

**7. der Anteil an Angeboten für junge Zielgruppen *oder und***

**8. der Beitrag zur Anbietervielfalt**

**Die Kriterien sind so auszugestalten, dass sie von allen privaten Anbietern geleistet werden können (Chancengleichheit).**

Die Landesmedienanstalten bestimmen unverzüglich Beginn und Ende einer Ausschlussfrist, innerhalb derer Anbieter schriftliche Anträge auf Aufnahme in die Liste stellen können. Beginn und Ende der Antragsfrist, das Verfahren und die wesentlichen Anforderungen an die Antragsstellung sind von den Landesmedienanstalten im Rahmen der Ausschreibung festzulegen; die Ausschreibung ist in geeigneter Weise zu veröffentlichen.}]

Für die besondere Auffindbarkeit sollten neben den Programmen aus Abs. 3 S. 2 und den Kriterien des Abs. 5 ebenfalls Programme in Betracht gezogen werden, die andere spezifische Zielgruppen ansprechen, wie z. B. Spartenprogramme mit dem Schwerpunkt Information oder andere (junge, innovative) Spartenprogramme.

Im Rahmen der Auswahl durch die Medienanstalten der nach Abs. 5 in Betracht zu ziehenden Programme könnten weitere Kriterien (z. B. besondere Jugendschutzvorkehrungen, Medienkompetenz, Filmförderung, Anteil an Live-Sendungen), strukturelle Voraussetzungen (z. B. Personal, Nachwuchsförderung, Ausbildung) oder Inhalte-Kategorien (z. B. Schwerpunkt auf Nachrichten, Kultur, Unterhaltung, Kinder- und Jugendliche, Kultur und Sport) zum Zuge kommen und damit die Auswahl für die besondere Auffindbarkeit konkretisieren. Meist handelt es sich dabei um Angebote, die erhöhten programmlichen Anforderungen unterliegen und deren Refinanzierbarkeit aus dem Markt erschwert ist.

Im Gegenzug sind v. a. eine angemessene vordere Platzierung bei der Listung zur besonderen Hervorhebung und leichten Auffindbarkeit und/oder ein(e) gesonderte(r) Button oder Kachel auf Benutzeroberflächen in Form des Zugangs zu allen dahinterliegenden Inhalten denkbar. Die Umsetzung bleibt dem Anbieter der Benutzeroberfläche überlassen.



<p><b>(6) Die Sortierung <del>oder</del>, Anordnung oder Abbildung von Angeboten oder Inhalten muss im konkreten Einzelfall auf einfache Weise und dauerhaft durch den Nutzer individualisiert werden können.</b></p>	<p>Im Rahmen der Ausnahmeregelung des Abs. 6 ist darauf zu achten, dass die Basisauffindbarkeit des Rundfunks gem. Abs. 3 nicht ad absurdum geführt wird, indem dem Nutzer z. B. bei der erstmaligen Systeminstallation dauerhaft eine „Abwahl des Rundfunks“ ermöglicht wird. Vergleichbar der Norm zur Signalintegrität schlägt der VAUNET eine Begrenzung des Anwendungsfalls auf den konkreten Einzelfall vor, siehe auch Begründung zu § 52 a Abs. 4 RStV-E.</p>
<p><b>(7) Der Anbieter einer Benutzeroberfläche hat der zuständigen Landesmedienanstalt die Sortierung, Anordnung oder Abbildung vor Inbetriebnahme anzuzeigen und darzulegen, wie den Anforderungen der Abs. 2 bis 5 entsprochen werden soll. Anzeigen haben spätestens einen Monat im Voraus zu erfolgen. Die zuständige Landesmedienanstalt macht die Anzeige in geeigneter Weise öffentlich bekannt. Sie gibt interessierten Parteien Gelegenheit, innerhalb einer gesetzten Frist Stellung zu nehmen. Bei Änderung gelten die Sätze 1 bis 4 entsprechend.</b></p>	<p>Aufgrund der großen Bedeutung z. B. der LCN-Listen für die diskriminierungsfreie Auffindbarkeit von Programmen ist über die Veröffentlichung der Liste hinaus eine weitergehende Regulierung in Gestalt einer größeren Beteiligung der Sender notwendig. Änderungen der LCN-Listung sollten stets anzeigepflichtig sein. Zudem sollten alle Programmanbieter, die durch eine Änderung der LCN-Listung betroffen sind, die Möglichkeit haben, individuell hierzu Stellung zu nehmen. Dabei würde es aufgrund der großen Anzahl der Betroffenen genügen, die Anzeige auf der Website der Landesmedienanstalten zu veröffentlichen und den Betroffenen eine angemessene Frist zur Stellungnahme zu gewähren.</p>
<p><b>(7 8) Absatz 2 Satz 3 sowie die Absätze 3, 4 und 6 gelten für Benutzeroberflächen nicht, soweit der Anbieter nachweist, dass eine auch nachträgliche Umsetzung technisch nicht oder nur mit unverhältnismäßigem Aufwand möglich ist.</b></p>	<p>Die Ausnahme bzw. die Befreiung von Abs. 2 und 4 reicht zu weit. Für Altgeräte mag es nachvollziehbar sein, dass diese die Listenkriterien nicht erfüllen können. Auf Neugeräte wird dies kaum zutreffen. Möglicherweise sollte hier eine Stichtagsregelung für Altgeräte-Generationen eingezo-gen werden.</p>
<p><b>(8 9) Die Einzelheiten der Absätze 2 bis 6 regeln die Landesmedienanstalten durch Satzungen und Richtlinien.</b></p>	
<p><b>§ 52 f Transparenz</b></p>	
<p><b>Die einer Medienplattform oder Benutzeroberfläche zugrunde liegenden Grundsätze für die Auswahl von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien und Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 und für ihre Organisation sind vom Anbieter transparent zu machen. Dies umfasst die Kriterien, nach denen Inhalte sortiert, angeordnet und abgebildet werden, wie die Sortierung oder Anordnung von</b></p>	

<p>Inhalten durch den Nutzer individualisiert werden kann und nach welchen grundlegenden Kriterien <b>und verwendeten Metadaten</b> Empfehlungen <b>und Suchsysteme</b> erfolgen und unter welchen Bedingungen Rundfunk oder rundfunkähnliche Telemedien entsprechend § 52 a Abs. 3 Buchst. b nicht in ihrer ursprünglichen Form dargestellt werden. Informationen hierzu sind den Nutzern <b>und Anbietern von Rundfunkprogrammen und rundfunkähnlichen Telemedien</b> in leicht erkennbarer, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbarer Weise zur Verfügung zu stellen.</p>	<p>S. VAUNET-Position MStV-E 2018.</p>
<p><b>§ 52 g Vorlage von Unterlagen, Zusammenarbeit mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation</b></p>	
<p>(1) Anbieter von <b>Medienplattformen und Benutzeroberflächen</b> sind verpflichtet, die erforderlichen <b>Informationen und</b> Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen <b>unverzüglich</b> vorzulegen. §§ 21, <b>22 und</b> 24 gelten entsprechend.</p>	
<p>(2) Ob ein Verstoß gegen § 52c Abs. <b>2</b> Nr. 1, 2 <b>oder 4</b> oder § 52 d <b>Abs. 2</b> vorliegt, entscheidet bei <b>Anbietern von Medienplattformen</b>, die zugleich Anbieter der Telekommunikationsdienstleistung sind, die zuständige Landesmedienanstalt im Benehmen mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation.</p>	
<p><b>(3) Anbieter von Medienplattformen oder Benutzeroberflächen haben auf Nachfrage gegenüber Anbietern von Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien und Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 die tatsächliche Sortierung, Anordnung und Abbildung von Angeboten und Inhalten, die Verwendung ihrer Metadaten sowie im Rahmen eines berechtigten Interesses Zugangsbedingungen nach § 52 d Abs. 1 mitzuteilen.</b></p>	

<p><b>§ 52 h Maßnahmen durch die zuständige Landesmedienanstalt</b></p>	
<p><b>(1)</b> Verstößt ein <b>Anbieter einer Medienplattform, oder ein Anbieter einer Benutzeroberfläche oder ein sonstiger Dritter</b> gegen die Bestimmungen dieses Staatsvertrages oder des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages <b>trifft die zuständige Landesmedienanstalt die erforderlichen Maßnahmen; § 38 Abs. 2 Satz 2 und 3 gilt entsprechend. Für die Rücknahme oder den Widerruf von Zuweisungen gilt § 38 Abs. 3 bis 5. Für Untersagungen und Sperren gilt § 59 Abs. 3 Satz 3 bis 7, Abs. 4 und Abs. 5 entsprechend.</b></p>	<p>Spiegelbildlich zu § 52 a Abs. 2 und 3 MStV-E wird eine verfahrensrechtliche Zuständigkeit der Medienanstalten begründet. Durch die vorgeschlagenen Änderungen in § 52 a Abs. 2, 3 sowie § 52 h Abs. 1 MStV-E wird eine originäre rundfunkrechtliche Verpflichtung statuiert, die die Aufsicht mit entsprechenden Durchsetzungsbefugnissen ausstattet.</p>
<p><b>(2)</b> Im Hinblick auf die Anforderungen der §§ 52 b bis 52 f sind Anbieter von Medienplattformen oder Benutzeroberflächen <b>berechtigt, bei der zuständigen Landesmedienanstalt einen Antrag auf Unbedenklichkeit zu stellen. Die Bestätigung der Unbedenklichkeit kann mit Nebenbestimmungen versehen werden.</b></p>	
<p><b>§ 53 Satzungen, Richtlinien</b></p>	
<p>Die Landesmedienanstalten regeln durch Satzungen und Richtlinien Einzelheiten zur Konkretisierung der sie betreffenden Bestimmungen dieses Abschnitts mit Ausnahme des § 51. Dabei ist die Bedeutung für die öffentliche Meinungsbildung für den Empfängerkreis in Bezug auf den jeweiligen Übertragungsweg, <b>die jeweilige Medienplattform oder die jeweilige Benutzeroberfläche</b> zu berücksichtigen.</p>	
<p><b>§ 53 b Bestehende Zulassungen, Zuordnungen, Zuweisungen, Anzeige von bestehenden Medienplattformen oder Benutzeroberflächen</b></p>	

<p>(1) Bestehende Zulassungen, Zuordnungen und Zuweisungen für bundesweite Anbieter gelten bis zu deren Ablauf fort. Bestehende Zulassungen und Zuweisungen für Fensterprogrammveranstalter sollen bis zum 31. Dezember 2009 unbeschadet von Vorgaben des § 25 Abs. 4 Satz 4 verlängert werden.</p>	
<p>(2) Anbieter von <b>Medienplattformen</b>, die bei Inkrafttreten dieses Staatsvertrages bereits in Betrieb sind, müssen die Anzeige nach § 52 Abs. 3 spätestens sechs Monate nach Inkrafttreten dieses Staatsvertrages stellen.</p>	
<p><b>VI. Abschnitt – Medienintermediäre</b></p>	
<p><b>§ 53 c Anwendungsbereich</b></p>	
<p><b>(1) Die Regelungen dieses Abschnitts gelten für Medienintermediäre im Sinne des § 2 Nr. 13 b. Dies gilt auch dann, wenn die intermediäre Funktion in die Angebote Dritter eingebunden wird (integrierter Intermediär).</b></p>	<p>Im Vergleich zu den vorherigen Abschnitten zu Medienplattformen und Benutzeroberflächen werden Intermediäre weiterhin nur sehr übergeordnet einer Regulierung unterzogen. Ein medien spezifisches Diskriminierungsverbot im neuen MStV steht nach wie vor, wie es der Klammerzusatz deutlich macht, in Frage. Der VAUNET bleibt dabei, dass somit in Sachen Vielfaltsregulierung mit zweierlei Maßen gemessen wird. Marktdominante, monopolartige globale Player würden allenfalls einer Transparenzverpflichtung unterzogen, während hingegen Medienplattformen und Benutzeroberflächen sich zu Recht an Grundprinzipien wie Anbieter-/Angebotsvielfalt, Diskriminierungsfreiheit, Chancengleichheit, Zugang und Auffindbarkeit messen lassen müssten.</p> <p>Im Hinblick auf Medienintermediäre müssen zwei Aspekte klargestellt werden. Zum einen können sie bei entsprechender Ausgestaltung der Plattform auch der Definition der Medienplattform zugeordnet werden. Zum anderen sind auf Medienintermediäre ebenfalls die Regelungen zu Benutzeroberflächen anwendbar.</p>
<p><b>(2) Mit Ausnahme des § 53 f gelten sie nicht für Medienintermediäre, die</b></p>	<p>Der Ansatz, Ausnahmen für bestimmte Formen von Medienintermediären vorzusehen, um einem überschießenden Anwendungsbereich entgegenzuwirken, ist verständlich. Allerdings stellt sich gerade hinsichtlich der gewählten „De-minimis“-Schwelle die Frage, auf welcher empirischen Basis der Schwellenwert festgelegt wurde. Im Vergleich zum Marktanteil eines kleineren Senders, dessen</p>

<p><b>1. im Durchschnitt der letzten sechs Monate in der Bundesrepublik Deutschland weniger als eine Million Nutzer pro Monat erreichen,</b></p> <p><b>2. ausschließlich auf die Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten mit Bezug zu Waren oder Dienstleistungen spezialisiert sind oder</b></p> <p><b>3. ausschließlich privaten oder familiären Zwecken dienen.</b></p>	<p>Reichweite unter einer Millionen Zuschauer liegen kann, ist z. B. keine Freistellung von der Rundfunkregulierung vorgesehen.</p> <p>Außerdem bieten sich Schlupflöcher für Medienintermediäre. Diese können sich etwa durch die Spezialisierung auf „die Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten mit Bezug zu Waren oder Dienstleistungen“ einer vielfaltssichernden Regulierung entziehen, selbst wenn andere Elemente der ansonsten auf die Warenvermittlung spezialisierten Plattformen lupenreine Medienplattformen darstellen. Hier bleibt es bei der Kernforderung des VAUNET, dass auch Teile eines Intermediärs, der nicht Medienintermediär sein muss, auch eine Medienplattform oder zumindest eine Benutzeroberfläche darstellen können (können müssen).</p>
<p><b>(3) Anbieter von Medienintermediären haben im Inland einen Zustellungsbevollmächtigten zu benennen und auf ihrem Angebot in leicht erkennbarer und unmittelbar erreichbarer Weise auf ihn aufmerksam zu machen. An diese Person können Zustellungen in Verfahren nach § 49 bewirkt werden. Das gilt auch für die Zustellung von Schriftstücken, die solche Verfahren einleiten oder vorbereiten.</b></p>	<p>Die Etablierung eines inländischen Zustellungsbevollmächtigten ist im Sinne der Transparenz und einer effektiven Rechtsdurchsetzung zu begrüßen.</p>
<p><b>§ 53 d Transparenz</b></p>	
<p><b>(1) Anbieter von Medienintermediären haben zur Sicherung der Meinungsvielfalt nachfolgende Informationen leicht wahrnehmbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:</b></p> <p><b>1. Die Kriterien, die über den Zugang eines Inhalts zu einem Medienintermediär und über den Verbleib entscheiden,</b></p> <p><b>2. die zentralen Kriterien einer Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten und ihre Gewichtung</b></p>	<p>Die hier benannten Transparenzregeln bewertet der VAUNET als einen ersten Schritt, um die Funktionsweise der Anbieter von Medienintermediären ersichtlicher zu machen. Sie stellen aber allenfalls Minimalkriterien dar und scheinen ob ihrer Generalität nur bedingt geeignet, den besonderen präventiven Schutzbedürfnissen von Audio- und AV-Anbietern, gerade im Hinblick auf Anbieter- und Angebotsvielfalt sowie die Frage der Auffindbarkeit, ausreichend Rechnung zu tragen. Im Vergleich zur Regulierung von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien und Medienplattformen ist die Regulierung der Medienintermediäre oberflächlich und nicht trennscharf. Die Bedeutung von Medienintermediären bei der Auffindung von Inhalten nimmt stetig zu, sodass eine dahinter zurückfallende Regulierung nicht zukunftsträchtig ist.</p>

<p>einschließlich Informationen über die Funktionsweise der eingesetzten Algorithmen in verständlicher Sprache.</p>	
<p>(2) Änderungen der in Absatz 1 genannten Kriterien sowie der Ausrichtung nach Absatz 3 sind unverzüglich in derselben Weise kenntlich zu machen.</p>	
<p>(3) Anbieter von Medienintermediären, die eine thematische Spezialisierung aufweisen, sind dazu verpflichtet, diese Spezialisierung durch die Gestaltung ihres Angebots kenntlich zu machen. § 53 c Abs. 2 Nr. 2 bleibt unberührt.</p>	
<p>(4) Anbieter von Medienintermediären, die soziale Netzwerke anbieten, haben dafür Sorge zu tragen, dass Telemedien im Sinne von § 55 Abs. 3 gekennzeichnet werden.</p>	<p>Im Sinne der besonderen Stellung von Medienintermediären und um das Transparenzgebot bestmöglich umzusetzen, erscheint die hier statuierte Sorgfaltspflicht zielführend.</p>
<p>(5) Jede Landesmedienanstalt kann gegenüber der nach § 36 Abs. 1 zuständigen Landesmedienanstalt Verstöße nach den Absätzen 1 bis 4 anzeigen.</p>	
<p><b>§ 53e Diskriminierungsfreiheit</b></p>	
<p>(1) Zur Sicherung der Meinungsvielfalt dürfen Medienintermediäre journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote, auf deren Wahrnehmbarkeit sie potentiell besonders hohen Einfluss haben, weder mittelbar noch unmittelbar unbillig behindern oder ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandeln. <b>§ 52 e Abs. 1; 2 S. 1, 2. Hs.; 3 MStV-E gilt entsprechend.</b></p>	<p>Bei der Intermediärsregulierung ist immer noch unklar, ob es für Medienintermediäre (Aggregation, Selektion, allgemeine Zugänglichmachung auch journalistisch-redaktioneller Angebote Dritter) neben Transparenzanforderungen überhaupt ein Diskriminierungsverbot geben wird bzw. ob ein solches nur auf Medienintermediäre mit <u>potentiell besonders hohem Einfluss</u> auf die Nutzung journalistisch-redaktionell gestalteter Angebote beschränkt bleibt. Der VAUNET bedauert, dass die Länder immer noch keine Entscheidung zugunsten eines Diskriminierungsverbots im MStV-E getroffen haben. Seinerzeit hatte sich die Bund-Länder-Kommission für ein medienspezifisches Diskriminierungsverbot ausgesprochen. Rundfunk unterliegt nach wie vor einem engmaschigen Regulierungssystem. Die Rolle und (verfassungsrechtliche) Bedeutung des Rundfunks (Aktualität, Breitenwirkung, Suggestivkraft) wird z. B. im Zuge der Diskussionen zur Modernisierung des Medienkonzentrationsrechts (Prüfung vorherrschende Meinungsmacht Rundfunk weiterhin erforderlich) allzu gerne hervorgehoben. Der VAUNET kann nicht nachvollziehen, warum diese Bedeutung des Rundfunks gegenüber Medienintermediären keine Rolle spielen bzw. gegenüber</p>

	<p>Medienplattformen eine andere sein soll. Medienintermediäre würden insoweit gegenüber Medienplattformen und Benutzeroberflächen erheblich privilegiert, indem keine vergleichbaren Maßstäbe gelten sollen. Bei Medienintermediären handelt es sich nicht selten um wesentlich marktmächtigere Player. Es besteht daher nicht im Geringsten ein begründeter Anlass, Medienintermediäre aus der Medienregulierung zu entlassen. Auch sie müssen unter dem Blickwinkel der Anbieter- und Angebotsvielfalt für eine medienrechtliche Regulierung in Betracht gezogen werden. Insoweit sollte der § 53 e RStV-E unbedingt „entklammert“ werden.</p> <p>Über § 53 c Abs. 2 MStV-E sollen ohnehin diejenigen Medienintermediäre von der Regulierung ausgenommen werden, die keinen oder nur geringen Einfluss auf die Medien- und Meinungsvielfalt haben.</p>
<p><b>(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.</b></p>	<p>Aufgrund des nicht abschließenden Charakters des Diskriminierungstatbestands („insbesondere“) erscheint dieser im Sinne einer Minimum-Regulierung ausreichend, aber auch ausgestaltungsbedürftig. Voraussetzung für eine Diskriminierung nach § 53 e Abs. 2 MStV-E soll insbesondere ein <u>bewusstes und zielgerichtetes</u> Abweichen von den allgemeinen Regeln der Aggregation, Selektion und Präsentation oder zu Lasten eines bestimmten Inhaltes sein. Die Schwierigkeiten einer Darlegungslast und -möglichkeit von potentiell hohem Einfluss sowie eines „vorsätzlichen“ Abweichens auf Basis unbestimmter Rechtsbegriffe liegen auf der Hand. Aus Sicht des VAUNET sollten die Benutzeroberflächenregelungen des § 52 e Abs. 1; 2 S. 1, 2. Hs.; 3 MStV-E daher nicht nur an das Vorliegen einer Medienplattform, sondern auch an Medienintermediäre anknüpfen. Im Wege der Satzungscompetenz der Medienanstalten aus § 53 g MStV-E sollte versucht werden, die genannten Begriffe näher auszugestalten.</p>
<p><b>[(3) Der Verstoß gegen die Pflichten nach Absatz 1 kann nur von dem betroffenen Anbieter journalistisch-redaktioneller Inhalte bei der zuständigen Landesmedienanstalt geltend gemacht werden.]</b></p>	<p>Im Gegensatz zur vorherigen Fassung steht Abs. 3 jetzt unerklärlicherweise in Klammern. S. hierzu auch die Änderung unter § 53 f Abs. 2 (neu).</p> <p>Sollte eine Medienanstalt Anhaltspunkte für das Vorliegen einer Diskriminierung bei einem Medienintermediär erhalten, sollte sie in die Lage versetzt werden, auch von Amts wegen prüfen zu können.</p>
<p><b>(4) § 58 Abs. 1 Satz 1 bleibt unberührt.]</b></p>	<p>Unternehmenseigene Inhalte sollten durchgängig als solche (oder als Anzeige oder Werbung) gekennzeichnet werden müssen. Ein reines Trennungsgebot reicht hier nicht aus.</p>

<p><b>§ 53 f Vorlage von Unterlagen, Maßnahmen bei Verstößen</b></p>	
<p><b>(1) Anbieter von Medienintermediären sind verpflichtet, die erforderlichen Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen vorzulegen. §§ 22 und 24 gelten entsprechend.</b></p> <p><b>(2) Verstößt ein Anbieter eines Medienintermediärs gegen die Bestimmungen der §§ 53c bis 53g, trifft die zuständige Landesmedienanstalt die erforderlichen Maßnahmen; [§ 59 Abs. 2 und Abs. Satz 1 bis 2 gilt insofern nicht;] § 38 Abs. 2 Satz 2 und 3 gilt entsprechend. Für Untersagungen und Sperren gilt § 59 Abs. 3 Satz 3 bis 7 und Abs. 4 entsprechend.</b></p>	<p>Medienintermediäre sind nach § 2 Abs. 2 Nr. 13 b MStV-E Telemedien. Daher gelten grundsätzlich auch ohne besondere Regelung die Aufsichtsbefugnisse nach § 59 RStV. Die dortige Regelung beißt sich aber mehrfach mit den materiellen Regelungen des Entwurfs:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nach § 36 Abs. 2 Nr. 6 a MStV-E sollen die ZAK und damit jedenfalls die Landesmedienanstalten für die Aufsicht über Medienintermediäre zuständig sein. Nach § 59 Abs. 2 RStV wird die Einhaltung der Bestimmungen für Telemedien aber durch „nach Landesrecht bestimmte Aufsichtsbehörden“ überwacht, also gerade nicht zwingend durch die Landesmedienanstalten.</li> <li>- Verstöße gegen das Diskriminierungsverbot aus § 53 e Abs. 1 MStV-E sollen nach § 53e Abs. 3 MStV-E nur durch den Anbieter der betroffenen Inhalte gegenüber der Landesmedienanstalt geltend gemacht werden können. Fraglich ist, ob solche Verstöße nicht auch von Amts wegen verfolgbar sein sollten. In § 59 Abs. 5 RStV werden die Aufsichtsbefugnisse aber gerade für Fälle mit Drittbetroffenheit eingeschränkt.</li> </ul> <p>Der VAUNET würde deshalb auch für den Bereich der §§ 53 c ff. MStV-E noch eine ausdrückliche Regelung vorschlagen. Der Vorschlag orientiert sich dabei an § 52 h MStV-E (derzeit noch § 52 f. RStV), wobei man dabei § 59 Abs. 5 RStV aus Gründen der Stringenz aussparen sollte.</p>
<p><b>§ 53 g Satzungsbefugnis</b></p>	
<p><b>Die Landesmedienanstalten regeln durch Satzung und Richtlinien Einzelheiten zur Konkretisierung der sie betreffenden Bestimmungen dieses Abschnitts und der Definition des Medienintermediärs in § 2 Nr. 13 a. Dabei</b></p>	<p>Die Statuierung einer Satzungsbefugnis hält der VAUNET für angezeigt, um auch untergesetzlich auf neue Entwicklungen zeitnah reagieren zu können.</p>



ist die Orientierungsfunktion der Intermediäre für die jeweiligen Nutzerkreise zu berücksichtigen.	
<b>§ 53 h Aufsicht</b>	
Für die Aufsicht über die Bestimmungen dieses Abschnitts gilt § 36. Eine abweichende Regelung im Landesrecht ist nicht zulässig. § 59 bleibt unberührt.	
<b>VII. Abschnitt – Video-Sharing-Dienste</b>	
<b>§ 53 i Anwendungsbereich</b>	
Dieser Abschnitt gilt für Video-Sharing-Dienste im Sinne von § 2 Abs. 2 Nr. 14e. Die Anforderungen nach dem V., VI. und VIII. Abschnitt bleiben unberührt.	
<b>§ 53 j Werbung</b>	
<b>(1) Für Werbung in Video-Sharing-Diensten gelten § 7 Abs. 1, Abs. 3 Satz 1 und 2, Abs. 7 und 10 sowie §§ 8, 58 Abs. 2 sowie § 6 Abs. 2 und 7 des Jugendmedienschutzstaatsvertrages.</b>	
<b>(2) Der Anbieter eines Video-Sharing-Dienstes hat sicherzustellen, dass Werbung, die von ihm vermarktet, verkauft oder zusammengestellt wird, den Maßgaben des Absatz 1 entspricht.</b>	
<b>(3) Der Anbieter eines Video-Sharing-Dienstes hat nachfolgende Maßnahmen zu ergreifen, um sicherzustellen, dass Werbung die nicht von ihm selbst vermarktet, verkauft oder zusammengestellt wird, die Maßgaben des Absatz 1 erfüllt:</b>	

<p><b>1. Einrichtung eines Verfahrens zur Meldung von Nutzerbeschwerden nach § 10 a des Telemediengesetzes,</b></p> <p><b>2. Aufnahme und Umsetzung von Bestimmungen in seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die zur Einhaltung der Maßgaben des Absatz 1 verpflichten,</b></p> <p><b>3. Bereitstellung einer Funktion nach § 6 Abs. 3 des Telemediengesetzes.</b></p>	
<p><b>§ 53 k Aufsicht, Schlichtungsstelle</b></p>	
<p><b>(1) Für die Aufsicht über die Bestimmungen dieses Abschnitts sowie die für Video-Sharing-Dienste geltenden Bestimmungen des Telemediengesetzes gilt § 36. Eine abweichende Regelung im Landesrecht ist nicht zulässig. § 59 bleibt unberührt.</b></p>	
<p><b>(2) Anbieter eines Video-Sharing-Dienstes haben im Inland einen Zustellungsbevollmächtigten zu benennen und in ihrem Angebot in leicht erkennbarer und unmittelbar erreichbarer Weise auf ihn aufmerksam zu machen. An diese Person können Zustellungen in Verfahren nach § 49 bewirkt werden. Das gilt auch für die Zustellung von Schriftstücken, die solche Verfahren einleiten oder vorbereiten.</b></p>	
<p><b>(3) Die Landesmedienanstalten richten eine gemeinsame Stelle ein für die Schlichtung von Streitigkeiten zwischen den Beschwerdeführern oder von der Beschwerde betroffenen Nutzern und Anbietern von Video-Sharing-Diensten über Maßnahmen, die Anbieter von Video-Sharing-Diensten im Verfahren nach §§ 53 j Abs. 3</b></p>	

<p>Nr. 1 sowie den §§ 10a und b des Telemediengesetzes getroffen oder unterlassen haben.</p>	
<p>(4) Die Landesmedienanstalten regeln die weiteren Einzelheiten über die Organisation, das Schlichtungsverfahren und die Kostentragung in einer im Internet zu veröffentlichen gemeinsamen Satzung.</p>	
<p><b>VIII. Abschnitt – Telemedien</b></p>	
<p><b>§ 55 Informationspflichten und Informationsrechte</b></p>	
<p>(1) Anbieter von Telemedien, die nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, haben folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:</p> <p>1. Namen und Anschrift sowie</p> <p>2. bei juristischen Personen auch Namen und Anschrift des Vertretungsberechtigten.</p> <p><b>[Anbieter fernsehähnlicher Telemedien haben die Angaben nach Satz 1 der jeweils zuständigen Aufsichtsbehörde mitzuteilen.]</b></p>	
<p>(3) <b>Anbieter von Telemedien in sozialen Netzwerken sind verpflichtet, bei mittels eines Computerprogramms automatisch erstellten Inhalten oder Mitteilungen den Umstand der Automatisierung kenntlich zu machen, sofern das hierfür verwandte Nutzerkonto seinem äußeren Erscheinungsbild nach für die Nutzung durch natürliche Personen bereitgestellt wurde. Dem geteilten Inhalt oder der Mitteilung ist der Hinweis gut lesbar bei- oder</b></p>	<p>Fake News und Desinformationen, wie sie insbesondere über automatisierte Postings via „Bot“-Systeme online gestreut werden, sind zweifelsohne eine Gefahr für pluralistische Mediendemokratien. Im März 2018 hat die EU-Kommission mit ihrem Eurobarometer festgestellt, dass Bürgerinnen und Bürger den klassischen Informationsmedien am ehesten trauen (Radio 70 %, TV 66%, Print 63 %) und gleichzeitig die Onlinequellen das geringste Vertrauen genießen (Social Network 26 %). Gleichzeitig steigt die Nutzung der Onlinemedien insbesondere in der jüngeren Zielgruppe auch zu Informationszwecken, wie u. a. der Digital News Survey vom Reuters Institute nachweist. Der Anteil der 18- bis 24-Jährigen, die soziale Medien und Blogs als Hauptquelle nutzten, ist auf 23 Prozent</p>

<p><b>voranzustellen, dass diese unter Einsatz eines das Nutzerkonto steuernden Computerprogrammes automatisiert erstellt und versandt wurde. Ein Erstellen im Sinne dieser Vorschrift liegt nicht nur vor, wenn Inhalte und Mitteilungen unmittelbar vor dem Versenden automatisiert generiert werden, sondern auch, wenn bei dem Versand automatisiert auf einen vorgefertigten Inhalt oder eine vorprogrammierte Mitteilung zurückgegriffen wird.</b></p>	<p>angestiegen, 2016 waren es noch 16 Prozent. Bei der Frage nach Bekämpfung von Fake News spielen soziale Medien folglich eine Schlüsselrolle. Die EU-Kommission hat daher die Frage aufgeworfen, wie Fake News effektiv bekämpft werden können. Transparenz darüber zu schaffen, ob hinter einer Online-Äußerung tatsächlich ein Mensch steckt oder aber eine Maschine/ein Bot, halten wir für einen ersten zielführenden Schritt, weshalb die Klammern entfallen sollten.</p>
<p><b>(4)</b> Für Anbieter von Telemedien nach Absatz 2 Satz 1 gilt § 9 a entsprechend.</p>	
<p><b>§ 58 Werbung, Sponsoring, rundfunkähnliche Telemedien, Gewinnspiele</b></p>	
<p>(1) Werbung muss als solche klar erkennbar und vom übrigen Inhalt der Angebote eindeutig getrennt sein. In der Werbung dürfen keine unterschweligen Techniken eingesetzt werden.</p>	
<p><b>(2) Bei Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art muss auf die Person des Werbenden in angemessener Weise deutlich hingewiesen werden. § 8 Abs. 1 Satz 2 gilt entsprechend. Im unmittelbaren Umfeld von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien ist Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art unzulässig.</b></p>	
<p><b>(3)</b> Für Sponsoring bei Fernsehtext gilt § 8 entsprechend.</p>	
<p><b>(4)</b> Für Werbung in rundfunkähnlichen Telemedien gelten § 7 Abs. 1, Abs. 3 Satz 1 und 2, Abs. 7, 9 und 10 und § 8 entsprechend. Für Angebote nach § 2 Abs. 3 Nr. 5 gelten zusätzlich die §§ 4 bis 6, 7a und 45 entsprechend.</p>	

<p><b>(5) Für fernsehähnliche Telemedien gilt zusätzlich § 3 Abs. 2 und 3 entsprechend.</b></p>	
<p>(6) Für Gewinnspiele in vergleichbaren Telemedien (Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind) gilt § 8a entsprechend.</p>	
<p><b>(7) Zur Darstellung der Vielfalt im deutschsprachigen und europäischen Raum und zur Förderung von europäischen Film- und Fernsehproduktionen stellen Anbieter fernsehähnlicher Telemedien sicher, dass der Anteil europäischer Werke <i>entsprechend dem europäischen Recht</i> in ihren Katalogen mindestens 30 vom Hundert entspricht. Satz 1 gilt nicht für Anbieter fernsehähnlicher Telemedien, die gleichzeitig als Fernsehveranstalter von § 6 ausgenommen sind, für Anbieter fernsehähnlicher Telemedien mit geringen Umsätzen oder geringen Zuschauerzahlen oder wenn dies wegen der Art oder des Themas des fernsehähnlichen Telemediums undurchführbar oder ungerechtfertigt ist. Werke nach Satz 1 sind in den Katalogen herauszustellen. Die Landesmedienanstalten regeln die Einzelheiten zur Durchführung der Sätze 1 bis 3 durch eine gemeinsame Satzung.</b></p>	
<p><b>§ 59 Aufsicht</b></p>	
<p>(3) Stellt die jeweils zuständige Aufsichtsbehörde einen Verstoß gegen die Bestimmungen mit Ausnahme der § 54, § 55 Abs. 2 <b>bis 4</b>, § 56, § 57 Abs. 2 oder der Datenschutzbestimmungen des Telemediengesetzes fest, trifft sie die zur Beseitigung des Verstoßes erforderlichen Maßnahmen gegenüber dem Anbieter. Sie kann insbesondere Angebote untersagen und deren Sperrung anordnen. Die Untersagung darf nicht erfolgen, wenn die Maßnahme</p>	

<p>außer Verhältnis zur Bedeutung des Angebots für den Anbieter und die Allgemeinheit steht. Eine Untersagung darf nur erfolgen, wenn ihr Zweck nicht in anderer Weise erreicht werden kann. Die Untersagung ist, soweit ihr Zweck dadurch erreicht werden kann, auf bestimmte Arten und Teile von Angeboten oder zeitlich zu beschränken. Bei journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen ausschließlich vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben werden, ist eine Sperrung nur unter den Voraussetzungen des § 97 Abs. 5 Satz 2 und des § 98 der Strafprozessordnung zulässig. Die Befugnisse der Aufsichtsbehörden zur Durchsetzung der Vorschriften der allgemeinen Gesetze und der gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre bleiben unberührt.</p>	
<p>(6) Für den Vollzug dieses Abschnitts ist die Aufsichtsbehörde des Landes zuständig, in dem der betroffene Anbieter seinen Sitz, Wohnsitz oder in Ermangelung dessen seinen ständigen Aufenthalt hat. <b>Soweit ein Verantwortlicher benannt ist, gilt Satz 1 entsprechend.</b> Ergibt sich danach keine Zuständigkeit, so ist diejenige Aufsichtsbehörde zuständig, in deren Bezirk der Anlass für die Amtshandlung hervortritt.</p>	
<p><b>VIII. Abschnitt - Übergangs- und Schlussvorschriften</b></p>	

<p><b>JMStV-Konsultationsfassung 3. Juli 2019</b> <i>mit Änderungsvorschlägen des VAUNET in kursiv</i></p>	<p><b>Anmerkungen VAUNET</b></p>
<p><b>I. Abschnitt – Allgemeine Vorschriften</b></p>	
<p><b>§ 2 Geltungsbereich</b></p>	
<p>(1) Dieser Staatsvertrag gilt für Rundfunk und Telemedien im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages. <b>Die Vorschriften dieses Staatsvertrages gelten auch für Anbieter, die ihren Sitz nach den Vorschriften des Telemediengesetzes des Bundes sowie des Rundfunkstaatsvertrages nicht in Deutschland haben, soweit die Angebote zur Nutzung in Deutschland bestimmt sind. Hiervon ist auszugehen, wenn sie sich in der Gesamtschau, insbesondere durch die verwendete Sprache, die angebotenen Inhalte oder Marketingaktivitäten, an Nutzer in der Bundesrepublik Deutschland richten oder in der Bundesrepublik Deutschland einen nicht unwesentlichen Teil ihrer Refinanzierung erzielen. Satz 2 gilt nicht für Anbieter von Video-Sharing-Diensten, die ihren Sitz nach den Vorschriften des Telemediengesetzes des Bundes in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union haben.</b></p>	
<p>(2) Das Telemediengesetz und die für Telemedien anwendbaren Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages bleiben unberührt.</p>	
<p><b>§ 3 Begriffsbestimmung</b></p>	
<p><b><i>(1) Kind im Sinne dieses Staatsvertrages ist, wer noch nicht 14 Jahre, Jugendlicher, wer 14 Jahre, aber noch nicht 18 Jahre alt ist.</i></b></p>	

<p><b>(2)</b> Im Sinne dieses Staatsvertrages sind</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. „Angebote“ Sendungen oder Inhalte von Telemedien,</li> <li>2. „Anbieter“ Rundfunkveranstalter oder Anbieter von Telemedien.</li> </ol>	
<p><b>(3) Im Übrigen gelten die Begriffsbestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages.</b></p>	
<p><b>§ 5 Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote</b></p>	
<p>(1) Sofern Anbieter Angebote, die geeignet sind, die Entwicklung von Kindern oder Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen, verbreiten oder zugänglich machen, haben sie dafür Sorge zu tragen, dass Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufen sie üblicherweise nicht wahrnehmen. Die Altersstufen sind:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ab 6 Jahren,</li> <li>2. ab 12 Jahren,</li> <li>3. ab 16 Jahren,</li> <li>4. ab 18 Jahren.</li> </ol>	
<p>(2) Bei Angeboten wird die Eignung zur Beeinträchtigung der Entwicklung im Sinne von Absatz 1 vermutet, wenn sie nach dem Jugendschutzgesetz für Kinder oder Jugendliche der jeweiligen Altersstufe nicht freigegeben sind. Satz 1 gilt entsprechend für Angebote, die mit dem bewerteten Angebot im Wesentlichen inhaltsgleich sind. Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) bestätigt auf Antrag die Altersbewertungen, die durch eine anerkannte Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle vorgenommen wurden. Für die Prüfung durch die KJM gilt</p>	



<p>§ 20 Abs. 3 Satz 1 und Abs. 5 Satz 2 entsprechend. Von der KJM bestätigte Altersbewertungen von anerkannten Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle sind von den obersten Landesjugendbehörden für die Freigabe und Kennzeichnung inhaltsgleicher oder im Wesentlichen inhaltsgleicher Angebote nach dem Jugendschutzgesetz zu übernehmen.</p>	
<p>(3) Der Anbieter kann seiner Pflicht aus Absatz 1 dadurch entsprechen, dass er</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. durch technische oder sonstige Mittel die Wahrnehmung des Angebots durch Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufe unmöglich macht oder wesentlich erschwert, oder das Angebot mit einer Alterskennzeichnung versieht, die von geeigneten Jugendschutzprogrammen nach § 11 Abs. 1 und 2 ausgelesen werden kann, oder</li> <li>2. die Zeit, in der die Angebote verbreitet oder zugänglich gemacht werden, so wählt, dass Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufe üblicherweise die Angebote nicht wahrnehmen.</li> </ol> <p><b>Der Anbieter von Video-Sharing-Diensten kann seinen Verpflichtungen nach Absatz 1 zudem dadurch entsprechen, dass er</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. leicht auffindbar, ständig verfügbar und transparent eine Funktion bereitstellt, mit der Anwender des Video-Sharing-Dienstes die in diesem Staatsvertrag genannten unzulässigen und entwicklungsbeeinträchtigenden Angebote bewerten können, oder</b></li> </ol>	

<p><b>2. Systeme zur Kontrolle durch die Eltern einrichtet, die der Kontrolle der Endnutzer unterliegen in Bezug auf Angebote, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können.</b></p> <p>Nicht entwicklungsbeeinträchtigende Angebote können als „ohne Altersbeschränkung“ gekennzeichnet und ohne Einschränkungen verbreitet werden.</p>	
<p>(4) Ist eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung im Sinne von Absatz 1 auf Kinder oder Jugendliche anzunehmen, erfüllt der Anbieter seine Verpflichtung nach Absatz 1, wenn das Angebot nur zwischen 23 Uhr und 6 Uhr verbreitet oder zugänglich gemacht wird. Gleiches gilt, wenn eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung auf Kinder oder Jugendliche unter 16 Jahren anzunehmen ist, wenn das Angebot nur zwischen 22 Uhr und 6 Uhr verbreitet oder zugänglich gemacht wird. Ist eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung im Sinne von Absatz 1 auf Kinder unter zwölf Jahren anzunehmen, ist bei der Wahl der Sendezeit dem Wohl jüngerer Kinder Rechnung zu tragen.</p>	
<p>(5) Ist eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung im Sinne von Absatz 1 nur auf Kinder unter 14 Jahren anzunehmen, erfüllt der Anbieter von Telemedien seine Verpflichtung nach Absatz 1, wenn das Angebot getrennt von für Kinder bestimmten Angeboten verbreitet wird oder abrufbar ist.</p>	
<p><b>(6) Die Anbieter geben den Nutzern ausreichende Informationen über Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche seelische Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können. Hierzu nutzen sie ein von den zuständigen Stellen in einer Satzung oder Richtlinie zu</b></p>	

<p><b>konkretisierendes System, mit dem die potenzielle Schädlichkeit</b> von Rundfunk- und Telemedien-Inhalten eines audiovisuellen Mediendienstes <b>beschrieben wird.</b> Der Anbieter kann seiner Pflicht nach Absatz 1 dadurch entsprechen, indem er ein von einer nach § 19 anerkannten Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle entwickeltes oder anerkanntes System oder die mit einem von einer nach § 19 anerkannten Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle entwickeltem oder anerkanntem System erstellten Informationen verwendet. Für kurzformatige Angebote gelten sie Sätze 1 bis 4 nicht.“</p>	
<p>(7) Absatz 1 gilt nicht für Nachrichtensendungen, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen im Rundfunk und vergleichbare Angebote bei Telemedien, es sei denn, es besteht kein berechtigtes Interesse an dieser Form der Darstellung oder Berichterstattung.</p>	
<p>(8) Bei Angeboten, die Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text und Bild wiedergeben, gelten die Beschränkungen des Absatzes 1 Satz 1 erst dann, wenn die KJM gegenüber dem Anbieter festgestellt hat, dass das Angebot entwicklungsbeeinträchtigend ist.</p>	
<p><b>§ 6 Jugendschutz in der Werbung und im Teleshopping</b></p>	
<p>(1) Werbung für indizierte Angebote ist nur unter den Bedingungen zulässig, die auch für die Verbreitung des Angebotes selbst gelten. Die Liste der jugendgefährdenden Medien (§ 18 des Jugendschutzgesetzes) darf nicht zum Zwecke der Werbung verbreitet oder zugänglich gemacht werden. Bei Werbung darf nicht darauf hingewiesen</p>	

<p>werden, dass ein Verfahren zur Aufnahme eines Angebotes oder eines inhaltsgleichen Trägermediums in die Liste nach § 18 des Jugendschutzgesetzes anhängig ist oder gewesen ist.</p>	
<p>(2) Werbung darf Kinder und Jugendliche weder körperlich noch <b>geistig oder seelisch-sittlich</b> beeinträchtigen, darüber hinaus darf sie nicht</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. direkte Aufrufe zum Kaufen oder Mieten von Waren oder Dienstleistungen an Kinder oder Jugendliche enthalten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen,</li> <li>2. Kinder oder Jugendliche unmittelbar <b>auffordern dazu anregen</b>, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Waren oder Dienstleistungen zu bewegen,</li> <li>3. das besondere Vertrauen ausnutzen, das Kinder oder Jugendliche zu Eltern, Lehrern und anderen <b>Vertrauens</b>Personen haben, oder</li> <li>4. Kinder oder Jugendliche ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.</li> </ol>	
<p>(6) <b>Die Absätze 1 bis 5 gelten für Teleshopping und Sponsoring entsprechend.</b> Teleshopping darf darüber hinaus Kinder oder Jugendliche nicht dazu anhalten, Kauf- oder Miet- bzw. Pachtverträge für Waren oder Dienstleistungen zu schließen</p>	
<p>(7) <b>Die Anbieter treffen geeignete Maßnahmen, um die Einwirkung von Werbung in oder im Umfeld von Kindersendungen für Lebensmittel, die Nährstoffe und Substanzen mit ernährungsbezogener oder</b></p>	

<p>physiologischer Wirkung enthalten, insbesondere Fett, Transfettsäuren, Salz, Natrium, Zucker, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird, auf Kinder <del>und Jugendliche</del> wirkungsvoll zu verringern. Geeignete Maßnahmen im Sinne des Satz 1 sind insbesondere Verhaltenskodizes einer Selbstregulierungseinrichtung(-organisation), denen die Anbieter angegliedert sind.</p> <p><b>Alternativer VAUNET-Vorschlag:</b></p> <p><b>(7) Die Anbieter von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien und Video-Sharing-Diensten treffen geeignete Maßnahmen, um die Einwirkung von Werbung für Lebensmittel, die Nährstoffe und Substanzen mit ernährungsbezogener oder physiologischer Wirkung enthalten, insbesondere Fett, Transfettsäuren, Salz, Natrium, Zucker, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird, auf Kinder <del>und Jugendliche</del> wirkungsvoll einzuschränken zu verringern. Im Fall von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien gilt dies für Werbung, die Kindersendungen begleitet oder darin enthalten ist. Geeignete Maßnahmen im Sinne des Satz 1 sind insbesondere Verhaltenskodizes einer Selbstregulierungseinrichtung(-organisation), denen die Anbieter angegliedert sind.</b></p>	
<p><b>§ 9 Abs. 2 Ausnahmeregelung</b></p>	
<p>(2) Die Landesmedienanstalten können für digital verbreitete Programme des privaten Fernsehens durch übereinstimmende Satzungen festlegen, unter welchen Voraussetzungen ein Rundfunkveranstalter seine Verpflichtung nach § 5 erfüllt. Der</p>	<p>Laut AVMD-RL macht die Konvergenz der Medien einen aktualisierten Rechtsrahmen erforderlich (vgl. EW 1). Die Pflicht, die Freischaltung von Sendungen und Filmen auf den einzelnen Inhalt zu beschränken, ist aus Sicht des VAUNET nicht mehr zeitgemäß und muss modernisiert werden. Der § 9 Abs. 2 S. 2 JMStV soll sicherstellen, dass die Freischaltung des für die Altersstufe des Zuschauers unbedenklichen Films nicht auf einen nachfolgenden, für die Altersstufe des</p>

<p>Rundfunkveranstalter hat sicherzustellen, dass <del>durch die Freischaltung durch den Nutzer, der Nutzer nur auf für ihn nicht entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte Zugriff hat durch den Nutzer nur für die Dauer der jeweiligen Sendung oder des jeweiligen Films möglich ist</del>. Die Landesmedienanstalten bestimmen in den Satzungen nach Satz 1, insbesondere welche Anforderungen an die Verschlüsselung und Vorsperrung von Sendungen zur Gewährleistung eines effektiven Jugendschutzes zu stellen sind.</p>	<p>Zuschauers bedenklichen Film, durchschlägt. In der Praxis hat aber der Wortlaut der Regelung zur Folge, dass bei mehreren nacheinander folgenden unbedenklichen Filmen jeweils aufs Neue der Freischaltungsvorgang zu erfolgen hat. In letzterem Fall ist die Usability des Zugangs zum Inhalt (ein im Wettbewerb immer zentraler werdender Faktor) eingeschränkt, ohne dass es aus Jugendschutzgründen notwendig wäre. Der Gesetzgeber sollte daher negativ begrenzen, dass nach der Freischaltung des Programms der Nutzer nur auf für ihn nicht unbedenkliche Inhalte Zugriff hat.</p>
<p><b>§ 19 b Aufsicht über Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle</b></p>	
<p>(1) Die zuständige Landesmedienanstalt kann durch die KJM Entscheidungen einer anerkannten Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle, die die Grenzen des Beurteilungsspielraums überschreiten, beanstanden und ihre Aufhebung verlangen. Kommt eine anerkannte Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle ihren Aufgaben und Pflichten nach diesem Staatsvertrag nicht nach, kann die zuständige Landesmedienanstalt durch die KJM verlangen, dass sie diese erfüllen. Eine Entschädigung für hierdurch entstehende Vermögensnachteile wird nicht gewährt.</p>	
<p>(2) Hat eine anerkannte Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle ein Jugendschutzprogramm nach § 11 Abs. 1 und 2 als geeignet beurteilt und dabei die rechtlichen Grenzen des Beurteilungsspielraums überschritten, kann die zuständige Landesmedienanstalt durch die KJM innerhalb von <b>drei sechs</b> Monaten nach Entscheidung der anerkannten Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle diese Beurteilung für unwirksam erklären oder dem Anbieter des</p>	

Jugendschutzprogramms gegenüber Auflagen erteilen. Absatz 1 Satz 3 gilt entsprechend.	
---	--

## **F. Exkurs: Smart Speaker**

Der VAUNET erkennt die positive Absicht der Länder, digitale Sprachassistenten in den Anwendungsbereich des MStV einzubeziehen. Es wird keine spezifische Norm vorgesehen. Sie sollen – soweit im Text des MStV-E erkennbar – entweder bei Benutzeroberflächen in § 2 Abs. 2 Nr. 13 a MStV-E (= akustisch vermittelte Übersicht/akustische Präsentation) oder bei Medienintermediären verortet werden können. Sie würden je nach Einzelfallbeurteilung entweder der Zugangs- und Auffindbarkeits- oder Intermediärsregulierung unterfallen.

Es stellt sich allerdings die Frage, ob hiermit tatsächlich eine effektive Regulierung von sog. Smart Speakern – und damit der intendierte Schutz des Hörfunks und lizenzierter Radiosender – verbunden ist. Der VAUNET sieht eine Regulierung ins Leere laufen, da die bisherigen Definitionen und Regulierungsvorschläge nicht auf die Konstellation Smart Speaker feinabgestimmt sind. Warum dies der Fall ist, wird nachfolgend erläutert. Am Ende des Abschnitts unterbreitet der VAUNET Möglichkeiten zur Anpassung der betr. Bestimmungen im MStV-E. Im Übrigen wird darauf hingewiesen, dass die Medienanstalten in ihrem Positionspapier „Anpassungsbedarf des MStV in Bezug auf Sprachassistenten“ zutreffend die unterschiedlichen Problemlagen hinsichtlich des Zugangs und der Auffindbarkeit auf sprachbasierten Plattformen beschrieben haben.

Insbesondere bei sprachbasierten Plattformen ist die Gefahr der vertikalen Integration und möglichen Bevorzugung eigener Audio- und audiovisueller Dienste besonders hoch. Priorität hat die Präferenz des eigenen Ökosystems. Radiosender müssen sich gegenüber Musikdiensten marktmächtiger Player wie Google Play, Apple Music, Amazon Music oder dem Samsung Play Store oder (vorinstallierten) Kooperationspartnern wie Tuneln und Spotify behaupten.

Amazon verbucht innerhalb des Segments Smart Speaker einen Marktanteil von 80 Prozent auf sich. Der restliche Anteil verteilt sich auf Google und den Apple HomePod sowie andere Anbieter. Die Amazon-Geräte, z. B. Amazon Alexa, Echo Spot werden in Deutschland mit „Tuneln“ vorinstalliert ausgeliefert, dem weltweit größten Radioaggregator. Wenn also die Alexa-Box angesprochen wird, um den Radiosender XY zu hören, dann wird das nicht über den Stream der Radiosender abgewickelt, sondern über Tuneln. Ein Radiounternehmen sieht sich somit zwei marktmächtigen Playern gegenüber, die über eine entsprechende Vertragsbeziehung zusätzlich die relevanten vermarktbareren Nutzungsdaten untereinander austauschen (Stichwort: „Zugang zu Daten“). Es entstehen in einer solchen Konstellation zwei Abhängigkeiten des Radiosenders: (1) Tuneln muss ein Listing der „klassischen“ Radioprogramme und (2) Amazon Alexa deren Auffindbarkeit zulassen. Um auf unmittelbarem Wege gefunden zu werden, worauf es den Sendern aus ökonomischen Gesichtspunkten in erster Linie ankommt, müssen Radiosender sog. eigene kostenintensive Skills produzieren und programmieren sowie über die Alexa-App ansteuerbar sein. Skills sind „kleine“ Apps, für die Amazon die Regeln zur Programmierung vorgibt. Nur auf einen bestimmten Sprachbefehl hin kommt ein Nutzer überhaupt direkt zu seinem Radiosender. Ändert Amazon „über Nacht“ die Befehlskette oder beschließt, dass der Befehl nicht mehr für den bestimmten Sender anwendbar ist, kann der Hörer sehr schnell bei einem ähnlich klingenden Sender aus der Amazon- oder Tuneln-Welt landen, bei einem anderen Aggregator mit entsprechender Wert-



schöpfungskette oder bei einem fremden Sender, der ähnlich klingt (Stichwort: vertikale Integration).

**Medienplattformen** setzen nach der Definition die Zusammenfassung von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien zu einem vom Anbieter bestimmten Gesamtangebot voraus. Die Zusammenfassung von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien ist auch die Zusammenfassung von softwarebasierten Anwendungen, welche der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien dienen. Anbieter einer Medienplattform soll sein, wer die Verantwortung für die Auswahl der Angebote trägt.

Der VAUNET wiederholt an dieser Stelle seine Auffassung, dass auch Teilangebote wie z. B. der Zugriff auf Rundfunkinhalte über Smart Speaker eine Medienplattform als Bestandteil einer Medienplattform/eines Intermediärs darstellen können (s. S. 46 ff. VAUNET-Stellungnahme Juli 2018). Dies trifft insbesondere zu, wenn im Falle von Amazon Alexa und der dazugehörigen App ein eigens kuratiertes Musikangebot widergespiegelt wird oder ein Aggregator wie Tuneln oder Spotify dazwischengeschaltet ist.

Auf die Sprachassistenten bezogen heißt das:

Die Schnittstelle zwischen Smart Speakern und Sendern bilden entweder die o. g. Skills, Aggregatoren wie z. B. Tuneln und die Alexa-App.

- Diese softwarebasierten Anwendungen/Spezial-Apps für Lautsprechersysteme dienen der gezielten Ansteuerung von Rundfunkprogrammen, wenn der Radiosender sie nach den Vorgaben des Smart Speakers entsprechend programmiert hat. Sie sind das durch den Plattformanbieter vorinstallierte Auswahlelement. Die Letzttauswahl über Zugang und Auffindbarkeit obliegt dem Anbieter des Sprachassistenten. Über Sprachassistenten schließlich kann durch Zuruf bzw. spezielle Sprachbefehle – vergleichbar mit einer Anzeige- oder Steuerungsebene – zu den betreffenden Audioinhalten und Radioprogrammen navigiert werden („Alexa, starte/öffne das Radioprogramm XY“). Dabei fällt auf, dass v. a. bei nicht markenspezifischen Suchanfragen (auch mit dem Begriff „Radiosender“) in der Regel der Nutzer einen Amazon-eigenen Channel ausgespielt bekommt. Die Abänderung von Sprachbefehlen kann einseitig durch den Smart Speaker erfolgen, so dass hierin eine Zugangsbeschränkung zu sehen ist.
- Sollte der Smart Speaker mit einem Aggregator wie Tuneln kooperieren, ist dieser ein weiteres Nadelöhr, der im Zusammenspiel mit Amazon/Alexa zu einem Rundfunk-Gesamtangebot „Internetradio“ bündelt.
- Eine Ansteuerung des Smart Speakers erfolgt auch direkt über die App von Alexa. Sie ermöglicht, in Bezug auf das Musikangebot aus den Sparten linearer Webchannels, Abrufangeboten sowie eigenproduzierter und fremdlizenzierter Audioinhalte auszuwählen. Amazon bietet mit Alexa ein eigenes und einheitliches kuratiertes Gesamtangebot, mittels dessen auf verschiedene Weisen und inhaltlichen Kategorien Rundfunk angesteuert werden kann. Die gesamte Gestaltung der Alexa-App obliegt Amazon selbst. Amazon entscheidet über die Aufbereitung, die Darstellung der Genres und Empfehlungen.

- Beide, also TuneIn und Alexa/Amazon, bestimmen sowohl durch ihre Zusammenstellung/Bündelung als auch die Auswahl, welcher Sender zur sprachbasierten Plattform Zugang hat. Daher sollte die Definition der Medienplattform neben der Zusammenstellung auch das Auswahllement aus der Anbieterdefinition aufgreifen.

Bei sprachbasierten Plattformen handelt es sich nicht lediglich um ausschließlich algorithmusgesteuerte Vermittler von Inhalten oder Suchmaschinen (Intermediäre). Erstens findet auf sprachbasierten Plattformen keine Auflistung von Inhalten statt, nach denen der Nutzer suchen könnte, da jeweils nur ein Ergebnis abgespielt wird. Dieser Umstand sollte auch in der Legaldefinition der Benutzeroberfläche berücksichtigt werden, die derzeit begrifflich nur auf das Merkmal der „Übersicht“ abstellt. Zweitens entscheiden diese Plattformen durch vorgegebene Skills und ihre Plattform-Apps bzw. deren Installation und Anwendung sowie über ihre Kooperationspartner über Zugang und Auffindbarkeit von Radioprogrammen. Schließlich findet eine Kuratierung von (eigenen) Inhalten statt, also kein allgemein algorithmusbedingter Zugriff auf das gesamte Internetradio-Angebot, sondern eine gezielte Auswahl auf den eigenen Musikdienst, auf vorinstallierte Spezial-Apps/Skills oder einen Aggregator.

Bei der **Intermediärsregulierung** ist immer noch unklar, ob es für Medienintermediäre (Aggregation, Selektion, allgemeine Zugänglichmachung auch journalistisch-redaktioneller Angebote Dritter) neben Transparenzanforderungen überhaupt ein Diskriminierungsverbot geben wird bzw. ob ein solches nur auf Medienintermediäre mit potenziell besonders hohem Einfluss auf die Nutzung journalistisch-redaktionell gestalteter Angebote beschränkt bleibt. Voraussetzung für eine Diskriminierung nach § 53 e Abs. 2 MStV-E soll insbesondere ein bewusstes und zielgerichtetes Abweichen von den allgemeinen Regeln der Aggregation, Selektion und Präsentation oder zu Lasten eines bestimmten Inhalts sein. Die Schwierigkeit des Nachweises eines potenziell hohen Einflusses sowie eines „vorsätzlichen“ Abweichens auf Basis unbestimmter Rechtsbegriffe und im Bereich von Algorithmen liegt auf der Hand. Aus Sicht des VAUNET sollten die Benutzeroberflächenregelungen daher nicht nur an das Vorliegen einer Medienplattform, sondern auch an Medienintermediäre anknüpfen, um den Schutz von Rundfunkprogrammen zu gewährleisten.

Der VAUNET schlägt verschiedene Wege vor, um die regulatorische Situation im Hinblick auf die Sprachassistenten zu verbessern. Anhand des bestehenden Entwurfstextes wären insbesondere Änderungen an den Definitionen zur Medienplattform und Benutzeroberfläche sowie der Auffindbarkeitsbestimmung erforderlich (s. Tabelle oder eigene VAUNET-Radio-Stellungnahme). Alternativ wäre eine eigene Bestimmung für Sprachassistenten in Betracht zu ziehen:

**VAUNET-Vorschlag zu § 2 Abs. 2 Nr. 13 c MStV-E neu: Definition Sprachassistent**

*Sprachassistent jeder Dienst, der eine insbesondere akustische Darstellung journalistisch-redaktionell gestalteter Angebote vermittelt, die der Orientierung dient und eine Auswahl von Angeboten und Inhalten ermöglicht.*

**VAUNET-Vorschlag zu § 52 g MStV-E neu: Zugang und Auffindbarkeit in Sprachassistenten**

*(1) Journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote dürfen beim Zugang und bei der Auffindbarkeit weder unmittelbar noch mittelbar unbillig behindert (Chancengleichheit), noch ohne sachlich gerechtfertigten Grund ungleich behandelt (Diskriminierungsfreiheit) werden. Sie müssen zu angemessenen und chancengleichen Bedingungen Zugang erhalten und auffindbar sein.*

*(2) Die Regelungen in Abs. 1 gelten insbesondere in Bezug auf*

- 1. Voreinstellungen*
- 2. Vorinstallierte Dienste*
- 3. Einstellungen, die eingreifen, wenn Nutzerfragen nicht verstanden/verarbeitet werden,*
- 4. eigene Angebote des Diensteanbieters.*

*(3) Anbieter von Sprachassistenten haben zu gewährleisten, dass die eingesetzte Technik ein vielfältiges Angebot und eine freie Angebotswahl ermöglicht. Dem Nutzer sind im Rahmen des technisch Möglichen Wahlmöglichkeiten einzuräumen.*

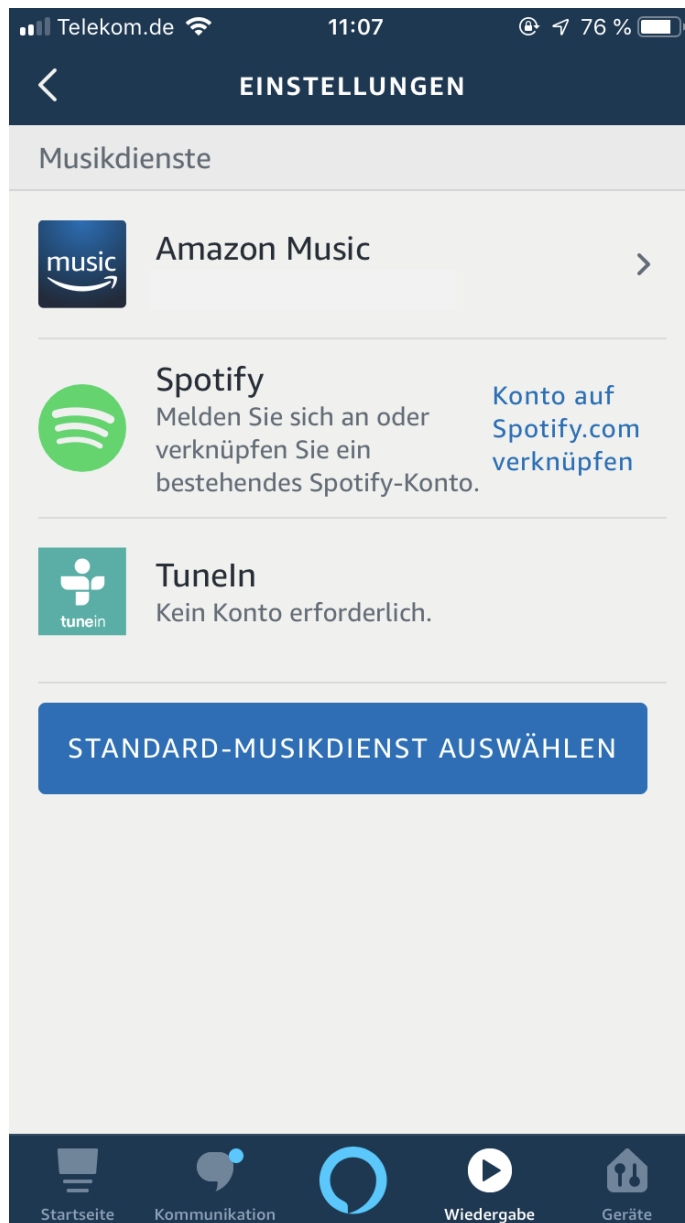
*(4) Einzelheiten regeln die Landesmedienanstalten durch Satzung.*

**VAUNET-Erläuterung:**

Eine eigene Definition inklusive einer Bestimmung zur diskriminierungsfreien und zum chancengleichen Zugang und Auffindbarkeit, die speziell für Gefährdungslagen von Smart Speakern ausgeformt sind, wäre im Umfeld der anderen vorgeschlagenen Bestimmungen ohne großen Aufwand in den Entwurf des MStV integrierbar.

Anlage zum Exkurs: Screenshots zu Amazon Alexa

**Voreinstellung von Musikdiensten in der Amazon Alexa Steuerungs-App**



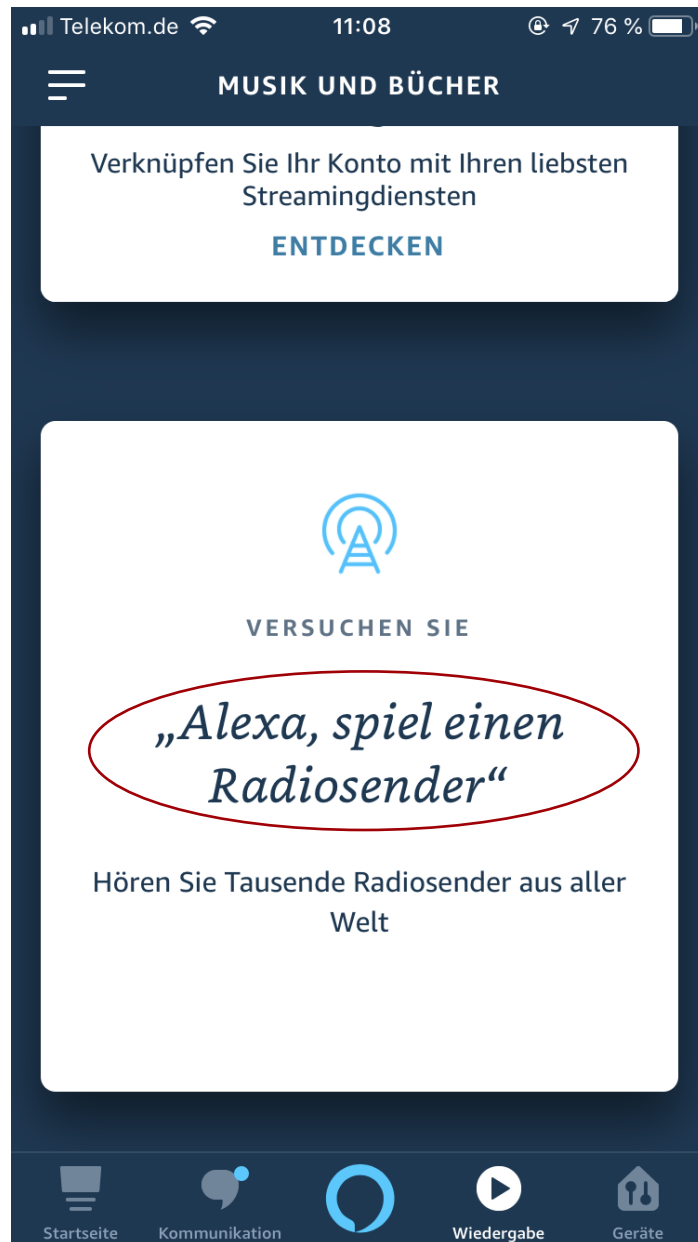
Musikdienst des Kooperationspartners Spotify

Amazon-eigener Musikdienst Amazon Music

Aggregator Kooperationspartner TuneIn

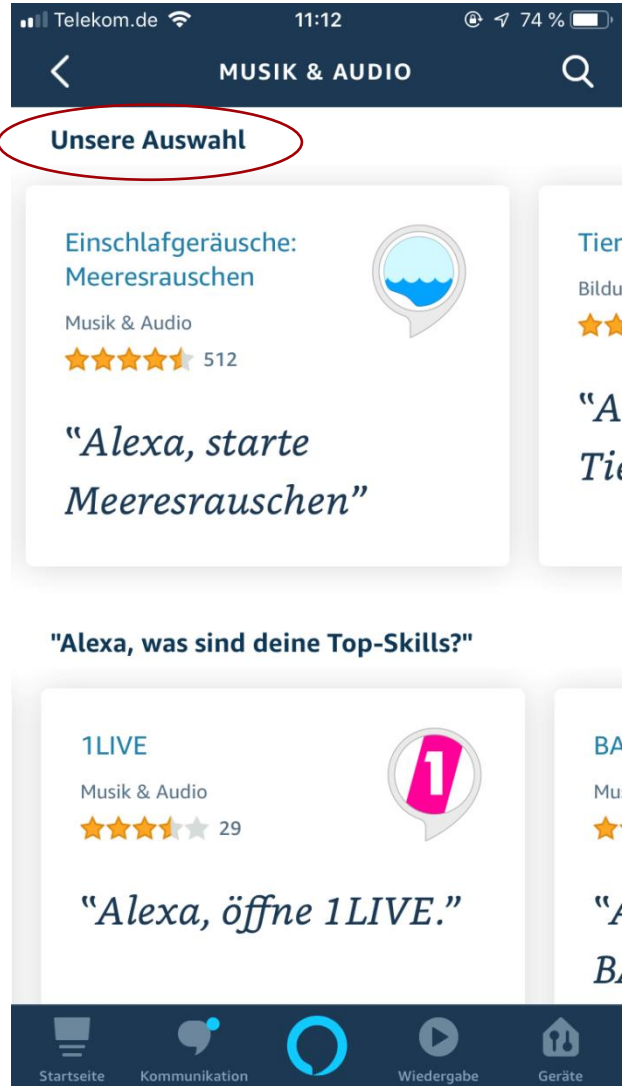
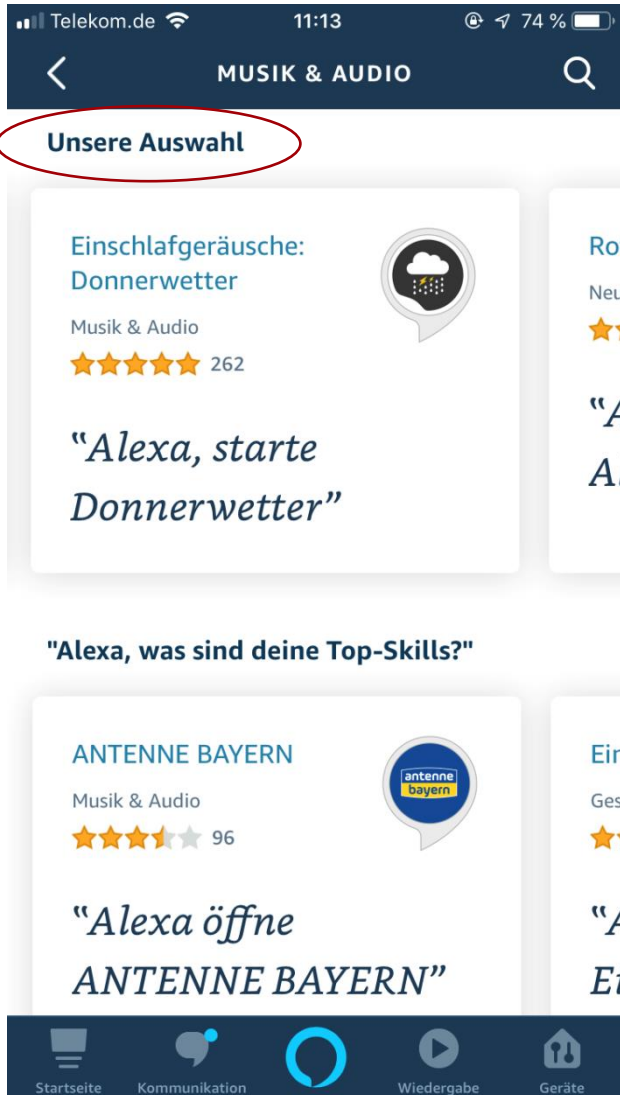
**„Alexa, spiel einen Radiosender“ startet keinen Radiosender, sondern Amazon Music!**

Nur ein ganz spezifischer Skill führt zum richtigen Radiosender bzw. überhaupt zu einem Radio-sender.



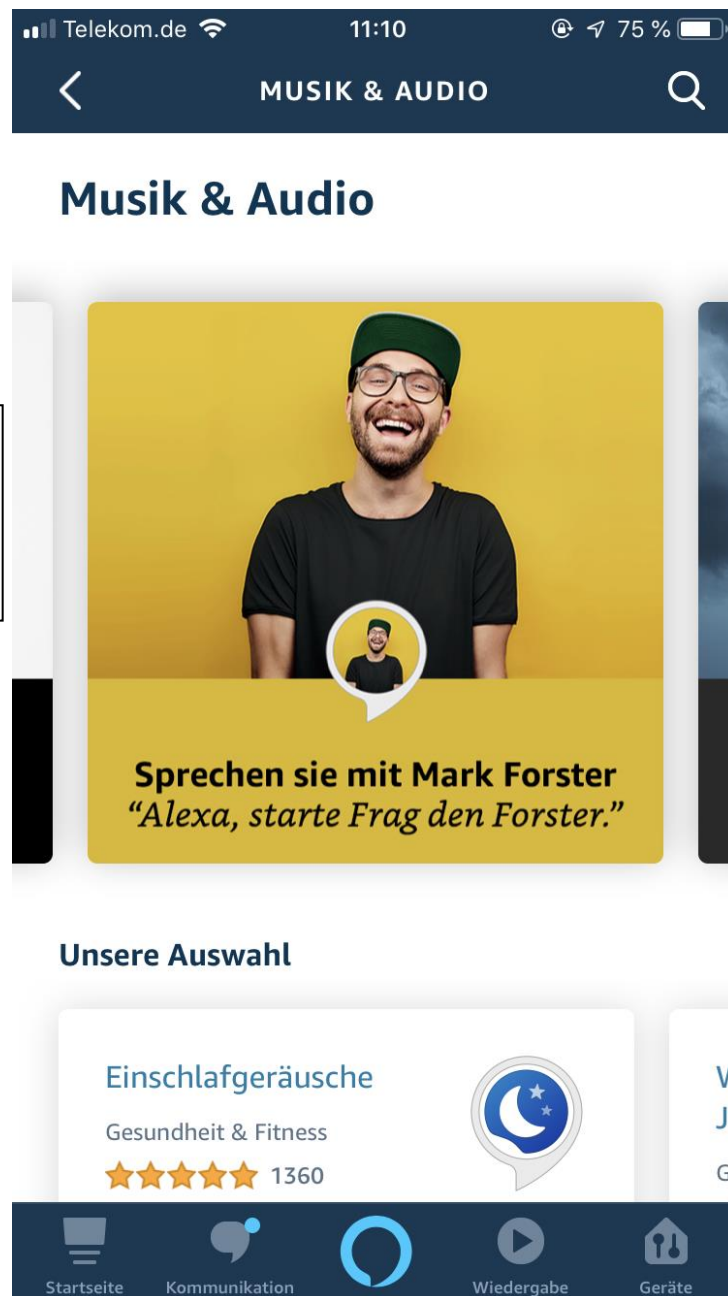
Dieser Sprach-befehl leitet direkt zum Angebot von Amazon Music, ohne dass dies der Hörer erkennen kann.

**Voreinstellung in der Alexa-App: Kuratierte Inhalte und Vorauswahl**



Alexa kuratiert eigene und fremde Inhalte und trifft innerhalb der App-Plattform eine Vorauswahl.

## Anzeige in der Alexa-App: Kuratierte Inhalte und Vorauswahl



Alexa kuratiert eigene und fremde Inhalte und trifft eine Vorauswahl.

**Sprachbefehle, die zu Amazon Music und  
nie zu einem Radiosender führen!**

**Alexa, spiel einen Radiosender mit Schlager!**

**Alexa, spiel einen Radiosender aus Berlin!**

**Alexa, spiel einen Radiosender mit guter Musik!**

**Alexa, spiel einen Radiosender!**

**Sprachbefehle, die nicht (immer) direkt zum Radiosender führen, sondern zu  
Tuneln!**

**Alexa, spiele Radiosender xy!**

**Alexa, starte Radiosender xy!**

**Sprachbefehle, die immer zu einem bestimmten Radiosender führen (sofern  
Skill-Aktivierung erfolgt ist)!**

**Alexa, öffne Radiosender xy!**

**Alexa, aktiviere Radiosender xy!**