

Stellungnahme

Satzung zur Regulierung von Medienintermediären gemäß § 96 Medienstaatsvertrag

14.01.2021

Zusammenfassung

Mit dem Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland ist der Medienstaatsvertrag (MStV) am 7. November 2020 in Kraft getreten. In § 88 MStV werden die Medienanstalten ermächtigt, durch gemeinsame Satzungen Einzelheiten zur Konkretisierung der Bestimmungen zu Medienintermediären zu regeln. Die Medienanstalten haben in den letzten Monaten einen Satzungsentwurf formuliert und sich zu diesem im Rahmen eines Konsultationsverfahrens mit Interessenvertretern und Experten ausgetauscht. Nun liegt der vollständige Entwurf der Satzung über Medienintermediäre vor, der vom Fachausschuss Netze, Technik, Konvergenz sowie in einer Arbeitsgruppe erarbeitet und von DLM und GVK zur Anhörung freigegeben wurde. Bitkom nimmt gern die Gelegenheit wahr, zu diesem Entwurf der Satzung Stellung zu nehmen.

Der Entwurf geht aus unserer Sicht an einigen Stellen deutlich über die Vorgaben des Staatsvertrages hinaus – damit überschreiten die Medienanstalten ihre Satzungscompetenz, die sich auf das Konkretisieren der Vorgaben des Staatsvertrages beschränkt. Auch diese Konkretisierung kann mit dem vorliegenden Entwurf nicht erreicht werden, da eine Vielzahl unbestimmter Rechtsbegriffe und Definitionen eingeführt werden, durch die die ohnehin unklaren Vorgaben des Staatsvertrag noch schwieriger zu fassen sind. Die Satzung verfehlt im jetzigen Entwurf außerdem das Ziel, Dienste-neutral formuliert zu sein. Wir fordern deshalb eine Überarbeitung des Entwurfs anhand unserer Anmerkungen und Vorschläge um die Satzung rechtssicher auszugestalten – dies ist umso wichtiger da die Satzung die rechtliche Grundlage für Eingriffe der Medienanstalten darstellen wird.

Zentral ist, dass Informationen und Dokumente, die von Medienintermediären herausverlangt werden können sollen, angemessen geschützt werden und ihr Verwendungszweck begrenzt und klar definiert wird; Geschäftsgeheimnisse müssen in jedem Fall unkenntlich gemacht werden dürfen. Es ist zudem eine Umsetzungsfrist von mindestens 6 Monaten notwendig um die Umsetzung der neuartigen Vorgaben vorbereiten zu können.

Gerade weil wir im Satzungsentwurf noch einen großen Bedarf für Anpassungen sehen halten wir es für notwendig, dass wir in den weiteren Prozess der Satzungserstellung einbezogen werden und auch über diese Stellungnahme hinaus in einem zweiten Schritt die Gelegenheit haben werden uns bei den Anpassungen des Entwurfs weiter einzubringen.

Medienstaatsvertrag	Begründung	Anhörungsentwurf der Satzung zur Regulierung von Medienintermediären gemäß § 96 MStV	Bitkom Kommentare
		<p>§ 1 Zweck und Zielsetzung</p> <p>(1) Diese Satzung regelt gemäß § 96 MStV Einzelheiten zur inhaltlichen und verfahrensmäßigen Konkretisierung der gesetzlichen Vorschriften zur Regulierung von Medienintermediären und Anbietern von Medienintermediären (§§ 91 bis 95 MStV).</p> <p>(2) Diese Satzung dient der Sicherung der Meinungsvielfalt (Angebots- und Anbietervielfalt).</p> <p>(3) Die besondere Orientierungsfunktion von Medienintermediären für die jeweiligen Nutzerkreise sowie die Spezifika der jeweiligen Nutzungssituation sind bei Anwendung dieser Satzung zu berücksichtigen.</p>	<p>Wir begrüßen, dass die Satzung die besondere Orientierungsfunktion von Medienintermediären für die jeweiligen Nutzerkreise sowie die Spezifika der jeweiligen Nutzungssituation erwähnt und diese bei der Anwendung der Satzung zu berücksichtigen sein sollen. Diese Orientierungsfunktion und im Allgemeinen der positive Beitrag, den Medienintermediäre für die Nutzer leisten, verbunden mit der Erwartung, die Nutzer entsprechend an Intermediäre haben, sollten noch stärker hervorgehoben werden. Diese Prämisse muss im gesamten Verlauf der Satzung im Rahmen jeder Regelung Berücksichtigung finden – dies ist aus unserer Sicht im aktuellen Entwurf nicht der Fall und muss deshalb nachgebessert werden.</p>
<p>§ 91 Anwendungsbereich</p> <p>(1) Die nachstehenden Regelungen gelten auch dann, wenn die intermediäre Funktion in die Angebote Dritter eingebunden wird (integrierter Medienintermediär).</p>	<p>In Absatz 1 wird klargestellt, dass die Regelungen für Medienintermediäre auch bei integrierten Medienintermediären zur Anwendung kommen. Ein integrierter Intermediär liegt vor, wenn die Funktion, welche die Anwendung dieses Unterabschnittes auslöst, in das Angebot eines Dritten eingebunden ist. Hierdurch wird sichergestellt, dass der Anbieter eines Medienintermediärs sich durch die Einbindung in das Angebot eines Dritten seinen Verpflichtungen diesem Unterabschnitt nicht entziehen kann.</p>	<p>§ 2 Anwendungsbereich</p> <p>(1) Der Begriff integrierter Medienintermediär i.S. des § 91 MStV umfasst jede Einbindung einer intermediären Funktion in die Angebote Dritter, die es den Nutzern der Drittangebote ermöglicht, die intermediäre Funktion zu verwenden.</p>	<p>Die hier vorgeschlagene Definition des integrierten Medienintermediärs ist wenig hilfreich und muss klarer eingegrenzt werden, insbesondere weil auch für die intermediäre Funktion keine Definition geliefert wird.</p>

<p>(2) Mit Ausnahme des § 95 gelten sie nicht für Medienintermediäre, die</p> <p>1. im Durchschnitt von sechs Monaten in Deutschland weniger als eine Million Nutzer pro Monat erreichen oder in ihrer prognostizierten Entwicklung erreichen werden,</p>	<p>Absatz 2 legt fest, welche Medienintermediäre von den Verpflichtungen nicht erfasst sind. Die Verpflichtung zur Vorlage der in § 95 genannten Unterlagen gilt für alle Medienintermediäre.</p> <p>Nach Nummer 1 werden Medienintermediäre mit einer relativ geringen Reichweite von der Anwendung der Regulierung ausgenommen. Hierfür wird eine Schwelle von einer Million Nutzer pro Monat festgelegt. Dabei wird auf den einzelnen Nutzer (unique user) abgestellt, d. h. wie viele unterschiedliche Nutzer innerhalb eines bestimmten Zeitraums das Angebot des Medienintermediärs aufgerufen haben. Um naturgemäße Schwankungen abbilden zu können und zugleich nicht über einen zu langen Zeitraum mit der Ein-stufung abwarten zu müssen, wurde der Zeitraum von 6 Monaten gewählt.</p>	<p>(2) Die Nutzerzahl gemäß § 91 Abs. 2 Nr. 1 MStV ist die Summe der monatlichen Unique User einer abgrenzbaren Funktion oder eines abgrenzbaren Dienstes des Medienintermediärs. Eine abgrenzbare Funktion oder abgrenzbarer Dienst liegt insbesondere vor, wenn diese oder dieser von den Nutzern auswählbar oder navigierbar ist und/oder eigenständig vermarktet wird.</p> <p>(3) Auf Anforderung der zuständigen Landesmedienanstalt hat der Anbieter eines Medienintermediärs die Nutzerzahl gemäß § 91 Abs. 2 Nr. 1 MStV innerhalb eines Monats darzulegen und glaubhaft zu machen sowie die zur Prüfung erforderlichen Unterlagen und Informationen vorzulegen.</p> <p>(4) Wird die intermediäre Funktion noch nicht oder seit weniger als sechs Monaten angeboten, hat der Anbieter des Medienintermediärs auf Anforderung</p>	<p>Es bedarf einer konkreten Definition für eine „abgrenzbaren Funktion“ oder einen „abgrenzbaren Dienst“. Außerdem muss aus der Satzung hervorgehen, weshalb diese Differenzierung der abgrenzbaren Funktionen/Dienste notwendig ist: Sind hiermit separate Dienste gemeint, die komplett getrennt voneinander genutzt werden können? Für einzelne Funktionen eines Dienstes liegen voraussichtlich bei den meisten Anbietern keine Nutzerzahlen vor. Eine Bemessung der für die Anwendbarkeit entscheidenden Nutzerzahlen auf Basis einzelner Teilangebote (statt der Zahlen des Gesamtangebots) sieht auch der Medienstaatsvertrag nicht vor. Wir plädieren daher für eine Streichung der expliziten Unterteilung in „abgrenzbare Funktionen“ und fordern eine Gesamtbetrachtung der Intermediäre, wie auch vom Staatsvertrag vorgesehen.</p> <p>Bei der Zahl der Unique User muss aus der Satzung hervorgehen, ob hier auch Nutzer einbezogen werden sollen, die sich nur kurz auf das Angebot des Medienintermediärs „verirrt“ haben oder ob es hier um tatsächliche Nutzer der Dienste geht. Bezüglich der Darlegung von Nutzerzahlen muss zunächst klargestellt werden, dass diese nur von der Landesmedienanstalt angefordert werden können, wenn der Anbieter eines Medienintermediärs von der Ausnahme nach</p>
---	---	---	--

<p>2. auf die Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten mit Bezug zu Waren oder Dienstleistungen spezialisiert sind oder</p> <p>3. ausschließlich privaten oder familiären Zwecken dienen.</p>	<p>Nummer 2 regelt, dass Produkt- und Dienstleistungsportale (bspw. Preisvergleichsportale), die keine oder nur mittelbare Relevanz für Aspekte der Meinungsvielfalt aufweisen, ausdrücklich vom Anwendungsbereich ausgenommen sind. Gleiches gilt gemäß Nummer 3 für Medienintermediäre, die lediglich privaten oder familiären Zwecken dienen.</p>	<p>der zuständigen Landesmedienanstalt eine Prognose über die Entwicklung der Nutzerzahlen i.S. von § 91 Abs. 2 Nr. 1 MStV vorzunehmen und glaubhaft zu machen sowie die zur Prüfung erforderlichen Unterlagen und Informationen vorzulegen.</p>	<p>§ 91 (2) Nummer 1 Gebrauch machen will. Außerdem muss klarer beschrieben werden, dass diese Zahlen innerhalb der Medienanstalten geschützt werden und ausschließlich zum Zweck der Prüfung der Ausnahme verwendet werden (können).</p>
<p>§ 92 Inländischer Zustellungsbevollmächtigter</p> <p>Anbieter von Medienintermediären 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 § 115 bewirkt werden. Das gilt auch für die Zustellung von Schriftstücken,</p>	<p>Satz 1 enthält zur Erleichterung der Rechtsverfolgung im Rahmen von Ordnungswidrigkeitenverfahren nach § 115 die Vorgabe zur Benennung eines inländischen Zustellungsbevollmächtigten. Diese Verpflichtung betrifft sowohl in- als auch ausländische Anbieter. Auf den Bevollmächtigten ist innerhalb des Angebots so hinzuweisen, dass dieser leicht erkennbar ist und unmittelbar erreicht werden kann. Der Bevollmächtigte hat sämtliche Zustellungen in Verfahren nach § 115 entgegenzunehmen. Satz 2 enthält die Klarstellung, dass dies auch für solche Schriftstücke gilt, die vor Eröffnung eines Verfahrens versandt werden. Der Bevollmächtigte kann</p>	<p>§ 3 Zustellungsbevollmächtigter</p> <p>(1) Zustellungsbevollmächtigter kann eine natürliche oder juristische Person sein.</p> <p>(2) Natürliche Personen müssen ihren Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt, juristische Personen den Sitz der Hauptniederlassung in der Bundesrepublik Deutschland haben. Eine ladungsfähige Anschrift ist anzugeben.</p> <p>(3) Auf den Zustellungsbevollmächtigten wird in leicht erkennbarer und unmittelbar erreichbarer Weise aufmerksam gemacht, wenn dieser für einen durchschnittlichen Nutzer gut wahrnehmbar</p>	<p>Es ist nicht nachvollziehbar, dass der Maßstab für die leichte Erkennbarkeit und unmittelbare Erreichbarkeit des Zustellungsbevollmächtigten die</p>

<p>die solche Verfahren einleiten oder vorbereiten.</p>	<p>unternehmensintern oder -extern benannt werden.</p>	<p>platziert, ohne langes Suchen auffindbar und ohne wesentliche Zwischenschritte für den Nutzer erreichbar ist. Ausreichend ist es, wenn der Zustellungsbevollmächtigte im Rahmen der nach § 5 Abs. 1 TMG und § 18 Abs. 1 MStV erforderlichen Informationen benannt wird.</p>	<p>Wahrnehmbarkeit des Nutzers ist, wenn Zustellungen nach dem Staatsvertrag durch Aufsichtsbehörden und nicht durch Nutzer erfolgen. Zudem muss klargestellt werden, ob die Benennung eines Zustellungsbevollmächtigten nach TMG für diese Zwecke ausreichend ist oder ob konkret ein Zustellungsbevollmächtigter nach MStV benannt werden muss.</p>
<p>§ 93 Transparenz</p>		<p>II. Abschnitt Transparenz</p> <p>§ 4 Allgemeine Grundsätze</p> <p>(1) Nutzer i.S. dieses Abschnitts sind Verbraucher und Anbieter journalistisch-redaktioneller Inhalte.</p> <p>(2) Inhalte i.S. des § 93 MStV sind journalistisch-redaktionelle Inhalte.</p>	<p>Eine eigenständige Definition des Begriffs des Nutzers allein für den Abschnitt zu Transparenz bzw. allein für die Auslegung des § 93 MStV erscheint systemwidrig. Der MStV verwendet den Begriff des Nutzers einheitlich und ohne Einbeziehung der Anbieter von Inhalten. Transparenzpflichten gegenüber diesen Anbietern sind in der EU-P2B-Verordnung geregelt. Werden zusätzliche Transparenzpflichten gegenüber den Anbietern in den MStV hineininterpretiert, besteht die Gefahr widersprüchlicher Vorgaben für Medienintermediäre. Daher sollten Anbieter nicht in die Definition der Nutzer einbezogen werden. Wir schlagen folgende Formulierung vor: „Nutzer i.S. dieses Abschnitts sind Verbraucher und kommerzielle Nutzer des Dienstes“.</p> <p>Es mangelt im Satzungsentwurf einer Definition von „Journalistisch-redaktionellen Inhalten“ nach dem Staatsvertrag. Diese</p>

<p>(1) Anbieter von Medienintermediären haben zur Sicherung der Meinungsvielfalt nachfolgende Informationen leicht wahrnehmbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:</p>	<p>In Absatz 1 sind die zentralen Vorgaben bezüglich der transparent zu machenden Informationen enthalten. Die Informationen sind insgesamt in einer leicht verständlichen Sprache so vorzuhalten, dass sie leicht wahrzunehmen sind, unmittelbar erreicht werden können und ständig verfügbar sind. Die Formulierung der Vorschrift ist insoweit an die Vorschriften zu den Impressumspflichten in § 18 und in § 5 des Telemediengesetzes angelehnt. Die Anforderungen an</p>	<p>§ 5 Formelle Anforderungen</p> <p>(1) Die Informationen nach § 93 Abs. 1 sowie Änderungen nach § 93 Abs. 3 MStV sind in deutscher Sprache transparent zu machen.</p>	<p>müssen näher definiert werden bevor weitere Regelungen wie z.B. Pflichten nach § 94 Abs. 1 oder sogar subjektive Rechte wie eine Beschwerdebefugnis nach § 94 Abs. 3 darauf aufgesetzt werden. Die derzeitige Definition von Inhalten in § 4 (2) ist zum einen unklar, wenn nicht sogar inhaltsleer, da sie keinen Bezug auf konkrete Absätze des § 93 nimmt. Zum anderen dürfte es sich auch um eine unzulässige Regelungstechnik handeln, denn die Satzung würde hier alle Inhalte, die der MStV erwähnt, zu journalistisch-redaktionellen Inhalten erklären. Wenn ein Intermediär Ranking-Kriterien veröffentlicht (zB aufgrund der Pflichten nach der P2B-VO), die sich auch auf kommerzielle Inhalte beziehen, dann würde diese aufgrund der hier vorgeschlagenen Regelung automatisch zu journalistisch-redaktionellen Inhalten. Es liegt auf der Hand, dass dies der Intention des Gesetzgebers und der Reichweite des MStV widerspricht.</p> <p>Informationen insbesondere zur Umstellung oder Neuerung bestimmter Funktionen der Medienintermediäre, die international agieren, werden oftmals nicht in allen Sprachen der Märkte in denen sie verfügbar sind bereitgestellt. Eine Übersetzung in jede der Sprachen wäre mit einem unverhältnismäßigen Aufwand verbunden. Diese Anforderung läuft auch dem</p>
---	--	--	--

	<p>die Wahrnehmbarkeit, Erreichbarkeit und Verfügbarkeit sind somit entsprechend zu gewährleisten. Mit Blick auf die akustische Ausrichtung digitaler Sprachassistenten wurde die neutralere Formulierung „wahrnehmbar“ gewählt. Ausgehend vom Ziel der Vorschrift, der Sicherung der Meinungsvielfalt, beabsichtigen die Vorgaben, dem durchschnittlichen Nutzer eines Medienintermediärs die wesentlichen Grundzüge der technischen Vorgänge, die zu bestimmten Ergebnissen führen, zu erläutern.</p>	<p>(2) Die transparent zu machenden Informationen sind leicht wahrnehmbar i.S. des § 93 MStV, wenn sie unter Beachtung der für den Medienintermediär typischen Benutzungssituation für einen durchschnittlichen Nutzer gut wahrnehmbar platziert und ohne langes Suchen auffindbar sind. Dies ist in der Regel der Fall, wenn sich die transparent zu machenden Informationen vom übrigen Inhalt offensichtlich abheben und sie sich in unmittelbaren Zusammenhang zu für die Nutzung des Medienintermediärs wesentlichen Eingabe- oder Navigationsmöglichkeiten befinden. Bei Verwendung eines Weblinks, der auf die transparent zu machenden Informationen verweist, gelten die vorstehenden Anforderungen entsprechend.</p>	<p>europarechtlich verankerten Herkunftslandprinzip zuwider, welches unverhältnismäßigen Aufwand für die Anbieter durch Anpassung von Angeboten an die jeweiligen gesetzlichen Anforderungen (und damit auch Sprachen) jedes einzelnen Marktes verhindern soll.</p> <p>Wir schlagen daher folgenden Zusatz vor: „sind grundsätzlich in deutscher Sprache transparent zu machen es sei denn, dass diese Anforderung in Ansehung der jeweiligen Information mit einem unverhältnismäßigen Aufwand verbunden wäre“.</p> <p>Der Satzung kann nicht entnommen werden, was genau mit einem Szenario gemeint sein soll in dem sich die Informationen „in unmittelbaren Zusammenhang zu für die Nutzung des Medienintermediärs wesentlichen Eingabe- oder Navigationsmöglichkeiten befinden“ oder wann ein Suchen „lang“ wäre. Jedenfalls scheint klar, dass diese Beschreibungen eine Verengung der Beschreibung „leicht wahrnehmbar“ darstellen und somit nicht nur den Staatsvertragstext konkretisieren sondern darüber hinausgehen, was wiederum eine Überschreitung der Satzungscompetenz darstellt. Aus unserer Sicht ist die Beschreibung „leicht wahrnehmbar“ ausreichend konkret und überlässt den Anbietern von Medienintermediären</p>
--	---	--	---

		<p>(3) Transparent zu machende Informationen sind unmittelbar erreichbar i.S. von § 93 MStV, wenn sie ohne wesentliche Zwischenschritte und ohne langes Suchen für den Nutzer wahrnehmbar sind. Dies ist insbesondere nicht der Fall, wenn die Information mit mehr als zwei Weblinks erreichbar sind und/oder der Abruf der Informationen von einer vorherigen Registrierung oder einem Log-In abhängig gemacht wird.</p> <p>(4) Transparent zu machende Informationen sind ständig verfügbar i.S. von § 93 MStV, wenn der Nutzer jederzeit auf sie zugreifen kann.</p>	<p>ausreichend Flexibilität um die Informationen so darzustellen, wie es für ihren individuellen Dienst im Rahmen ihres Nutzererlebnisses am besten passt. Dementsprechend sollte die Konkretisierung gestrichen werden. Die Vorgaben der Satzung dürfen nicht zu eng formuliert sein, da sie in Anbetracht der unterschiedlichen Gestaltungen der Dienste sonst nicht mehr Dienste-neutral sind. Wichtig ist, dass der Nutzer die Informationen bei dem jeweiligen Dienst gut finden kann, wenn er sich darüber informieren möchte. Hier seien die jeweiligen Nutzerkreise sowie die Spezifika der jeweiligen Nutzungssituation zu nennen, die laut § 1 bei der Anwendung der Satzung berücksichtigt werden sollen.</p> <p>Es ist nicht nachvollziehbar, weshalb eine Erreichbarkeit mit mehr als zwei Weblinks insbesondere gegen eine unmittelbare Erreichbarkeit spricht. Hier sollte das Umfeld der Informationen und die generelle Nutzungssituation einbezogen werden – das Abstellen auf die Anzahl der Weblinks greift hier zu kurz. Die Einschränkung, dass der Abruf der Informationen nicht von einer vorherigen Registrierung oder einem Log-In abhängig gemacht werden darf ist ebenfalls eine Verengung der unmittelbaren Erreichbarkeit – es ist nicht ersichtlich, weshalb diese Informationen für Personen,</p>
--	--	--	--

<p>1. die Kriterien, die über den Zugang eines Inhalts zu einem Medienintermediär und über den Verbleib entscheiden,</p>	<p>Daher in Nummer 1 die Vorgabe, dass die Kriterien, die für den Zugang eines Inhalts zu einem Medienintermediär und über dessen Verbleib auf dem Angebot des Intermediärs entscheidend sind, transparent zu machen sind.</p>	<p>(5) Transparent zu machende Informationen sind in verständlicher Sprache zur Verfügung gestellt, wenn sie dem durchschnittlichen Nutzer das zur informierten Nutzung des Medienintermediärs erforderliche Grundverständnis der in § 93 Abs. 1 Nr. 1 und 2 MStV genannten Umstände vermitteln können.</p> <p>§ 6 Informationspflichten</p> <p>(1) Der Anbieter eines Medienintermediärs ist verpflichtet, Kriterien die über den Zugang eines Inhalts zu einem Medienintermediär und über den Verbleib entscheiden transparent zu machen (§ 93 Abs. 1 Nr. 1 MStV). Hierzu hat der Anbieter eines Medienintermediärs insbesondere folgende Informationen bereitzuhalten:</p>	<p>die den Dienst nicht nutzen, zur Verfügung gestellt werden sollten. Wir fordern daher die Streichung der Verengung der unmittelbaren Erreichbarkeit.</p> <p>Die Informationen, deren Veröffentlichung in § 6 (1) und (2) verlangt wird, gehen über die Transparenzpflichten des Staatsvertrages deutlich hinaus – ist hier lediglich von Kriterien, die über den Zugang eines Inhalts zu einem Medienintermediär und über deren Verbleib entscheiden sowie von zentralen Kriterien einer Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten und ihre Gewichtung die Rede. Die Informationspflichten der Satzung sind deutlich detaillierter und gehen damit über die Vorgaben des Staatsvertrages hinaus. Dies erscheint auch vor dem Hintergrund fragwürdig, dass es sich bei den Nutzern jedenfalls mehrheitlich um Verbraucher handelt, für die zu detaillierte und technische Informationen eher unübersichtlich und unverständlich sein könnten. Abgesehen von der Vielfalt der Informationspflichten, die nicht von der Satzungscompetenz gedeckt ist, muss die Transparenz an dieser Stelle abgestuft werden: einige Informationen sind für die Nutzer hilfreich und sollten ihnen</p>
--	--	--	---

		<p>1. Eine Beschreibung der technischen, wirtschaftlichen, nutzerbezogenen und inhaltlichen Voraussetzungen, die darüber bestimmen, ob ein Inhalt über einen Medienintermediär wahrnehmbar gemacht wird,</p> <p>2. Für den Fall, dass bestimmte Inhalte beim Zugang zum und beim Verbleib im Medienintermediär auch durch den Einsatz automatischer Systeme</p>	<p>daher zur Verfügung gestellt werden, beispielsweise Informationen über Möglichkeiten, den Dienst des Medienintermediär zu individualisieren oder zu den zentralen Kriterien, die über den Verbleib von Inhalten auf dem Angebot des Medienintermediärs entscheiden (Hausregeln) sowie über deren Anordnung. andere Informationen sind für die Nutzer entweder nicht hilfreich oder können, wenn sie veröffentlicht werden, die Tür für Manipulation der Präsentation von Inhalten öffnen. Beispielsweise technische Parameter, die Anbieter von Inhalten zu beachten haben. Um die Integrität der Dienste zu sichern muss daher klar definiert und abgestuft werden, welche Informationen für wen sichtbar gemacht werden müssen und unter welchen Bedingungen sowie wie diese Informationen dann geschützt werden.</p> <p><u>Zu den konkreten Informationspflichten:</u></p> <p>Zu (1) 1. und 2.: Die Verpflichtung, Kriterien die über den Zugang eines Inhalts zu einem Medienintermediär entscheiden offenzulegen zeigt das unzureichende Verständnis des Geschäftsmodells von Medienintermediären sowie die Unschärfe der Definitionen: ein Intermediär entscheidet nicht über den Zugang eines Inhalts, im Vergleich zu Medienplattformen. Darüber entscheiden in</p>
--	--	---	--

<p>2. die zentralen Kriterien einer Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten und ihre Gewichtung einschließlich Informationen über die Funktionsweise der eingesetzten Algorithmen in verständlicher Sprache.</p>	<p>Daneben gibt Nummer 2 vor, dass nur die zentralen Kriterien einer Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten und deren Gewichtung transparent zu machen sind. Dies umfasst ausdrücklich auch Informationen über die grundsätzliche Funktionsweise der eingesetzten Algorithmen. Kriterien im Sinne dieses Absatzes dürften zum Beispiel der Standort des Nutzers oder dessen Sprache sein.</p> <p>Der Anbieter des Medienintermediärs kann im Rahmen der Vorgaben des § 93 grundsätzlich selbst die Mittel zur Erfüllung der Transparenzverpflichtung bestimmen.</p> <p>Aufgrund dieser Vorgaben sollen keine Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse offengelegt werden müssen. Dies gilt auch für solche Informationen, die mit hinreichender Sicherheit dazu führen würden, dass Dritten durch die transparent gemachten Informationen eine gezielte Täuschung oder Schädigung von Nutzern durch die Manipulation von</p>	<p>ausgefiltert oder in der Wahrnehmbarkeit zurückgestuft werden, ist anzugeben, welche Kategorie von Inhalten dies betrifft und zur Verfolgung welcher Ziele die Ausfilterung oder Zurückstufen erfolgt und</p> <p>3. Informationen dazu, ob und wenn ja wie Zugang und Verbleib von Inhalten im Medienintermediär durch Entgeltzahlungen oder sonstige unmittelbare oder mittelbare geldwerten Leistungen beeinflusst werden oder werden können.</p> <p>(2) Der Anbieter eines Medienintermediärs ist nach § 93 Abs. 1 Nr. 2 MStV verpflichtet, die zentralen Kriterien einer Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten und ihre Gewichtung einschließlich Informationen zur Funktionsweise der eingesetzten Algorithmen transparent zu machen. Hierzu hat der Anbieter eines Medienintermediärs insbesondere folgende Informationen bereitzuhalten:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. eine Beschreibung der vom Medienintermediär verwendeten zentralen Kriterien für Aggregation, Selektion und Präsentation, 2. eine Beschreibung der relativen Gewichtung der zentralen Kriterien im Verhältnis zueinander und im Verhältnis zu nicht-zentralen Kriterien, 	<p>erster Linie die Nutzer, die Inhalte hochladen. Über den Verbleib der Inhalte entscheiden Intermediäre nach gesetzlichen Vorgaben bzw. Verboten oder nach ihren Hausregeln – letztere sind bereits transparent auffindbar.</p> <p>Zu (2) 2.: eine Beschreibung der relativen Gewichtung der zentralen Kriterien im Verhältnis zu nicht-zentralen Kriterien würde Aussagen zu den nicht-zentralen Kriterien erfordern – diese sind aber eben nicht Bestandteil der Verpflichtung des</p>
---	--	---	--

<p>(2) Anbieter von Medienintermediären, die eine thematische Spezialisierung aufweisen, sind dazu verpflichtet, diese Spezialisierung durch die Gestaltung ihres Angebots wahrnehmbar zu machen. § 91 Abs. 2 Nr. 2 bleibt unberührt.</p>	<p>Suchergebnissen ermöglicht wird. Vor diesem Hintergrund ist auch eine Veröffentlichung des Algorithmus nicht erforderlich.</p> <p>Nach Absatz 2 müssen Intermediäre, die eine bestimmte Spezialisierung aufweisen (z. B. Nachrichtensuchmaschine, Berufsnetzwerk, bestimmte weltanschauliche Aus-richtung), diese Spezialisierung durch die Gestaltung oder akustische Vermittlung des Angebots gegenüber dem Nutzer deutlich machen. Auch insoweit soll der Anbieter die Mittel grundsätzlich selbst wählen können. Dies kann z. B. durch den entsprechenden Titel des Angebots erfolgen.</p>	<p>3. eine Beschreibung der Ziele die mit den zentralen Kriterien verfolgt werden,</p> <p>4. Informationen dazu, ob und wenn ja wie die Auffindbarkeit von Inhalten im Medienintermediär durch Entgeltzahlungen oder sonstige unmittelbare oder mittelbare entgeltwerte Gegenleistungen beeinflusst werden oder werden können,</p>	<p>Staatsvertrages, der sich bewusst nur auf zentrale Kriterien bezieht. Die Bezeichnung „nicht-zentrale Kriterien“ scheint zudem uferlos und nicht einzugrenzen. Zudem ist es bei einigen Medienintermediären schwierig die Gewichtung der Kriterien allgemeingültig zu beschreiben, da diese variabel und personalisiert sein kann. Wir fordern daher eine Streichung von „und im Verhältnis zu nicht-zentralen Kriterien“.</p> <p>Es ist zudem unabdingbar, dass die Medienanstalten bei der Ausgestaltung und Überprüfung der Transparenzvorgaben die Leitlinien zur Transparenz des Rankings gemäß der Verordnung EU-Verordnung zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten (P2B-Verordnung) einbeziehen. Wir fordern die Medienanstalten dazu auf, Auskunft darüber zu geben, wie die Vorgaben der Leitlinien im Rahmen eines Verfahrens konkret berücksichtigt werden.</p> <p>Zu (2) 3.: die Anforderung der Beschreibung der Ziele die mit den zentralen Kriterien verfolgt werden ist zu unspezifisch und damit zu weitgehend. Es handelt sich hierbei in großen Teilen um vertrauliche Geschäftsstrategien, die nicht öffentlich gemacht werden können. Wir fordern daher eine Streichung von Nummer 3.</p>
---	---	--	---

<p>(3) Änderungen der in Absatz 1 genannten Kriterien sowie der</p>	<p>Nach Absatz 3 müssen Änderungen der Kriterien im Sinne des Absatzes 1 Nr. 1 und 2 ebenfalls ausdrücklich</p>	<p>5. eine Beschreibung der grundsätzlichen Prozessschritte, die der Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten zu Grunde liegen, samt Angaben dazu, welche personen-bezogenen und sonstigen Daten bei Aggregation, Selektion und Präsentation einbezogen werden,</p> <p>6. Informationen zur Art und Weise sowie Ausmaß eingesetzter Personalisierung und dazu, ob und wenn ja wie eine Relevanzbewertung von Inhalten für den jeweiligen Nutzer vorgenommen wird und</p> <p>7. Informationen darüber, ob und wenn ja in welcher Art und Weise, das Nutzerverhalten im Medienintermediär Einfluss auf die Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten haben kann, samt Hinweisen darauf, welche Einflussmöglichkeiten dem Nutzer durch Einstellungen und Teilfunktionen zur Verfügung stehen.</p> <p>(3) Eine Beschreibung von wesentlichen Änderungen der nach § 93 Abs. 1 MStV und nach den</p>	<p>Zu (2) 5. : Eine Beschreibung der grundsätzlichen Prozessschritte, die der Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten zu Grunde liegen kann nur soweit journalistisch-redaktionelle Inhalte betroffen sind und soweit diese relevant für die Meinungsbildung sind, verlangt werden. Abgesehen davon geht die Beschreibung der einbezogenen personenbezogenen und sonstigen Daten viel zu weit und in jedem Fall über die Vorgaben des Staatsvertrags hinaus. Es ist nicht ersichtlich, weshalb für eine medienrechtliche Bewertung datenschutzrechtliche Aspekte relevant sein sollen. Wir schlagen daher folgende Formulierung vor: „5. eine Beschreibung der grundsätzlichen Prozessschritte, die der Aggregation, Selektion und Präsentation von journalistisch-redaktionellen Inhalten zu Grunde liegen“.</p> <p>Den betroffenen Anbietern ist in jedem Falle eine angemessene Umsetzungsfrist für die Informationspflichten ab Inkrafttreten der Satzung einzuräumen. Es wird daher folgende Ergänzung vorgeschlagen: „Für die Umsetzung der vorstehenden Maßnahmen gilt eine Übergangsfrist von 6 Monaten ab Inkrafttreten dieser Satzung“.</p> <p>Es ist unklar, wie die Beschreibung von wesentlichen Änderungen ablaufen soll. Die</p>
---	---	---	--

<p>Ausrichtung nach Absatz 2 sind unverzüglich in derselben Weise wahrnehmbar zu machen.</p> <p>(4) Anbieter von Medienintermediären, die soziale Netzwerke anbieten, haben dafür Sorge zu tragen, dass Telemedien im Sinne von § 18 Abs. 3 gekennzeichnet werden.</p>	<p>wahrnehmbar gemacht werden. Diese Verpflichtung betrifft grundsätzlich nicht jede einzelne, unerhebliche Änderung der Kriterien, sondern nur wesentliche Änderungen der Kriterien, die spürbare Änderungen für Zugang und Verbleib bzw. die Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten und deren Gewichtung bedeuten. Auch Änderungen der Ausrichtung eines Medienintermediärs nach Absatz 2 müssen in entsprechender Art und Weise wahrnehmbar gemacht werden.</p> <p>In Absatz 4 wird Anbietern von Medienintermediären, die soziale Netzwerke anbieten, die Pflicht auferlegt, für die Kennzeichnung von Social Bots, welche in § 18 Abs. 3 geregelt wird, Sorge zu tragen. Die konkrete Art und Weise der Pflichterfüllung wird durch Absatz 4 mit dem Wortlaut „Sorge tragen“ bewusst nicht festgelegt. Die Vorschrift bezweckt gerade nicht die Einführung einer Pflicht der Anbieter von Medienintermediären zur eigenen Verfolgung und Sanktionierung von Verstößen gegen § 18 Abs. 3. Anders als in § 94 Abs. 3 erfolgt für § 93 keine Einschränkung des Amtsermittlungsgrundsatzes.</p>	<p>vorstehenden Bestimmungen transparent zu machender Informationen ist spätestens alle vier Monate ab Inkrafttreten dieser Satzung offenzulegen (§ 93 Abs. 3 MStV). Der Anbieter eines Medienintermediärs soll eine Übersicht bereithalten, aus der die im Zeitverlauf durchgeführten maßgeblichen Änderungen ersichtlich werden. § 5 dieser Satzung gilt entsprechend.</p>	<p>Dienste der Medienintermediäre befinden sich in einem konstanten Wandel, der täglich Änderungen nach sich zieht. Um diese Informationspflicht angemessen zu gestalten kann es hier deshalb nur um die Änderung zentraler Kriterien gehen – hierzu ist allerdings eine vier-monatige Berichtspflicht zu kleinteilig, diese kann in größeren Abständen erfolgen. Wir schlagen daher folgende Formulierung vor: „Anbieter sollen spätestens nach 6 Monaten über wesentliche Änderungen der zentralen Kriterien informieren“.</p>
<p>§ 94 Diskriminierungsfreiheit</p> <p>(1) Zur Sicherung der Meinungsvielfalt dürfen Medienintermediäre journalistisch-redaktionell</p>	<p>Mit Absatz 1 wird zur Sicherung der Meinungsvielfalt ein Diskriminierungsverbot für Medienintermediäre eingeführt. Hierdurch wird die Anbieter- und Meinungsvielfalt als Ausfluss von Artikel 5 des</p>	<p>III. Abschnitt Diskriminierungsfreiheit</p> <p>§ 7 Allgemeine Bestimmungen</p> <p>(1) Die Verpflichtung eines Medienintermediärs gemäß § 94 Abs. 1 MStV umfasst auch abgrenzbare</p>	<p>Wie die Begründung des MStV ausdrücklich betont, ist eine differenzierende Behandlung von Inhalten Teil der grundgesetzlich geschützten unternehmerischen Freiheit. Den Anbietern von Medienintermediären muss es im Grundsatz freistehen, sich bei der</p>

<p>gestaltete Angebote, auf deren Wahrnehmbarkeit sie besonders hohen Einfluss haben, nicht diskriminieren.</p>	<p>Grundgesetzes geschützt. Diese medienrechtliche Zielsetzung ist für die Auslegung der Vorschrift maßgeblich. Die Rüge von Wettbewerbsverletzungen erfolgt über andere Wege, etwa aus Ansprüchen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb. Zu berücksichtigen ist ebenfalls, dass die unterschiedliche, im Sinne einer differenzierenden Behandlung von Inhalten und Angeboten Teil der nach Artikel 12 des Grundgesetzes geschützten unternehmerischen Freiheit der Anbieter von Medienintermediären ist. Von der Regelung sind nur solche Medienintermediäre erfasst, die einen besonders hohen Einfluss auf die Wahrnehmbarkeit von journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten haben. Im Hinblick auf das dargelegte Normziel bezieht sich diese Voraussetzung auf die Bedeutung des Medienintermediärs für die Wahrnehmbarkeit der genannten Angebote im Rahmen des Meinungsbildungsprozesses. Gleichwohl können kartell-rechtliche Maßstäbe, wie eine marktbeherrschende Stellung ein maßgebliches Indiz darstellen. Eine Orientierung dürften auch die Schwellenwerte des Medienkonzentrationsrechts bieten.</p> <p>Der Begriff „Angebote“ erfasst auch Angebotsteile, da hierdurch immer auch das gesamte Angebot betroffen ist.</p>	<p>Teile und Beiträge eines journalistisch-redaktionellen Angebotes.</p> <p>(2) Bei der Feststellung eines besonders hohen Einflusses im Sinne des § 94 Abs. 1 MStV ist der Einfluss des Medienintermediärs auf die Wahrnehmbarkeit von journalistisch-redaktionellen Inhalten im Rahmen des Meinungsbildungsprozesses maßgeblich. Bei der Beurteilung können insbesondere berücksichtigt werden,</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. die Stellung des Medienintermediärs im Markt, 2. eine Gesamtschau der zur Verfügung stehenden Nutzungsreichweiten und 3. Nutzerzahlen des Medienintermediärs. 	<p>Präsentation von Inhalten von konkurrierenden Angeboten abzuheben. Dieser Grundsatz ist bei der Auslegung des Diskriminierungsverbotes zu berücksichtigen.</p> <p>Das Kriterium „potenziell besonders hoher Einfluss“ erscheint in der Praxis als schwierig handhabbar, da dieses kaum bestimmbar ist, ebenso wenig wie der Begriff der „Wahrnehmbarkeit“. Die hier vorgeschlagenen Kriterien für die Beurteilung scheinen wenig hilfreich, da sie insbesondere nicht auf meinungsbildungsrelevante Inhalte und den Einfluss der Intermediäre auf diese abstellen, sondern auf eine Gesamtbetrachtung des Dienstes, mitunter aus wettbewerbsrechtlicher Sicht, nahelegen. Die KEK schreibt hingegen z.B. zur Bedeutung von Online-Medien für die Meinungsbildung: „Entscheidend für die Meinungsbildungsrelevanz sind nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts die Breitenwirkung, Aktualität und Suggestivkraft eines Angebots (BVerfGE 90, 60 (87)). Da diese Kriterien jedoch für alle über das Internet verbreiteten Angebote gleichermaßen gelten, muss die Abgrenzung anhand weiterer Kriterien vorgenommen werden. In Anlehnung an die Feststellungen der DLM (Drittes Strukturpapier zur Unterscheidung von Rundfunk und Mediendiensten, 2003) ist</p>
---	--	--	--

			<p>ein Angebot im Rahmen der medienrechtlichen Konzentrationskontrolle umso relevanter für die Meinungsbildung, je höher die Wirkungsintensität der verbreiteten Inhalte als solche ist, je stärker die redaktionelle Gestaltung der Inhalte ist und je weniger Interaktivität des Nutzers den Rezeptionsvorgang bestimmt“. Diese Kriterien wären deutlich besser geeignet für die Feststellung eines besonders hohen Einflusses auf die Wahrnehmbarkeit. Zu den konkreten hier vorgeschlagenen Punkten stellt sich die Frage wie genau der entsprechende „Markt“ definiert werden soll und was mit der „Gesamtschau der Nutzungsreichweiten“ gemeint sein soll. Die Begründung zum MStV verweist in ihrer jetzigen wie auch in früheren Fassungen allerdings auf die Maßgeblichkeit einer marktbeherrschenden Stellung. Wo eine solche nicht gegeben ist, dürfte demnach auch kein besonders hoher Einfluss auf die Wahrnehmbarkeit vorliegen. Hinsichtlich des relevanten Marktes ist dabei auf die Nutzung von journalistisch-redaktionellen Inhalten (und nicht etwa auf andere Funktionalitäten eines Medienintermediärs) abzustellen. Auch müssen alle Zugangsmöglichkeiten zu dem jeweiligen Angebot in die Betrachtung mit einbezogen werden und nicht etwa ausschließlich der Zugang über Medienintermediäre.</p>
--	--	--	--

<p>(2) Eine Diskriminierung im Sinne des Absatzes 1 liegt vor, wenn ohne sachlich gerechtfertigten Grund von den nach § 93 Abs. 1 bis 3 zu veröffentlichenden Kriterien zugunsten oder zulasten eines bestimmten Angebots systematisch abgewichen wird oder diese Kriterien Angebote unmittelbar oder mittelbar unbillig systematisch behindern.</p>	<p>Absatz 2 regelt die beiden Varianten des Verbotes abschließend. Weitere Anwendungsfälle werden von dem Verbot nicht erfasst. Die Formulierung ist an § 19 Abs. 2 Nr. 1 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen angelehnt. Beide Alternativen müssen systematisch begangen werden, um einen Verstoß zu begründen. Zur Sicherung der Meinungsvielfalt und ihrer Bedeutung für die Demokratie ist eine systematisch angelegte Diskriminierung von Angeboten vom Gesetzgeber zu unterbinden. Medienintermediäre dürfen mittels der von ihnen eingesetzten technischen Mittel keinen unzulässigen Einfluss darauf ausüben, welche Angebote für den Nutzer auffindbar sind und welche nicht. Eine systematische Diskriminierung liegt vor, wenn bestimmte journalistisch-redaktionelle Angebote bspw. aufgrund ihrer politischen Ausrichtung oder der Organisationsform (privat oder öffentlich-rechtlich) des Anbieters planmäßig gegenüber anderen redaktionellen Angeboten über- oder unterrepräsentiert sind. Dauer und Regelmäßigkeit der Abweichungen bzw. Behinderung sind bei der Bewertung zu berücksichtigen. Die erste Alternative des „Abweichens von den zu veröffentlichenden Kriterien“ ist gegeben, wenn ohne sachlich gerechtfertigten Grund von den nach den Transparenzgeboten des § 93 Abs. 1 bis 3 zu veröffentlichenden Kriterien zugunsten oder zulasten eines bestimmten Angebots systematisch abgewichen wird. Die nach „§ 93 Abs. 1 bis 3 zu veröffentlichenden Kriterien“, die unter Umständen von den tatsächlich veröffentlichten Kriterien abweichen, stellen damit</p>	<p>§ 8 Systematische Abweichung nach § 94 Abs. 2 1. Alt. MStV</p> <p>(1) Maßgeblich für die Beurteilung, ob ein Verstoß gegen § 94 Abs. 2 1. Alt MStV vorliegt sind</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. die Kriterien und die Angaben zur Gewichtung der Kriterien, die der Medienintermediäre zur Erfüllung seiner Verpflichtung nach § 93 Abs. 1 MStV veröffentlicht oder 2. die Kriterien und die Angaben zur Gewichtung der Kriterien, die der Medienintermediäre zur Erfüllung der Verpflichtung nach § 93 Abs. 1 MStV veröffentlichen müsste. <p>(2) Eine Abweichung im Sinne von § 94 Abs. 2 1. Alt MStV liegt insbesondere vor, wenn der Anbieter eines Medienintermediärs</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. nicht die veröffentlichten oder andere als die nach § 93 Abs. 1 Nr. 1 und 2 MStV zu veröffentlichenden Kriterien anwendet oder 2. von der veröffentlichten Gewichtung der zentralen Kriterien einer Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten abweicht. <p>(3) Die Feststellung, ob eine Abweichung i.S. von § 94 Abs. 2 1. Alt. MStV systematisch erfolgt, ist anhand einer Gesamtschau aller Umstände vorzunehmen. Insbesondere Dauer, Regelmäßigkeit, Wiederholung</p>	<p>Die explizite Einbeziehung von Kriterien und Angaben zur Gewichtung, die der Medienintermediär veröffentlichen müsste in die Beurteilung ob ein Verstoß vorliegt ist zugleich unklar und uferlos. Natürlich wäre es immer möglich, noch weitere Kriterien oder Angaben zur Gewichtung der Kriterien zu veröffentlichen – all diese potentiell zu veröffentlichenden Kriterien können hier kaum einbezogen werden, insbesondere weil unklar ist, wie die Medienanstalten diese bestimmen können sollen. Wir fordern daher die Streichung von (1) Nummer 2.</p>
--	---	--	---

	<p>zugleich den Maßstab für das Diskriminierungsverbot dar. Der Medienintermediär kann sich dem Diskriminierungsverbot nicht dadurch entziehen, dass er möglichst wenige Kriterien veröffentlicht und so das Abweichen von diesen umgeht.</p> <p>Ein Abweichen kann indes sachlich gerechtfertigt sein. Insbesondere rechtstreues Verhalten bzw. das Befolgen anderweitiger gesetzlicher Verpflichtungen ist ein sachlicher Grund in diesem Sinne. Entsprechende Vorgaben können sich bspw. aus jugend-schutz-, straf-, persönlichkeits-, oder urheberrechtlichen Bestimmungen ergeben. Auch technische Fragen, wie die Darstellbarkeit eines Angebots auf mobilen Endgeräten, o-der der Schutz der Integrität des Dienstes (z. B. vor sogenanntem Web Spam) können einen sachlichen Grund darstellen.</p>	<p>und Planmäßigkeit der Abweichung sind hierbei einzubeziehen.</p> <p>(4) Eine Abweichung ist gerechtfertigt, wenn diese mit einem sachlichen Grund erfolgt. Sachliche Gründe können insbesondere sein</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. gesetzliche Verbote, 2. technische Gegebenheiten bei der Darstellung beim Nutzer, 3. Erfordernisse zum Schutz der Integrität des Dienstes. 	<p>In Bezug auf die sachlichen Gründe, die eine Abweichung rechtfertigen, ist der 3. Punkt, nämlich „Erfordernisse zum Schutz der Integrität des Dienstes“ besonders hervorzuheben. Dieses Gebot sollte im Interesse aller Akteure oberste Priorität erfahren. Der 1. Punkt der „gesetzlichen Verbote“ muss, auch um Konsistenz mit der Begründung des Staatsvertrages herzustellen, weiter gefasst werden und allgemeiner „gesetzliche Auflagen“ umfassen. Dazu zählen insbesondere auch fehlende Rechte für Inhalte im Rahmen der Vertragsfreiheit. Ergänzt werden müssen weitere sachliche Gründe, nämlich die Durchsetzung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Medienintermediäre und die Bekämpfung von Desinformation. Letzteres ist auch deshalb relevant, da einige Medienintermediäre sich an dem EU Code of practice on disinformation beteiligt haben und sich hier somit verpflichtet haben Maßnahmen durchzuführen, die von der EU ausdrücklich gewünscht werden. Derartige Maßnahmen, auch wenn diese keine</p>
--	--	---	--

	<p>Die zweite Alternative der „Behinderung durch die zu veröffentlichende Kriterien“ ist gegeben, wenn die nach § 93 Abs. 1 bis 3 zu veröffentlichenden Kriterien Angebote unmittelbar oder mittelbar unbillig systematisch behindern. Auch bei dieser Alternative ist die systematische Begehung Tatbestandsvoraussetzung. Hinzukommen muss die Unbilligkeit der Behinderung. Hierbei sind die Interessen der Betroffenen umfassend gegeneinander abzuwägen. Gesetzliche Wertungen anderer Rechtsgebiete sind dabei zu berücksichtigen.</p>	<p>§ 9 Unbillige Behinderung nach § 94 Abs. 2 2. Alt MStV</p> <p>(1) Eine Behinderung im Sinne des § 94 Abs. 2 2. Alt. MStV ist die unmittelbare oder mittelbare Beeinträchtigung der Auffindbarkeit eines journalistisch-redaktionellen Angebotes.</p> <p>(2) § 8 Abs. 1 dieser Satzung gilt entsprechend.</p> <p>(3) Die Feststellung, ob eine Behinderung i.S. von § 94 Abs. 2 2. Alt. MStV systematisch erfolgt, ist anhand einer Gesamtschau aller Umstände vorzunehmen. Insbesondere Dauer, Regelmäßigkeit, Wiederholung und Planmäßigkeit der Behinderung sind hierbei einzubeziehen.</p> <p>(4) Die Unbilligkeit einer Behinderung beurteilt sich nach einer Abwägung der Interessen der Beteiligten unter Berücksichtigung der auf die Vielfaltssicherung gerichteten Zielsetzung des MStV. Die Unbilligkeit einer Behinderung kann sich aus einzelnen Kriterien oder aus dem kumulativen Zusammenwirken mehrerer Kriterien ergeben.</p>	<p>gesetzlichen Verbote darstellen, müssten in jedem Fall einen sachlichen Grund darstellen und dürfen nicht durch medienrechtliche Vorgaben konterkariert werden.</p> <p>Bei der Abwägung der Unbilligkeit einer Behinderung müssen neben den Interessen der Beteiligten insbesondere auch die Interessen bzw. die berechtigte Erwartungshaltung der Nutzer an den Dienst sowie die Aufgaben bzw. der Zweck eines Medienintermediärs einbezogen werden. Dies ergibt sich bereits aus den gesetzlichen Anforderungen, die beschreiben, dass bei der Erstellung der Satzung berücksichtigt werden muss, dass Intermediäre eine Orientierungsfunktion haben.</p> <p>Es bedarf zudem einer Klarstellung, ob 8 oder 9 (94 Abs. 2 Diskriminierung oder Behinderung) kumulativ oder alternativ angewendet werden können, also was Diskriminierung und was Behinderung sein soll und wie diese voneinander abzugrenzen sind.</p>
--	--	--	---

		<p>IV. Abschnitt Verfahren und Ermittlung</p> <p>§ 10 Zuständigkeit der ZAK</p> <p>(1) Für die im Rahmen dieser Satzung zu erfüllenden Aufgaben dient die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) der zuständigen Landesmedienanstalt als Organ (§ 104 Abs. 2 S. 1 Nr. 1, § 105 Abs. 1 S. 1 Nr. 10 MStV i.V.m. der Geschäfts- und Verfahrensordnung der ZAK – GVO ZAK).</p> <p>(2) Die zuständige Landesmedienanstalt leitet Beschwerden nach § 11 und § 12 unverzüglich über die Gemeinsame Geschäftsstelle an die ZAK weiter und informiert sie über Prüfungen von Amts wegen. Die ZAK führt die Verfahren bis zur Entscheidungsreife.</p>	<p>Was die Zuständigkeit für Verfahren und Ermittlung angeht muss –im Rahmen der oder jenseits der Satzung - klar beschrieben werden, wie sich die zuständige Landesmedienanstalt identifizieren lässt – richtet sich dies nach dem Sitz des Zustellungsbevollmächtigten, des Unternehmenshauptsitzes oder gibt es hier andere Kriterien?</p> <p>Sofern die Möglichkeit gegeben ist, Verfahren von Amts wegen zu verfolgen, muss konkretisiert werden, dass dies nur in offensichtlichen Fällen möglich ist und wann eine derartige Offensichtlichkeit vorliegt, insbesondere wenn die Rechtsverletzung klar „greifbar“ ist.</p> <p>Zudem sollte es eine Frist für die Dauer von Verfahren geben. Die Anbieter haben ein berechtigtes Interesse daran, dass sich diese Verfahren nicht lange hinziehen und nicht verschleppt werden oder durch weitere Eingaben von Beschwerdeführern verzögert werden und damit unzumutbare Längen und Kosten für die Adressaten verursachen. Dies ist in anderen Verfahrensregelungen üblich und sollte daher auch hier entsprechend geregelt werden. Wir schlagen dazu folgende Formulierung vor: „Verfahren nach § 11 und</p>
--	--	--	--

		<p>§ 11 Verfahren Transparenzgebot</p> <p>(1) Die zuständige Landesmedienanstalt prüft durch die ZAK auf Grundlage einer Beschwerde oder von Amts wegen, ob der Anbieter eines Medienintermediärs die Bestimmungen des § 93 MStV oder der §§ 5 und 6 dieser Satzung verletzt.</p> <p>(2) Der Beschwerdeführer soll schriftlich darlegen, auf Grund welchen Sachverhalts davon auszugehen ist, dass die vom Anbieter eines Medienintermediärs transparent gemachten Informationen nicht den Vorgaben des § 93 MStV oder der §§ 5 und 6 dieser Satzung entsprechen.</p> <p>(3) Auf Antrag des Anbieters eines Medienintermediärs stellt die zuständige Landesmedienanstalt durch die ZAK fest, ob und in welchem Umfang ein bestimmter Medienintermediär den Bestimmungen des § 5 dieser Satzung entspricht (Unbedenklichkeitsbestätigung).</p>	<p>12 müssen in angemessener Zeit, spätestens jedoch innerhalb von 4 Monaten ab Eingang einer Beschwerde bzw. der Aufnahme von Amts wegen abgeschlossen sein. In zu begründenden Ausnahmefällen kann diese Frist einmalig um 1 Monat verlängert werden“.</p> <p>Im Rahmen der Unbedenklichkeitsbestätigung zugunsten eines Medienintermediärs ist es im Sinne der Rechtssicherheit wichtig, dass in der Bescheinigung genau ausgeführt wird, welche Teile und Konstellationen des Intermediärs geprüft und für unbedenklich befunden wurden.</p>
--	--	--	---

<p>(3) Ein Verstoß kann nur von dem betroffenen Anbieter journalistisch-redaktioneller Inhalte bei der zuständigen Landesmedienanstalt geltend gemacht werden. In offensichtlichen Fällen kann der Verstoß von der zuständigen Landesmedienanstalt auch von Amts wegen verfolgt werden.</p>	<p>Nach Absatz 3 Satz 1 kann ein Verstoß von den Landesmedienanstalten nur aufgrund eines entsprechenden Antrags eines betroffenen Anbieters journalistisch-redaktioneller Inhalte verfolgt werden. Aufgrund des zu begründenden Antrags übernimmt die Landesmedienanstalt die weitere Prüfung (vgl. zur internen Aufgabenwahrnehmung auch die Begründung zu § 104). Unter Umständen können auch Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen zu den Antragsberechtigten gehören.</p> <p>Darüber hinaus eröffnet Satz 2 als Ausnahmefall zudem die Möglichkeit einer Prüfung der zuständigen Landesmedienanstalt von Amts wegen, dies allerdings nur in offensichtlichen Fällen. Das Kriterium der „Offensichtlichkeit“ ist dem Verwaltungsrecht entnommen (vgl. § 44 des Verwaltungsverfahrensgesetzes). Durch die hierdurch eingeschränkte Amtsermittlung soll sichergestellt werden, dass keine kontinuierliche, antragsunabhängige Überprüfung der Einhaltung des Diskriminierungsverbots erfolgt. Offensichtliche und damit für Dritte klar erkennbare Verstöße können aber auch unabhängig von einem Antrag der betroffenen Inhalteanbieter verfolgt werden.</p>	<p>§ 12 Verfahren Diskriminierungsverbot</p> <p>(1) Beschwerdeberechtigt i.S. von § 94 Abs. 3 Satz 1 MStV sind</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Anbieter journalistisch-redaktioneller Inhalte und 2. Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen, soweit sie die Diskriminierung der von ihnen angebotenen Bündel journalistisch-redaktioneller Inhalte rügen. <p>(2) Der Beschwerdeführer soll geeignete Nachweise vorlegen, aus denen sich sowohl der besonders hohe Einfluss des Medienintermediärs auf die Wahrnehmbarkeit von journalistisch-redaktionellen Inhalten (§ 94 Abs. 1 MStV) als auch die behauptete Diskriminierung seiner journalistisch-redaktionellen Inhalte (§ 94 Abs. 2 MStV) ergeben. Hierzu können insbesondere vorgelegt werden</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. eine Dokumentation der Aufrufe einzelner Inhalte über den betreffenden Medienintermediär im Verhältnis zur Gesamtaufrufzahl, 2. Auswertungen der Auffindbarkeit eigener journalistisch-redaktioneller Inhalte im Medienintermediär sowie 3. geeignete Studien. 	<p>Es ist nicht nachvollziehbar, inwiefern die Dokumentation der Aufrufe einzelner Inhalte über den betreffenden Medienintermediär im Verhältnis zur Gesamtaufrufzahl ein geeigneter Nachweis für eine Diskriminierung sein soll. Es ist unklar, worauf sich die Gesamtaufrufzahl bezieht – alle Inhalte, ein Artikel, alle Inhalte eines Mediums? Aufgrund der Personalisierung der Angebote von Medienintermediären kann aus einzelnen Aufrufen einzelner Inhalte kein Rückschluss auf eine Diskriminierung gezogen werden, nur weil bspw. der betreffende Inhalt weiter oben oder weiter unten angezeigt wird. Wir fordern daher eine Streichung der Nummer 1.</p>
---	--	---	--

		<p>§ 13 Nachbesserung</p> <p>Stellt die zuständige Landesmedienanstalt durch die ZAK fest, dass der Anbieter eines Medienintermediärs die §§ 92 bis 94 MStV oder Vorschriften dieser Satzung verletzt, hat der Anbieter des Medienintermediärs den Medienintermediär unverzüglich nachzubessern. Der Anbieter des Medienintermediärs ist verpflichtet, die Nachbesserung gegenüber der zuständigen Landesmedienanstalt in geeigneter und nachvollziehbarer Weise nachzuweisen.</p>	<p>Bezüglich der Nachbesserung sollte die Möglichkeit eingeräumt werden, dass die Parteien in einem Verfahren in Ansehung der Vorwürfe gegen den Medienintermediär gemeinsam eine Frist vereinbaren innerhalb derer der Anbieter des Medienintermediärs die Nachbesserung zu erbringen hat. Wir schlagen hierzu folgende Ergänzung vor: „Die zuständige Landesmedienanstalt und der betroffene Anbieter eines Medienintermediärs können gemeinsam eine Frist für die Nachbesserung vereinbaren“. Der hier verlangte Nachweis durch den Medienintermediär kann sich im Übrigen nur auf den Nachweis der Tatsache der Nachbesserung beziehen und nicht auf die Behebung des Verstoßes – die dann aber natürlich aus der Nachbesserung folgen muss.</p>
<p>§ 95 Vorlage von Unterlagen</p> <p>Anbieter von Medienintermediären sind verpflichtet, die erforderlichen Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen vorzulegen. Die §§ 56 und 58 gelten entsprechend.</p>	<p>Mit Satz 1 wird für Anbieter von Medienintermediären (ähnlich wie mit § 86 für Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen) die Verpflichtung zur Vorlage von Unterlagen geregelt. Durch den Verweis in Satz 2 wird die entsprechende Anwendung der Vorschriften zu Auskunftsrechten und Ermittlungsbefugnissen gem. § 56 sowie zur Vertraulichkeit gem. § 58 angeordnet. Damit wird insbesondere gewährleistet, dass die Landesmedienanstalten nicht unbefugt Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse einschließlich der Algorithmen offenbaren dürfen.</p>	<p>§ 14 Auskunft und Vorlage von Unterlagen</p> <p>Zur Überprüfung eines möglichen Verstoßes ist der Anbieter eines Medienintermediärs verpflichtet, alle erforderlichen Auskünfte zu erteilen, Informationen bereitzustellen und Unterlagen vorzulegen. Die zuständige Landesmedienanstalt kann insbesondere</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. die Vorlage sämtlicher Dokumentationen fordern, die die Kriterien i.S. von § 93 Abs. 1 Nr. 1 MStV bzw. die zentralen Kriterien und deren Gewichtung sowie die Funktionsweise der eingesetzten Algorithmen i.S. 	<p>Zur Vorlage jeglicher Unterlagen und Informationen durch Anbieter von Medienintermediären lässt sich, wie eingangs beschrieben, hervorheben, dass die Vertraulichkeit der vorgelegten Unterlagen und Informationen gesichert und diese Sicherung klar beschrieben werden muss. Insbesondere Geschäftsgeheimnisse müssen gewahrt werden können, gegebenenfalls durch Unkenntlichmachung. Wir empfehlen hierzu folgende Ergänzung der Satzung: Unverzüglich nach der Vorlage von</p>

		<p>von § 93 Abs. 1 Nr. 2 MStV belegen,</p> <p>2. die mit der Festlegung, technischen Umsetzung und Änderung der Kriterien i.S. von § 93 Abs. 1 Nr. 1 MStV bzw. zentralen Kriterien und deren Gewichtung sowie der eingesetzten Algorithmen i.S. von § 93 Abs. 1 Nr. 2 MStV befassten Mitarbeiter des Anbieters des Medienintermediärs als Zeugen vernehmen,</p> <p>3. eine eidesstattliche Versicherung des Anbieters des Medienintermediärs zu den veröffentlichten Kriterien verlangen,</p>	<p>Unterlagen nach Abs. 1 kennzeichnet der Anbieter des Medienintermediärs diejenigen Teile der Unterlagen, die Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse enthalten. In diesem Fall muss er zusätzlich eine Fassung vorlegen, die aus seiner Sicht ohne Preisgabe von Betriebs- oder Geschäftsgeheimnissen eingesehen werden kann. Erfolgt dies nicht, kann die Landesmedienanstalt von einer Zustimmung zur Einsicht ausgehen, es sei denn, ihr sind besondere Umstände bekannt, die eine solche Vermutung nicht rechtfertigen. Hält die Landesmedienanstalt die Kennzeichnung der Unterlagen als Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse für unberechtigt, so muss sie vor der Entscheidung über die Gewährung von Einsichtnahme an Dritte die Anbieter von Medienintermediären hören“.</p> <p>§ 95 Medienstaatsvertrag bezieht sich explizit auf die Vorlage von Unterlagen und nennt keine Vernehmung von Zeugen. § 56 wiederum bezieht sich auf die zur Erfüllung der sich aus den §§ 60 bis 67 und 120 ergebenden Aufgaben – dies deckt nicht die Überprüfung eines möglichen Verstoßes der Anbieter eines Medienintermediärs ab. Daraus folgt, dass im Staatsvertrag keine Vernehmung von Zeugen zu diesem Zweck vorgesehen ist. Dies kann nicht allein über die Satzung eingebracht werden und sollte</p>
--	--	---	---

		<p>4. vertragliche oder vertragsähnliche Vereinbarungen einsehen, die in sachlichem Zusammenhang zum Zugang und Verbleib von Inhalten zum Medienintermediär stehen, insbesondere soweit sie die Aufnahme, Darstellung und den Verbleib von journalistisch-redaktionellen Inhalten betreffen.</p>	<p>deshalb gestrichen werden.</p>
<p>§ 96 Satzungen und Richtlinien</p> <p>Die Landesmedienanstalten regeln durch gemeinsame Satzungen und Richtlinien Einzelheiten zur Konkretisierung der sie betreffenden Bestimmungen dieses Unterabschnitts. Dabei ist die Orientierungsfunktion der Medienintermediäre für die jeweiligen Nutzerkreise zu berücksichtigen.</p>	<p>Satz 1 enthält eine Satzungs- und Richtlinienbefugnis für die Landesmedienanstalten, damit diese gemeinsame Regelungen zu den Vorschriften für Medienintermediäre treffen. Satz 2 enthält aufgrund der besonderen Bedeutung der Medienintermediäre den klarstellenden Hinweis, dass bei der Formulierung von Satzungen und Richtlinien deren Orientierungsfunktion für die jeweiligen Nutzerkreise zu berücksichtigen ist. Damit wird dem positiven Nutzen dieser Dienste für die Informationsgewinnung durch die Bürger-rinnen und Bürger Rechnung getragen. Diese Vorgabe des Gesetzgebers ist von den Landesmedienanstalten als Leitbild durchgängig zu berücksichtigen</p>		
		<p>V. Abschnitt Kosten und Evaluierung</p> <p>§ 15 Kosten</p> <p>(1) Wird ein Verstoß gegen die Transparenzvorgaben i.S. von § 93 MStV und §§ 5 und 6 dieser Satzung oder das Diskriminierungsverbot i.S. von § 94 Abs. 1 und 2 MStV und §§ 8 und 9 dieser Satzung festgestellt, trägt der Anbieter des Medienintermediärs die</p>	

		<p>Kosten des Verfahrens.</p> <p>(2) Wird ein Verstoß gegen das Diskriminierungsverbot nach § 94 Abs. 1 und 2 MStV oder §§ 8 und 9 dieser Satzung aufgrund einer Beschwerde festgestellt, trägt der Anbieter des Medienintermediärs die Kosten des Verfahrens. Die Kosten einer unbegründeten Beschwerde trägt der Beschwerdeführer. Ist die Beschwerde nur teilweise begründet, werden die Kosten anteilig auferlegt. § 155 Abs. 1 S. 3, Abs. 2 und 4 VwGO gilt entsprechend.</p> <p>(3) Die Kosten des Verfahrens zur Erteilung einer Unbedenklichkeitsbestätigung (§ 11 Abs. 3 dieser Satzung) trägt der Antragsteller.</p> <p>§ 16 Evaluierung</p> <p>Die ZAK überprüft spätestens alle drei Jahre diese Satzung unter besonderer Berücksichtigung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. der aus der praktischen Anwendung dieser Satzung gewonnenen Erfahrungen, 2. der technischen und wirtschaftlichen Entwicklungen im Regulierungsbereich, 3. der Bedeutung einzelner Medienintermediäre für die öffentliche Meinungsbildung, 4. die Entwicklung der Transparenz- und Diskriminierungsforschung sowie 	<p>Um querulatorischen Beschwerden und Verfahren vorzubeugen, sollte eine Regelung zur Kostentragung vorgesehen werden, die die weiteren, bei dem Anbieter entstandenen Kosten berücksichtigt. Wir schlagen daher vor, zu ergänzen, dass die Kosten „des Verfahrens einschließlich der Rechtsverteidigungskosten im Falle“ einer unbegründeten Beschwerde der Beschwerdeführer trägt.</p> <p>Im Rahmen der Evaluierung sollte die Berücksichtigung von legislativen und ko-regulativen Entwicklungen und Initiativen ergänzt werden.</p>
--	--	---	---

		5. der Entwicklung von Forschung und Wissenschaft im Bereich der Datenanalyse, der künstlichen Intelligenz und des maschinellen Lernens.	
--	--	--	--

Bitkom vertritt mehr als 2.700 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, davon gut 2.000 Direktmitglieder. Sie erzielen allein mit IT- und Telekommunikationsleistungen jährlich Umsätze von 190 Milliarden Euro, darunter Exporte in Höhe von 50 Milliarden Euro. Die Bitkom-Mitglieder beschäftigen in Deutschland mehr als 2 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu den Mitgliedern zählen mehr als 1.000 Mittelständler, über 500 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 80 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, jeweils 8 Prozent kommen aus Europa und den USA, 4 Prozent aus anderen Regionen. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem weltweit führenden Digitalstandort zu machen.