Stellungnahme

Medienstaatsvertrag
Überarbeiteter Vorschlag der Rundfunkkommission

07.08.2019

Zusammenfassung

Bitkom nimmt gern die Gelegenheit wahr, zu dem am 03. Juli veröffentlichten Diskussionsentwurf der Rundfunkkommission der Länder für einen »Medienstaatsvertrag« Stellung zu nehmen.

Bitkom erkennt an, dass bei der Erarbeitung des Medienstaatsvertrages (MStV) eine Vielzahl unterschiedlicher Interessen in Ausgleich zu bringen ist. Durch den neuen Entwurf wurden jedoch weitere Zugeständnisse zugunsten marktstarker Rundfunkveranstalter gemacht; die Forderungen der im Bitkom organisierten Digitalbranche nach faireren Rahmenbedingungen und damit deren Interessen bleiben erneut weitgehend unberücksichtigt. So hat beispielsweise nicht einmal die allseitig Zustimmung findende Forderung nach einer stärkeren Rolle der Medienanstalten als Aufsichtsbehörde gegenüber allen Playern Berücksichtigung gefunden. Nach wie vor bleibt ein Beschwerdeweg lediglich für Sender eröffnet. Das Gleiche gilt für die Forderung nach einem wechselseitigen Diskriminierungsverbot, das angesichts der heutigen Marktmachtverhältnisse dringend erforderlich ist.

Insgesamt ist der Entwurf geprägt durch die Einführung einer kaum zu überschauenden Zahl neuer Regulierungsvorgaben, für die – vor allem abseits der Umsetzung zwingender Vorgaben der revidierten Audiovisuelle Mediendienste Richtlinie (AVMD-RL) der EU – aus Sicht des Bitkom überwiegend nicht dargelegt ist, welchen potenziellen Gefahren für die Vielfaltssicherung oder anderen eminent wichtigen Regulierungszielen der Medienordnung hiermit und in der vorliegenden Form begegnet werden soll. Dadurch, sowie durch die Art und Weise, in der neue Thematiken in den Staatsvertrag integriert werden sollen, drohen eine ganze Reihe der Zielstellungen verfehlt zu werden, die ausweislich etwa der Ergebnisse der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz mit einer umfassenden Reform der Medienordnung der Länder erzielt werden müssten.

Problematisch ist weiterhin, dass bei den vorgeschlagenen Definitionen nicht klar wird, welche Dienste jeweils konkret hierunter fallen sollen. Der Entwurf leistet nach wie vor keine saubere Abgrenzbarkeit zwischen einzelnen Kategorien von Anbietern bzw. Diensten, was einen unklaren Anwendungsbereich zur Folge hat. Im Gegenteil ist nun mit Videosharing-Diensten und deren Anbietern noch eine weitere Kategorie hinzugekommen. Auch hier ist nicht klar, wie sich diese Kategorie bspw. zu der der Intermediäre abgrenzen lässt.

Ein moderner Rechtsrahmen muss gleiche Wettbewerbsbedingungen und Entwicklungsspielraum für innovative Angebote in einem international geprägten Wettbewerb sicherstellen. Er sollte unbürokratisch und effizient umsetzbar sein und die Autonomie von Zuschauerinnen und Nutzern

Bitkom
Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation
und Neue Medien e.V.

Nick Kriegeskotte
Leiter Infrastruktur & Regulierung
T +49 30 27576-224
n.kriegeskotte@bitkom.org

Albrechtstraße 10
10117 Berlin

Präsident
Achim Berg

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

möglichst wenig einschränken. Insgesamt wird der neue Entwurf der Forderung des Bitkom nach geringerer Eingriffsintensität durch abgestufte Regulierung und ex-post-Kontrolle nicht gerecht. Im Gegenteil, ohne Not wurde die Eingriffsintensität teils noch gesteigert. Das Ziel, eine zeitgemäße Medienregulierung zu schaffen, die geänderten Zuschauergewohnheiten und Marktrealitäten Rechnung trägt, wird mit diesem Entwurf verfehlt.

Wir fordern die Rundfunkkommission der Länder dazu auf, den jetzigen Entwurf entsprechend der in dieser Stellungnahme vorgebrachten Argumente noch einmal zu überarbeiten.

Die Stellungnahme aus dem vergangenen Jahr, welche sich auf den ursprünglichen, von der Rundfunkkommission der Länder veröffentlichten Diskussionsentwurf bezog, bleibt vollumfänglich gültig; sie ist diesem Schreiben zur leichteren Information beigefügt.

bitkom

Inhalt

Seite

Medienplattformen/Benutzeroberflächen 4
Begriffsbestimmungen (§ 2 (2) Nr.13 und Nr. 13a MStV-E) 4
Überlagerungen und Skalierungen (§ 52a (4)) 5
Must carry (§ 52b) 6
Besondere Hervorhebung des Rundfunks (sog. „Basisauffindbarkeit“) / einzelner sog. „public-value“ Angebote (§ 52e (3)) 7
Plattformanzeige (§ 36 (1); § 53b (2)) 8

Medienintermediäre 9
Anwendungsbereich (§ 53c) 9
Diskriminierungsverbot (§ 53e) 9

Videosharingdienste 10
Anwendungsbereich (§ 5i bzw. Definition in § 2 (2) Nr.14e) 10

Telemedien 10
Anteil europäischer Werke (§ 58 (7)) (VoD-Anbieter stellen 30% sicher) 10

Jugendmedienschutzstaatsvertrag 11
Geltungsbereich (§ 2 JMStV-E) 11

bitkom

Medienplattformen/Benutzeroberflächen

Begriffsbestimmungen (§ 2 (2) Nr.13 und Nr. 13a MStV-E)

Nach der vorgeschlagenen Definition würde jeder Dienst als Medienplattform reguliert, der eine Zusammenfassung von Rundfunk oder rundfunk-ähnlichen Telemedien zum Gegenstand hat. Damit würden bislang geltende Begrenzungen auf ggf. regulierungsbedürftige Angebote wegfallen. Bitkom spricht sich daher dafür aus, Medienplattformen auch zukünftig nur zu regulieren, soweit sie Inhalte von Dritten *mit dem Ziel der Zugänglichmachung* zusammenfassen. Die Definition in Nr. 13 S.2 leistet keine klare Abgrenzbarkeit zu Appstores; diese aber dürften wohl jedenfalls nicht in ihrer allgemeinen Form als Gegenstand einer Regulierung angedacht sein.

Eine Regulierung von Benutzeroberflächen ist allenfalls in folgenden Fällen vertretbar: 1. die Benutzeroberfläche hat eine marktbeherrschende Stellung inne; 2. eine infrastruktur- / hardwarebasierte Benutzeroberfläche ist der einzige Weg, auf Inhalte zuzugreifen. Diese Überlegungen sollten sich in der Definition niederschlagen. Die aktuell vorgeschlagene Definition der Benutzeroberfläche ist insbesondere unter Aspekten der Abgrenzung zu Medienplattformen und Medienintermediären kritisch. Benutzeroberflächen sollten nur dann in den Anwendungsbereich fallen „soweit" sie der Orientierung dienen und „*soweit*" sie unmittelbar die Auswahl von Angeboten, Inhalten oder softwarebasierten Anwendungen ermöglichen. Mit der aktuellen Formulierung („die") besteht die Gefahr, den Anwendungsbereich ungewollt auszuweiten. Sie sollten auch nicht der Orientierung „dienen" sondern allenfalls entsprechendes „*bieten*". Die gesetzlichen Regelungen sollten eindeutig und aus sich heraus verständlich sein. Beispiel: Wie sind Oberflächen i.S.d. Nr. 13a lit. c) und softwarebasierte Anwendungen i.S.d. Nr. 13 S. 2 zu unterscheiden und warum werden sie unterschieden? Unklar ist auch, wie die „Ermöglichung einer unmittelbaren Auswahl" zu verstehen ist.

Im Entwurf ist nun auch die akustische Übersicht über Angebote aufgenommen worden. Nichtdiskriminierungs- und Auffindbarkeitsregelungen müssten im Sinne eines Level-Playing-Fields für diese genauso gelten, sofern tatsächlich eine Vergleichbarkeit der Dienste gegeben ist. Technische Restriktionen sind bei allen Oberflächen zu berücksichtigen. Die derzeitigen regulatorischen Anforderungen für Benutzeroberflächen sind allerdings primär auf visuelle Oberflächen (d.h. textliche oder graphische Benutzeroberflächen) zugeschnitten. Trotz möglicher Anwendbarkeit der Definition auch auf Audioschnittstellen, sind die grundlegenden Annahmen nicht in gleicher Weise zutreffend und umsetzbar. Audioschnittstellen können Inhalte nicht in gleicher Weise abbilden, wie dies bei visuellen Oberflächen der Fall ist. Die Definition der „Benutzeroberfläche" klärt nicht in ausreichender Weise, was der Gesetzgeber mit „Übersicht über Angebote oder Inhalte" sowie „akus-

tische Präsentation“ (Regelbeispiel) überhaupt meint. Aus Sicht des Bitkom ist unklar, in welchen Fällen eine akustische Benutzerschnittstelle wie z.B. Sprachdienste oder Sprachsteuerung eine entsprechende Übersicht bieten könnten und damit von der Legaldefinition erfasst wären.

Überlagerungen und Skalierungen (§ 52a (4))

Bitkom spricht sich ausdrücklich gegen die vorgenommene Streichung (im Verhältnis zur zuvor konsultierten Fassung des Entwurfs) der Möglichkeit eines generellen Opt-Ins für Überlagerungen und Skalierungen zum Zweck von Empfehlungen oder Hinweisen auf Rundfunkprogramme oder rundfunkähnliche Telemedien aus. Die jetzt geplante Beschränkung auf jeden Einzelfall, wäre für Nutzer sehr hinderlich. Dem Nutzer muss die Möglichkeit erhalten bleiben, sich durch eine grundsätzliche Einwilligung (z. B. über die Grundeinstellung des Geräts) alle von ihm gewünschten Zusatzdienste und -inhalte, insbesondere Empfehlungen und Programmhinweise, auf seinem Endgerät anzeigen zu lassen. Natürlich muss diese Einwilligung jederzeit widerrufbar sein. Vorgaben hingegen, die die Darstellung von Zusatzdiensten und -inhalten von einer Einwilligung des Nutzers in jedem Einzelfall abhängig machen wollen, laufen sowohl dem Grundsatz der Nutzerautonomie als auch der Marktrealität etablierter Dienste und anbieterübergreifender Programmempfehlungen zuwider. Eine solche Regulierung steht dem Bedürfnis vieler Nutzer nach Orientierung in einer konvergenten Medienlandschaft entgegen und verhindert Innovationsanreize auf diesem Gebiet.

Selbst in sensibleren Rechtsbereichen, wie z.B. dem Datenschutz, reicht eine einmalige Einwilligung durch den Nutzer, wenn sich im Übrigen der Zweck der Datenverarbeitung (in Analogie also das Opt-in für Überblendungen) nicht ändert. Auch in anderen Bereichen, die den TV-Veranstaltern „günstig“ erscheinen, z.B. bei der Aktivierung von HbbTV, soll ein einmaliges Opt-in ausreichend sein.

Die Ablehnung einer grundsätzlichen Einwilligung begegnet zudem mit Blick auf die jüngst novellierte AVMD-RL erheblichen Bedenken. Die Einhaltung der neuen EU Vorgaben ist aus Sicht derjenigen im Bitkom vertretenen Unternehmen, die größtenteils und zunehmend paneuropäische Dienstleistungen anbieten, von enormer Bedeutung. Die AVMD Richtlinie wurde überarbeitet, um den digitalen Binnenmarkt zu stärken und fortzuentwickeln. Diesem Gedanken wirkt es entgegen, wenn einzelne Mitgliedstaatenweit über die Vorgaben der Richtlinie hinausgehen.

Zunächst ergibt sich aus Artikel 7b AVMD-Richtlinie die von den Ländern zu wählende Systematik/Regelungsmechanik: Von Mediendiensteanbietern bereitgestellte audiovisuel-

le Mediendienste sollen nicht ohne die ausdrückliche Zustimmung dieser Anbieter zu kommerziellen Zwecken überblendet oder verändert werden (Artikel 7b Abs. 1 AVMD-Richtlinie). Die Mitgliedstaaten legen die genauen rechtlichen Bedingungen einschließlich Ausnahmen fest, insbesondere zur Wahrung der berechtigten Interessen der Nutzer, und berücksichtigen dabei wiederum auch die Interessen der Mediendiensteanbieter (Artikel 7b Abs. 2 AVMD-RL). Wie diese Ausnahmen auszugestalten sind, ergibt sich aus Erwägungsgrund 26 der Richtlinie: Danach gewährleisten die Mitgliedstaaten , dass eine Zustimmung des Mediendiensteanbieters bei Überblendungen, die vom Empfänger des Dienstes ausschließlich zum privaten Gebrauch ausgelöst oder genehmigt werden, wie etwa Überblendungen durch Dienste für die individuelle Kommunikation, nicht erforderlich ist. Das EU Recht kennt also *keine Beschränkung* von Überblendungen auf solche, die zum Zweck von Empfehlungen und Hinweisen erfolgen. Die AVMD-Richtlinie stellt lediglich auf Überblendungen zum privaten Gebrauch ab und nennt Dienste für die individuelle Kommunikation in einer nicht abschließenden Aufzählung als Beispiel. Auch findet die Beschränkung einer (dann) nicht dem Zustimmungsbedürfnis unterliegenden, nutzerinduzierten Überblendung auf den Einzelfall sich nicht im EU-Recht wieder. Generell ausgenommen sein sollen außerdem solche Überblendungen und Skalierungen, die der Navigation dienen.

Schließlich weisen wir darauf hin, dass aus Klarstellungsgründen und im Hinblick auf eine unionsrechtskonforme Ausgestaltung des Medienstaatsvertrages in den Text von § 52a (3) aufzunehmen ist, dass Steuerungselemente von Benutzeroberflächen, die wie Lautstärkeregler, Suchfunktionen, Navigationsmenüs oder Senderübersichten für die Bedienung des Geräts oder das Anwählen des Dienstes erforderlich sind (siehe Erwägungsgrund 26 AVMD-Richtlinie), nicht vom Einwilligungsvorbehalt erfasst werden.

Must carry (§ 52b)

- Für „landesfremde“ Dritte Programme (§ 52b (2))

Die Dritten Programme, bzw. ihre lokalen und regionalen Ausprägungen, sollten nur in ihrem jeweiligen Bestimmungsgebiet aufzunehmen sein. Plattformen sollten nicht zur bundesweiten Ausstrahlung aller Dritten im Sinne einer must carry Regelung verpflichtet werden. Am Ende würde dies zu einer völlig unübersichtlichen Senderliste führen.

- Für private Hörfunkprogramme (§ 52b (3))

Mangels empirischer Werte zu einer etwaigen Problematik vielfaltsgerechteter Berücksichtigung von privaten Hörfunkprogrammen und, insbesondere, angesichts fehlender

Anhaltspunkte für eine Gefahr von Fehlentwicklungen in diesem Bereich ist eine Verschärfung der Regulierung rundheraus abzulehnen.

- Abschaffung verbliebener Belegungsfreiheit durch allgemeines Diskriminierungsverbot auch im sog. „3. Drittel" (§ 52b (2) Nr. 3, (3) Nr. 3 i.V.m. § 52c (2))

Bei diesen Regelungen handelt es sich um eine massive Regulierungserweiterung, die abzulehnen ist. Auch der Free-Carry-Bereich („3. Drittel") soll nun nicht mehr seitens des Plattformanbieters frei gestaltbar sein, sondern wird durch die Vorgabe, Vielfaltsgesichtspunkte mit einzubeziehen und ein striktes Diskriminierungsverbot zu beachten (im Entwurf jeweils umgesetzt mittels des Verweises auf § 52c) im Ergebnis so behandelt wie der Non-Must-Carry- bzw. May-Carry-Bereich („2. Drittel"). Es ist in keiner Weise ersichtlich, aus welchem Grund in die geschützten Interessen von Plattformanbietern in derart massiver Weise eingegriffen werden dürfte.

Besondere Hervorhebung des Rundfunks (sog. „Basisauffindbarkeit") / einzelner sog. „public-value" Angebote (§ 52e (3))

Die Einführung einer sog. „Basisauffindbarkeit" für Rundfunkangebote, audiovisuelle Abrufmediendienste bzw. diese ansteuernde Apps wirft Fragen nach der Vereinbarkeit mit dem EU-Recht auf, da die AVMD-RL für eine solche Regelung keine Rechtsgrundlage bereitstellt. Es ist außerdem nicht ersichtlich, weshalb diese Regelung benötigt wird, welche konkreten Ziele hiermit verfolgt und welche tatsächlichen Probleme behoben werden sollen. Ein derartiger Eingriff verlangt allerdings eine Rechtfertigung.

Bitkom lehnt insbesondere das Konzept der privilegierten Auffindbarkeit bestimmter Angebote ab. Die privilegierte Auffindbarkeit einzelner Angebote bedeutet denknotwenig immer zugleich eine Benachteiligung anderer Angebote/Inhalte sowie insgesamt eine unangemessene Bevormundung der Nutzer. Eine Anpassung des eigenen Angebots an die Wünsche der Kunden wäre Anbietern nicht mehr möglich. Die Gefahr, dass sich Nutzer immer mehr vom linearen Rundfunk abwenden, wird durch die vorgeschlagene Regelung zur privilegierten Auffindbarkeit größer, nicht kleiner – mit allen negativen Konsequenzen für die öffentliche Meinungsbildung. Die Regulierung ist weder gerechtfertigt noch praktikabel. Auseinandersetzungen darüber, was privilegiert werden bzw. weniger wertvoll sein soll, wären unausweichlich. Zudem ist bereits heute absehbar, dass praktisch jede Rundfunkanstalt bzw. jeder TV-Veranstalter oder Anbieter fernsehähnlicher Telemedien für sich reklamieren wird, mit der Gesamtheit ihrer bzw. seiner Inhalte einen besonderen „Public-Value"-Beitrag zu leisten – würden all diese hervorgehoben, würde im Ergebnis nichts hervorgehoben.

Anhand des Beispiels einer angedachten, besonderen Privilegierung zugunsten von privaten Fernsehprogrammen mit Fensterprogrammen (§ 25 (4)), die in dem zu diskutierenden Entwurf für einen § 52 (3) UAbs. 2 skizziert wird, zeigt sich zudem: Der verfolgte Ansatz stimmt selbst mit den Rahmenvorgaben der AVMD-RL nicht überein: Nach § 25 (4) i.V.m. Ziff. 1 (1) der Fernsehfensterrichtlinie der Landesmedienanstalten ist hierfür im Wochendurchschnitt täglich ein Fensterprogramm mit einer Dauer von brutto 30 Minuten zu veranstalten; die Verpflichtung trifft derzeit als bundesweit verbreitete, reichweitenstärkste private Fernsehvollprogramme die Programme RTL und Sat.1. Mit anderen Worten sind die in ca. 98% der täglichen Sendezeit verbreiteten Inhalte völlig unmaßgeblich dafür, ob den betreffenden Sendern eine besondere Bedeutung für die öffentliche und individuelle Meinungsbildung, mithin eine Einstufung als Public-Value-Angebot, zugemessen wird oder nicht. Damit findet in einem derart offensichtlichen Maße eine disproportionale „Umsetzung" der in der AVMD-RL unter dort aufgestellten Voraussetzungen enthaltenen Ermächtigung (Art. 7a i.V.m. Erwägungsgrund 25) statt, dass der mitgliedstaatliche Einschätzungsspielraum bei der Umsetzung klar verletzt und die EU-rechtliche Vorgabe gröblich missachtet wird. Die AVMD-RL ermöglicht, unter engen Voraussetzungen, für bestimmte Inhalte eine angemessene Herausstellung vorzusehen, nicht für die Gesamtheit eines Dienstes.

Die Regelung wirft zudem auch weitere Fragen nach der Vereinbarkeit mit dem EU-Recht auf, mit Blick auf eine Diskriminierung zu Lasten weiterverbreiteter linearer audiovisueller Angebote aus anderen EU-Mitgliedstaaten.

Plattformanzeige (§ 36 (1); § 53b (2))

Für bereits angezeigte Plattformen und die dort eingebundenen Benutzeroberflächen ist eine erneute Anzeige weder erforderlich noch angebracht. Den Landesmedienanstalten liegen die benötigten Informationen vor bzw. können auch nach In-Kraft-Treten eines Medienstaatsvertrags von den Anbietern eingefordert werden; umgekehrt bleiben die Anbieter verpflichtet, relevante Änderungen mitzuteilen. Zwecks Vermeidung unnötiger bürokratischer Aufwände aufseiten sowohl der zuständigen Medienaufsicht als auch der Anbieter sollte § 36 Abs. 1 Satz 3 durch Einfügung eines 2. HS am Ende daher ergänzt werden: „(...); dies gilt entsprechend für bereits angezeigte Medienplattformen und Benutzeroberflächen". Alternativ könnte in § 53b (2) eine klarstellende Einschränkung auf „[Anbieter von] *noch nicht angezeigten* [Medienplattformen] *und Benutzeroberflächen*" vorgenommen werden.

bitkom

Medienintermediäre

Anwendungsbereich (§ 53c)

Sowohl das EU-Parlament als auch der Europäische Rat haben in der Zwischenzeit der Verordnung zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten (P2B Verordnung) zugestimmt, die jetzt im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht wird und dann in 12 Monaten als unmittelbares Recht auch in Deutschland gelten wird. Die Verordnung umfasst Transparenzregeln und Regeln mit Blick auf eine unterschiedliche Behandlung von Angeboten, die ausdrücklich auch für Suchmaschinen und soziale Netzwerke gelten. Der MStV droht an dieser Stelle in einen Konflikt mit europäische m Recht zu geraten.

Diskriminierungsverbot (§ 53e)

Bitkom sieht grundsätzlich keine von Medienintermediären ausgehende höhere Gefährdungssituation der Meinungsvielfalt, als von Rundfunkanbietern auch. Dennoch darf es nicht zu unzulässigen Diskriminierungen kommen. Zwischen den Medienintermediären ist in jedem Fall aber eine differenzierte Betrachtung und Einzelfallbewertung erforderlich, denn es bestehen erhebliche funktionale Unterschiede. Positiv ist aus Sicht des Bitkom die Einschränkung auf journalistisch-redaktionelle Angebote, auf deren Wahrnehmbarkeit Medienintermediäre potentiell besonders hohen Einfluss haben. Allerdings erscheint das Kriterium „potenziell besonders hoher Einfluss“ in der Praxis als schwierig handhabbar, da dieses kaum bestimmbar ist, ebenso wenig wie der Begriff der „Wahrnehmbarkeit“. Generell ist festzustellen, dass es absolute Neutralität und objektiv korrekte Darstellung nicht geben kann: Die schiere Masse der Inhalte macht eine gewisse Ungleichbehandlung im Interesse des Nutzers zwingend erforderlich. Insoweit bemühen sich die Anbieter jedoch bereits im eigenen wirtschaftlichen Interesse darum, das subjektiv beste Ergebnis zu liefern, um den Nutzer nicht an die Konkurrenz zu verlieren. Den Medienintermediären sollte bei der Gestaltung ihrer Algorithmen ein weiter Entscheidungsspielraum zugestanden werden.

Dies sieht auch das Bundeskartellamt so, beispielsweise in seinem Beschluss im Verfahren Google/VG Media: „Der Suchmaschine muss ein erheblicher Spielraum bei der Zusammenstellung, Reihung und Präsentation ihrer Suchergebnisse zukommen. Zu berücksichtigen ist dabei auch, dass es eine große und praktisch jedenfalls nicht abschließend festlegbare Zahl legitimer Möglichkeiten gibt, einen Begriff wie Relevanz auszufüllen. Ein und derselbe Presseartikel etwa ist bei weitem nicht für jedermann gleich relevant.”(B6-126/14; Rz. 181.).

bitkom

Videosharingdienste

Anwendungsbereich (§ 5i bzw. Definition in § 2 (2) Nr.14e)

Im Rahmen der Novellierung der AVMD-RL wurde eine Regulierung der Dienste der Video-Sharing-Plattformen eingeführt. Die verfolgten politischen Zielen und damit verbundenen Überlegungen der Mitgesetzgeber und der Europäischen Kommission zeigen: Der Anwendungsbereich *ratione materiae* orientiert sich an Plattformdiensten, auf denen audiovisuelle Inhalte (vor allem nutzergenerierte Inhalte) grundsätzlich von jedem Mitglied der Öffentlichkeit für einen Kreis von Empfängern aus derselben Gruppe zur Verfügung gestellt werden.

Die Aufnahme des Kriteriums "Sendung" in die Definition der Art der Dienste, die den Regeln für Videosharing-Dienste unterliegen, könnte allerdings irreführend sein. Da der Anwendungsbereich hier nicht auf Dienste mit der Option des Hochladens von nutzergenerierten Inhalten beschränkt wurde, könnten auch jene Dienste erfasst werden, die ebenfalls in die Kategorien Medienplattform oder Benutzeroberfläche fallen.

Dieser unklare Anwendungsbereich durch Überschneidungen zwischen den jeweiligen Kategorien löst in diesem Fall auch unionsrechtliche Bedenken aus. So gilt nach der AVMD-RL, welche die Vorschriften für Videosharing-Dienste vorgibt das Herkunftslandprinzip, während im Medienstaatsvertrag das Marktortprinzip festgeschrieben wird.

Telemedien

Anteil europäischer Werke (§ 58 (7)) (VoD-Anbieter stellen 30% sicher)

Durch die Einordung in §58 (7) ist nicht hinreichend klar, dass die Verpflichtung der Sicherstellung des Anteils europäischer Werke nur für Diensteanbieter im Anwendungsbereich der AVMD-RL gilt, also nur für jene Diensteanbieter, die nach den Vorschriften des Telemediengesetzes des Bundes als in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen gelten . Der Landesgesetzgeber sollte – wie auch bei den Videosharing-Diensten in §1 (7) – dies entsprechend im Medienstaatsvertrag klarstellen.

bitkom

Jugendmedienschutzstaatsvertrag

Geltungsbereich (§ 2 JMStV-E)

Der vorgeschlagene Anwendungsbereich verwendet das Marktortprinzip. Dies steht mit höherrangigem EU-Recht gegebenenfalls nicht in Einklang, denn es gilt grundsätzlich das Herkunftslandprinzip nach der AVMD-RL, der E-Commerce-RL und im Bereich der Warenverkehrsfreiheit. Grenzüberschreitende Anbieter können durch diese Regelung vor Gestaltungsschwierigkeiten gestellt werden. So wären sie mit ein und demselben Dienst zwei oder mehreren verschiedenen Regelwerken unterworfen. Erstrebenswert wäre hier ein europaweit einheitliches Prinzip der Verantwortlichkeiten.

Wir gehen davon aus, dass die Vorschriften des JMStV-E nicht für Video-Sharing-Dienste gelten, die ihren Sitz in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union haben. Die genaue Definition zur jeweiligen Rechthoheit wird ausweislich von § 1 Abs. 7 MStV-E im Telemediengesetz vorgenommen.

Des Weiteren möchten wir an dieser Stelle gerne auf die Stellungnahme der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter verweisen.

Bitkom vertritt mehr als 2.600 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, davon gut 1.800 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.

Anlage: Bitkom Stellungnahme zu dem am 23. Juli 2018 veröffentlichten Diskussionsentwurf eines Medienstaatsvertrages

Stellungnahme

Medienstaatsvertrag

28. September 2018

Zu dem am 23. Juli 2018 durch die Rundfunkkommission der Länder veröffentlichten Diskussionsentwurf staatsvertraglicher Neuregelungen zu Rundfunkbegriff / Zulassungspflicht, Plattformregulierung und Intermediäre – »Medienstaatsvertrag« – möchte Bitkom wie folgt Stellung nehmen.

I. Allgemeine Einordnung des Entwurfs

Bitkom begrüßt, dass die Rundfunkkommission der Länder mit dem Diskussionsentwurf für einen 23. Rundfunkänderungsstaatsvertrag das Ziel verfolgt, eine zeitgemäße Medienregulierung zu schaffen, die geänderten Zuschauergewohnheiten und Marktrealitäten Rechnung trägt.

Die Medien- und Kommunikationsordnung ist bislang entlang klar abgegrenzter Mediengattungen strukturiert. Sie steht damit jedoch zunehmend in Widerspruch zu aktuellen Technologie- und Markttrends in der Medienkonvergenz, bildet sich wandelnde Kräfteverhältnisse in den betreffenden Sektoren nicht mehr hinreichend ab und behandelt nicht alle für die Sicherung der Meinungsvielfalt relevanten Aspekte.

Relevante Veränderungen im Medienmarkt manifestieren sich insbesondere darin, dass die Knappheit bei Rundfunk-Übertragungskapazitäten mit der Digitalisierung der Übertragungswege ganz überwiegend entfallen und damit der wesentliche Anknüpfungspunkt für die Zugangsregulierung weggefallen ist:

- Nutzern mit dem parallelen Angebot von Inhalten über das offene Internet und über verschiedene weitere Übertragungsformen für lineare und nichtlineare Nutzung - bei gleichzeitig günstiger Verfügbarkeit einer Vielzahl von Endgeräten - verschiedenste Zugangswege offenstehen;
- auf Angebotsseite ebenfalls Produktions- und Distributionskosten stark gesunken sind, was zu niedrigeren Markteintrittsschranken und – neben anderen Faktoren - zu einem stark erhöhten Angebot führt;
- sich das Nutzungsverhalten der Zuschauer ändert, die neben dem linearen Programm auch zunehmend Abrufdienste in Anspruch nehmen. Dies bedingt zudem Veränderungen in der Produktgestaltung auf der Angebotsseite;
- Mittlerdienste dem Markt hinzutreten, die den Nutzer auf alternativen Wegen zum Inhalt bringen – beispielsweise durch Empfehlungen, Suchmaschinen, Apps, push-Dienste oder im Kontext sozialer Medien. Diese Dienste unterscheiden sich in ihrer Funktionsweise von den bisher mittels Medienregulierung erfassten Angeboten und genutzten Verbreitungswegen, sie bestehen neben diesen.

Bitkom
Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation
und Neue Medien e.V.

Marie Anne Nietan
Referentin Medienpolitik
T +49 30 27576-221
m.nietan@bitkom.org

Judith Steinbrecher
Bereichsleiterin Gewerblicher Rechtsschutz & Urheberrecht
T +49 30 27576-155
j.steinbrecher@bitkom.org

Nick Kriegeskotte
Bereichsleiter Telekommunikationspolitik
T +49 30 27576-224
n.kriegeskotte@bitkom.org

Albrechtstraße 10
10117 Berlin

Präsident
Achim Berg

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

www.bitkom.org

Nötig ist eine ganzheitliche Betrachtung aller relevanten Veränderungen, auch in anderen für die Medien bedeutsamen Rechtsgebieten sowie eine Überprüfung der Verhältnismäßigkeit der Regulierung. Ergebnis der skizzierten Veränderungen ist ein nachweislich deutlich intensivierter ökonomischer und publizistischer Wettbewerb und tendenziell eine Erhöhung der Meinungsvielfalt, einem wesentlichen Ziel der Medienregulierung. Die damit einhergehende Reduktion des Gefährdungspotenzials für einzelne Regulierungsziele begründet erhebliche De-Regulierungspotenziale, wie auch die Monopolkommission in ihrem diesjährigen Hauptgutachten[1] insbesondere zur Plattformregulierung und der Regulierung von Intermediären festgestellt hat.

Aufgabe der Medienregulierung ist der Schutz der Meinungs-, Medien- und Informationsfreiheiten, der Menschenwürde, Jugend und des Verbrauchers sowie der Meinungsvielfalt. Eine abgestufte Regulierung muss daher an den Stellen ansetzen, wo Probleme bei der Einhaltung dieser Grundprinzipien eintreten. Insgesamt muss sie in ihrer Reichweite und Tiefe verringert werden. Generell gilt, dass funktionsäquivalente Dienste in vergleichbarer Weise reguliert werden sollten, aber eine Ausdehnung der Regulierung auf neue Anbieter, wie die OTTs, statt der Ausschöpfung von Deregulierungspotenzialen – insbesondere für die bereits regulierten Plattformen – bleibt aus Sicht des Bitkom der falsche Weg. Zudem läuft der bisher vorgeschlagene Regulierungsansatz Gefahr, dass Regulierungslücken entstehen und das Ziel eines Level-playing-fields damit verfehlt wird. Generell dürfte eine Grundlage für die Regulierung allenfalls noch jenseits eines zu bestimmenden, angemessenen Schwellenwertes bestehen. Die Schwellenwerte, die dem Staatsvertrag zugrunde liegen, erscheinen beliebig und sollten daher überprüft werden.

Im Entwurf des Medienstaatsvertrages bleibt unklar, welche konkreten Ziele hiermit verfolgt und welche tatsächlichen Probleme behoben werden sollen. Aus Sicht des Bitkom verlangt gerade auch die Medienregulierung eine Rechtfertigung für die intendierten Eingriffe; dies gilt insbesondere dort, wo eine mit der Regulierung adressierte Gefahr empirisch nicht belegt ist. Die aktuelle Forschung bietet keine eindeutigen Hinweise darauf, dass die beschriebenen Wirkungen von Konvergenz und Digitalisierung eine signifikante Gefahr für den Meinungsbildungsprozess bedeuten.[2] Auch für die These

[1] Abzurufen unter: http://monopolkommission.de/images/HG22/HGXXII_Kap4_Medien.pdf
[2] Vgl. zum Forschungsstand insbesondere Lobigs, F./Neuberger, C., Meinungsmacht im Internet und die Digitalstrategie von Medienunternehmen, Gutachten im Auftrag der der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), Schriftenreihe der Landesmedienanstalten, Band 51, Leipzig 2018, S. 33f., 41 ff., 68 ff., abrufbar unter: https://www.kek-online.de/fileadmin/user_upload/KEK/Publikationen/Gutachten/Meinungsmacht_im_Internet_ALM51_web_neu.pdf; »Medien Gewichtungsstudie der Landesmedienanstalten 2017 II«, Januar 2018, S. 9f., abrufbar unter: https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Themen/Forschung/Medienkonvergenzmonitor/DLM_MedienGewichtungsStudie.pdf : Nach Marktanteil und potenziellem Gewicht für die Meinungsbildung ist das Internet – nach dem Fernsehen – zweitwichtigstes Informationsmedium, Tendenz steigend. Siehe auch BVerfG, 1 BvR 1675/16 u.a., Urteil vom 18.7.2018, Rdnr. 79: »[...] Gefahr, dass – auch mit Hilfe von Algorithmen – Inhalte gezielt auf Interessen und Neigungen der Nutzerinnen und Nutzer zugeschnitten werden, was wiederum zur Verstärkung gleichgerichteter Meinungen führt. Solche Angebote sind nicht auf

eines Filter Bubble-Effekts, der sich online anders darstellen sollte als in der sonstigen Mediennutzung und im übrigen Kontext der Meinungsbildung in der »realen Welt«, finden sich keine Belege.[3] Vielmehr wird auch vertreten, das Gegenteil sei der Fall: Die Konvergenz eröffnet nicht nur Zugang zu und Verfügbarkeit von mehr Quellen, sie führt durch einfache Auswahlmöglichkeiten zur Entdeckung neuer Quellen – auch im Netz – und hat damit das Potenzial, eine Auseinandersetzung mit anderen Quellen – auch außerhalb des Netzes – zu befördern.

Problematisch erscheint bei den vorgeschlagenen Definitionen, dass nicht klar wird, welche Dienste jeweils konkret hierunter fallen sollen. Die vorgesehene, und grundsätzlich begrüßenswerte, abgestufte Regulierung darf nicht dazu führen, dass aufgrund unzähliger unterschiedlicher Kategorien von zur Regulierung vorgesehenen Diensten unzureichend voneinander abgegrenzte Regelungsbereiche entstehen. Ziel muss es sein, hier allgemeine Ansätze und klare Definitionen zu finden.

Im Einzelnen:

Grundsätzlich positiv ist, dass der Entwurf zum Rundfunkbegriff technologieneutrale Ansätze wählt, auch wenn die Einführung eines Bagatellrundfunks im Zusammenhang mit der Zulassungspflicht unter anderem mit Blick auf den Jugendschutz Fragen aufwirft. Nur eine konsequente Anwendung des Grundsatzes der Technologieneutralität und eine Vermeidung von Regelungen, die in Bezug auf eine bestimmte Technologie getroffen werden, kann angesichts der anhaltend schnellen technologischen Entwicklung dauerhaft und verlässlich die erforderliche Wirkung entfalten.

Die Digitalisierung führt zu einem enormen Anstieg der Angebotsvielfalt und zu einem Souveränitätsgewinn für den einzelnen Zuschauer. Das Plattformregime sollte daher dereguliert und auf Situationen beschränkt werden, in denen Gefährdungen der Angebots- und Anbietervielfalt überhaupt (noch) bestehen. Dies kann nach unserer Einschät-

Meinungsvielfalt gerichtet, sondern werden durch einseitige Interessen oder die wirtschaftliche Rationalität eines Geschäftsmodells bestimmt, nämlich die Verweildauer der Nutzer auf den Seiten möglichst zu maximieren und dadurch den Werbewert der Plattform für die Kunden zu erhöhen. Insoweit sind auch Ergebnisse in Suchmaschinen vorgefiltert und teils werbefinanziert, teils von »Klickzahlen« abhängig. Zudem treten verstärkt nicht-publizistische Anbieter ohne journalistische Zwischenaufbereitung auf.«

[3] Studie aus 2017 für BLM u.a., Abschlussbericht abrufbar unter: https://www.slm-online.de/f-Download-d-file.html?id=364: „Während die Suche nach prominenten Politikern mit nur ein bis zwei Abweichungen in neun Suchanfragen eine „sehr hohe" Ähnlichkeit aufweise, seien die Suchergebnisse für Parteien mit drei bis vier Abweichungen pro neun Suchanfragen etwas ausgeprägter gewesen. Dies beruhe auf dem Regionalbezug, den Google bekanntermaßen bei den Antworten auf Anfragen einfließen lasse. So werden beispielsweise regionale Vereine, genauso wie politische Ortsverbände bei Anfragen aus der Region eher zuerst gelistet. Berücksichtige man diese Regionalisierung von Google, so sei die Abweichung der Suchanfragen zu Politikern und Parteien identisch. Für die elf bis 22 Prozent der Fälle, in denen die Ergebnisse der Anfragen themenübergreifend abwichen, sieht die BLM unterschiedliche Gründe. So spiele die Spracheneinstellung eine Rolle, genauso wie der Standort, der über die IP-Adresse ermittelt werde, als auch die sich verändernde Relevanz der gesuchten Internetseiten."

zung nur dann vorliegen, wenn eine marktbeherrschende Stellung vorliegt, die gerade auch auf Seiten der Inhalteanbieter relevant ist. Das für einen beschränkten Anwendungsfall zugunsten von Plattformanbietern vorgesehene Recht zur Anrufung der Landesmedienanstalten ist zwar zu begrüßen; allerdings kommt diesen keine echte Entscheidungskompetenz zu, sondern lediglich eine Mittlerrolle. Grundsätzlich fehlt es an einem wechselseitigen Diskriminierungsverbot, um einen fairen Wettbewerb über alle Wertschöpfungsstufen sicherzustellen.

Auch die Autonomie des Nutzers wird zunehmend eingeschränkt, trotz aller gegenteiligen Beteuerungen. Neue Regelungen zur Zulässigkeit von Überblendungen und Skalierungen sowie zur bevorzugten Auffindbarkeit bestimmter Inhalte schränken die Möglichkeiten zum Auffinden neuer Inhalte erheblich ein, diskriminieren marktschwächere Inhalteanbieter und führen letztlich dazu, dass eine moderne Nutzerführung zunehmend eingeschränkt wird. Letztlich geht all das zu Lasten der Attraktivität von Medienangeboten.

Hinsichtlich der Dienste von Intermediären wie Suchmaschinen oder sozialen Netzwerken erfordern gravierende regulatorische Eingriffe zunächst den empirischen Beleg für den Regelungsbedarf im Hinblick auf ihre Meinungsbildungsrelevanz. Die verschiedenen im Entwurf genannten Dienste sind untereinander außerdem nur bedingt vergleichbar, erfüllen sie doch für Nutzerinnen und Nutzer ganz unterschiedliche Zwecke. Sowohl Suchmaschinen als auch soziale Netzwerke können auch zum Auffinden von Medieninhalten genutzt werden.

Einen medienregulatorischen Eingriff in das Ranking der Inhalte in Form der Anordnung einer positiven Diskriminierung lehnen wir nachdrücklich ab. Nachbesserungsbedarf besteht in jedem Fall bei den Verfahrensregelungen für Intermediäre, und Unsicherheiten bzw. Widersprüche bei der Zuständigkeit für die Aufsicht müssen behoben werden.

Insgesamt wird der Entwurf der Forderung des Bitkom nach geringerer Eingriffsintensität durch ein umfassend angelegtes System abgestufter Regulierung und der ex-post-Kontrolle nicht gerecht. Im Gegenteil, ohne Not wird die Eingriffsintensität teils sogar dort gesteigert, wo in der heutigen Zeit durch eine nie dagewesene Vielzahl an Medienangeboten eine Deregulierung angezeigt ist. Wir erwarten, dass die Rundfunkkommission der Länder den jetzigen Entwurf in Folge der Konsultationsergebnisse entsprechend überarbeitet.

Aus Sicht des Bitkom müssen an den Stellen, wo neue Vorgaben technische Änderungen erforderlich machen, ausreichende Umsetzungszeiträume vorgesehen werden.

Gerne möchten wir im Folgenden näher auf die einzelnen Regelungsvorschläge eingehen:

bitkom

II. Zu den Regelungsbereichen im Einzelnen

RStV (i.d.F. des 21. RÄStV)	Mögliche Änderungen	Bitkom Kommentare
I. Abschnitt – Allgemeine Vorschriften		
§ 1 Anwendungsbereich		
(1) Dieser Staatsvertrag gilt für die Veranstaltung und Verbreitung von Rundfunk in Deutschland in einem dualen Rundfunksystem; für Telemedien gelten nur der IV. bis VI. Abschnitt sowie § 20 Abs. 2.	(1) Dieser Staatsvertrag gilt für die Veranstaltung, Verbreitung und Zugänglichmachung von Rundfunk in Deutschland in einem dualen Rundfunksystem; für Telemedien gelten nur der IV. bis VII. Abschnitt sowie § 20 Abs. 2.	Der I. Abschnitt muss ebenfalls für Telemedien gelten. Anderenfalls wären auch die Begriffsbestimmungen, § 2, ausgeklammert. Änderungsvorschlag: *„...für Telemedien gelten nur die Abschnitte I., IV. bis VII. sowie § 20 Abs. 2."*
	o o o	
	(7) Für Medienplattformen, Medienintermediäre und Benutzeroberflächen gilt dieser Staatsvertrag, soweit sie zur Nutzung in Deutschland bestimmt sind. Medienplattformen, Medienintermediäre 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	Der vorgeschlagene Anwendungsbereich verwendet das Marktortprinzip. Dies steht mit höherrangigem EU-Recht gegebenenfalls nicht in Einklang, denn es gilt grundsätzlich das Herkunftslandprinzip nach der AVMD-RL, der E-Commerce-RL und im Bereich der Warenverkehrsfreiheit. Grenzüberschreitende Anbieter können durch diese Regelung vor Gestaltungsschwierigkeiten gestellt werden. So

	oder Marketingaktivitäten, an Nutzer in der Bundesrepublik Deutschland richten oder in der Bundesrepublik Deutschland einen nicht unwesentlichen Teil ihrer Refinanzierung erzielen.	wären sie mit ein und demselben Dienst zwei verschiedenen Regelwerken unterworfen. Erstrebenswert wäre hier ein europaweit einheitliches Prinzip der Verantwortlichkeiten. Schließlich könnte die Definition des sachlichen Anwendungsbereichs nachbesserungsbedürftig sein: Wenig eindeutig ist sie bzgl. abrufbarer fremdsprachiger Angebote. Hier wären ggf. zunächst Nachforschungen über erfolgtes Marketing oder Refinanzierung vorzunehmen, wobei selbst dann unklar bliebe, was ein „nicht unwesentlicher Teil“ der Refinanzierung ist.
§ 2 Begriffsbestimmungen		Der Entwurf leistet keine saubere Abgrenzbarkeit zwischen einzelnen Kategorien von Anbietern und schafft neue Begrifflichkeiten, die einen unklaren Anwendungsbereich hervorrufen; dies gilt insbesondere für • „rundfunkähnliche Telemedien“ • „Medienplattform“ • „keine Medienplattform im Sinne von Satz 1“ • „Benutzeroberfläche“ und • „infrastrukturgebundene Medienplattform“. Gleiches gilt auch für die Abgrenzung zwischen diesen Begriffen und dem Begriff Medienintermediär. Definiti-

		onen müssen generell so formuliert sein, dass klar ist, welche Dienste unter den Anwendungsbereich fallen und welche nicht.
(1) Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist die für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendeplans unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen. 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.	(1) Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist die für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendeplans mittels Telekommunikation. 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.	
(2) Im Sinne dieses Staatsvertrages ist 1. Rundfunkprogramm eine	(2) Im Sinne dieses Staatsvertrages ist	

nach einem Sendeplan zeitlich geordnete Folge von Inhalten,		
2. Sendung ein inhaltlich zusammenhängender, geschlossener, zeitlich begrenzter Teil eines Rundfunkprogramms,		
3. Vollprogramm ein Rundfunkprogramm mit vielfältigen Inhalten, in welchem Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung einen wesentlichen Teil des Gesamtprogramms bilden,		
4. Spartenprogramm ein Rundfunkprogramm mit im wesentlichen gleichartigen Inhalten,		
5. Satellitenfensterprogramm ein zeitlich begrenztes Rundfunkprogramm mit bundesweiter Verbreitung im Rahmen eines weiterreichenden Programms (Hauptprogramm),	~~5. Satellitenfensterprogramm ein zeitlich begrenztes Rundfunkprogramm mit bundesweiter Verbreitung im Rahmen eines weiterreichenden Programms (Hauptprogramm),~~	
6. Regionalfensterprogramm ein zeitlich und räumlich begrenztes Rundfunkprogramm mit im wesentlichen regionalen Inhalten Rahmen eines Hauptprogramms,		
7. Werbung 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. § 7 Abs. 9 bleibt unberührt,		
8. Schleichwerbung die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Sendungen, wenn sie vom Veranstalter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und mangels Kennzeichnung die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zweckes dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als zu Werbezwecken beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt,		
9. Sponsoring jeder Beitrag einer natürlichen oder juristischen Person oder einer Personenvereinigung, die an Rundfunktätigkeiten oder an		

der Produktion audiovisueller Werke nicht beteiligt ist, zur direkten oder indirekten Finanzierung einer Sendung, um den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild der Person oder Personenvereinigung, ihre Tätigkeit oder ihre Leistungen zu fördern,		
10. Teleshopping die Sendung direkter Angebote an die Öffentlichkeit für den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt in Form von Teleshoppingkanälen, -fenstern und -spots,		
11. Produktplatzierung die gekennzeichnete Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken, Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Sendungen gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung mit dem Ziel der Absatzförderung. Die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen ist Produktplatzierung, sofern die betreffende Ware oder Dienstleistung von bedeutendem Wert ist,		
12. Programmbouquet die Bündelung von Programmen und Diensten, die in digitaler Technik unter einem elektro-	12. rundfunkähnliches Telemedium ein Telemedium mit Inhalten, die nach Form und Inhalt hörfunk- oder fernse-	Durch die Begriffe „hörfunk- oder fernsehähnlich“ ist weitere Rechtsunklarheit zu befürchten, denn der Begriff der

nischen Programmführer verbreitet werden,	hähnlich sind und die aus einem von einem Anbieter festgelegten Inhaltekatalog zum individuellen Abruf zu einem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt bereitgestellt werden; Inhalte sind insbesondere Hörspiele, Spielfilme, Serien, Reportagen, Dokumentationen, Unterhaltungs-, Informations- oder Kindersendungen,	Ähnlichkeit ist konturlos. Die Regelung ist nicht aus sich selbst heraus verständlich. Hilfreich wäre auch eine Klarstellung, ob die „Inhalte" dem „Telemedium" zugehörig sein müssen, oder auch z. B. ein Sprachsteuerungsinterface erfasst sein könnte. Weiterhin wäre klarzustellen, wie weit und konkret der vom Anbieter festgelegte Inhaltekatalog zu reichen hat. Beispiel: Twitch (Gaming-Videos und Streams) mit UGC – hier dürfte der Anbieter allenfalls halbwegs genaue Kenntnis über die Gattungen der Inhalte haben, nicht aber über Einzelheiten.
13. Anbieter einer Plattform, wer auf digitalen Übertragungskapazitäten oder digitalen Datenströmen Rundfunk und vergleichbare Telemedien (Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind) auch von Dritten mit dem Ziel zusammenfasst, diese Angebote als Gesamtangebot zugänglich zu machen oder wer über die Auswahl für die Zusammenfassung entscheidet; Plattformanbieter ist nicht, wer Rundfunk oder vergleichbare Telemedien ausschließlich vermarktet,	13. Medienplattform jeder Dienst, soweit er Rundfunk oder rundfunkähnliche Telemedien zu einem vom Anbieter bestimmten Gesamtangebot zusammenfasst. Die Zusammenfassung von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien ist auch die Zusammenfassung von softwarebasierten Anwendungen, welche im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Diensten im Sinne des Satz 1 dienen. Keine Medienplattformen in diesem Sinne sind a) Angebote, die analog über eine Kabelanlage verbreitet werden;	Nach der vorgeschlagenen Definition würde jeder Dienst als Medienplattform reguliert, der eine Zusammenfassung von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien zum Gegenstand hat. Damit würden bislang geltende Begrenzungen auf ggf. regulierungsbedürftige Angebote wegfallen. Bitkom spricht sich daher dafür aus, Medienplattformen auch zukünftig nur zu regulieren, soweit sie Inhalte von Dritten *mit dem Ziel der Zugänglichmachung* zusammenfassen. Positiv hervorzuheben ist die Einschränkung in Nr. 13 S. 2, soweit mit ihnen unmittelbar Rundfunk pp. angesteuert werden können. Gleichwohl ist fraglich was mit „unmittelbarer Ansteuerung" tatsächlich gemeint ist. Positiv ist weiterhin die Aus-

	b) das Gesamtangebot von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien, welches ausschließlich in der inhaltlichen Verantwortung einer oder mehrerer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten oder eines privaten Anbieters von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien oder von Unternehmen, deren Programme ihm nach § 28 zuzurechnen sind, stehen; Inhalte aus nach § 25 Abs. 4 aufgenommenen Fensterprogrammen oder Drittsendezeiten im Sinne des § 31 sind unschädlich,	nahmengestaltung in Nr. 13 lit. b), aus der sich eine Beschränkung auf Inhalte Dritter ergibt. Die Definition in Nr. 13 S.2 leistet keine klare Abgrenzbarkeit zu gewöhnlichen Appstores; diese aber dürften wohl nicht als Gegenstand einer Regulierung angedacht sein. Ohne Begründung wird zwischen Zusammenschlüssen öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten und privater Anbieter unterschieden; „oder mehrerer“ in Nr. 13b lit. b) ist zu streichen.
	13 a. Benutzeroberfläche die textlich, bildlich oder akustisch vermittelte Übersicht über Angebote oder Inhalte einzelner oder mehrerer Medienplattformen, die der Orientierung dient und unmittelbar die Auswahl von Angeboten, Inhalten oder softwarebasierten Anwendungen ermöglicht. Benutzeroberfläche sind insbesondere a) Angebots- oder Programmübersichten einer Medienplattform; b) Angebots- oder Programmübersichten, die nicht zugleich Teil einer Medienplattform	Was die generelle Frage nach einer Regulierung von Benutzeroberflächen angeht, scheint sie unter Beachtung der verfügbaren Angebotsvielfalt und dem Ziel von Medienvielfalt nicht gerechtfertigt. Dies trifft insbesondere für Benutzeroberflächen ohne marktbeherrschende Stellung zu, denn Nutzer haben so stets die Wahl, zu einer anderen Angebotsübersicht zu wechseln. Fälle oder Beschwerden wegen Diskriminierung bei Angebotsübersichten sind nicht bekannt. Im Ergebnis ist eine Regulierung damit allenfalls in folgenden Fällen vertretbar: 1. die Benutzeroberfläche hat eine marktbeherrschende Stellung inne; 2. eine infrastruktur- / hardwarebasierte Benutzerfläche ist der einzige Weg, auf

	sind; c) Oberflächen auf gerätegebundenen Medienplattformen, soweit sie Programmübersichten oder eine Orientierung über softwarebasierte Anwendungen, die im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien bieten ~~dienen~~, geben.	Inhalte zuzugreifen. Diese Überlegungen sollten sich in der Definition niederschlagen. Die aktuell vorgeschlagene Definition der Benutzeroberfläche ist insbesondere unter Aspekten der Abgrenzung zu Medienplattformen und Medienintermediären kritisch. Benutzeroberflächen sollten nur dann in den Anwendungsbereich fallen „soweit" sie der Orientierung dienen und „*soweit*" sie unmittelbar die Auswahl von Angeboten, Inhalten oder softwarebasierten Anwendungen ermöglichen. Mit der aktuellen Formulierung („die") besteht die Gefahr, den Anwendungsbereich ungewollt auszuweiten. Sie sollten auch nicht der Orientierung „dienen" sondern allenfalls entsprechendes „*bieten*". Die gesetzlichen Regelungen sollten eindeutig und aus sich heraus verständlich sein. Beispiel: Wie sind Oberflächen i.S.d. Nr. 13a lit. c) und softwarebasierte Anwendungen i.S.d. Nr. 13 S. 2 zu unterscheiden und warum werden sie unterschieden? Unklar ist auch, wie die „Ermöglichung einer unmittelbaren Auswahl" zu verstehen ist. Im Entwurf ist nun auch die akustische Übersicht über Angebote aufgenommen worden. Nichtdiskriminierungs- und Auffindbarkeitsregelungen müssten im Sinne eines Level-Playing-Fields für diese

		genauso gelten, sofern tatsächlich eine Vergleichbarkeit der Dienste gegeben ist. Technischen Restriktionen sind bei allen Oberflächen sind zu berücksichtigen. Positiv ist weiterhin die Beachtung, dass sich Benutzeroberflächen auf die Darstellung von bzw. die Orientierung über *fremde* Rundfunk- oder rundfunkähnliche Telemedien zu beziehen haben. Dies wird durch die Begriffsverwendung der „Medienplattformen“ gewährleistet.
	13 b. Medienintermediär jedes Telemedium, das auch journalistisch-redaktionelle Angebote Dritter aggregiert, selektiert und allgemein zugänglich präsentiert, ohne diese zu einem Gesamtangebot zusammenzufassen. [Insbesondere sind Medienintermediäre a) Suchmaschinen, b) Soziale Netzwerke, c) App Portale, d) User Generated Content Portale, e) Blogging Portale, f) News Aggregatoren.]	Soweit eine Regulierung von Medienintermediären überhaupt notwendig ist, muss, um den Sinn und Zweck der Rundfunk- bzw. Medienregulierung nicht aus dem Fokus zu verlieren, die Definition des Medienintermediärs um das Merkmal eines *Meinungsbildungsfaktors* ergänzt werden. Dieser wäre klar zu definieren. Dies wäre geeignet, z. B. reine Verkaufsplattformen auszuschließen. Unabhängig davon ist die aktuelle Definition in dieser Form zu weit. Es würden potenziell verschiedene weitere Telemedien erfasst, deren Regulierung nicht näher begründet wird. Eine Auflistung von einzelnen Medienintermediären leistet hierzu keine zukunftssichere Einschränkung. Der Gesetzgeber sollte hierzu klar begründen, welche Risiken hiermit angesprochen werden sollen und empirische Belege dafür liefern. Dadurch könnten die Einzelheiten des

		sachlichen Anwendungsbereichs auch klarer werden. Grundsätzlich sind Beispiele zum Verständnis hilfreich, sollten aber den Anwendungsbereich der Definition nur klarstellen und nicht erweitern. Generell ist das Regulierungsbedürfnis von Medienintermediären in dieser Allgemeinheit in Frage zu stellen, denn die gewählten Regelbeispiele bringen ganz unterschiedliches Gefährdungspotenzial mit sich. Bzgl. des begrenzten Gefährdungspotenzials bei Suchmaschinen, sozialen Netzwerken, App- und UGC-Portalen verweisen wir auf den einleitenden Fließtext. Es sollte klar herausgestellt werden, dass Gerätschaften zur Eingabenvermittlung wie z. B. Sprachsteuerungssysteme hier nicht erfasst werden.
14. Rundfunkveranstalter, wer ein Rundfunkprogramm unter eigener inhaltlicher Verantwortung anbietet,		
	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 der Übersicht abschließend entscheidet,	„Abschließend“ sollte ersatzlos gestrichen werden, weil sich ein solches Kriterium auch in den anderen Legaldefinitionen so nicht wiederfindet und auch nicht erforderlich ist.
	14 d. Anbieter eines Medienintermediärs, wer die Verantwortung für die Aggregation, Selektion und allgemein zugängliche Präsentation von Inhalten trägt,	
15. unter Information insbesondere Folgendes zu verstehen: Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Information, Wirtschaft, Auslandsberichte, Religiöses, Sport, Regionales, Gesellschaftliches, Service und Zeitgeschichtliches,		
16. unter Bildung insbesondere Folgendes zu verstehen: Wissenschaft und Technik, Alltag und Ratgeber, Theologie und Ethik, Tiere und Natur, Gesellschaft, Kinder und Jugend, Erziehung, Geschichte und andere Länder,		
17. unter Kultur insbesondere Folgendes zu verstehen: Bühnenstücke, Musik, Fernsehspiele, Fernsehfilme und Hörspiele, bildende Kunst, Architektur, Philosophie und Religi-		

on, Literatur und Kino,		
18. unter Unterhaltung insbesondere Folgendes zu verstehen: Kabarett und Comedy, Filme, Serien, Shows, Talk-Shows, Spiele, Musik,		
19. unter sendungsbezogenen Telemedien zu verstehen: Angebote, die der Aufbereitung von Inhalten aus einer konkreten Sendung einschließlich Hintergrundinformationen dienen soweit auf für die jeweilige Sendung genutzte Materialien und Quellen zurückgegriffen wird und diese Angebote thematisch und inhaltlich die Sendung unterstützend vertiefen und begleiten, ohne jedoch bereits ein eigenständiges neues oder verändertes Angebot nach § 11 f Abs. 3 darzustellen,		
(3) Kein Rundfunk sind Angebote, die 1. jedenfalls weniger als 500 potenziellen Nutzern zum zeitgleichen Empfang angeboten werden, 2. zur unmittelbaren Wiedergabe aus Speichern von Empfangsgeräten bestimmt sind,	(3) Kein Rundfunk sind Angebote, die ~~1. jedenfalls weniger als 500 potenziellen Nutzern zum zeitgleichen Empfang angeboten werden,~~ ~~2. zur unmittelbaren Wiedergabe aus Speichern von Empfangsgeräten bestimmt sind,~~	In § 2 Abs. 3 sollten die Fälle, genannt werden, die bisher in § 20b) als Bagatellrundfunk definiert werden. Zur weiteren Begründung verweisen wir auf unsere Kommentierung von § 20b.

3. ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, 4. nicht journalistisch-redaktionell gestaltet sind oder 5. aus Sendungen bestehen, die jeweils gegen Einzelentgelt freigeschaltet werden.	~~3. ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen,~~ ~~4. nicht journalistisch-redaktionell gestaltet sind oder~~ ~~5.~~ aus Sendungen bestehen, die jeweils gegen Einzelentgelt freigeschaltet werden.	
	o o o	
II. Abschnitt – Vorschriften über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk		
	o o o	
III. Abschnitt – Vorschriften für den privaten Rundfunk		
§ 20 Zulassung		

(1) Private Veranstalter bedürfen zur Veranstaltung von Rundfunk einer Zulassung. Unbeschadet der Bestimmungen der §§ 21 bis 39 a richtet sich die Zulassung eines Veranstalters von bundesweit verbreitetem Rundfunk nach § 20 a; im Übrigen richtet sich die Zulassung nach Landesrecht. In der Zulassung für Veranstalter bundesweit verbreiteter Programme ist die Programmkategorie (Voll- oder Spartenprogramm) festzulegen.	(1) Private Veranstalter bedürfen zur Veranstaltung von Rundfunk einer Zulassung; § 20 b bleibt unberührt. Die Zulassung eines Veranstalters nicht bundesweit verbreiteten Rundfunks richtet sich nach Landesrecht. Für die Zulassung eines Veranstalters bundesweit verbreiteten Rundfunks gelten die §§ 20 bis 24; im Übrigen gilt Landesrecht.	
(2) Wenn und soweit ein elektronischer Informations- und Kommunikationsdienst dem Rundfunk zuzuordnen ist, bedarf der Anbieter eines solchen Dienstes einer Zulassung. Stellt die zuständige Landesmedienanstalt fest, dass diese Voraussetzung vorliegt, muss der Anbieter, nachdem die Feststellung ihm bekannt gegeben ist, nach seiner Wahl unverzüglich einen Zulassungsantrag stellen oder innerhalb von drei Monaten den elektronischen Informations- und Kommunikationsdienst so anbieten, dass der Dienst nicht dem Rundfunk zuzuordnen ist. Anbieter von elektronischen Informations- und Kommunikationsdiensten sind berechtigt, bei der zuständigen Landesmedienanstalt einen Antrag auf rundfunkrechtliche Unbedenklichkeit zu stellen.	~~(2) Wenn und soweit ein elektronischer Informations- und Kommunikationsdienst dem Rundfunk zuzuordnen ist, bedarf der Anbieter eines solchen Dienstes einer Zulassung. Stellt die zuständige Landesmedienanstalt fest, dass diese Voraussetzung vorliegt, muss der Anbieter, nachdem die Feststellung ihm bekannt gegeben ist, nach seiner Wahl unverzüglich einen Zulassungsantrag stellen oder innerhalb von drei Monaten den elektronischen Informations- und Kommunikationsdienst so anbieten, dass der Dienst nicht dem Rundfunk zuzuordnen ist. Anbieter von elektronischen Informations- und Kommunikationsdiensten sind berechtigt, bei der zuständigen Landesmedienanstalt einen Antrag auf rundfunkrechtliche Unbedenklichkeit zu stellen.~~	

(3) Das Landesrecht kann ein vereinfachtes Zulassungsverfahren vorsehen, wenn Sendungen	~~(3) Das Landesrecht kann ein vereinfachtes Zulassungsverfahren vorsehen, wenn Sendungen~~	
1. im örtlichen Bereich einer öffentlichen Veranstaltung und im zeitlichen Zusammenhang damit veranstaltet und verbreitet werden oder	~~1. im örtlichen Bereich einer öffentlichen Veranstaltung und im zeitlichen Zusammenhang damit veranstaltet und verbreitet werden oder~~	
2. für Einrichtungen angeboten werden, wenn diese für gleiche Zwecke genutzt und die Sendungen nur dort empfangen werden können und im funktionellen Zusammenhang mit den in diesen Einrichtungen zu erfüllenden Aufgaben stehen.	~~2. für Einrichtungen angeboten werden, wenn diese für gleiche Zwecke genutzt und die Sendungen nur dort empfangen werden können und im funktionellen Zusammenhang mit den in diesen Einrichtungen zu erfüllenden Aufgaben stehen.~~	
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.	~~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.~~	
	(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.	
(4) Die Zulassung eines Fernsehveranstalters kann versagt oder widerrufen werden, wenn 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 2. der Veranstalter sich zu dem Zweck in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen hat, die Bestimmungen des anderen Staates zu umgehen und 3. die Bestimmungen des anderen Staates, die der Veranstalter zu umgehen bezweckt, Gegenstand des Europäischen Übereinkommens über das	(3) Die Zulassung eines Fernsehveranstalters kann versagt oder widerrufen werden, wenn 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 2. der Veranstalter sich zu dem Zweck in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen hat, die Bestimmungen des anderen Staates zu umgehen und 3. die Bestimmungen des anderen Staates, die der Veranstalter zu umgehen bezweckt, Gegenstand des Europäischen Übereinkommens über das	

grenzüberschreitende Fernsehen sind. Statt der Versagung oder des Widerrufs der Zulassung kann diese auch mit Nebenbestimmungen versehen werden, soweit dies ausreicht, die Umgehung nach Satz 1 auszuschließen.	grenzüberschreitende Fernsehen sind. Statt der Versagung oder des Widerrufs der Zulassung kann diese auch mit Nebenbestimmungen versehen werden, soweit dies ausreicht, die Umgehung nach Satz 1 auszuschließen.	
§ 20 a Erteilung einer Zulassung für Veranstalter von bundesweit verbreitetem Rundfunk		
(1) Eine Zulassung darf nur an eine natürliche oder juristische Person erteilt werden, die 1. unbeschränkt geschäftsfähig ist, 2. die Fähigkeit, öffentliche Ämter zu bekleiden, nicht durch Richterspruch verloren hat, 3. das Grundrecht der freien Meinungsäußerung nicht nach Artikel 18 des Grundgesetzes verwirkt hat, 4. als Vereinigung nicht verbo-		

ten ist, 5. ihren Wohnsitz oder Sitz in der Bundesrepublik Deutschland, einem sonstigen Mitgliedstaat der Europäischen Union oder einem anderen Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum hat und gerichtlich verfolgt werden kann, 6. die Gewähr dafür bietet, dass sie unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften und der auf dieser Grundlage erlassenen Verwaltungsakte Rundfunk veranstaltet.		
(2) Die Voraussetzungen nach Absatz 1 Nr. 1 bis 3 und 6 müssen bei juristischen Personen von den gesetzlichen oder satzungsmäßigen Vertretern erfüllt sein. Einem Veranstalter in der Rechtsform einer Aktiengesellschaft darf nur dann eine Zulassung erteilt werden, wenn in der Satzung der Aktiengesellschaft bestimmt ist, dass die Aktien nur als Namensaktien oder als Namensaktien und stimmrechtslose Vorzugsaktien ausgegeben werden dürfen.		
(3) Eine Zulassung darf nicht erteilt werden an juristische Personen des öffentlichen Rechts mit Ausnahme von Kir-		

chen und Hochschulen, an deren gesetzliche Vertreter und leitende Bedienstete sowie an politische Parteien und Wählervereinigungen. Gleiches gilt für Unternehmen, die im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens im Sinne des § 15 des Aktiengesetzes zu den in Satz 1 Genannten stehen. Die Sätze 1 und 2 gelten für ausländische öffentliche oder staatliche Stellen entsprechend.		
§ 20 b Hörfunk im Internet	**§ 20 b Bagatellrundfunk**	Die Tatsache, dass der Rundfunkbegriff ausgeweitet wurde, aber gleichzeitig auch die Fälle des Bagatellrundfunks, zeigt, dass hier die Deregulierungspotenziale nicht ausgeschöpft wurden. Systematisch ist es nicht wünschenswert bei der Zulassungspflicht einzelne Bereichsausnahmen einzuführen. Diese sollten dann bereits bei der Definition von Rundfunk Berücksichtigung finden.
Wer Hörfunkprogramme ausschließlich im Internet verbreitet, bedarf keiner Zulassung. Er hat das Angebot der zuständigen Landesmedienanstalt anzuzeigen. Im Übrigen gilt § 20 a entsprechend.	(1) Keiner Zulassung bedürfen 1. Rundfunkprogramme, die aufgrund ihrer geringen journalistisch-redaktionellen Gestaltung, ihrer begrenzten Dauer und Häufigkeit der Verbreitung, ihrer fehlenden Einbindung in einen auf Dauer angelegten Sendeplan oder aus anderen vergleichbaren Gründen nur geringe Bedeutung für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung entfalten,	

	2. Rundfunkprogramme, die jedenfalls weniger als 5000 Nutzern zum zeitgleichen Empfang angeboten werden, 3. Rundfunkprogramme im Internet, die regelmäßig im Monatsdurchschnitt weniger als 20.000 Zuschauer erreichen [oder vorwiegend dem Vorführen und Kommentieren des Spielens eines virtuellen Spiels dienen]. Die zuständige Landesmedienanstalt bestätigt die Zulassungsfreiheit auf Antrag durch Unbedenklichkeitsbescheinigung.	Die Grenzen (5.000 / 20.000) erscheinen sachlich nicht unmittelbar nachvollziehbar und sind einer Kontrolle schwer zugänglich. Auch wird nicht deutlich, was unter „zum zeitgleichem Empfang angeboten“ zu verstehen ist. Ebenso ist unklar, was genau mit „Monatsdurchschnitt“ gemeint ist. Hier bedarf es einer Klarstellung, wie der Durchschnitt zu berechnen wäre und welche „Zuschauer“ tatsächlich in die Kalkulation einfließen (Unique User?, unique visit?, dauerhafter Besuch?). Es erscheint fraglich, warum die Ausnahme in Nr. 3 für die „Präsentation und Kommentierung von virtuellen Spielen“ spezifisch auf ein Einzelphänomen zugeschnitten ist. Diese Ausnahme ist allgemeiner zu fassen, sodass eine Einzelfallregelung verhindert wird.
	(2) Die Landesmedienanstalten regeln das Nähere zur Konkretisierung der Zulassungsfreiheit nach Abs. 1 durch Satzung.	Durch die hier und an weiteren Stellen im Entwurf anzutreffende Satzungsbefugnis besteht die Gefahr, dass „Näheres“ durch landesrechtliche Satzungen geregelt wird. Auch wenn grundsätzlich die Systematik zu begrüßen ist, so wird dennoch im Staatsvertrag selbst, nicht ausreichend geregelt, nach welchen Kriterien und Grundprinzipien das „Nähere“ zu regeln ist und was hiervon konkret umfasst sein soll. Dies schadet der Ein-

		heitlichkeit des Rechts und der Übersichtlichkeit durch noch mehr Verweisungen.
	(3) Vor dem (Datum des Inkrafttretens des Dreiundzwanzigsten Rundfunkänderungsstaatsvertrages) angezeigte, ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme gelten als zugelassene Programme nach § 20.	
§ 21 Grundsätze für das Zulassungsverfahren		
(1) Der Antragsteller hat alle Angaben zu machen, alle Auskünfte zu erteilen und alle Unterlagen vorzulegen, die zur Prüfung des Zulassungsantrags erforderlich sind.	(1) In dem Zulassungsantrag sind Name und Anschrift des Antragstellers, Programminhalt, Programmkategorie (Voll- oder Spartenprogramm), Programmdauer, Übertragungstechnik und geplantes Verbreitungsgebiet anzugeben.	
(2) Die Auskunftspflicht und die Verpflichtung zur Vorlage von Unterlagen erstrecken sich insbesondere auf 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	(2) Sofern erforderlich hat die zuständige Landesmedienanstalt Auskunft und die Vorlage weiterer Unterlagen zu verlangen, die sich insbesondere erstrecken auf 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, 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, 3. den Gesellschaftsvertrag und die satzungsrechtlichen Bestimmungen des Antragstellers, 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, 5. eine schriftliche Erklärung des Antragstellers, dass die nach den Nummern 1 bis 4 vorgelegten Unterlagen und Angaben vollständig sind.	im Sinne des Aktiengesetzes verbundenen Unternehmen, 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, 3. den Gesellschaftsvertrag und die satzungsrechtlichen Bestimmungen des Antragstellers, 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, 5. eine schriftliche Erklärung des Antragstellers, dass die nach den Nummern 1 bis 4 vorgelegten Unterlagen und Angaben vollständig sind.	
(3) Ist für die Prüfung im Rahmen des Zulassungsverfahrens ein Sachverhalt bedeutsam, der sich auf Vorgänge außerhalb des Geltungsbereichs dieses Staatsvertrages		

bezieht, so hat der Antragsteller diesen Sachverhalt aufzuklären und die erforderlichen Beweismittel zu beschaffen. Er hat dabei alle für ihn bestehenden rechtlichen und tatsächlichen Möglichkeiten auszuschöpfen. Der Antragsteller kann sich nicht darauf berufen, dass er Sachverhalte nicht aufklären oder Beweismittel nicht beschaffen kann, wenn er sich nach Lage des Falles bei der Gestaltung seiner Verhältnisse die Möglichkeit dazu hätte beschaffen oder einräumen lassen können.		
(4) Die Verpflichtungen nach den Absätzen 1 bis 3 gelten für natürliche und juristische Personen oder Personengesellschaften, die an dem Antragsteller unmittelbar oder mittelbar im Sinne von § 28 beteiligt sind oder zu ihm im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens stehen oder sonstige Einflüsse im Sinne der §§ 26 und 28 auf ihn ausüben können, entsprechend.		
(5) Kommt ein Auskunfts- oder Vorlagepflichtiger seinen Mitwirkungspflichten nach den Absätzen 1 bis 4 innerhalb einer von der zuständigen Landesmedienanstalt bestimmten Frist nicht nach, kann der Zulassungsantrag abgelehnt werden.		

(6) Die im Rahmen des Zulassungsverfahrens Auskunfts- und Vorlagepflichtigen sind verpflichtet, jede Änderung der maßgeblichen Umstände nach Antragstellung oder nach Erteilung der Zulassung unverzüglich der zuständigen Landesmedienanstalt mitzuteilen. Die Absätze 1 bis 5 finden entsprechende Anwendung. § 29 bleibt unberührt.		
(7) Unbeschadet anderweitiger Anzeigepflichten sind der Veranstalter und die an ihm unmittelbar oder mittelbar im Sinne von § 28 Beteiligten jeweils nach Ablauf eines Kalenderjahres verpflichtet, unverzüglich der zuständigen Landesmedienanstalt gegenüber eine Erklärung darüber abzugeben, ob und inwieweit innerhalb des abgelaufenen Kalenderjahres bei den nach § 28 maßgeblichen Beteiligungs- und Zurechnungstatbeständen eine Veränderung eingetreten ist.		
	(8) Ein Zulassungsantrag ist nach Eingang bei der zuständigen Landesmedienanstalt vollständig, wenn der Antragsteller die von der Landesmedienanstalt geforderten Unterlagen nach den Absätzen 1 bis 7 vorgelegt hat. Der Zulassungsantrag gilt als vollständig, sofern die Landesmedienanstalt die Unvollständigkeit der Unterlagen nach den Absätzen 1 bis 7 nicht innerhalb einer Frist von zwei Wochen	

	beanstandet.	
	o o o	
§ 36 Zuständigkeiten, Aufgaben		
(1) Zuständig ist in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 1, 3, 4 und 8 die Landesmedienanstalt, bei der der entsprechende Antrag oder die Anzeige eingeht.	(1) Zuständig ist in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 1, 3, 4 und 8 die Landesmedienanstalt des Landes, in dem der betroffene Anbieter seinen Sitz, Wohnsitz oder in Ermangelung dessen seinen ständigen Aufenthalt hat.	
Sind nach Satz 1 mehrere Landesmedienanstalten zuständig, entscheidet die Landesmedienanstalt, die zuerst mit der Sache befasst worden ist.	Sind nach Satz 1 mehrere Landesmedienanstalten zuständig oder hat Anbieter seinen Sitz im Ausland, entscheidet die Landesmedienanstalt, die zuerst mit der Sache befasst worden ist. Bei Zulassungen, die vor (Datum des Inkrafttretens des Dreiundzwanzigsten Rundfunkänderungsstaatsvertrages) erteilt wurden, und Zulassungsverlängerungen bleibt die zulassungserteilende Landesmedienanstalt zuständig.	
Zuständig in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 5 bis 7 und 9 sowie in den Fällen der Rücknahme oder des Wider-	Zuständig in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 5 bis 7 und 9 sowie in den Fällen der Rücknahme oder des Wider-	

rufs der Zulassung oder der Zuweisung ist die Landesmedienanstalt, die dem Veranstalter die Zulassung erteilt, die Zuweisung vorgenommen oder die Anzeige entgegengenommen hat.	rufs der Zulassung oder der Zuweisung ist die Landesmedienanstalt, die dem Veranstalter die Zulassung erteilt, die Zuweisung vorgenommen oder die Anzeige entgegengenommen hat.	
(2) Die ZAK ist für folgende Aufgaben zuständig:	(2) Die ZAK ist für folgende Aufgaben zuständig:	
1. Zulassung, Rücknahme oder Widerruf der Zulassung bundesweiter Veranstalter nach §§ 20a, 38 Abs. 3 Nr. 1 und Abs. 4 Nr. 1 sowie Anzeige der Veranstaltung von Hörfunk im Internet nach § 20b Satz 2,	1. Zulassung, Rücknahme oder Widerruf der Zulassung bundesweiter Veranstalter nach §§ 20 a, 38 Abs. 3 Nr. 1 und Abs. 4 Nr. 1 ~~sowie Anzeige der Veranstaltung von Hörfunk im Internet nach § 20b Satz 2,~~	
2. Wahrnehmung der Aufgaben nach § 51 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 und 3,	2. Wahrnehmung der Aufgaben nach § 51 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 und 3,	
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,	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,	
4. Anzeige des Plattformbetriebs nach § 52,	4. Anzeige des Medienplattformbetriebs nach § 52,	In Ziffer 4 sollte es heißen *„Anzeige des Medienplattformbetriebs nach § 52“*.
5. Aufsicht über Plattformen	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,	nach § 51 b Abs. 1 und 2 sowie §§ 52 a bis f, soweit nicht die GVK nach Absatz 3 zuständig ist,	In Ziffer 5 sollte der Begriff „Plattformen“ durch *„Medienplattformen und Benutzeroberflächen“* ersetzt werden.
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,	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,	
	6a. Aufsicht über Medienintermediäre nach §§ 53 d und e,	Die Übertragung der Die hier vorgenommene Übertragung der Aufsicht über Medienintermediäre an die ZAK führt u. U. – je nach Gestaltung durch die Länder – zu Konflikten: Medienintermediäre sind Telemedien, § 2 Abs. 2 Nr. 13b. Gem. § 59 Abs. 2 ist für Telemedien aber die „nach Landesrecht bestimmte Aufsichtsbehörde“ zuständig. Diese muss nicht notwendig die ZAK sein. .
7. Aufsichtsmaßnahmen gegenüber privaten bundesweiten Veranstaltern, soweit nicht die KEK nach Absatz 4 zuständig ist,	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,	8. Entscheidungen über die Zulassungspflicht nach § 20 Abs. 2; diese Entscheidungen trifft sie einvernehmlich,	
9. Befassung mit Anzeigen nach § 38 Abs. 1.	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	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.	ZAK festgelegt. Das Nähere ist in der Geschäftsordnung der ZAK festzulegen.	
	o o o	
§ 39 Anwendungsbereich		
Die §§ 20 a bis 38 gelten nur für bundesweite Angebote. Die §§ 20, 20 a, § 21 Abs. 1, § 24 und die §§ 35 bis 38 und 39 a gelten auch für Teleshoppingkanäle. Eine abweichende Regelung durch Landesrecht ist nicht zulässig. Die Entscheidungen der KEK sind den Zuweisungen von Übertragungskapazitäten nach diesem Staatsvertrag und durch die zuständige Landesmedienanstalt auch bei der Entscheidung über die Zuweisung von Übertragungskapazitäten nach Landesrecht zugrunde zu legen.		
	o o o	
IV. Abschnitt – Revision, Ordnungswidrigkeiten		

	o o o	
V. Abschnitt – Plattformen, Übertragungskapazitäten	**V. Abschnitt – Medienplattformen, Benutzeroberflächen, Übertragungskapazitäten**	
§ 50 Grundsatz		
Die Entscheidung über die Zuordnung, Zuweisung und Nutzung der Übertragungskapazitäten, die zur Verbreitung von Rundfunk und vergleichbaren Telemedien (Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind) dienen, erfolgt nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des jeweiligen Landesrechts.	Die Entscheidung über die Zuordnung, Zuweisung und Nutzung der Übertragungskapazitäten, die zur Verbreitung von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien ~~(Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind)~~ dienen, erfolgt nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des jeweiligen Landesrechts.	
	o o o	
§ 51 a Zuweisung von drahtlosen Übertragungskapazitäten an private Anbieter durch die zuständige Landesmedienanstalt		

(1) Übertragungskapazitäten für drahtlose bundesweite Versorgungsbedarfe privater Anbieter können Rundfunkveranstaltern, Anbietern von vergleichbaren Telemedien oder Plattformanbietern durch die zuständige Landesmedienanstalt zugewiesen werden.	(1) Übertragungskapazitäten für drahtlose bundesweite Versorgungsbedarfe privater Anbieter können Rundfunkveranstaltern, Anbietern von vergleichbaren Telemedien oder Plattformanbietern durch die zuständige Landesmedienanstalt zugewiesen werden.	Bitkom bewertet die Streichung von „vergleichbaren" Telemedien, seiner früheren Stellungnahme folgend, positiv. Durch die frühere Verwendung von „vergleichbar" wurde der zusammengesetzte Begriff konturlos, was der Rechtssicherheit und Verständlichkeit abträglich war. Stattdessen sollte *„rundfunkähnliche"* eingesetzt werden.
	o o o	
§ 52 Plattformen	**§ 52 Medienplattformen und Benutzeroberflächen**	
(1) Die nachstehenden Regelungen gelten für Plattformen auf allen technischen Übertragungskapazitäten. Mit Ausnahme der §§ 52 a und f gelten sie nicht für Anbieter von 1. Plattformen in offenen Netzen (Internet, UMTS oder vergleichbare Netze), soweit sie dort über keine marktbeherrschende Stellung verfügen, 2. Plattformen, die sich auf die	(1) Die nachstehenden Regelungen gelten für alle Medienplattformen und Benutzeroberflächen. Mit Ausnahme der Abs. 2 und 3, der §§ 52 a, 52 g Abs. 1 und 52 h gelten sie nicht für ~~1. Plattformen in offenen Netzen (Internet, UMTS oder vergleichbare Netze), soweit sie dort über keine marktbeherrschende Stellung verfügen,~~ ~~2. Plattformen, die sich auf die unveränderte Weiterleitung eines Gesamtangebotes be-~~	Die Begrenzung auf „infrastrukturgebundene Medienplattformen mit in der Regel weniger als 10.000 angeschlossenen Wohneinheiten" sollte maßgeblich auch für die Regelungen in den Landesmediengesetzen sein. Durch die Abschaltung des analogen Kabelfernsehens werden weite Teile der Plattformregulierung obsolet; teilweise verweisen die Landesgesetze bereits auf den Staatsvertrag. Die Begrenzung des Anwendungsbereichs des Landesrechts ist aber oft davon unabhängig, was zu Widersprüchen führt. Durch den Wegfall der

unveränderte Weiterleitung eines Gesamtangebotes beschränken, das den Vorgaben dieses Abschnitts entspricht, 3. drahtgebundenen Plattformen mit in der Regel weniger als 10.000 angeschlossenen Wohneinheiten oder 4. drahtlosen Plattformen mit in der Regel weniger als 20.000 Nutzern. Die Landesmedienanstalten legen in den Satzungen und Richtlinien nach § 53 fest, welche Anbieter unter Berücksichtigung der regionalen und lokalen Verhältnisse den Regelungen nach Satz 2 unterfallen.	~~schränken, das den Vorgaben dieses Abschnitts entspricht,~~ 1. infrastrukturgebundene Medienplattformen mit in der Regel weniger als 10.000 angeschlossenen Wohneinheiten oder 2. nicht infrastrukturgebundene Medienplattformen und Benutzeroberflächen, die keine Benutzeroberflächen von Medienplattformen nach Ziff. 1 sind, mit in der Regel weniger als 20.000 tatsächlichen Nutzern im Monatsdurchschnitt. Die Landesmedienanstalten legen in den Satzungen und Richtlinien nach § 53 unter Berücksichtigung der regionalen und lokalen Verhältnisse Kriterien für die Ermittlung der Schwellenwerte fest.	„drahtlosen Plattformen“ wäre klarzustellen unter welche Regelungen beispielsweise DAB+ und DVB-T zukünftig fallen. Für die Kommentierung von § 52 Abs. 1 Nr. 2 verweisen wir auf unsere Kommentierung zu § 20b Abs. 1 Ziffer 3 (Seite 24). Insbesondere möchten wir noch einmal betonen, dass funktionsäquivalente Dienste zwar generell in vergleichbarer Weise reguliert werden sollten, eine Ausdehnung der Regulierung auf neue Anbieter, wie die OTTs, statt der Ausschöpfung von Deregulierungspotenzialen – insbesondere für die bereits regulierten Plattformen – aus Sicht des Bitkom aber der falsche Weg ist. Die Schwellenwerte, die dem Staatsvertrag zugrunde liegen, erscheinen beliebig und sollten daher überprüft werden.
(2) Eine Plattform darf nur betreiben, wer den Anforderungen des § 20 a Abs. 1 und 2 genügt.	(2) Eine infrastrukturgebundene Medienplattform darf nur betreiben, wer den Anforderungen des § 20 a Abs. 1 und 2 Satz 1 genügt. 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.	
(3) Private Anbieter, die eine Plattform mit Rundfunk und vergleichbaren Telemedien anbieten wollen, müssen dies mindestens einen Monat vor Inbetriebnahme der zuständigen Landesmedienanstalt anzeigen. Die Anzeige hat zu enthalten 1. Angaben entsprechend § 20 a Abs. 1 und 2 und 2. die Darlegung, wie den Anforderungen der §§ 52 a bis 52 d entsprochen werden soll.	(3) ~~Private~~ Anbieter, die eine Medienplattform anbieten wollen, müssen dies mindestens einen Monat vor Inbetriebnahme der zuständigen Landesmedienanstalt anzeigen. Die Anzeige hat zu enthalten 1. Angaben nach Abs. 2 Satz 1 und 2. Angaben zur technischen und voraussichtlichen Nutzungsreichweite.	Die Regelung der vorgeschalteten Anzeigepflicht ist überflüssig und läuft dem anzustrebenden Ziel einer Deregulierung diametral zuwider. Durch die weite Definition der Medienplattform wird ein hoher bürokratischer Aufwand erzeugt. Hinreichend wäre eine ex-post Kontrolle. Der Absatz ist deshalb insgesamt zu streichen. Sollte an einer Anzeigepflicht festgehalten werden, so sollten bereits nach aktuellem Staatsvertrag angezeigte Medienplattformen nicht einer erneuten Anzeigepflicht unterliegen.
§ 52 a Regelungen für Plattformen	**§ 52 a Regelungen für Medienplattformen und Benutzeroberflächen**	
(1) Für die Angebote in Plattformen gilt die verfassungsmäßige Ordnung. Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre sind einzuhalten.	(1) Für die Angebote in Medienplattformen und Benutzeroberflächen gilt die verfassungsmäßige Ordnung. Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre sind einzuhalten.	
(2) Plattformanbieter sind für eigene Programme und Dienste verantwortlich. Bei Verfü-	(2) Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen sind für eigene Pro-	

gungen der Aufsichtsbehörden gegen Programme und Dienste Dritter, die über die Plattform verbreitet werden, sind diese zur Umsetzung dieser Verfügung verpflichtet. Sind Maßnahmen gegenüber dem Verantwortlichen von Programmen und Diensten nach Satz 2 nicht durchführbar oder nicht Erfolg versprechend, können Maßnahmen zur Verhinderung des Zugangs von Programmen und Diensten auch gegen den Plattformanbieter gerichtet werden, sofern eine Verhinderung technisch möglich und zumutbar ist.	gramme und Dienste verantwortlich. Bei Verfügungen der Aufsichtsbehörden gegen Programme und Dienste Dritter, die über die Medienplattform verbreitet werden, sind diese zur Umsetzung dieser Verfügung verpflichtet. Sind Maßnahmen gegenüber dem Verantwortlichen von Programmen und Diensten nach Satz 2 nicht durchführbar oder nicht Erfolg versprechend, können Maßnahmen zur Verhinderung des Zugangs von Programmen und Diensten auch gegen den Anbieter der Medienplattform oder Benutzeroberfläche gerichtet werden, sofern eine Verhinderung technisch möglich und zumutbar ist.	
(3) Der Anbieter einer Plattform darf ohne Zustimmung des jeweiligen Rundfunkveranstalters dessen Programme und vergleichbare Telemedien inhaltlich und technisch nicht verändern	(3) Ohne Einwilligung des jeweiligen Rundfunkveranstalters oder Anbieters rundfunkähnlicher Telemedien dürfen dessen Rundfunkprogramme, rundfunkähnliche Telemedien oder Teile davon a) inhaltlich und technisch nicht verändert, b) im Zuge ihrer Abbildung nicht vollständig oder teilweise mit kommerzieller Kommunikation, Inhalten aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien, einschließlich Empfehlungen oder Hinweisen hierauf, überblendet oder ihre	Die Vorschrift ist aus der Diskussion über parasitäre Geschäftsmodelle entstanden, deren Werbeüberblendungen man verhindern wollte. Nun liest sich die Vorschrift wie eine Schutzklausel für Sender vor dem Sichtbarwerden alternativer Angebote („Marktanteilssicherungsregulierung“), etwa über Programminformations- oder Empfehlungsmechanismen. Dies ist nicht nachvollziehbar. Die Regelung bedeutet jedenfalls eine erhebliche Ausweitung des Signalschutzes zu Lasten der Anbieter, vor allem aber eine erhebliche Einschränkung der Nutzerautonomie. Es ist für eine solche Regulierung kein Schutzzweck/-anlass ersichtlich. Im Gegenteil wäre um-

sowie einzelne Rundfunkprogramme oder Inhalte nicht in Programmpakete aufnehmen oder in anderer Weise entgeltlich oder unentgeltlich vermarkten.	Abbildung zu diesem Zweck skaliert oder c) nicht in Angebotspakete aufgenommen oder in anderer Weise entgeltlich oder unentgeltlich vermarktet werden.	gekehrt eine Regelung erforderlich, die vielfaltsbeschränkende Gestaltungen durch Vorgaben der Inhalteanbieter untersagt. Ziel der Regelung sollte es sein, Überblendung durch Werbung (so sollte es auch im Text benannt werden, vgl. die entsprechende Begriffsbestimmung im Rundfunkstaatsvertrag) zu verhindern, sollten Empfehlungssysteme erlaubt sein, zumal sie vielfaltssichernde Wirkung haben können. Deshalb sollte § 52a Abs. 3c) wie folgt ergänzt werden: „Keine Werbung im Sinne dieses Paragraphen sind Empfehlungen zu und Hinweise auf Inhalte aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien, außer diese erfolgen gegen eine entgeltliche Vergütung." Eine Ausdehnung auch auf redaktionelle Empfehlungen und Hinweise auf Rundfunkprogramme oder rundfunkähnliche Telemedien lehnen wir ab. Hinweise und Empfehlungen tragen potenziell zur Vielfalt der vom Nutzer wahrgenommenen Inhalte und damit zu einer ausgewogeneren Meinungsbildung bei. Zu begrüßen ist jedoch, dass der Anwendungsbereich tatbestandlich auf Rundfunkinhalte beschränkt ist und andere Anwendungen, z. B. Smart Home Systeme von der

		Regelung ausgenommen sind.
Technische Veränderungen, die ausschließlich einer effizienten Kapazitätsnutzung dienen und die Einhaltung des vereinbarten Qualitätsstandards nicht beeinträchtigen, sind zulässig.	(4) Abweichend von Absatz 3 Buchst. a sind technische Veränderungen, die ausschließlich einer effizienten Kapazitätsnutzung dienen und die Einhaltung des vereinbarten oder, im Fall, dass keine Vereinbarung getroffen wurde, marktüblichen Qualitätsstandards nicht beeinträchtigen, zulässig. [Abweichend von Absatz 3 Buchst. b sind Überblendungen oder Skalierungen zum Zweck von Empfehlungen oder Hinweisen auf Inhalte aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien zulässig, die durch den Nutzer im Einzelfall veranlasst sind oder in die der Nutzer generell eingewilligt hat (Opt-In), wenn er die Einwilligung jederzeit in einfacher Weise und dauerhaft widerrufen kann. Dem Nutzer sind zu Inhalt und Reichweite seiner Einwilligung und der Möglichkeit des Widerrufs leicht verständliche Informationen zur Verfügung zu stellen.]	Bitkom unterstützt der Aufnahme des geklammerten Zusatzes in Abs. 4. Positiv ist hierbei insbesondere, die Möglichkeit eines generellen Opt-Ins und keine Beschränkung auf jeden Einzelfall, der für Nutzer hinderlich wäre. Anbieter sollten nicht die Hoheit über die Bildschirme der Nutzer haben; vielmehr sollte der Nutzer autonom auf einer angemessenen Informationsgrundlage über die Ausgestaltung entscheiden dürfen. Auch um ein einheitliches Regelungssystem mit der AVMD-RL herzustellen, ist die Aufnahme erforderlich. Der Klammerverweis auf „Opt-In“ ist jedoch nicht erforderlich und kann deshalb gestrichen werden. Es reicht der Bezug auf die Einwilligung des Nutzers. „Abweichend von Absatz 3a)..“ nimmt systematisch falsch auf die „Zulässigkeit“ Bezug. Hier muss es heißen: *„Keine technischen Veränderungen im Sinne von Absatz 3 lit. a) sind Veränderungen, die …“*. „Zulässig“ am Ende des Satzes ist zu streichen. Dennoch geht die mit der Regelung intendierte Einschränkung viel zu weit. Zwar wären Empfehlungen mit Zustimmung des Nutzers noch eingeschränkt möglich.

		Seit Jahren übliche Funktionen wie z. B. das Einblenden einer Programmvorschau im Senderlisting oder die von Nutzern geliebte Bild-in-Bild / Split-Screen-Funktion wären nicht mehr möglich, selbst nicht mit Zustimmung des Nutzers. Das geht viel zu weit und verhindert nicht nur jegliche Innovation, sondern dreht innovative Produkte um Jahre hinter den bereits heute erreichten Standard zurück. Fraglich ist, was „marktübliche Qualitätsstandards“ sind. Die Formulierung ist zu unbestimmt. Ob es „marktübliche Qualitätsstandards“ in diesem Bereich überhaupt gibt, ist fraglich. Bitkom fordert die Aufnahme der Möglichkeit von vielfaltssichernden bzw. vielfaltstärkenden Einblendungen. Begrüßt wird im vorliegenden Vorschlag jedoch die Differenzierung zwischen nutzer- und anbieterveranlassten technischen Veränderungen.
	(5) Bei einer Überblendung oder Skalierung von Angeboten durch Anbieter einer Medienplattform oder Benutzeroberfläche zum Zweck der kommerziellen Kommunikation finden die für das überblendete Angebot geltenden Beschränkungen entsprechende Anwendung.	Eine grundsätzliche Möglichkeit auch kommerzielle Kommunikation auf den Endgeräten abzubilden wird von Bitkom unterstützt. Völlig offen ist hierbei allerdings sowohl die Definition von kommerzieller Kommunikation als auch die Bedeutung von „für das Angebot geltenden Beschränkungen“ und die Abgrenzung zum vorstehen Absatz. In jedem Fall soll-

		te auch „Werbung“ als „kommerzielle Kommunikation“ in den Wortlaut mit aufgenommen werden und die geltenden Beschränkungen mit konkretem §§-Verweis benannt werden.
§ 52 b Belegung von Plattformen	**§ 52 b Belegung von Medienplattformen**	
(1) Für Plattformen privater Anbieter mit Fernsehprogrammen gelten die nachfolgenden Bestimmungen:	(1) Für infrastrukturgebundene Medienplattformen gelten die nachfolgenden Bestimmungen.	Unklar ist, warum es eines expliziten Verweises auf infrastrukturgebundene Medienplattformen bedarf. Zudem sollte in Abs. 1 klargestellt werden, wo die „nachfolgenden Bestimmungen“ enden. *„...gelten die nachfolgenden Bestimmungen des § 52b).“*
1. Der Plattformanbieter hat innerhalb einer technischen Kapazität im Umfang von höchstens einem Drittel der für die digitale Verbreitung von Rundfunk zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität sicherzustellen, dass a) die erforderlichen Kapazitäten für die für die bundesweite Verbreitung gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme sowie für die Dritten Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einschließlich pro-	(2) Der Anbieter einer Medienplattform 1. hat sicherzustellen, dass innerhalb einer technischen Kapazität im Umfang von höchstens einem Drittel der für die digitale Verbreitung von Fernsehprogrammen zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität a) die erforderlichen Kapazitäten für die zur bundesweiten Verbreitung gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme sowie für die Dritten Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einschließlich pro-	Der Bereich des must-carry bietet weiteres – bisher ungenutztes – Potenzial zu einer Deregulierung. Must-carry ist in heutigen Zeiten nicht mehr zu rechtfertigen; eine Knappheitssituation, wie sie dieses Prinzip ursprünglich rechtfertigte, besteht nicht mehr. Der Begriff der Kapazität ist zu ändern, denn er ist aufgrund der Vielfalt der betroffenen Anbieter nicht mehr einheitlich bestimmbar. Nach Ansicht des Bitkom wäre die Zahl der vorgehaltenen Programme ein geeigneter Bemessungsfaktor. Bitkom unterstützt die Aufnahme des Klammerzusatzes bei lit. a. Nur so ist eindeutig, dass die Dritten nur in ihrem jeweiligen Bestimmungsgebiet

grammbegleitender Dienste zur Verfügung stehen; die im Rahmen der Dritten Programme verbreiteten Landesfenster sind nur innerhalb der Länder zu verbreiten, für die sie gesetzlich bestimmt sind,	grammbegleitender Dienste 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,	aufzunehmen sind. Andernfalls könnten die Plattformen auch zur bundesweiten Ausstrahlung aller Dritten verpflichtet sein.
b) die Kapazitäten für die privaten Fernsehprogramme, die Regionalfenster gemäß § 25 enthalten, zur Verfügung stehen,	b) die Kapazitäten für die privaten Fernsehprogramme, die Regionalfenster gemäß § 25 enthalten, einschließlich programmbegleitender Dienste, zur Verfügung stehen,	
c) die Kapazitäten für die im jeweiligen Land zugelassenen regionalen und lokalen Fernsehprogramme sowie die Offenen Kanäle zur Verfügung stehen; die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt,	c) die Kapazitäten für die im jeweiligen Land zugelassenen regionalen und lokalen Fernsehprogramme 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,	Bitkom fordert die Begrenzung der „technische[n] Gleichwertigkeit“ in Buchstabe d) auf „andere marktübliche digitale Kapazitäten“, damit Innovationen wie UHD nicht blockiert werden.
d) die technischen Kapazitäten nach Buchstabe a bis c im Verhältnis zu anderen digitalen Kapazitäten technisch gleichwertig sind,	d) die technischen Kapazitäten nach Buchstabe a bis c im Verhältnis zu anderen digitalen Kapazitäten technisch gleichwertig sind,	Bei dieser Regelung handelt es sich um eine massive Regulierungserweiterung, die abzulehnen ist. Auch der Free-Carry-Bereich („3. Drittel“) soll nun nicht mehr frei gestaltbar sein, sondern wird durch die Vorgabe der Einbeziehung von Vielfaltsgesichtspunkten mittels des Verweises auf § 52c im Ergebnis so behandelt wie der Non-Must-Carry- bzw. May-Carry-Bereich („2. Drittel“).
2. innerhalb einer weiteren technischen Kapazität im Umfang der Kapazität nach Nummer 1 trifft der Plattformanbieter die Entscheidung über die Belegung mit in digitaler Technik verbreiteten Fernsehprogrammen und Te-	2. trifft selbst innerhalb einer weiteren technischen Kapazität im Umfang der Kapazität nach Nummer 1 die Entscheidung über die Belegung mit in digitaler Technik verbreiteten Fernsehprogrammen ein-	Die Forderungen nach der

lemedien, soweit er darin unter Einbeziehung der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer eine Vielzahl von Programmveranstaltern sowie ein vielfältiges Programmangebot an Vollprogrammen, nicht entgeltfinanzierten Programmen, Spartenprogrammen und Fremdsprachenprogrammen einbezieht sowie vergleichbare Telemedien und Teleshoppingkanäle angemessen berücksichtigt.	schließlich programmbegleitender Dienste ~~und Telemedien~~, soweit er darin unter Einbeziehung der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer eine Vielzahl von Programmveranstaltern sowie ein vielfältiges Programmangebot an Vollprogrammen, nicht entgeltfinanzierten Programmen, Spartenprogrammen und Fremdsprachenprogrammen einbezieht sowie ~~vergleichbare Telemedien und~~ Teleshoppingkanäle angemessen berücksichtigt,	Aufnahme von „angemessenen Bedingungen“ sind bei der Belegung nicht notwendig. Es ist außerdem nicht nachvollziehbar, dass Teleshopping immer noch unter das Must-Carry-Regime fallen soll. Bitkom fordert eine Streichung.
3. Innerhalb der darüber hinausgehenden technischen Kapazitäten trifft er die Entscheidung über die Belegung allein nach Maßgabe der allgemeinen Gesetze. Reicht die Kapazität zur Belegung nach Satz 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.	3. trifft innerhalb der darüber hinausgehenden 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 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.	
(2) Für Plattformen privater Anbieter mit Hörfunkprogrammen gelten die nachfolgenden Bestimmungen. Der Plattformanbieter hat sicher-	(3) Der Anbieter einer Medienplattform	

zustellen, dass		
1. innerhalb einer technischen Kapazität im Umfang von höchstens einem Drittel der für die digitale Verbreitung von Hörfunk zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität die technischen Kapazitäten für die in dem jeweiligen Verbreitungsgebiet gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme und programmbegleitenden Dienste des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zur Verfügung stehen,	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 die erforderlichen Kapazitäten für die in dem jeweiligen Verbreitungsgebiet gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme und programmbegleitenden Dienste des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zur Verfügung stehen,	
2. innerhalb einer weiteren technischen Übertragungskapazität im Umfang nach Nummer 1 trifft der Plattformanbieter die Entscheidung über die Belegung mit in digitaler Technik verbreiteten Hörfunkprogrammen und Telemedien, soweit er darin unter Einbeziehung der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer ein vielfältiges Angebot und eine Vielfalt der Anbieter im jeweiligen Verbreitungsgebiet angemessen berücksichtigt,	2. trifft selbst innerhalb einer weiteren technischen Übertragungskapazität im Umfang nach Nummer 1 die Entscheidung über die Belegung mit in digitaler Technik verbreiteten Hörfunkprogrammen und programmbegleitenden Diensten und Telemedien, soweit er darin unter Einbeziehung der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer ein vielfältiges Angebot und [insbesondere] eine Vielfalt der für das jeweilige Verbreitungsgebiet bestimmten Angebote angemessen berücksichtigt,	Aus der Verweisung auf § 52 c Abs. 2 und der in diesem perpetuierten Vielfaltsanforderung folgt hier ein Eingriff u. a. in den free-carry-Bereich. Hingegen besteht keine Gefahr für die Meinungs- und Anbietervielfalt. Damit besteht weder Bedarf für diese neue Regulierung noch wäre ein solcher Eingriff gerechtfertigt. Auch widerspricht er dem Ziel einer Deregulierung.
3. innerhalb der darüber hinausgehenden technischen Kapazität trifft er die Entscheidung über die Belegung allein nach Maßgabe der allgemei-	3. trifft innerhalb der darüber hinausgehenden technischen Kapazitäten die Entscheidung über die Belegung nach Maßgabe des § 52 c Abs. 2 und der	

nen Gesetze. Absatz 1 Satz 2 gilt entsprechend.	allgemeinen Gesetze. Absatz 2 Satz 2 gilt entsprechend.	
Werden Hörfunk- und Fernsehprogramme auf einer Plattform verbreitet, sind die Programme nach Satz 2 Nr. 1 im Rahmen der Kapazität nach Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 Buchst. a zu berücksichtigen.	(4) Werden Hörfunk- und Fernsehprogramme auf einer Medienplattform verbreitet, sind die Programme nach Absatz 3 Satz 1 Nr. 1 im Rahmen der Kapazität nach Absatz 2 Satz 1 Nr. 1 Buchst. a zu berücksichtigen.	
(3) Der Plattformanbieter ist von den Anforderungen nach Absatz 1 und 2 befreit, soweit 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 2. das Gebot der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt bereits im Rahmen der Zuordnungs- oder Zuweisungsentscheidung nach den §§ 51 oder 51 a berücksichtigt wurde.	(5) Der Anbieter einer Medienplattform ist von den Anforderungen nach Absatz 1 bis 4 befreit, soweit 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 2. das Gebot der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt bereits im Rahmen der Zuordnungs- oder Zuweisungsentscheidung nach den §§ 51 oder 51 a berücksichtigt wurde.	
(4) Die Entscheidung über die Belegung von Plattformen	(6) ~~Die Entscheidung über die Belegung von Plattformen~~	

trifft der Anbieter der Plattform. Programme, die dem Plattformanbieter gemäß § 28 zugerechnet werden können oder von ihm exklusiv vermarktet werden, bleiben bei der Erfüllung der Anforderungen nach Absatz 1 Nr. 1 und 2 außer Betracht. Der Anbieter einer Plattform hat die Belegung von Rundfunkprogrammen oder Telemedien der zuständigen Landesmedienanstalt spätestens einen Monat vor ihrem Beginn anzuzeigen. Werden die Voraussetzungen der Absätze 1 bis 3 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 Plattform eine angemessene Frist zur Erfüllung der gesetzlichen Voraussetzungen zu setzen. Bei Änderung der Belegungen gelten die Sätze 1 bis 5 entsprechend.	~~trifft der Anbieter der Plattform.~~ Programme, die dem Anbieter einer Medienplattform gemäß § 28 zugerechnet werden können oder von ihm exklusiv vermarktet werden, bleiben bei der Erfüllung der Anforderungen nach Absatz 2 Nr. 1 und 2 außer Betracht. Der Anbieter einer Medienplattform hat die Belegung von Rundfunkprogrammen ~~oder Telemedien~~ der zuständigen Landesmedienanstalt auf deren Verlangen unverzüglich mitzuteilen. 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 Medienplattform eine angemessene Frist zur Erfüllung der gesetzlichen Voraussetzungen zu setzen. ~~Bei Änderung der Belegungen gelten die Sätze 1 bis 5 entsprechend.~~	
	(7) Für regionale und lokale Medienplattformen, die Hörfunk- und Fernsehprogramme ausschließlich terrestrisch verbreiten, kann das Landesrecht abweichende Regelungen vorsehen.	
§ 52 c Technische Zugangs-	**§ 52 c Zugang zu Medienplatt-**	

freiheit	**formen**	
(1) Anbieter von Plattformen, die Rundfunk und vergleichbare Telemedien verbreiten, haben zu gewährleisten, dass die eingesetzte Technik ein vielfältiges Angebot ermöglicht.	(1) Anbieter von Medienplattformen haben zu gewährleisten, dass die eingesetzte Technik ein vielfältiges Angebot ermöglicht.	
Zur Sicherung der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt dürfen Anbieter von Rundfunk und vergleichbaren Telemedien einschließlich elektronischer Programmführer weder unmittelbar noch mittelbar	(2) Zur Sicherung der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt dürfen Rundfunk und rundfunkähnliche Telemedien beim Zugang zu Medienplattformen weder unmittelbar noch mittelbar unbillig behindert oder ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden; dies gilt insbesondere in Bezug auf	Bitkom fordert, diese einseitige Regelung im Sinne eines Gegenseitigkeitsverhältnisses abzuändern. Auch Medienplattformen dürfen von Rundfunk- und rundfunkähnlichen Telemedien beim Zugang zu Inhalten nicht diskriminiert werden Die gesetzliche Vielfaltsanforderung in Abs. 2 greift weiterhin in den free-carry-Bereich ein; angezeigt wäre vielmehr eine Deregulierung
1. durch Zugangsberechtigungssysteme,	1. ~~durch~~ Zugangsberechtigungssysteme,	
2. durch Schnittstellen für Anwendungsprogramme,	2. ~~durch~~ Schnittstellen für Anwendungsprogramme,	Mit der Streichung von Nr. 3 und dem damit einhergehenden Verzicht auf die Nennung des Basisnavigators („der den ersten Zugriff ermöglicht“) könnte einher gehen, dass die Erreichung des verfolgten Regulierungsziels durch diese Art der Benutzeroberfläche nicht mehr unzweifelhaft anerkannt wird. Dies ist angesichts der Tatsache, dass sich dieses Tool auch laut Erhebungen der Landesmedienanstalten bewährt hat, nicht nachvollziehbar. (vgl. auch unsere Kommentierung zu §
3. durch Benutzeroberflächen, die den ersten Zugriff auf die Angebote herstellen, oder	~~3. durch Benutzeroberflächen, die den ersten Zugriff auf die Angebote herstellen, oder~~	
4. durch sonstige technische Vorgaben zu den Nummern 1 bis 3 auch gegenüber Herstellern digitaler Rundfunkempfangsgeräte	3. sonstige technische Vorgaben zu den Nummern 1 und 2 auch gegenüber Herstellern digitaler Rundfunkempfangs-	

bei der Verbreitung ihrer Angebote unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden.	geräte, 4. die Ausgestaltung von Zugangsbedingungen, insbesondere Entgelten und Tarifen. ~~bei der Verbreitung ihrer Angebote unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden.~~	52 e) Abs. 1) In Nr. 4 sollte „insbesondere“ gestrichen werden.
(2) Die Verwendung eines Zugangsberechtigungssystems oder eines Systems nach Absatz 1 Satz 2 Nr. 3 oder einer Schnittstelle für Anwendungsprogramme und die Entgelte hierfür sind der zuständigen Landesmedienanstalt unverzüglich anzuzeigen. Satz 1 gilt für Änderungen entsprechend. Der zuständigen Landesmedienanstalt sind auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte zu erteilen.	(3) Die Verwendung eines Zugangsberechtigungssystems ~~oder eines Systems nach Absatz 1 Satz 2 Nr. 3~~ oder einer Schnittstelle für Anwendungsprogramme und die Entgelte hierfür sind der zuständigen Landesmedienanstalt unverzüglich anzuzeigen. Satz 1 gilt für Änderungen entsprechend. Der zuständigen Landesmedienanstalt sind auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte zu erteilen.	Hinsichtlich der Anzeigepflicht ist aus Sicht des Bitkom eine ex-post-Missbrauchsaufsicht ausreichend und damit Deregulierung angezeigt.
§ 52 d Entgelte, Tarife	**§ 52 d Zugangsbedingungen**	
Anbieter von Programmen und vergleichbaren Telemedien dürfen durch die Ausgestaltung der Entgelte und Tarife nicht unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich ge-	(1) Die Zugangsbedingungen, insbesondere Entgelte und Tarife, sind gegenüber der zuständigen Landesmedienanstalt offenzulegen.	Die Streichung in § 52d S. 2 führt dazu, dass jetzt auch im reinen Free-Carry-Bereich eine Entgeltregulierung greift. Die Vorschrift spricht nur noch von „angemessenen Bedingungen.“ Vereinbarungen

rechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden. Die Verbreitung von Angeboten nach § 52 b Abs. 1 Nr. 1 und 2 oder § 52 b Abs. 2 in Verbindung mit Abs. 1 Satz 1 hat zu angemessenen Bedingungen zu erfolgen. Entgelte und Tarife für Angebote nach § 52 b Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 2 Satz 2 sind offenzulegen.		müssten hiernach offengelegt werden, da diese auch Teil der Zugangsbedingungen wären. Die Regelung ist nicht mehr auf „Entgelte und Tarife“ beschränkt. Hier handelt es sich um eine massive Ausweitung einer anlassunabhängigen Pflicht zur Transparenz, die abzulehnen ist. Im privatwirtschaftlichen Sektor sollte die Gestaltung von Zugangsbedingungen frei den Unternehmen überlassen werden, nicht zuletzt mit Blick auf die Berufsfreiheit aus Art. 12 Abs. 1 GG. In anderen Branchen ist die Vereinbarung verschiedener Preise mit verschiedenen Partnern auch nichts Ungewöhnliches und kein Grund, regulatorisch einzugreifen. Nur im Zuge einer ex-post-Regulierung kann die Offenlegung ggü. den Landesmedienanstalten auf begründetes Verlangen erfolgen, nachdem ein hinreichender Verdacht besteht, dass regulatorische Vorgaben missachtet worden sind. Notwendig ist weiterhin die Einführung einer wechselseitigen Diskriminierungsfreiheit auch der Programmveranstalter gegenüber den Plattformen. Das Ungleichbehandlungsverbot darf nicht nur in eine Richtung wirken.
Entgelte und Tarife sind im Rahmen des Telekommunikationsgesetzes so zu gestalten, dass auch regionale und lokale Angebote zu angemessenen und chancengleichen Bedingungen verbreitet werden	(2) Entgelte und Tarife sind im Rahmen des Telekommunikationsgesetzes so zu gestalten, dass auch regionale und lokale Angebote zu angemessenen ~~und chancengleichen~~ Bedingungen verbreitet werden	

können. Die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt.	können. Die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt.	
	(3) Können sich die betroffenen Anbieter nicht über die Aufnahme eines Angebots in eine Medienplattform oder die Bedingungen der Aufnahme einigen, kann jeder der Beteiligten die zuständige Landesmedienanstalt anrufen. Die zuständige Landesmedienanstalt wirkt unter den Beteiligten auf eine sachgerechte Lösung hin.	Unter Gleichbehandlungsaspekten begrüßen wir die nunmehr erfolgte Einführung des Abs. 3. Er ermöglicht allen Beteiligten – nicht nur Inhalteanbietern – ein Anrufen der zuständigen Landesmedienanstalt. Dies ist ein erster, wenngleich noch nicht hinreichender Schritt in Richtung einer fairen und ausgewogenen Interessenbalance. Gleichwohl sind die den Landesmedienanstalten nun eingeräumten Einwirkungsoptionen ein stumpfes Schwert: Gerade gegenüber Inhalteanbietern ist daher die bisher nicht vorgesehene Sanktionsbefugnis einzuräumen.
	§ 52 e Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen	
	(1) Die nachstehenden Regelungen gelten, soweit Benutzeroberflächen Rundfunk oder rundfunkähnliche Telemedien, Teile davon oder softwarebasierte Anwendungen, die im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien dienen,	Generell muss das Gebot, das Suchen und Finden von Inhalten nicht unbillig zu hindern, für beide Seiten gelten. Die diskriminierungsfreie Auffindbarkeit ist nur dann zu gewährleisten, wenn auch die Seite der Anbieter von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien einschränkende

	hierzu abbilden.	Verhaltensweisen unterlässt. Anbieter von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien dürfen die Auffindbarkeit nicht behindern, indem sie beispielsweise Steuerungs- und Programminformationen (Meta-Daten) vorenthalten. Diese müssen kostenlos und im erforderlichen Format bereitgestellt werden. Einschränkende Vorgaben im Hinblick auf das Auffinden anderer Inhalte sollten nicht erlaubt sein. Die Regelungen zur Auffindbarkeit können nur insoweit gelten wie sie nur technisch möglich und wirtschaftlich vertretbar sind. Zweifelhaft ist auch die Erforderlichkeit einer flächendeckenden Regulierung über alle Arten von Benutzeroberflächen hinweg ohne Differenzierung der Kontrollpunkte: Ein Bedarf lässt sich allenfalls bei marktbeherrschenden Stellungen rechtfertigen, soweit diese auf die Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen einen entscheidenden Einfluss haben. Mit dem vorgeschlagenen Verzicht auf die Nennung des Basisnavigators („der den ersten Zugriff ermöglicht“, § 52c Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 RStV) könnte einhergehen, dass die Erreichung des verfolgten Regulierungsziels durch diese Art der Benutzeroberfläche nicht mehr unzweifelhaft anerkannt wird. Dies ist angesichts der Tatsache, dass sich dieses Tool auch laut Erhebungen

		der Landesmedienanstalten bewährt hat, nicht nachvollziehbar.
	(2) Gleichartige Angebote oder Inhalte dürfen bei der Auffindbarkeit, insbesondere der Sortierung, Anordnung oder Abbildung auf Benutzeroberflächen, nicht ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden; ihre Auffindbarkeit darf nicht unbillig behindert werden. Zulässige Kriterien für eine Sortierung oder Anordnung sind insbesondere Alphabet, Genres oder Nutzungsreichweite. Eine Sortierung oder Anordnung soll in mindestens zwei verschiedenen Varianten angeboten werden, sofern nicht die Möglichkeit einer zusätzlichen individuellen Sortierung durch den Nutzer besteht. Alle Angebote müssen mittels einer Suchfunktion diskriminierungsfrei auffindbar sein. Einzelheiten regeln die Landesmedienanstalten durch Satzungen und Richtlinien.	Das Gebot „ihre Auffindbarkeit darf nicht unbillig behindert werden“ darf nicht lediglich einseitig gelten, sondern muss für alle Marktbeteiligten gelten, auch für Anbieter von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien. Letztere dürfen die Auffindbarkeit nicht behindern, indem sie beispielsweise Steuerungs- und Programminformationen vorenthalten. Einschränkende Vorgaben im Hinblick auf das Auffinden anderer Inhalte sollten nicht erlaubt sein. Bitkom spricht sich gegen die Zwangsimplementierung von min. zwei Sortierungsverfahren aus; dies kann in Einzelfällen zu unverhältnismäßigen Kostenlasten führen. Weiterhin ist damit zu rechnen, dass Anbieter im Interesse einer positiven user-experience ohnehin mehrere Sortierungsverfahren bereits anbieten oder noch anbieten werden. Zudem wird, ohne dass hierfür eine gesetzgeberische Notwendigkeit besteht, die Regulierung auf zusätzlich angebotene Navigationssysteme ausgeweitet. Die Regelbeispiele, nach denen eine „alphabetische Anordnung von Angeboten“ oder „die inhaltliche Sortierung von Angeboten nach Genres“ in der Regel den Anforderungen an eine diskriminierungsfreie Sortierung im Sinne des Satz 1

		genügen soll, sollten als den Ansatz der Medienaufsicht anleitende Vorschläge aufgeführt werden. Satz 2 sollte um den folgenden Zusatz ergänzt werden, *„sofern nicht die Möglichkeit einer zusätzlichen individuellen Sortierung durch den Nutzer besteht."* Die Regelbeispiele helfen Anbietern sich rechtskonform zu verhalten, ohne ihnen jedoch die Möglichkeit zu nehmen, sich alternativ durch andere Wege ebenfalls regelkonform zu verhalten.
	(3) [Über Benutzeroberflächen ansteuerbare Rundfunkangebote gemäß § 52 b Abs. 2 Nr. 1 und § 52 b Abs. 3 Nr. 1 sowie Telemedienangebote gemäß § 11 d sind besonders hervorzuheben und leicht auffindbar zu machen.] Fensterprogramme (§ 25 Abs. 4) sind in dem Gebiet, für das sie zugelassen oder gesetzlich bestimmt sind, gegenüber dem ohne Fensterprogramm ausgestrahlten Hauptprogramm und gegenüber den Fensterprogrammen anderer Gebiete vorrangig darzustellen.	Bitkom lehnt die Aufnahme des Klammerzusatzes und damit das Konzept der privilegierten Auffindbarkeit von bestimmten Angeboten ab. Bitkom erkennt die Bedeutung beispielsweise des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die öffentliche Meinungsbildung an. Jedoch gibt es auf dem Markt eine Vielzahl weiterer Angebote bzw. (Einzel-)Inhalte, denen ebenfalls eine Relevanz für die öffentliche Meinungsbildung zugesprochen werden kann und die ebenfalls einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag leisten. Nutzer sind heute in der Lage, die von ihnen gesuchten Inhalte über eine Vielzahl von Wegen zu erreichen. Durch die Konvergenz der Medien ist der Nutzer souveräner in seiner Entscheidung, welchen Inhalt er wann, über welchen Übertragungsweg und über welches Endgerät anschauen möchte. Die Auswahl an Inhalten sowie die Auswahl an Möglichkeiten, diese Inhalte

		zu konsumieren, sind größer geworden. Aus Sicht des Bitkom ist hiermit jedoch keine Überforderung des Einzelnen verbunden. Das Geschäftsmodell von Plattformenanbietern basiert auf dem Konzept, ihren Nutzern möglichst viele Angebote und Inhalte möglichst einfach auffindbar zu machen und dabei die Interessen des Nutzers in den Mittelpunkt zu stellen. Die privilegierte Auffindbarkeit einzelner Angebote bedeutet immer auch eine Benachteiligung anderer Angebote/Inhalte sowie insgesamt eine unangemessene Bevormundung der Nutzer. Eine Anpassung des eigenen Angebots an die Wünsche der Kunden wäre Anbietern nicht mehr möglich. Die Gefahr, dass sich Nutzer immer mehr vom linearen Rundfunk abwenden, wird durch die vorgeschlagene Regelung zur privilegierten Auffindbarkeit größer, nicht kleiner – mit allen negativen Konsequenzen für die öffentliche Meinungsbildung. Die Regelung zur privilegierten Auffindbarkeit ist außerdem viel zu unbestimmt formuliert, um in der Praxis rechtssicher anwendbar zu sein. Die Regelung ist insgesamt extrem weit. Sie schafft lediglich formale Kriterien. Für die Frage, was unter „Public Value-Angeboten“ fällt ist, gibt es keinerlei inhaltliche Anforderungen, nicht einmal Pflichten für Sender. Die Regelung wirft zudem die Frage nach der Vereinbarkeit mit dem EU-Recht auf (Diskrimi-

		nierung zu Lasten weiterverbreiteter linearer Angebote aus anderen Mitgliedstaaten). Die Privilegierung aller „gesetzlich bestimmten öffentlich-rechtlichen Rundfunkprogramme, private Vollprogramme und Spartenprogramme mit Schwerpunkt Information sowie rundfunkähnliche Telemedien mit vergleichbarem Inhalt“ ist nicht nur uferlos. Die Regelung ist praktisch nicht sinnvoll umsetzbar. Je mehr Inhalte privilegiert sein sollen, desto weniger handelt es sich um eine echte Privilegierung in Form einer „Hervorhebung“ oder „unmittelbareren Auffindbarkeit“. Die Regelung ist überdies unverhältnismäßig. Sollte am Konzept der privilegierten Auffindbarkeit festgehalten werden, so fordert Bitkom zumindest eine deutliche Eingrenzung. Unklar ist bei der vorgeschlagenen Regelung auch, welche Rechtsfolge genau an die Vorgaben geknüpft werden soll.
	(4) Die Sortierung oder Anordnung von Angeboten oder Inhalten muss auf einfache Weise und dauerhaft durch den Nutzer individualisiert werden können.	Abs. 4 ist insgesamt zu streichen. Dem Ziel der Medienvielfalt ist durch Sortieranforderungen kaum gedient; weiterhin wurde im Entwurf an zahlreichen anderen Stellen extensiv von Diskriminierungsverboten Gebrauch gemacht. Sofern dieser beibehalten wird, ist Folgendes zu berücksichtigen:

		Die Sortierungsanforderungen können bei einzelnen GUIs zu technischen Problemen in der Umsetzung führen. Für einfach programmierte Oberflächen ist eine vielfältige Anordnung nicht ohne Nachrüstungen möglich. Die Regelung könnte damit zu Verdrängungen vom Markt führen. Unklar ist außerdem die Reichweite der Anforderungen. Zu streichen ist jedenfalls das Merkmal „dauerhaft“, da eine technische Umsetzung – beispielsweise bei technisch notwendigen Senderumbelegungen – nicht möglich ist. Die Bestimmung lässt sich außerdem so lesen, also wäre stets die Möglichkeit der Erstellung einer eigenen Favoritenliste zu gewährleisten. Dies ginge zu weit und dürfte auch nicht dem Regelungsziel entsprechen.
	(5) Die Maßgaben von Absatz 2 Satz 2 und Absatz 4 gelten für Benutzeroberflächen von geräteabhängigen Medienplattformen nicht, soweit der Anbieter nachweist, dass eine auch nachträgliche Umsetzung technisch nicht oder nur mit erheblichem Aufwand möglich ist.	Die Ausnahme ist aus Sicht des Bitkom zu eng formuliert und müsste darüber hinaus auch für andere Regelungsbereiche gelten. Stattdessen sollte folgende Formulierung gewählt werden: *„Die Maßgaben von Absatz 2 Sätze 3 und 4, Absatz 3 und Absatz 4 gelten nur soweit ihre Umsetzung technisch und wirtschaftlich, insbesondere mit vertretbarem Aufwand möglich ist und nur für Benutzeroberflächen die ab zwei Jahren nach Inkrafttreten dieses Staatsvertrages in den*

		Markt gebracht werden.“
	§ 52 f Transparenz	
	Die einer Medienplattform oder Benutzeroberfläche zugrunde liegenden Grundsätze für die Auswahl von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien 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 Inhalten durch den Nutzer individualisiert werden kann und nach welchen grundlegenden Kriterien Empfehlungen erfolgen und unter welchen Bedingungen Rundfunk oder rundfunkähnliche Telemedien entsprechend § 52 a Abs. 3 Buchst. c nicht in ihrer ursprünglichen Form dargestellt werden. Informationen hierzu sind den Nutzern in leicht erkennbarer, unmittelbar erreichbarer und ständig verfügbarer Weise zur Verfügung zu stellen.	Die vorgeschlagenen Transparenzanforderungen sind nach Ansicht des Bitkom zu weitgehend. Insbesondere könnten die geforderten Informationen Geschäftsgeheimnisse enthalten. Zur Art und Weise der Information sollte es als hinreichend normiert werden, die Informationen, wenn überhaupt, z. B. auf einer Website bereit zu halten. Für ein level-playing-field sollte außerdem ein Abgleich mit § 53 d erfolgen. Keinesfalls sollten konkrete Algorithmen verpflichtend offenzulegen sein, da sie in vielen Fällen einen Kern des Geschäftsmodells eines Anbieters darstellen. Vielmehr sollte allenfalls die Veröffentlichung generischer, nicht detaillierter, Informationen erforderlich sein. Dies sollte auch im Wortlaut zum Ausdruck kommen, um Unklarheiten in der Interpretation zu vermeiden.
§52 e Vorlage von Unterlagen, Zusammenarbeit mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation	**§ 52 g Vorlage von Unterlagen, Zusammenarbeit mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation**	

(1) Anbieter von Plattformen sind verpflichtet, die erforderlichen Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen vorzulegen. §§ 21 bis 24 gelten entsprechend.	(1) Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen sind verpflichtet, die erforderlichen Informationen und Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen unverzüglich vorzulegen. §§ 21, 22 und 24 gelten entsprechend.	
(2) Ob ein Verstoß gegen § 52 c Abs. 1 Nr. 1 oder 2 oder § 52 d vorliegt, entscheidet bei Plattformanbietern, die zugleich Anbieter der Telekommunikationsdienstleistung sind, die zuständige Landesmedienanstalt im Benehmen mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation.	(2) Ob ein Verstoß gegen § 52c Abs. 2 Nr. 1, 2 oder 4 oder § 52 d Abs. 2 vorliegt, entscheidet bei Anbietern von Medienplattformen, die zugleich Anbieter der Telekommunikationsdienstleistung sind, die zuständige Landesmedienanstalt im Benehmen mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation.	
	(3) Anbieter von Medienplattformen oder Benutzeroberflächen haben auf Nachfrage gegenüber Anbietern von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien 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.	Siehe oben: es reicht, wenn die Landesmedienanstalten im Bedarfsfall über entsprechende Informationen verfügen – ein Teil ist ohnehin verfügbar (§ 52f). Zu wahren sind jedenfalls Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse.
§ 52 f Maßnahmen durch die zuständige Landesmedienanstalt	**§ 52 h Maßnahmen durch die zuständige Landesmedienanstalt**	

Verstößt ein Plattformanbieter gegen die Bestimmungen dieses Staatsvertrages oder des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages, gilt § 38 Abs. 2 entsprechend.	(1) Verstößt ein Anbieter einer Medienplattform oder ein Anbieter einer Benutzeroberfläche gegen die Bestimmungen dieses Staatsvertrages oder des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages 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.	Hier ist der Anwendungsbereich zu eng, vgl. § 52d Abs. 3. Er sollte auch auf Inhalteanbieter erstreckt werden. Absatz 1 Satz 1 sollte wie folgt gefasst werden: *„(1) Verstößt ein Anbieter einer Medienplattform oder ein Anbieter einer Benutzeroberfläche gegen die Bestimmungen dieses Staatsvertrages oder des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages oder verstößt ein Anbieter von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien gegen die Bestimmungen dieses Abschnitts trifft die zuständige Landesmedienanstalt die erforderlichen Maßnahmen; § 38 Abs. 2 Satz 2 und 3 gilt entsprechend.“*
	(2) Im Hinblick auf die Anforderungen der §§ 52 b bis 52 f sind Anbieter von Medienplattformen oder Benutzeroberflächen berechtigt, bei der zuständigen Landesmedienanstalt einen Antrag auf Unbedenklichkeit zu stellen. Die Bestätigung der Unbedenklichkeit kann mit Nebenbestimmungen versehen werden.	
§ 53 Satzungen, Richtlinien		
Die Landesmedienanstalten regeln durch Satzungen und Richtlinien Einzelheiten zur Konkretisierung der sie betref-	Die Landesmedienanstalten regeln durch Satzungen und Richtlinien Einzelheiten zur Konkretisierung der sie betref-	Durch die hier und an weiteren Stellen im Entwurf anzutreffende Satzungsbefugnis besteht die Gefahr, dass „Nä-

fenden Bestimmungen dieses Abschnitts mit Ausnahme des § 51. Dabei ist die Bedeutung für die öffentliche Meinungsbildung für den Empfängerkreis in Bezug auf den jeweiligen Übertragungsweg zu berücksichtigen.	fenden Bestimmungen dieses Abschnitts mit Ausnahme des § 51. Dabei ist die Bedeutung für die öffentliche Meinungsbildung für den Empfängerkreis in Bezug auf den jeweiligen Übertragungsweg, die jeweilige Medienplattform oder die jeweilige Benutzeroberfläche zu berücksichtigen.	heres“ durch landesrechtliche Satzungen geregelt wird. Auch wenn grundsätzlich die Systematik zu begrüßen ist, so wird dennoch im Staatsvertrag selbst, nicht ausreichend geregelt, nach welchen Kriterien und Grundprinzipien das „Nähere“ zu regeln ist und was hiervon konkret umfasst sein soll. Dies schadet der Einheitlichkeit des Rechts und der Übersichtlichkeit durch noch mehr Verweisungen. Die in § 53 erfolgte ausdrückliche Einbeziehung des Meinungsbildungsfaktors wird begrüßt.
§ 53b Bestehende Zulassungen, Zuordnungen, Zuweisungen, Anzeige von bestehenden Plattformen	**§ 53 b Bestehende Zulassungen, Zuordnungen, Zuweisungen, Anzeige von bestehenden Medienplattformen oder Benutzeroberflächen**	
(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.	(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.	
(2) Anbieter von Plattformen, die bei Inkrafttreten dieses Staatsvertrages bereits in Betrieb sind, müssen die Anzeige nach § 52 Abs. 3 spätestens	(2) Anbieter von Medienplattformen, die bei Inkrafttreten dieses Staatsvertrages bereits in Betrieb sind, müssen die Anzeige nach § 52 Abs. 3 spä-	Hier sollte klargestellt werden: Dies gilt nicht für bereits angezeigte Medienplattformen und Benutzeroberflächen. Absatz 2 sollte hinzuge-

sechs Monate nach Inkrafttreten dieses Staatsvertrages stellen.	testens sechs Monate nach Inkrafttreten dieses Staatsvertrages stellen.	fügt werden: *„Dies gilt nicht für bereits angezeigte Medienplattformen und Benutzeroberflächen.“*
	VI. Abschnitt – Medienintermediäre	Hinsichtlich der Dienste von Intermediären wie Suchmaschinen oder sozialen Netzwerken erfordern gravierende regulatorische Eingriffe zunächst den empirischen Beleg für den Regelungsbedarf im Hinblick auf ihre Meinungsbildungsrelevanz. Die verschiedenen im Entwurf genannten Dienste sind untereinander außerdem nur bedingt vergleichbar, erfüllen sie doch für Nutzerinnen und Nutzer ganz unterschiedliche Zwecke. Sowohl Suchmaschinen als auch soziale Netzwerke können auch zum Auffinden von Medieninhalten genutzt werden. Die folgende Kommentierung gilt daher nur insoweit ein Regulierungsbedarf überhaupt bejaht wird.
	§ 53 c Anwendungsbereich	
	(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 (integrier-	Zur generellen Einbeziehung gilt das zuvor und in der Einleitung gesagte.

	ter Intermediär).	
	(2) Sie gelten nicht für Medienintermediäre, die 1. jedenfalls weniger als eine Million Nutzer im Bundesgebiet pro Monat erreichen, 2. auf die Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten mit Bezug zu Waren oder Dienstleistungen spezialisiert sind, 3. ausschließlich privaten oder familiären Zwecken dienen.	Zugunsten einer präziseren Regelung sollte Nr. 2 wie folgt gefasst werden: *„Inhalte mit Bezug zu Waren oder Dienstleistungen aggregieren, selektieren und präsentieren.“*
	(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.	
	§ 53 d Transparenz	

	(1) Anbieter von Medienintermediären haben nachfolgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten: 1. Die Kriterien, die über den Zugang eines Inhalts zu einem Medienintermediär und über den Verbleib entscheiden, 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.	Generell ist zwischen Medienplattformen und Intermediären zu unterscheiden. Soweit Funktionsweisen und Regulierungsziele vergleichbar sind, sollten dem Charakter nach ähnliche Maßnahmen zur Anwendungen kommen. Daher wird in diesem Zusammenhang auf die Kommentierung zu § 52 f, verwiesen.
	(2) Änderungen der in Absatz 1 genannten Kriterien sowie der Ausrichtung nach Absatz 3 sind unverzüglich in derselben Weise kenntlich zu machen.	
	(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.	
	[(4) Anbieter von Medienintermediären, die soziale Netzwerke anbieten, haben	

	dafür Sorge zu tragen, dass Telemedien im Sinne von § 55 Abs. 3 gekennzeichnet werden.]	
	[§ 53e Diskriminierungsfreiheit	
	(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.	Bitkom sieht grundsätzlich keine von Medienintermediären ausgehende höhere Gefährdungssituation der Meinungsvielfalt, als von Rundfunkanbietern auch. Dennoch darf es nicht zu unzulässigen Diskriminierungen kommen. Zwischen den Medienintermediären ist in jedem Fall aber eine differenzierte Betrachtung und Einzelfallbewertung erforderlich, denn es bestehen erhebliche funktionale Unterschiede. Positiv ist aus Sicht des Bitkom die Einschränkung auf Angebote, auf die potenziell ein besonders hoher Einfluss besteht. Allerdings erscheint das Kriterium „potenziell besonders hoher Einfluss“ in der Praxis als schwierig handhabbar, da dieses kaum bestimmbar ist. Eine entsprechende Einschränkung müsste im Rahmen der Plattformregulierung auch gelten für Medienplattformen und Benutzeroberflächen mit nur eingeschränkter Bedeutung für die öffentliche und individuelle Meinungsbil-

		dung. Generell ist festzustellen, dass es absolute Neutralität und objektiv korrekte Darstellung nicht geben kann: Die schiere Masse der Ergebnisse macht eine gewisse Ungleichbehandlung im Interesse des Nutzers zwingend erforderlich. Insoweit bemühen sich die Anbieter jedoch bereits im eigenen wirtschaftlichen Interesse darum, das subjektiv beste Ergebnis zu liefern, um den Nutzer nicht an die Konkurrenz zu verlieren. Den Medienintermediären sollte bei der Gestaltung ihrer Algorithmen ein weiter Entscheidungsspielraum zugestanden werden
-	(2) Eine Diskriminierung im Sinne des Absatzes 1 liegt insbesondere vor, wenn von den allgemeinen Regeln der Aggregation, Selektion und Präsentation im Sinne des § 53 d zugunsten oder zulasten eines bestimmten Inhaltes bewusst und zielgerichtet abgewichen wird.	
-	(3) Der Verstoß gegen die Pflichten nach Absatz 1 kann nur von dem betroffenen Anbieter journalistisch-redaktioneller Inhalte bei der zuständigen Landesmedienanstalt geltend gemacht werden.	
-	(4) § 58 Abs. 1 Satz 1 bleibt	

	unberührt.]	
	§ 53 f Vorlage von Unterlagen	
	Anbieter von Medienintermediären sind verpflichtet, die erforderlichen Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen vorzulegen. §§ 22 und 24 gelten entsprechend.	Es sollte ergänzt werden: *„(2) Verstößt ein Anbieter eines Medienintermediärs gegen die Bestimmungen der §§ 53c bis 53f, trifft die zuständige Landesmedienanstalt die erforderlichen Maßnahmen, im Falle des § 53e jedoch nur auf Antrag des betroffenen Anbieters journalistisch-redaktioneller Inhalte.“*
	§ 53 g Satzungsbefugnis	
	Die Landesmedienanstalten regeln durch Satzung und Richtlinien Einzelheiten zur Konkretisierung der sie betreffenden Bestimmungen dieses Abschnitts und der Definition der Intermediäre in § 2 Nr. 13 a. Dabei ist die Orientierungsfunktion der Intermediäre für die jeweiligen Nutzerkreise zu berücksichtigen.	Durch die hier und an weiteren Stellen im Entwurf anzutreffende Satzungsbefugnis besteht die Gefahr, dass „Näheres“ durch landesrechtliche Satzungen geregelt wird. Auch wenn grundsätzlich die Systematik zu begrüßen ist, so wird dennoch im Staatsvertrag selbst, nicht ausreichend geregelt, nach welchen Kriterien und Grundprinzipien das „Nähere“ zu regeln ist und was hiervon konkret umfasst sein soll. Dies schadet der Einheitlichkeit des Rechts und der Übersichtlichkeit durch noch mehr Verweisungen.

VI. Abschnitt – Telemedien	**VII. Abschnitt – Telemedien**	
	o o o	
§ 55 Informationspflichten und Informationsrechte		
	o o o	
	(3) [Anbieter von Telemedien in sozialen Netzwerke sind verpflichtet, bei mittels eines Computerprogramms automatisiert 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 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.]	
(3) Für Anbieter von Telemedien nach Absatz 2 Satz 1 gilt § 9 a entsprechend.	(4) Für Anbieter von Telemedien nach Absatz 2 Satz 1 gilt § 9 a entsprechend.	
	o o o	
§ 59 Aufsicht		
	o o o	
(3) Stellt die jeweils zuständige Aufsichtsbehörde einen Verstoß gegen die Bestimmungen mit Ausnahme der § 54, § 55 Abs. 2 und 3, § 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	(3) Stellt die jeweils zuständige Aufsichtsbehörde einen Verstoß gegen die Bestimmungen mit Ausnahme der § 54, § 55 Abs. 2 [bis 4], § 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 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.	Maßnahme 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.	
	o o o	
(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. Ergibt sich danach keine Zu-	(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. Soweit ein Verantwortlicher be-	

ständigkeit, so ist diejenige Aufsichtsbehörde zuständig, in deren Bezirk der Anlass für die Amtshandlung hervortritt.	nannt ist, gilt Satz 1 entsprechend. Ergibt sich danach keine Zuständigkeit, so ist diejenige Aufsichtsbehörde zuständig, in deren Bezirk der Anlass für die Amtshandlung hervortritt.	
o o o		
VII. Abschnitt – Übergangs- und Schlussvorschriften	**VIII. Abschnitt – Übergangs- und Schlussvorschriften**	Aus Sicht des Bitkom müssen an den Stellen, wo neue Vorgaben technische Änderungen erforderlich machen, ausreichende Umsetzungszeiträume vorgesehen werden.

Bitkom vertritt mehr als 2.600 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, davon gut 1.800 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 400 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.