

Der neue Medienstaatsvertrag - neue Adressaten und neue Vorgaben

Nach rund fünfjähriger Vorarbeit ist am 7. November 2020 der Medienstaatsvertrag (MStV) in Kraft getreten. Dieser ersetzt den alten Rundfunkstaatsvertrag (RStV). Mit dieser umfassenden Überarbeitung des rechtlichen Rahmens wollen die Bundesländer als Staatsvertragsgeber zum einen auf die fundamentalen Veränderungen der Medienlandschaft reagieren und zum anderen die neuen Vorgaben der ebenfalls grundlegend novellierten EU-Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) in deutsches Recht umsetzen.

Der neue MStV übernimmt dabei einerseits zwar die grundlegende Architektur des alten RStV und schreibt zahlreiche Regelungen auch im Detail fort. Gleichzeitig rücken jedoch vom alten Rundfunkstaatsvertrag bisher nicht erfasste Akteure und Geschäftsmodelle wie etwa **Medienintermediäre** und Video-Sharing-Dienste in den Fokus der medienrechtlichen Aufsicht. Diesen werden im Rahmen des MStV eine Reihe neuer Verpflichtungen auferlegt. Gleiches gilt für bis dato lediglich in Teilbereichen adressierte Geschäftsmodelle wie **Medienplattformen** sowie für Smart-TVs und ihre **Benutzeroberflächen**, die im neuen MStV ebenfalls eine weitreichende Regulierung erfahren haben.

Nach der Begründung zum MStV zielt dieser neue Regulierungsrahmen beispielsweise etwa auf Suchmaschinen, Soziale Netzwerke, User-Generated-Content-Portale, Blogging-Portale, News-Aggregatoren oder die „Online-Presse“.

Der vorliegende Status Quo bietet dem Leser einen Überblick über den V. Abschnitt des MStV (§§ 74 ff. MStV), der maßgeblich die neuen regulatorischen Vorgaben für diese Akteure und Geschäftsmodelle enthält. In diesem Abschnitt findet sich der Regulierungsrahmen für rundfunkähnliche Telemedien (§§ 74 bis 77 MStV) wie etwa VoD- und Audio-Podcast-Anbieter, für Medienplattformen wie Amazon Prime und Benutzeroberflächen von Smart-TVs (§§ 78 bis 90 MStV), für Medienintermediäre wie Soziale Netzwerke (§§ 91 bis 96 MStV) und für Video-Sharing-Dienste wie YouTube (§§ 97 bis 99 MStV).

Eine Vielzahl dieser Bestimmungen des V. Abschnitts ist noch durch **Satzung und Richtlinien der Landesmedienanstalten** zu konkretisieren. Hierzu gehört insbesondere die Satzung zur Konkretisierung der Bestimmungen über Medienplattformen und Benutzeroberflächen (nach §§ 88, 84 Abs. 8 MStV), die bislang als einzige am 17.12.2020 bei der EU-Kommission notifiziert wurde.¹ Die Stillhaltefrist endet am 18.03.2021. Inkrafttreten soll sie am 01.06.2021.

Die Satzung zur Regulierung von Medienintermediären gemäß § 96 MStV wurde bislang von den Landesmedienanstalten nicht veröffentlicht. Sie liegt zurzeit nur als Anhörungsentwurf (Stand 19.11.2020) vor.² Von den Landesmedienanstalten veröffentlicht sind daneben die Satzung über die Schlichtungsstelle gem. § 99 MStV bei Beschwerden gegen Video-Sharing-Dienste-Anbieter sowie die Satzung zur Durchführung der Werbevorschriften des MStV, die am 15.4.2021 in Kraft treten sollen.³

Aufgrund der zeitlichen Dringlichkeit soll an dieser Stelle auf die Regelung des **§ 90 Abs. 2 MStV** hingewiesen werden. Danach sind Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen verpflichtet, **bestehende Angebote**, die nunmehr der Regulierung unterfallen, **innerhalb von sechs Monaten** nach Inkrafttreten des MStV bei der zuständigen Landesmedienanstalt **zur Anzeige zu bringen**.

1. Der allgemeine rechtliche Rahmen für diese Akteure und ihre Angebote (insbesondere die §§ 17 bis 25 MStV)

Der MStV ist geprägt von der Dichotomie von Rundfunk und Telemedien. Dem Rundfunk, zu dem neben den klassischen Fernseh- und Hörfunksendern auch „rundfunkprogrammartig“ gestaltete Live-Streaming-Angebote wie etwa redaktionell gestaltete Twitch-Channel zählen, werden die Telemedien gegenübergestellt. Diesem juristischen Kunstbegriff ordnet der MStV wiederum all die von ihm geregelten Angebote

¹ Abrufbar unter <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/tris/de/search/?trisaction=search.results>.

² Abrufbar unter https://fragenstaat.de/anfrage/entwurf-einer-satzung-zur-regulierung-von-medienintermediären-91-96-mstv-1/546714/anhang/DieMedienanstalten_EntwurfeinerSatzungzurKonkretisierungderBestim....pdf.

³ Beide abrufbar unter <https://www.die-medienanstalten.de/service/rechtsgrundlagen/satzungen>.

und Geschäftsmodelle zu, die nicht Rundfunk sind, somit auch die von den spezifischen Regelungen des V. Abschnitts erfassten Adressaten und Angebote. Für diese Telemedien enthält der MStV übergreifend allgemeine Regelungen und Vorgaben, insbesondere in den §§ 17 bis 25 MStV.

Diese umfassen im Wesentlichen:

- Den **Grundsatz der Zulassungs- und Anmeldefreiheit** für Telemedien (§ 17 MStV), der folglich auch für rundfunkähnliche Telemedien, Medienintermediäre, Medienplattformen und Benutzeroberflächen und Video-Sharing-Dienste gilt.
- Die Pflicht zur **Bereitstellung grundlegender Informationen** über den Anbieter eines Angebotes („Impressumpflicht“, § 18 Abs. 1 und 2 MStV).
- Die Pflicht zur **Benennung eines** geeigneten **Verantwortlichen** bei journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten (§ 18 Abs. 2 MStV).
- Die Pflicht zur **Kennzeichnung** sogenannter **„Social Bots“**, also von Computerprogrammen, die automatisiert Inhalte oder Mitteilungen in Sozialen Netzwerken erstellen (§ 18 Abs. 3 MStV).
- Das Recht von Anbietern journalistisch-redaktionell gestalteter Angebote, von Behörden **Auskünfte für ihre Berichterstattung** verlangen zu können (§ 18 Abs. 3 MStV).
- Die Pflicht von Anbietern journalistisch-redaktionell gestalteter Angebote, dass ihr Angebot den anerkannten **journalistischen Grundsätzen** zu entsprechen hat („journalistische Sorgfaltspflicht“, § 19 Abs. 1 MStV).
- Die Pflicht von Anbietern journalistisch-redaktionell gestalteter Angebote, **Gegendarstellungen** in ihr Angebot aufzunehmen (§ 20 MStV).
- Vorgaben zur **barrierefreien Gestaltung** von Telemedien: Anbieter sollen im Rahmen ihrer technischen und finanziellen Möglichkeiten den barrierefreien Zugang zu Fernsehprogrammen und fernsehähnlichen Telemedien unterstützen (§ 21 MStV).
- Die Vorgaben in § 22 MStV zur **Werbung**, dem Sponsoring und Gewinnspielen entsprechen weitgehend den bisherigen Vorgaben des RStV; § 22 Abs. 3 MStV erweitert Transparenzpflichten bei politischer, weltanschaulicher oder religiöser

Werbung um den Hinweis auf den Werbetreibenden bzw. Auftraggeber.

- Die Befreiung journalistischer Arbeit von bestimmten datenschutzrechtlichen Vorgaben (das sogenannte **„Medienprivileg“**, § 23 MStV).

2. Die spezifischen Vorgaben für die Anbieter rundfunkähnlicher Telemedien (§§ 74 bis 77 MStV)

Der bisherige Begriff der „vergleichbaren Telemedien“ wird im MStV aufgegeben. Rundfunkähnliche Telemedien umfassen nunmehr **fernsehähnliche Telemedien** („audiovisuelle Mediendienste auf Abruf“) sowie **hörfunkähnliche Telemedien**.

Charakteristisch für rundfunkähnliche Telemedien ist, dass sie inhaltlich, d.h. von den präsentierten Formaten sowie durch die Zusammenstellung einzelner Sendungen unter eigener redaktioneller Verantwortung Rundfunkprogrammen entsprechen, anders als diese aber zum individuellen Abruf zu einem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt vorgehalten werden. Hierbei handelt es sich z.B. um Online-Videotheken und -Audiotheken, also Anbieter wie Netflix, Sky oder Amazon Prime.

Verpflichteter ist nach § 2 Abs. 2 Nr. 18 MStV der Anbieter rundfunkähnlicher Telemedien. Abzustellen ist in Anlehnung an die Stellung des Rundfunkveranstalters auf dessen Auswahlentscheidung und seine inhaltliche Verantwortung. Verpflichteter kann nur sein, wer nach dem Grundsatz des § 1 Abs. 7 MStV nach den Vorgaben des Telemediengesetzes (TMG) in Deutschland niedergelassen ist.

Die Regelungen umfassen im Wesentlichen:

- Die Verpflichtung nach § 74 Satz 1 MStV zur Einhaltung der **werberechtlichen Vorgaben** nach § 8 MStV, zum Sponsoring nach § 10 MStV sowie den Vorgaben zum Angebot von Gewinnspielen nach § 11 MStV.
- Abweichend hiervon (und unsystematisch) schreibt § 74 Satz 2 MStV für Angebote, die aus Sendungen bestehen, die jeweils gegen Entgelt freigeschaltet werden (§ 2 Abs. 3 MStV) und sonstige „linear verbreitete fernsehähnliche Telemedien“ vor, dass sie den **materiell-rechtlichen Vorgaben für Rundfunkangebote** (§§ 3 bis 16 MStV) entsprechen müssen (z.B. mit Blick auf Informationspflichten, Sorgfaltspflichten, Werbegrundsätze etc.). Mit **„linear verbreiteten fernsehähnlichen Telemedien“** sollen lineare

Angebote erfasst werden, die auf Grund anderer Umstände (bspw. das Fehlen eines Sendeplans) den Rundfunkbegriff nicht erfüllen, auf Grund ihrer Linearität aber auch nicht unter die Definition des rundfunkähnlichen Telemediums nach § 2 Abs. 2 Nr. 13 MStV gefasst werden können.

- Für fernsehähnliche Telemedien wird mit § 76 MStV eine dem § 7 Abs. 1 MStV gleichwertige Regelung zur schrittweisen Ausweitung **barrierefreier Angebote** geschaffen.
- § 77 MStV sieht für fernsehähnliche Telemedien die Einführung einer **30 % Quote für europäische Werke** in den Katalogen der Anbieter vor. Ausgenommen werden nach § 77 Satz 2 MStV Anbieter fernsehähnlicher Telemedien mit geringen Umsätzen, geringen Zuschauerzahlen oder wenn dies wegen der Art oder des Themas des fernsehähnlichen Telemediums undurchführbar oder ungerechtfertigt ist.

3. Verpflichtungen der Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen (§§ 78-90 MStV)

In § 2 Abs. 2 Nr. 14 MStV wird die Definition der „**Medienplattform**“ neu eingeführt. Durch die Definition der Medienplattform selbst entsteht ein neuer Anknüpfungspunkt für regulatorische Vorgaben. Bisher war nur der Anbieter einer Plattform definiert. Erstmals aufgenommen sind auch Angebote der „**Online-Presse**“. Die Medienplattform ist unabhängig von ihrem Verbreitungsweg. So werden infrastrukturgebundene Medienplattformen (bspw. Fernsehkabelnetze) ebenso erfasst wie Medienplattformen in offenen Netzen (bspw. wie dem Internet).

Die Medienplattform fasst Rundfunkprogramme, rundfunkähnliche Telemedien oder Telemedien nach § 19 Abs. 1 MStV („Online-Presse“) zu einem **einheitlichen Gesamtangebot** für die Nutzer zusammen. Beispielhaft können die Produkte klassischer Kabelnetzbetreiber oder IPTV-Angebote wie Mangenta TV oder WebTV-Angebote wie Zattoo angeführt werden. Daneben regelt § 2 Abs. 2 Nr. 14 Satz 2 MStV, dass auch die Zusammenfassung von softwarebasierten Anwendungen, welche im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder der Online-Presse dienen, als Medienplattformen aufzufassen sind.

Da es unter Plattformen auch **Mischangebote** gibt, die nur in Teilen die Funktion einer Medienplattform aufweisen, soll mit dem Merkmal „soweit“ deutlich gemacht werden, dass nach funktionaler Betrachtung unterschiedliche, abgrenzbare Funktionen eines Angebotes unterschiedliche Rechtsfolgen (etwa die Regulierung als Medienplattform oder als -intermediär) auslösen können. **Kabelnetze mit analoger Verbreitung** werden explizit durch § 2 Abs. 2 Nr. 14 Satz 3 Buchst. a MStV aus dem Anwendungsbereich ausgenommen.

Keine Medienplattformen sind **Online-Videotheken**, welche dem Begriff der rundfunkähnlichen Telemedien zuzuordnen sind. Gleiches gilt etwa für **Mediatheken** von Rundfunkveranstaltern, wenn diese nur eigene Inhalte auf Abruf anbieten.

In Art. 2 Abs. 2 Nr. 15 MStV wird der Begriff der „**Benutzeroberfläche**“ als regulatorischer Anknüpfungspunkt für Fragen der Auffindbarkeit von Inhalten neu eingeführt. Eine Benutzeroberfläche kann Teil einer Medienplattform, aber auch ein selbstständiges Telemedienangebot sein, das im Hintergrund auf eine oder mehrere fremde Medienplattform(en) zugreift. Die Benutzeroberfläche steht stets in Bezug zu einer Medienplattform, d.h. zu einem Gesamtangebot, dem eine abschließende Entscheidung über die verfügbaren Inhalte zugrunde liegt.

Nicht erfasst sind damit Übersichten über Inhalte, die im Internet frei verfügbar oder in „offenen Angeboten“ wie sozialen Medien oder Suchdiensten enthalten sind. Ebenso wenig erfasst sind Bedienoberflächen von Mediatheken, die nicht der Regulierung als Medienplattformen unterfallen.

Benutzeroberflächen sind regelmäßig textlich oder bildlich dargestellte **Angebots- oder Programmübersichten**. Auch akustische Präsentationen, wie bspw. über **Sprachassistenten**, werden erfasst. Das Merkmal der „Übersicht“ soll funktional verstanden werden und nicht auf die zeitgleiche oder die visuelle Darstellung aller Angebote einer Medienplattform begrenzt sein. Alle Formen einer Präsentation, die den **Nutzer bei der Orientierung und Selektion unterstützen**, sollen nach der Gesetzesbegründung umfasst sein.

Benutzeroberflächen erlauben den **direkten Zugriff** auf die in einer Medienplattform enthaltenen Inhalte, mithin auf vollständige Angebote (Rundfunk oder rundfunkähnliche Telemedien), Teile davon (etwa einzelne Sendungen oder Videos auf Abruf) oder softwarebasierte Anwendungen zur Ansteuerung von Angeboten (Apps). Laut der Begründung des

MStV sollen auch Oberflächen von Endgeräten, soweit sie etwa Programmübersichten oder eine Orientierung über softwarebasierte Anwendungen geben, erfasst werden. Zur Konkretisierung hat der Gesetzgeber Regelbeispiele unter § 2 Abs. 2 Nr. 15 Buchst. a bis c MStV aufgenommen.

Regelungsadressat ist der **Anbieter einer Medienplattform** nach § 2 Abs. 2 Nr. 19 MStV. Auch hier ist entscheidend, wer über die Auswahl der Angebote bestimmt. In § 2 Abs. 2 Nr. 20 MStV wird der **Anbieter einer Benutzeroberfläche** als Bezugspunkt für regulatorische Verpflichtungen definiert. Entscheidend ist hierfür die finale Entscheidung über die Gestaltung der Benutzeroberfläche, einschließlich Fragen der Individualisierbarkeit, und der Darstellung der Angebote oder Inhalte. Der Anbieter einer Medienplattform wird in der Regel auch der Anbieter der zur Bedienung der Medienplattform erforderlichen Benutzeroberfläche sein; die Verantwortlichkeiten können jedoch auch auseinanderfallen. An dieser Stelle zielt der MStV z.B. auf Benutzeroberflächen von Smart-TV-Geräten.

Sowohl für Medienplattformanbieter als auch für Anbieter von Benutzeroberflächen gilt das sog. **Marktortprinzip**, das in § 1 Abs. 8 MStV festgeschrieben ist. Danach gilt der MStV auch für die genannten Anbieter, die im Ausland niedergelassen sind, sofern sie ihr Angebot auf Deutschland ausrichten. Es kommt für sie also nicht darauf an, wo sie niedergelassen sind.

Diesbezüglich hatte die EU-Kommission im Rahmen des Notifizierungsverfahrens zum MStV zum Teil **erhebliche Bedenken** geäußert, insbesondere hinsichtlich der Vereinbarkeit dieses Marktortprinzips nach § 1 Abs. 8 MStV mit dem **Herkunftslandprinzip**, dass auf EU-Ebene sowohl in der eCommerce-Richtlinie als auch in der AVMD-Richtlinie verankert ist. Das Herkunftslandprinzip ergibt sich zudem aus dem unionsrechtlichen Primärrecht.

Für einen Teil der Verpflichtungen der §§ 79 ff MStV werden die in § 78 Satz 2 Nr. 1 und 2 MStV genannten **Anbieter ausgenommen**. Hierbei handelt es sich nach Nr. 1 um infrastrukturgebundene Medienplattformen und Benutzeroberflächen mit in der Regel weniger als 10.000 angeschlossenen Wohneinheiten oder gemäß Nr. 2 um nicht-infrastrukturgebundene Medienplattformen und Benutzeroberflächen, die keine Benutzeroberflächen von Medienplattformen nach Nr. 1 sind, mit weniger als 20.000 tatsächlichen täglichen Nutzern im Monatsdurchschnitt.

Die Regelungen umfassen im Wesentlichen:

- § 79 Satz 1 MStV verpflichtet alle Betreiber infrastrukturgebundener Medienplattformen den **Anforderungen des § 53 MStV** (wesentliche Zulassungsvoraussetzungen des Rundfunks) gerecht zu werden.
- Alle Anbieter von nicht-infrastrukturgebundenen Medienplattformen und Benutzeroberflächen trifft ebenfalls die Verpflichtung nach § 79 Satz 1 MStV. Sie haben aber die Möglichkeit, einen **Bevollmächtigten** zu benennen. Dies soll insbesondere für Anbieter mit Sitz im Ausland die Möglichkeit eröffnen, den Zulassungsanforderungen des § 53 MStV gerecht zu werden. Er soll auch eine inhaltliche Verantwortung für das Angebot wahrnehmen.
- § 79 Abs. 2 MStV statuiert eine **Anzeigepflicht** für alle Anbieter von Medienplattformen und von Benutzeroberflächen. Die Anzeige hat mindestens einen Monat vor Inbetriebnahme des Dienstes bei der zuständigen Landesmedienanstalt einzugehen. Diese Anzeige umfasst Angaben zu den allgemeinen Zulassungsvoraussetzungen des § 53 Abs. 1 und 2 MStV (nach § 2 Abs. 2 des Satzungsentwurfs (nach § 88 MStV) insb. auch Angaben zum Angebot, zu dessen technischer und voraussichtlichen Nutzungsreichweite sowie die Vorlage eines Führungszeugnisses.
- **Wesentliche Änderungen** eines Angebots sind nach § 79 Abs. 2 Satz 3 MStV entsprechend anzuzeigen.
- Nach § 90 Abs. 2 MStV müssen **Anzeigen für bestehende Angebote**, die aufgrund der neuen Regelungen erforderlich werden, **spätestens sechs Monate nach Inkrafttreten** des neuen MStV (d.h. bis zum 7.5.2021) vorgenommen werden.
- § 80 MStV enthält in Abs. 1 für alle Anbieter das **Verbot, Inhalte und Übertragungssignale** ohne Zustimmung des Verantwortlichen - also des Rundfunkveranstalters oder des Anbieters rundfunkähnlicher Telemedien **zu verändern** (mit Ausnahme der in § 80 Abs. 2 MStV genannten Fälle). Im Einzelnen gilt:
 - Das Verbot technische oder inhaltliche Veränderungen vorzunehmen (Abs. 1 Nr. 1): Eine technische Veränderung soll nach § 3 Abs. 1 des **entsprechenden Satzungsentwurfs zum Beispiel** vorliegen, wenn technisch bereitgestellte HbbTV-Signale von

Medienplattformanbietern nicht weitergeleitet werden.

- Das Verbot der vollständigen oder teilweisen Überlagerung oder Skalierung mit anderen Rundfunkinhalten oder Inhalten aus rundfunkähnlichen Telemedien (Abs. 1 Nr. 2): Überlagerungen mit oder Skalierungen für Smart-Home Anwendungen, individuelle Kommunikation, Bedienelemente der Benutzeroberfläche u.ä. sind lt. Begründung davon nicht berührt. Erfasst werden hingegen sog. Pre-Rolls, die zeitlich unmittelbar nach Anwahl durch den Nutzer und vor Beginn des Rundfunkprogramms erfolgen (vgl. § 3 Abs. 2 des Satzungsentwurfs).
 - Das Verbot, Rundfunkprogramme oder (Teile) rundfunkähnliche(r) Telemedien nicht ohne Einwilligung des jeweiligen Anbieters in Angebotspakete aufzunehmen oder zu vermarkten (Abs. 1 Nr. 3): Auch Fälle unbefugter Weiterverbreitung ohne Vermarktungsabsicht („TV-Piraterie“) sollen lt. Begründung erfasst sein.
- § 81 MStV enthält die bereits im § 52 b Rundfunkstaatsvertrag festgelegten sog. **Must-Carry-Anforderungen** für infrastrukturgebundene Medienplattformen (sofern sie nicht nach § 78 Satz 2 MStV ausgenommen sind).
- § 82 MStV regelt den **Zugang zu Medienplattformen**: Anbieter von Medienplattformen (mit Ausnahme der in § 78 Satz 2 MStV genannten) müssen die allgemeinen Grundsätze der **Diskriminierungsfreiheit** und **Chancengleichheit** einhalten. Dies gilt insbesondere bzgl. der technischen Ausgestaltung von Zugangsberechtigungssystemen, für Schnittstellen für Anwendungsprogramme, technische Vorgaben zu beiden gegenüber Herstellern von Rundfunkempfangsgeräten sowie die Ausgestaltung der Zugangsbedingungen, insbesondere von Entgelten und Tarifen. Nach § 5 Abs. 3 des Satzungsentwurfs soll eine unbillige Behinderung insbesondere vorliegen, wenn Medienplattformen im Rahmen des technisch Möglichen und wirtschaftlich Zumutbaren keine realistische Chance auf Zugang eröffnen oder die Zugangsbedingungen zu einer strukturellen Benachteiligung von Angeboten nach § 82 Abs. 2 MStV führen.
- § 83 MStV statuiert eine **Offenlegungsverpflichtung** der genannten Zugangsbedingungen und insbesondere der Entgelte und Tarife gegenüber der zuständigen Landesmedienanstalt für Anbieter von Medienplattformen (mit Ausnahme der in § 78 Satz 2 MStV genannten Anbieter).
- **Anbieter von Benutzeroberflächen** haben gemäß § 84 MStV detaillierte Grundsätze zur **Vielaltsicherung** zu beachten (mit Ausnahme der in § 78 Satz 2 MStV genannten Anbieter):
- In Abs. 2 werden für die **Auffindbarkeit** in Benutzeroberflächen explizite Anforderungen definiert. Diese beinhalten das Verbot der Diskriminierung und der Chancengleichheit. Der Anbieter kann einer diskriminierungsfreien Sortierung auf unterschiedliche Weise Rechnung tragen, wie z. B. durch die Listung der Angebote nach Nutzungsreichweite, in alphabetischer Reihenfolge oder nach Genregruppen. Eine Suchfunktion wird als grundsätzliche Mindestvoraussetzung für eine Benutzeroberfläche statuiert. Weitergehend soll nach § 10 Abs. 3 S. 7 des **Satzungsentwurfs** in der Regel eine Sortierung oder Anordnung sein, die eigene Angebote und Inhalte des Anbieters der Benutzeroberfläche bevorzugt, ohne dass für deren Nutzung ein Entgelt gezahlt wird, oder die durch **Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung** beeinflusst wird.
 - Die Absätze 3, 4 und 6 des § 82 MStV enthalten einzelne Vorgaben zur **(priorisierten) Basisauffindbarkeit** von öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkangeboten bzw. rundfunkähnlichen Telemedienangeboten auf der ersten Steuerungsebene („Startseite“). Die Angebote Privater sollen abhängig von ihrem Beitrag zur Meinungs- und Angebotsvielfalt in einer Liste der Landesmedienanstalten für drei Jahre festgeschrieben werden. Grundsätzlich müssen die Sortierung und Anordnung immer auch vom Nutzer individualisiert werden können (Abs. 6). Ausnahmen sind für Altgeräte möglich, die bereits auf dem Markt sind und nicht nachgerüstet werden können, sowie für Neugeräte, die technisch nicht in der Lage sind, den gesetzlichen Anforderungen gerecht zu werden.
- Des Weiteren trifft die Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen gemäß § 85 MStV eine **Transparenzpflicht** (mit Ausnahme der in § 78 Satz 2 MStV genannten). Sie haben die Grundsätze zur Auswahl, Sortierung und Anordnung von Angeboten, die Kriterien für Empfehlungen, die Individualisierungsmöglichkeiten oder auch Veränderungen des Angebots nach

§ 80 MStV gegenüber den Nutzern ausreichend transparent zu machen.

- § 86 MStV sieht für alle Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen bestimmte **Mitwirkpflichten** vor:
 - Gemäß § 86 Abs. 1 MStV haben alle Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen auf Nachfrage der zuständigen Landesmedienanstalt die erforderlichen Informationen und Unterlagen zu übermitteln.
 - Auch gegenüber den Anbietern von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien und Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten nach § 19 Abs. 1 MStV sind sie auskunftspflichtig hinsichtlich der Sortierung, Anordnung und Abbildung ihrer Angebote und Inhalte, zur Verwendung ihrer Metadaten und den relevanten Zugangsbedingungen nach § 83 Abs. 1 MStV (vgl. § 86 Abs. 3 MStV).

4. Verpflichtungen der Medienintermediäre (§§ 91-96 MStV)

§ 2 Abs. 2 Nr. 16 MStV enthält die **Definition des Medienintermediärs**. Erfasst werden nur solche, die auch journalistisch-redaktionelle Angebote Dritter aggregieren, selektieren und allgemein zugänglich präsentieren und damit zumindest potenziell Meinungsbildungsrelevanz haben. Es reicht aus, wenn journalistisch-redaktionelle Inhalte neben anderen Inhalten über den Medienintermediär abrufbar sind.

Die **Negativdefinition** „ohne diese zu einem Gesamtangebot zusammenzufassen“ grenzt den Medienintermediär von der Medienplattform ab. Die in der Definition des Medienintermediärs enthaltene Handlung *„aggregieren, selektieren und allgemein zugänglich präsentieren“* sind laut Gesetzesbegründung funktional zu betrachten: sie beschreiben demnach die Hauptwesensmerkmale von Medienintermediären und sollen in der Regel kumulativ vorliegen. Eine weite Auslegung der einzelnen Bestandteile soll der Funktion des Auffangtatbestandes gegenüber Medienplattformen gerecht werden.

Suchmaschinen, Soziale Netzwerke, User Generated Content-Portale, Blogging-Portale und News Aggregatoren sind im Regelfall als Medienintermediäre einzustufen: Je nach konkreter Ausgestaltung können auch **App-Portale** darunterfallen,

da diese regelmäßig nicht als als Gesamtangebot einer Medienplattform oder als Benutzeroberfläche einzuordnen sind. Auch **Sprachassistenten** mit ihren unterschiedlichen Funktionen können von der Definition erfasst sein. Ebenso sollen die in Angebote eines Dritten eingebundenen Medienintermediäre erfasst werden.

Auch für Medienintermediäre gilt § 1 Abs. 8 MStV, wonach die Regeln des MStV Anwendung finden, wenn sich ihre Angebote an Nutzer in Deutschland richten oder sie in Deutschland einen nicht unwesentlichen Teil ihrer Refinanzierung erzielen. Auch hier werden bestimmte Anbieter von einem Teil der Verpflichtungen nach § 91 MStV ausgenommen, sofern es sich um Anbieter handelt, die im Durchschnitt von sechs Monaten weniger als eine Million Nutzer erreichen, die auf Waren/Dienstleistungen spezialisiert sind, oder sich ausschließlich privaten oder familiären Zwecken widmen.

Die Verpflichtungen umfassen im Wesentlichen:

- Die Benennung eines inländischen **Zustellungsbevollmächtigten** nach § 92 Satz 1 MStV zur Erleichterung der Rechtsverfolgung im Rahmen von Ordnungswidrigkeitenverfahren nach § 115 MStV. Diese Verpflichtung betrifft sowohl in- als auch ausländische Anbieter (mit Ausnahme der in § 91 MStV genannten). Auf den Bevollmächtigten ist innerhalb des Angebots nach § 92 Satz 1 MStV hinzuweisen.
- Medienintermediäre werden nach § 93 MStV zur **Transparenz** verpflichtet (mit Ausnahme der in § 91 MStV genannten Anbieter):
 - § 93 Abs. 1 MStV enthält die Verpflichtung, Informationen zur **Sicherung der Meinungsvielfalt** (Zugangskriterien, Kriterien der Selektion, Aggregation und Präsentation von Inhalten, Funktionsweise von Algorithmen) vorzuhalten bzw. wahrnehmbar zu machen. Hier sind auch digitale Sprachassistenten umfasst.
 - Nach § 93 Abs. 2 MStV müssen Intermediäre, die eine bestimmte **Spezialisierung** aufweisen (z.B. Nachrichtensuchmaschine, Berufsnetzwerk, bestimmte weltanschauliche Ausrichtung) diese Spezialisierung durch die Gestaltung oder akustische Vermittlung des Angebots gegenüber dem Nutzer deutlich machen.

- Änderungen der in § 93 Abs. 1 und 2 MStV genannten Kriterien sind nach § 93 Abs. 3 MStV ebenfalls ausdrücklich wahrnehmbar zu machen.
 - § 93 Abs. 4 MStV enthält eine Kennzeichnungspflicht für **Social Bots** (Telemedien gemäß § 18 Abs. 3 MStV).
- § 94 MStV führt ein **Diskriminierungsverbot** für Medienintermediäre zum Schutz der Anbieter- und Meinungsvielfalt ein (mit Ausnahme der in § 91 Abs. 2 MStV genannten Anbieter):
- Erfasst werden sollen nur Medienintermediäre, die besonders hohen Einfluss auf die Wahrnehmbarkeit von journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten haben.
 - Es muss sich um eine systematische Begehung der in § 94 Abs. 2 MStV genannten Fallvarianten von Diskriminierung handeln, wenn z.B. bestimmte journalistisch-redaktionelle Angebote eines Anbieters planmäßig gegenüber anderen redaktionellen Angeboten über- oder unterrepräsentiert sind.
- Mit § 95 Satz 1 MStV wird die **Pflicht** für alle Anbieter von Medienintermediären (einschließlich der in § 91 Abs. 2 MStV genannten) zur **Vorlage von Unterlagen** an die Landesmedienanstalt geregelt. Durch den Verweis in Satz 2 wird die entsprechende Anwendung der Vorschriften zu Auskunftsrechten und Ermittlungsbefugnissen gem. § 56 MStV sowie zur Vertraulichkeit von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen gem. § 58 MStV geregelt, wonach Landesmedienanstalten nicht unbefugt Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse einschließlich der Algorithmen offenbaren dürfen.

5. Verpflichtungen der Anbieter von Video-Sharing-Diensten (§§ 97-99 MStV)

Nach § 2 Abs. 2 Nr. 22 MStV handelt es sich bei einem **Video-Sharing-Dienst** um ein Telemedienangebot, dessen **Hauptzweck** darin besteht, **Fernsendungen oder nutzergenerierte Videos** bereitzustellen. Auch Dienste, bei denen das Video-Sharing nur eine Nebenfunktion darstellt, fallen in den Anwendungsbereich, sofern sie als „trennbar“ angesehen werden können.

So sind insbesondere Anbieter von Medienplattformen wie Kabelnetzbetreiber nicht von der Definition in Nummer 22 erfasst. Ausweislich der Erwägungsgründe der AVMD Richtlinie sollen auch **soziale Netzwerke** von der Vorschrift erfasst werden, soweit sie die Voraussetzungen der Definition in Nummer 22 erfüllen.

Soweit die Regelung durch die AVMD-Richtlinie harmonisiert sind, ist der MStV auf Anbieter von Video-Sharing-Diensten anwendbar, die nach den Vorschriften des TMG in Deutschland niedergelassen sind, vgl. § 1 Abs. 8 Satz 3 MStV. Obwohl in den Erwägungsgründen der AVMD-Richtlinie die Regelungen zu Video-Sharing-Diensten bei nichtwirtschaftlichen Tätigkeiten, wie der Bereitstellung audiovisueller Inhalte auf privaten Webseiten und nichtwirtschaftlichen Interessengemeinschaften, keine Anwendung finden sollen, findet sich im MStV keine differenzierende Ausnahmeregelung. Auch Übrigen scheint durch den Verweis auf § 1 Abs. 8 Satz 1 MStV eine nicht unkritische Abkehr vom Herkunftslandprinzip vollzogen werden.

Die Verpflichtungen umfassen im Wesentlichen:

- Die Einhaltung spezieller **Anforderungen im Bereich der Werbung** nach § 98 MStV:
- Hierzu gehören nach § 98 Abs. 1 MStV die **allgemeinen Werbevorgaben** für Telemedien im MStV (allgemeine Werbegrundsätze, Erkennbarkeit von Werbung, Schleichwerbung, Alkoholwerbung) sowie die Vorgaben für an Kinder und Jugendliche gerichtete Werbung (nach JMStV).
 - Der Anbieter ist nach § 98 Abs. 2 MStV verpflichtet, dass die von ihm vermarktete, verkaufte und zusammengestellte Werbung den genannten Werberegulungen entspricht.
 - Er hat dafür Sorge zu tragen, dass dies auch bei der **Werbung von Drittanbietern** der Fall ist (§ 98 Abs. 3 MStV). Dies kann er sicherstellen durch die Aufnahme geeigneter Verpflichtungen in seine AGB und durch Bereitstellung einer Kennzeichnungsfunktion.

FREY RECHTSANWÄLTE

6. Ausblick

Eine Vielzahl von Unternehmen ist mit dem neuen MStV erstmals bzw. in neuem Umfang Adressat regulatorischer Vorgaben und der Aufsicht der Landesmedienanstalten. Die hier im Überblick zusammengefassten Verpflichtungen und Vorgaben des V. Abschnittes werden in der praktischen Umsetzung und Auslegung erhebliche Probleme bereiten:

Die Bestimmungen für die einzelnen digitalen Akteure sind zum Teil nicht aufeinander abgestimmt, unklar, wenig kohärent und bereiten Schwierigkeiten z.B. in der Abgrenzung von Anbietern, wie die von Medienplattformen und Intermediären. Zudem steht für einige Bereiche aufgrund der weitreichenden Vorgaben eine Überregulierung zu befürchten. Auch

die Unionsrechtswidrigkeit bestimmter Regeln steht im Raum, z.B. da, wo der MStV Akteure wie Intermediäre oder Anbieter von Benutzeroberflächen in die Aufsicht einbezieht, die ihren Sitz in einem anderen Mitgliedstaat der EU haben, was dem unionsrechtlich verankerten Herkunftslandprinzip zuwiderläuft.

Die Zusammenschau dieser Unwägbarkeiten im MStV schafft für die betroffenen Regelungsadressaten eine erhebliche Rechts- und Planungsunsicherheit. Rechtsstreitigkeiten sind vorprogrammiert, denn es muss bezweifelt werden, dass mit den noch ausstehenden konkretisierenden Satzungen diese systematischen Schwierigkeiten überwunden werden können



V.i.S.d.P./V.i.S.d. §§ 5 TMG, 55 Abs. 2 RStV: Prof. Dr. Dieter Frey
FREY Rechtsanwälte Partnerschaft mbB | Agrippinawerft 22 (Rheinuhafen) | D-50678 Köln | Tel. +49 221 42 07 48-00 | Fax. +49 221 42 07 48-29 | info@frey.eu
Vertretungsberechtigte Partner RA Prof. Dr. Dieter Frey, LL.M. (Brügge), RA Dr. Matthias Rudolph
Partnerschaftsregister des Amtsgerichts Essen, PR 2631
Umsatzsteueridentifikationsnummer: DE 281 489 395
Zuständige Rechtsanwaltskammer: Rechtsanwaltskammer Köln | Riehler Straße 30 | 50668 Köln
Berufshaftpflichtversicherung: ERGO Versicherungsgruppe AG vormals: VICTORIA Versicherung AG | Victoriaplatz 2 | 40477 Düsseldorf
Der räumliche Geltungsbereich des Versicherungsschutzes umfasst Tätigkeiten in den Mitgliedsländern der Europäischen Union und genügt so mindestens den Anforderungen des § 51 Bundesrechtsanwaltsordnung (BRAO).

