



Institut für Europäisches Medienrecht
Institute of European Media Law
Institut du droit européen des médias

Das aktuelle Stichwort

Die Umsetzung der Novelle der AVMD-Richtlinie als möglicher Bestandteil eines „Staatsvertrages zur positiven Medienordnung (Medienstaatsvertrages)“

Erste Überlegungen

Von
Dr. Jörg Ukrow
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des EMR

A. Zur Einführung

Zwei Jahre nach der Veröffentlichung des Bund-Länder-Berichts zur Medienkonvergenz¹ überrascht es, dass trotz der während der österreichischen Ratspräsidentschaft im 2. Halbjahr 2018 zu erwartenden Veröffentlichung der Novelle der

¹ Abrufbar unter
https://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/BKM/2016/2016-06-14-medienkonvergenz-bericht-blk.pdf?__blob=publicationFile&v=3

AVMD-Richtlinie im Amtsblatt der EU² der bislang ebenfalls zeitnah³ zur Unterzeichnung avisierte „Medienstaatsvertrag“⁴ sich offenbar nicht der Umsetzung der Novelle des wichtigsten europäischen Rechtsaktes zuwenden will.

Zwar begegnet ein solches Hinausschieben mit Blick auf die geplante Umsetzungsfrist von 21 Monaten nach In-Kraft-Treten der Änderungsrichtlinie keinen EU-rechtlichen Bedenken. Die Länder sind indessen auch nicht verpflichtet, diese Frist voll auszuschöpfen. Gerade die erhebliche Bedeutung, die dieser Novelle in der Vergangenheit beigemessen wurde, einerseits, der weitgehende Einklang der Novelle mit den Positionen, die Bund und Länder bereits im November 2015 in einem an die Europäische Kommission übermittelten Papier für die Revision der AVMD-Richtlinie entwickelt hatten, andererseits, spricht für eine rasche Umsetzung.

Die nachfolgende Synopse zeigt auf, dass auf der Grundlage der bekannten Verständigung im Trilog-Verfahren in weiten Bereichen eine 1:1 –Umsetzung der novellierten AVMD-Richtlinie in staatsvertragliche Form möglich erscheint. Diese Umsetzung könnte insbesondere die Erweiterung des Anwendungsbereichs, die

² Zum Programm Österreichs in Bezug auf die AVMD-Richtlinie vgl. Bundeskanzleramt Österreich (Hrsg.), Programm des österreichischen Ratsvorsitzes. Vorsitz im Rat der Europäischen Union 1. Juli–31. Dezember 2018, Juni 2018, S. 67 (abrufbar unter <https://www.eu2018.at/dam/jcr:b5dd3521-d93b-4dbc-8378-1d1a6a7f99cf/Programm%20des%20österreichischen%20Ratsvorsitzes%20.pdf>)

³ Die Rundfunkkommission der Länder hat am 13. Juni 2018 in Berlin einen ersten Diskussionsentwurf der Rundfunkreferenten für eine weitere Änderung des Rundfunkstaatsvertrages zu den Bereichen Rundfunkbegriff, Medienkonzentration, Plattformregulierung und Intermediäre zur Kenntnis genommen und die Rundfunkreferenten gebeten, auf dieser Grundlage zu alle genannten Bereichen mit Ausnahme der Medienkonzentration Konsultationen und ggf. Fachgespräche zu führen. Sie baten die Rundfunkreferenten zudem, auf Grundlage der Gespräche den Entwurf eines Medienstaatsvertrags zu erarbeiten.

Ob die nach vorliegenden Informationen demnächst startende Online-Konsultation und die für Anfang September 2018 geplanten ergebnisoffenen Fachgespräche noch in 2018 zur Vorlage eines unterzeichnungsreifen Medienstaatsvertrages führen können, ist im Hinblick auf die Komplexität der aufgeworfenen Fragen, auch in ihren systemischen Bezügen nicht absehbar.

Im Hinblick auf parlamentarische Ratifikationsanforderungen ist zudem zu bedenken, dass voraussichtlich am 1. September 2019 in Sachsen (vgl. z.B. <https://www.mdr.de/sachsen/wahltermin-sachsen-landtagswahl-wahlkampf-100.html>) und im Herbst 2019 in Thüringen und Brandenburg Landtagswahlen stattfinden werden, in deren Ergebnis unter Zugrundelegung aktueller Wahlumfragen (vgl. <http://www.wahlrecht.de/umfragen/landtage/index.htm>) schwierige Koalitionsbildungen wahrscheinlich sind.

⁴ Da der Staatsvertrag nach bisheriger Konzeption die Presse nicht in seinen Anwendungsbereich einbinden dürfte, empfiehlt es sich aus hiesiger Sicht, auch im Interesse der Betonung der fortdauernden grundrechtsdogmatischen Sonderbehandlung von Rundfunk und rundfunkähnlichen Medien im Sinne einer positiven Ordnungsaufgabe des Gesetzgebers, im Langtitel des Staatsvertrages hierauf abzustellen.

Liberalisierung zeitlicher Werbegrenzen, den Verbraucherschutz und die Förderung der Barrierefreiheit betreffen.

Nicht nur im Hinblick auf die Systematik eines künftigen Staatsvertrages zur positiven Medienordnung zeigt die in Abschnitt C folgende Synopse zudem in Ansätzen auf, wo und wie die geplanten Neuregelungen zu Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Informationsintermediären in einen solchen staatsvertraglichen Rahmen eingefügt werden können.

Bestandteil eines solchen Staatsvertrages könnten in einer zweiten Etappe auch die Umsetzung der jugendschutzbezogenen Regelungen der AVMD-Novelle in einem novellierten Jugendmedienschutz-Staatsvertrag sowie die Einbindung detaillierter Regelungen zur Ko-Regulierung in Bezug auf Video-Plattformdienste sein, die durch die novellierte AVMD-Richtlinie adressiert werden. Unionsrecht stünde einer solchen Aufteilung der Umsetzung in zwei Etappen während der Umsetzungsfrist nicht entgegen.

B. Zum Änderungsbedarf bei der Präambel des Rundfunkstaatsvertrages – auch im Lichte der novellierten AVMD-Richtlinie

Die Präambel des Rundfunkstaatsvertrages ist seit dem Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland 1991 unverändert. Diese textliche Stabilität hat die Präambel des RStV zwar mit der Präambel des Grundgesetzes gemeinsam. Allerdings ist die Präambel des Grundgesetzes deutlich knapper und abstrakter formuliert als diejenige des RStV.

Zahlreiche Handlungsaufträge der Präambel des RStV haben sich – zumindest in der bisherigen textlichen Fassung – erledigt:

- In Absatz 6 Satz 1 der Präambel wird zunächst betont, dass es „(d)ie Vereinigung Deutschlands und die fortschreitende Entwicklung des dualen Rundfunksystems erforderlich (machen), die bisherige Frequenzaufteilung und -nutzung umfassend zu überprüfen“. Die deutsche Wiedervereinigung liegt nun fast drei Jahrzehnte zurück. Auch wenn der Prozess des Zusammenwachsens zwischen Ost und West weit vorangeschritten und in den neuen Ländern und für die dort lebenden Menschen viel erreicht wurde, gibt es bei der Angleichung der sozialen, ökonomischen, politischen und kulturellen Lebensbedingungen der Menschen im vereinten Deutschland noch eine Reihe nicht erledigter Aufgaben.⁵ Fragen der Frequenzaufteilung und Nutzung dürften hierzu indessen kaum zählen.

⁵ Vgl. *Die Beauftragte der Bundesregierung für die neuen Bundesländer*, Jahresbericht der Bundesregierung zum Stand der Deutschen Einheit 2017, 2017 (abrufbar unter

- Zudem erklären alle Länder in Absatz 6 Satz 2 der Präambel „ihre Absicht, festgestellte Doppel- oder Mehrfachversorgungen abzubauen, um zusätzliche Übertragungsmöglichkeiten für private Veranstalter, auch für den Westschienenveranstalter, gewinnen“. Eine größere Bedeutung des Westschienen-Staatsvertrages⁶ gehört inzwischen der Vergangenheit an;⁷ Doppel- und Mehrfachversorgungen bestehen zwar weiterhin, verlieren aber im Zuge der Digitalisierung der Rundfunkübertragung, die zum Zeitpunkt der Verabschiedung der Präambel des RStV aber noch nicht absehbar war, an medienökonomischen und –politischem Gewicht.
- Den Landesmedienanstalten obliegt es nach Absatz 7 der Präambel, „unter dem Gesichtspunkt der Gleichbehandlung privater Veranstalter und der besseren Durchsetzbarkeit von Entscheidungen verstärkt zusammenzuarbeiten“. In Bezug auf beide Themenfelder ist die Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten inzwischen im Kern nicht mehr ausbaubedürftig, sondern bereits staatsvertraglich durch die §§ 35 f. RStV vorgegeben.

Andere Bestimmungen der Präambel sind von fortdauernder Relevanz. Dies betrifft nicht zuletzt

- den Hinweis in Absatz 1 der Präambel, dass dieser Staatsvertrag „grundlegende Regelungen für den öffentlich-rechtlichen und den privaten Rundfunk in einem dualen Rundfunksystem der Länder des vereinten Deutschlands (enthält)“ und „der europäischen Entwicklung des Rundfunks Rechnung (trägt)“. Kernregelungen des Staatsvertrages aus 1991 wie mehrerer Rundfunkänderungsstaatsverträge dienten bereits bislang der Umsetzung zunächst der EWG-/EG-Fernsehrichtlinie und dann der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste der EU. Dies ist auch bei der nunmehr anstehenden Umsetzung der Novelle der AVMD-Richtlinie in dem geplanten „Medienstaatsvertrag“ der Fall.
- den verfassungsrechtlich fundierten öffentlichen Auftrag in Absatz 2 Satz 1 der Präambel, dass „öffentlich-rechtlicher Rundfunk und privater Rundfunk ... der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung sowie der Meinungsvielfalt

[https://www.beauftragter-neue-laender.de/BNL/Redaktion/DE/Downloads/Publikationen/Berichte/jahresbericht_de_2017.pdf?__blob=publicationFile&v=5\)](https://www.beauftragter-neue-laender.de/BNL/Redaktion/DE/Downloads/Publikationen/Berichte/jahresbericht_de_2017.pdf?__blob=publicationFile&v=5)

⁶ Der Staatsvertrag ist abrufbar unter https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Die_LfM/Rechtsgrundlagen/satellitenfernsehstaatsvertrag.pdf.

⁷ Das auf der Grundlage dieses Staatsvertrages zugelassene dctp.tv wird nur über das Internet verbreitet; vgl. https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Service/Downloads/Verzeichnis_Fernsehen.pdf.

verpflichtet (sind)“⁸. Von fortdauernder Bedeutung nicht zuletzt auch im Blick globale Vermachtungstendenzen namentlich bei neuen Medienakteuren wie Informationsintermediären,⁸ denen sich der neue Medienstaatsvertrag zuwenden will, und Videoplattformdiensten, denen sich der Landesgesetzgeber in Umsetzung der novellierten AVMD-Richtlinie zuwenden muss, ist der Hinweis in Satz 2 dieses Absatzes, dass „(b)eide Rundfunksysteme ... in der Lage sein (müssen), den Anforderungen des nationalen und des internationalen Wettbewerbs zu entsprechen“.

- das Bekenntnis zur Bestands- und Entwicklungsgarantie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Absatz 4 der Präambel sowie das Verständnis, dass dazu „seine Teilhabe an allen neuen technischen Möglichkeiten in der Herstellung und zur Verbreitung sowie die Möglichkeit der Veranstaltung neuer Formen von Rundfunk (gehört)“. Auch die Aussage, dass „seine finanziellen Grundlagen einschließlich des dazugehörigen Finanzausgleichs ... zu erhalten und zu sichern (sind)“, ist im Lichte der seitherigen Judikatur des Bundesverfassungsgerichts ungeachtet jüngerer populistischer medienpolitischer Attacken verfassungsrechtlich weiterhin korrekt.

Bei dritten Bestimmungen der Präambel stellt sich die Frage, ob die bisherige Textfassung noch auf der Höhe der ökonomischen und technologischen Weiterentwicklungen seit 1991 befindlich ist. Dies betrifft u.a.

- Absatz 3 der Präambel, wonach „(i)m Zuge der Vermehrung der Rundfunkprogramme in Europa durch die neuen Techniken Informationsvielfalt und kulturelles Angebot im deutschsprachigen Raum verstärkt werden (sollen)“ und „die Herstellung neuer europäischer Fernsehproduktionen nachhaltig unterstützt werden (soll)“. Diese Fokussierung auf lineare Angebote trägt der wachsenden Bedeutung von Content, der inzwischen gelegentlich sogar prioritär oder gar exklusiv für Abrufdienste hergestellt wird, nicht Rechnung. Die Begrenzung auf Fernsehproduktionen steht bei perspektivischer Betrachtung auch nicht mehr im Einklang mit der novellierten AVMD-Richtlinie, deren Rechtspflichten für Anbieter vorsehende Förderklauseln in Richtung auf audiovisuelle Mediendienste auf Abruf ausgedehnt werden.
- Absatz 5 der Präambel, wonach „(d)en privaten Veranstaltern ... Ausbau und Fortentwicklung eines privaten Rundfunksystems, vor allem in technischer und programmlicher Hinsicht, ermöglicht (werden)“, wobei ihnen hierzu „ausreichende

⁸ Vgl. hierzu z.B. *Lobigs/Neuberger*, Meinungsmacht im Internet und die Digitalstrategien von Medienunternehmen, 2018 (abrufbar unter https://www.kek-online.de/fileadmin/user_upload/KEK/Publikationen/Gutachten/Meinungsmacht_im_Internet_ALM51_web_neu.pdf); *Neuberger/Lobigs*, Die Bedeutung des Internets im Rahmen der Vielfaltssicherung, 2016 (abrufbar unter https://www.kek-online.de/fileadmin/user_upload/KEK/Publikationen/Gutachten/Gutachten_Die_Bedeutung_des_Internets_im_Rahmen_der_Vielfaltssicherung.pdf)

Sendekapazitäten zur Verfügung gestellt und angemessene Einnahmequellen erschlossen werden (sollen)“. So zutreffend diese Aussagen auch weiterhin sind – sie blenden in der audiovisuellen Medienordnung des Jahres 2018 zum einen aus, dass neben klassischen Rundfunkveranstaltern auch private Telemedienanbieter für den privaten Pfeiler einer dualen Medienordnung von erheblichem Gewicht sind und tragen zum anderen nicht mehr sachangemessen der Diversifizierung technischer Übertragungswege für audiovisuellen Content im digitalen Zeitalter Rechnung.

Bei der Frage, wie vor diesem Hintergrund die Präambel überarbeitet werden könnte,⁹ liefern auch die Erwägungsgründe der novellierten AVMD-Richtlinie reichhaltiges Material. Besondere Beachtung verdient dabei der 1. Erwägungsgrund, der darauf hinweist, dass

- sich der Markt für audiovisuelle Mediendienste selbst seit der Verabschiedung der AVMD-Richtlinie 2010 beträchtlich und schnell weiterentwickelt habe,
- die technischen Entwicklungen neue Arten von Diensten und neue Benutzererfahrungen ermöglichen,
- sich zudem die Sehgewohnheiten (gleiches gilt im Übrigen für die Hörgewohnheiten), insbesondere die der jüngeren Generationen, erheblich geändert haben.

All dieses sind Aspekte, die – wie auch der Bund-Länder-Bericht zur Medienkonvergenz aufzeigt – eine grundlegende Reform des RStV nahelegen, die auch dessen Präambel einbezieht.

⁹ Vgl. zum Überarbeitungsbedarf auch Hahn/Vesting/*W. Hahn/Witte*, Beck'scher Kommentar zum Rundfunkrecht, 3. Aufl. 2012, Präambel Rdnr. 45

C. Eine Synopse

Bisheriger Rundfunkstaatsvertrag	Mögliche Regelung in einem „Staatsvertrag zur positiven Medienordnung“ auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie¹⁰
---	---

I. Abschnitt Allgemeine Vorschriften

§ 1 Anwendungsbereich	§ 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 und Telemedien ¹¹ in Deutschland in einem dualen audiovisuellen ¹² Mediensystem . ¹³ Für Telemedien gelten nur der IV.,¹⁴ V.,¹⁵ VII.¹⁶ und VIII. Abschnitt¹⁷ sowie § 20 Abs. 2. Für Videoplattformdienste gilt nur der V. Abschnitt.

¹⁰ Die Änderungen sind farblich markiert.

¹¹ Es sollte klargestellt werden, dass es (a) neben der Veranstaltung und Verbreitung auch um die Zugänglichmachung von (b) nicht nur Rundfunk sondern auch Telemedien geht. Der Begriff des Zugänglichmachens spiegelt dabei die Vermittlerposition der Anbieter von Medienplattformen wider, in der diese den Zugriff auf Rundfunkinhalte und Telemedien ermöglichen.

¹² Der Begriff audiovisuell umfasst nach diesem Entwurf auch reine Audio-Angebote, sofern nichts anderes geregelt ist.

¹³ In einem Modernisierungsstaatsvertrag sollte es nicht nur um die Ordnung eines dualen Rundfunksystems, sondern eines dualen audiovisuellen Mediensystems gehen, in dem auch neuartige Medienakteure einer positiven Ordnung zugeführt werden.

¹⁴ Der Abschnitt sollte weiterhin „Revision, Ordnungswidrigkeiten“ regeln.

¹⁵ Dieser Abschnitt sollte zukünftig „Videoplattformdienste“ regeln.

¹⁶ Dieser Abschnitt sollte zukünftig „Sonstige Medienplattformen, Benutzeroberflächen, Übertragungskapazitäten“ regeln.

¹⁷ Dieser Abschnitt sollte zukünftig „Telemedien“ regeln.

<p>(2) Soweit dieser Staatsvertrag keine anderweitigen Regelungen für die Veranstaltung und Verbreitung von Rundfunk enthält oder solche Regelungen zulässt, sind die für die jeweilige Rundfunkanstalt oder den jeweiligen privaten Veranstalter geltenden landesrechtlichen Vorschriften anzuwenden.</p> <p>(3) Für Fernsehveranstalter gelten dieser Staatsvertrag und die landesrechtlichen Vorschriften, wenn sie in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen sind. Ein Fernsehveranstalter gilt als in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen, wenn</p>	<p>Für Informationsintermediäre, die nicht Videoplattformdienste sind, gilt nur der VI. Abschnitt.</p> <p>Für Medienplattformen, die nicht Videoplattformdienste sind, und für Benutzeroberflächen gilt nur der VII. Abschnitt.</p> <p>(2) Soweit dieser Staatsvertrag keine anderweitigen Regelungen für die Veranstaltung, Verbreitung und Zugänglichkeit von Rundfunk enthält oder solche Regelungen zulässt, sind die für die jeweilige Rundfunkanstalt oder den jeweiligen privaten Veranstalter geltenden landesrechtlichen Vorschriften anzuwenden.</p> <p>(3) Für Anbieter von Mediendiensten¹⁸ gelten dieser Staatsvertrag und die landesrechtlichen Vorschriften, wenn sie in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen sind. Ein Anbieter von Mediendiensten gilt als in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen, wenn¹⁹</p>
---	--

¹⁸ Die bisherige Begrenzung greift zur Umsetzung der AVMD-Richtlinie zu kurz.

¹⁹ In Bezug auf die nachfolgenden Abgrenzungen ist in besonderer Weise der Charakter der Vorläufigkeit des Umsetzungsvorschlags zu betonen. Grundsätzlich empfiehlt sich hier im Interesse der Vermeidung von Rechtsstreitigkeiten, ob eine umfassende Umsetzung der AVMD-Richtlinie durch Deutschland erfolgt ist, möglichst nahe am endgültigen Text der deutschen Sprachfassung der novellierten AVMD-Richtlinie zu bleiben. Systematische, teleologische und historische Auslegungsmethoden sollten allerdings in Zweifelsfragen der Umsetzung nicht vollständig ausgeblendet werden. Dies spricht dafür, in Bezug auf Personalfragen einheitlich entweder von einem „erheblichen“ oder einem „wesentlichen“ Teil des Personals des audiovisuellen Mediendienstes, das mit der Ausübung der sendungsbezogenen Tätigkeiten betraut ist, zu sprechen und dabei zugleich, zumindest in der Begründung der Novelle des RStV, darauf hinzuweisen, dass die Frage, ob ein solcher Teil des Personals mit der Ausübung der sendungsbezogenen Tätigkeiten betraut ist, nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ in dem Sinne zu beantworten ist, dass dem Teil des Personals, der über redaktionelle Hoheit verfügt, besondere Bedeutung zukommt.

<ol style="list-style-type: none"> 1. die Hauptverwaltung in Deutschland liegt und die redaktionellen Entscheidungen über das Programm dort getroffen werden, 2. die Hauptverwaltung in Deutschland liegt und die Entscheidungen über das Programm in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union getroffen werden, jedoch <ol style="list-style-type: none"> a) ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des Programms betrauten Personals in Deutschland tätig ist oder b) ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des Programms betrauten Personals sowohl in Deutschland als auch dem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union tätig ist oder c) ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des Programms betrauten Personals weder in Deutschland noch dem anderen 	<ol style="list-style-type: none"> [1. die Hauptverwaltung in Deutschland liegt und die redaktionellen Entscheidungen²⁰ über den audiovisuellen Mediendienst dort getroffen werden, 2. die Hauptverwaltung in Deutschland liegt, die redaktionellen Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst jedoch in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union²¹ getroffen werden, falls <ol style="list-style-type: none"> a) ein wesentlicher Teil des mit der Durchführung der sendungsbezogenen Tätigkeiten des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals in Deutschland tätig ist. Ist ein wesentlicher Teil des Personals des audiovisuellen Mediendienstes, das mit der Ausübung der sendungsbezogenen Tätigkeiten betraut ist, in Deutschland wie auch dem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union tätig, so gilt der Mediendiensteanbieter als in Deutschland niedergelassen, falls er dort seine Hauptverwaltung hat; oder b) ein wesentlicher Teil des Personals des audiovisuellen Mediendienstes, das mit der Ausübung
---	---

²⁰ Vgl. insoweit ergänzend den hiesigen Vorschlag in § 2 Abs. 8 Nr. 7 für eine Erweiterung der Begriffsbestimmungen des Staatsvertrages um eine Definition des Begriffs der redaktionellen Entscheidung in Anlehnung an die novellierte AVMD-Richtlinie.

²¹ Nach einem Brexit ist das Vereinigte Königreich nicht mehr Mitgliedstaat der EU. Das Vereinigte Königreich selbst hat in seinem jüngst erschienenen Weißbuch (abrufbar unter https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/725288/The_future_relationship_between_the_United_Kingdom_and_the_European_Union.pdf, hier: S. 37) die Frage, wie zukünftig etwaige Jurisdiktionskonflikte geregelt werden sollen, nicht thematisiert. Bis auf weiteres dürften die bisherigen Jurisdiktionsregelungen auf der Grundlage der bisherigen AVMD-Richtlinie im Vereinigten Königreich fortgelten. Eine europa- oder völkerrechtliche Verpflichtung des Vereinigten Königreichs, Jurisdiktionskonflikte dauerhaft nach dem Konfliktlösungsmechanismus der AVMD-Richtlinie – sei es der bisherigen, sei es der novellierten – zu regeln, besteht nach vollzogenem EU-Austritt – vorbehaltlich abweichender Regelungen in einem etwaigen Austrittsvertrag – nicht.

<p>Mitgliedstaat der Europäischen Union tätig ist, aber der Fernsehveranstalter in Deutschland zuerst seine Tätigkeit begann und eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der Wirtschaft Deutschlands fortbesteht, oder</p> <p>3. die Hauptverwaltung in Deutschland liegt und die redaktionellen Entscheidungen über das Programm in einem Drittstaat getroffen werden oder umgekehrt und vorausgesetzt, ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des Programms betrauten Personals ist in Deutschland tätig.</p> <p>(4) Für Fernsehveranstalter, sofern sie nicht bereits aufgrund der Niederlassung der Rechtshoheit Deutschlands oder eines anderen Mitgliedstaats der Europäischen Union unterliegen, gelten dieser Staatsvertrag und die landesrechtlichen Vorschriften auch, wenn sie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. eine in der Bundesrepublik Deutschland gelegene Satelliten-Bodenstation für die Aufwärtsstrecke nutzen oder 2. zwar keine in einem Mitgliedstaat der Europäischen Union gelegene Satelliten-Bodenstation für die Aufwärtsstrecke nutzen, aber eine der Bundesrepublik Deutschland zugewiesene Übertragungskapazität eines Satelliten nutzen. Liegt keines dieser beiden Kriterien vor, gelten dieser Staatsvertrag und die landesrechtlichen Vorschriften auch für Fernsehveranstalter, wenn sie in Deutschland gemäß den Artikeln 49 bis 55 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, ABl. Nr. C 115 vom 9.5.2008 S. 47, niedergelassen sind. 	<p>der sendungsbezogenen Tätigkeiten betraut ist, weder in Deutschland noch dem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union tätig ist, aber der Mediendienstanbieter in Deutschland zuerst seine Tätigkeit begann und eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der Wirtschaft Deutschlands fortbesteht, oder</p> <p>3. die Hauptverwaltung in Deutschland liegt und die Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst in einem Drittstaat getroffen werden oder umgekehrt und vorausgesetzt, ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals ist in Deutschland tätig.]</p> <p>(4) Für Mediendienstanbieter, die nicht bereits aufgrund der Niederlassung der Rechtshoheit Deutschlands oder eines anderen Mitgliedstaats der Europäischen Union unterliegen, gelten dieser Staatsvertrag und die landesrechtlichen Vorschriften auch, wenn sie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. eine in der Bundesrepublik Deutschland gelegene Satelliten-Bodenstation für die Aufwärtsstrecke nutzen oder 2. zwar keine in einem Mitgliedstaat der Europäischen Union gelegene Satelliten-Bodenstation für die Aufwärtsstrecke nutzen, aber eine der Bundesrepublik Deutschland zugewiesene Übertragungskapazität eines Satelliten nutzen. <p>Liegt keines dieser beiden Kriterien vor, gelten dieser Staatsvertrag und die landesrechtlichen Vorschriften auch für Mediendienstanbieter, wenn sie in Deutschland gemäß den Artikeln 49 bis 55 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (ABl. Nr. C</p>
---	---

<p>(5) Dieser Staatsvertrag und die landesrechtlichen Vorschriften gelten nicht für Programme von Fernsehveranstaltern, die</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ausschließlich zum Empfang in Drittländern bestimmt sind und 2. nicht unmittelbar oder mittelbar von der Allgemeinheit mit handelsüblichen Verbraucherendgeräten in einem Staat innerhalb des Geltungsbereichs der Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (ABl. L 95 vom 15. April 2010, S. 1) empfangen werden. <p>(6) Die Bestimmungen des I. und III. Abschnitts dieses Staatsvertrages gelten für Teleshoppingkanäle nur, sofern dies ausdrücklich bestimmt ist.</p>	<p>115 vom 9.5.2008 S. 47) niedergelassen sind.</p> <p>(5) Die Mediendiensteanbieter im Sinne der Absätze 3 und 4 unterrichten die zuständige Landesmedienanstalt über alle Änderungen, die die Feststellung der Rechtshoheit gemäß den Absätzen 3 und 4 berühren könnten.²²</p> <p>(6) Dieser Staatsvertrag und die landesrechtlichen Vorschriften gelten nicht für audiovisuelle Mediendienste, die</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ausschließlich zum Empfang in Drittländern bestimmt sind und 2. nicht unmittelbar oder mittelbar von der Allgemeinheit mit handelsüblichen Verbraucherendgeräten in einem Staat innerhalb des Geltungsbereichs der Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (ABl. L 95 vom 15. April 2010, S. 1) empfangen werden. <p>(7) Die Bestimmungen des I. und III. Abschnitts dieses Staatsvertrages gelten für Teleshoppingkanäle nur, sofern dies ausdrücklich bestimmt ist.</p> <p>(8) Für Videoplattformanbieter gilt Absatz 3 Satz 1 entsprechend.²³</p> <p>(9) Ein Videoplattformanbieter, der nicht gemäß Absatz 8 in Deutschland niedergelassen ist, gilt als in</p>
---	---

²² Umsetzung von Art. 2 Abs. 5a AVMD-RL neu

²³ Umsetzung von Art. 28b Abs. 1 AVMD-RL neu

	<p>Deutschland niedergelassen, wenn dieser Videoplattformanbieter</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) ein Mutter- oder ein Tochterunternehmen hat, das in Deutschland niedergelassen ist; oder (b) Teil einer Gruppe ist und ein anderes Unternehmen dieser Gruppe in Deutschland niedergelassen ist. <p>Für die Zwecke dieses Absatzes ist.</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) "Mutterunternehmen" ein Mutterunternehmen im Sinne des Artikels 2 Nummer 9 der Richtlinie 2013/34/EU; (b) "Tochterunternehmen" ein Tochterunternehmen im Sinne des Artikels 2 Nummer 10 der Richtlinie 2013/34/EU; (c) "Gruppe" ein Mutterunternehmen, alle seine Tochterunternehmen und alle anderen Unternehmen, die Teil der Gruppe sind.²⁴ <p>(10) Sind das Mutterunternehmen, das Tochterunternehmen oder die anderen Unternehmen der Gruppe jeweils in verschiedenen Mitgliedstaaten niedergelassen, so gilt der Videoplattformanbieter für die Zwecke der Anwendung des Absatzes 9 als in Deutschland niedergelassen,</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. falls sein Mutterunternehmen in Deutschland niedergelassen ist, oder 2. mangels einer Niederlassung des Mutterunternehmens in einem dritten Mitgliedstaat der Europäischen Union, falls sein Tochterunternehmen in Deutschland niedergelassen ist, oder 3. mangels einer solchen Niederlassung in einem Mitgliedstaat der Europäi-
--	---

²⁴ Umsetzung von Art. 28b Abs. 2 AVMD-RL neu

	<p>schen Union, falls das andere Unternehmen der Gruppe in Deutschland niedergelassen ist.²⁵</p> <p>(11) Gibt es mehrere Tochterunternehmen und ist jedes dieser Tochterunternehmen in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen, so gilt der Videoplattformanbieter für die Zwecke der Anwendung des Absatzes 10 als in Deutschland niedergelassen, falls eines der Tochterunternehmen zuerst in Deutschland seine Tätigkeit aufgenommen hat, sofern eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der deutschen Wirtschaft weiter besteht.</p> <p>Gibt es mehrere andere Unternehmen, die Teil der Gruppe sind und von denen jedes in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen ist, so gilt der Videoplattformanbieter als in Deutschland niedergelassen, falls eines dieser Unternehmen zuerst in Deutschland seine Tätigkeit aufgenommen hat, sofern eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der deutschen Wirtschaft weiter besteht.²⁶</p> <p>(11) Für die Zwecke dieses Staatsvertrages und landesrechtlicher Regelungen gelten die Artikel 3, 14 und 15 der Richtlinie 2000/31/EG für Videoplattformanbieter, die gemäß Absatz 9 als in Deutschland niedergelassen gelten.²⁷</p> <p>(13) Für Medienplattformen, die nicht Videoplattformdienste sind, für Benutzeroberflächen sowie für Informationsintermediäre gilt dieser Staatsvertrag nur, wenn sie zur Nutzung in Deutschland bestimmt sind.</p>
--	---

²⁵ Umsetzung von Art. 28b Abs. 3 AVMD-RL neu

²⁶ Umsetzung von Art. 28b Abs. 4 AVMD-RL neu

²⁷ Umsetzung von Art. 28b Abs. 5 AVMD-RL neu

	<p>Ob dies jeweils der Fall ist, muss anhand objektiver Merkmale im Rahmen einer Gesamtschau festgestellt werden. Zu berücksichtigen sind hierbei insbesondere die verwendete Sprache, die inhaltliche Ausrichtung des Angebots, das Bestehen einer Niederlassung in Deutschland sowie die Ausrichtung von Marketingaktivitäten.²⁸</p>
<p style="text-align: center;">§ 2 Begriffsbestimmungen</p> <p>(1) Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist die für die Allgemeinheit und zum</p>	<p style="text-align: center;">§ 2 Begriffsbestimmungen</p> <p>(1) Audiovisueller Mediendienst ist</p> <p>(a) eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, bei der der Hauptzweck oder ein trennbarer Teil der Dienstleistung darin besteht, unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendienstanbieters Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne des Artikels 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG bereitzustellen. Bei diesen audiovisuellen Mediendiensten handelt es sich entweder um Rundfunk gemäß Absatz 2 oder um audiovisuelle Mediendienste auf Abruf gemäß Absatz 3 Unterabsatz 2;</p> <p>(b) audiovisuelle kommerzielle Kommunikation.²⁹</p> <p>(2) Rundfunk ist ein linearer audiovisueller Mediendienst; er ist die für die All-</p>

²⁸ Insoweit handelt es sich nicht um eine Umsetzung der AVMD-RL neu, sondern um die Berücksichtigung von Ergebnissen der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz in den Bereichen Plattformen und Intermediäre.

²⁹ Umsetzung von Art. 1 Abs. 1 Buchst. a) AVMD-RL

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.

gemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von ³⁰ Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendeplans [unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen ³¹]. Der Begriff schließt Angebote ein, die verschlüsselt verbreitet werden oder gegen besonderes Entgelt empfangbar sind.

(3) 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 Absatz 2 sind.

Audiovisueller Mediendienst auf Abruf ist ein Telemedium in Form eines nicht-linearen Audio- oder audiovisuellen Mediendienstes, der von einem Mediendiensteanbieter für den Empfang zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf hin aus einem vom Mediendiensteanbieter festgelegten Programmkatalog bereitgestellt wird.³²

(4) Videoplattformdienst ist eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, die folgende Anforderungen erfüllt:

³⁰ Aus Gründen der Klarstellung könnte hier ggf. noch das Merkmal „journalistisch-redaktionell gestalteten“ eingefügt werden.

³¹ Dieser Bestandteil der Definition des Rundfunkbegriffs könnte zukünftig technikneutraler durch die Worte „mittels Telekommunikation“ ersetzt werden.

³² Umsetzung von Art. 1 Abs. 1 Buchst. g) AVMD-RL. Erwägenswert ist, mögliche Inhalte des Programmkatalogs nicht abschließend aufzuzählen.

	<ol style="list-style-type: none"> 1. der Dienst besteht in der Speicherung von Sendungen oder von von Nutzern erstellten Videos, für die der Videoplattformanbieter keine redaktionelle Verantwortung trägt; 2. die Organisation der gespeicherten Sendungen oder von Nutzern erstellten Videos wird vom Anbieter der Videoplattform bestimmt, auch mit automatischen Mitteln oder Algorithmen, insbesondere durch Anzeigen, Markieren und Anordnen; 3. der Hauptzweck des Dienstes, ein trennbarer Teil dieses Dienstes oder eine wesentliche Funktion des Dienstes besteht darin, Sendungen und von Nutzern erstellte Videos für die allgemeine Öffentlichkeit zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen, und 4. der Dienst wird über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne des Artikels 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG bereitgestellt.³³ <p>(5) Informationsintermediär ist, soweit es sich nicht um einen Videoplattformdienst im Sinne des Absatzes 4 handelt, jeder in der Regel geschäftsmäßig betriebene Informations- und Kommunikationsdienst, der zwischen nicht ausschließlich eigenen auch redaktionell gestalteten Inhalten aus einem im Wesentlichen zugangsoffenen Angebot und Nutzern vermittelt, wobei er die Inhalte aufgrund von Auswahlentscheidungen, auch unter Verwendung automatischer Mittel oder Algorithmen, präsentiert.³⁴</p> <p>(6) Medienplattform ist jeder Dienst, der die Zusammenfassung von</p>
--	--

³³ Umsetzung von Art. 1 Abs. 1 Buchst. aa) AVMD-RL

³⁴ Insoweit handelt es sich nicht um eine Umsetzung der AVMD-RL neu, sondern um die Berücksichtigung von Ergebnissen der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz.

	<p>Rundfunkprogrammen und audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf zu einem Gesamtangebot zum Gegenstand hat, soweit es sich nicht um einen Videoplattformdienst im Sinne des Absatzes 4 handelt. Der Begriff umfasst auch die Zusammenfassung von softwarebasierten Anwendungen (Apps), die der Ansteuerung von Rundfunk, audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf oder Gesamtangeboten im Sinne des Satzes 1 dienen.</p> <p>Keine Medienplattformen sind</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Angebote, die über für analoge Verbreitung genutzte Kanäle einer Kabelanlage verbreitet werden; (b) das Gesamtangebot von Rundfunk oder audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf, welche ausschließlich in der inhaltlichen Verantwortung eines einzelnen Anbieters oder eines Unternehmens stehen, dessen Programme dem Anbieter nach § 28 zuzurechnen sind, oder nach § 25 Abs. 4 aufgenommene Fensterprogramme oder Drittsendezeiten nach § 31 umfassen.³⁵ <p>(7) Benutzeroberfläche ist 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.</p> <p>Benutzeroberfläche sind insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Angebots- oder Programmübersichten einer Medienplattform; (b) Angebots- oder Programmübersichten, die nicht zugleich Teil einer Medienplattform sind;
--	--

³⁵ Insoweit handelt es sich nicht um eine Umsetzung der AVMD-RL neu, sondern um die Berücksichtigung von Ergebnissen der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz.

<p>(2) Im Sinne dieses Staatsvertrages ist</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rundfunkprogramm eine 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), 6. Regionalfensterprogramm ein zeitlich und räumlich begrenztes Rundfunkprogramm mit im Wesentlichen regionalen Inhalten im Rahmen eines Hauptprogramms, 	<p>(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 dienen, geben.³⁶</p> <p>(8) Im Sinne dieses Staatsvertrages ist</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rundfunkprogramm eine 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,³⁷ 5. Regionalfensterprogramm ein zeitlich und räumlich begrenztes Rundfunkprogramm mit im Wesentlichen regionalen Inhalten im Rahmen eines Hauptprogramms, 6. von Nutzern erstelltes Video eine Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die unabhängig von
--	---

³⁶ Insoweit handelt es sich nicht um eine Umsetzung der AVMD-RL neu, sondern um die Berücksichtigung von Ergebnissen der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz.

³⁷ Die Begriffsbestimmung kann zukünftig entfallen, da sie an keiner Stelle staatsvertraglich aufgegriffen wird.

<p>7. Werbung jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die</p>	<p>ihrer Länge einen Einzelbestandteil darstellt und von einem Nutzer erstellt und von diesem oder einem anderen Nutzer auf eine Videoplattform hochgeladen wird,³⁸</p> <p>7. redaktionelle Entscheidung eine Entscheidung, die zur Ausübung redaktioneller Verantwortung regelmäßig getroffen wird und mit dem laufenden Betrieb des audiovisuellen Mediendienstes verbunden ist,³⁹</p> <p>8. redaktionelle Verantwortung die Ausübung einer wirksamen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Inhalte als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung entweder anhand eines chronologischen Sendeplans im Falle von Fernsehsendungen oder mittels eines Katalogs im Falle von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf;⁴⁰</p> <p>9. audiovisuelle kommerzielle Kommunikation Bilder mit oder ohne Ton oder Töne, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen unter anderem Werbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung,⁴¹</p> <p>10. Werbung jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die im Rundfunk von einem öffentlich-</p>
---	--

³⁸ Umsetzung von Art. 1 Abs. 1 Buchst. ba) AVMD-RL

³⁹ Umsetzung von Art. 1 Abs. 1 Buchst. bb) AVMD-RL

⁴⁰ Umsetzung von Art. 1 Abs. 1 Buchst. c) AVMD-RL

⁴¹ Umsetzung von Art. 1 Abs. 1 Buchst. h) AVMD-RL

<p>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,</p> <p>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,</p> <p>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,</p>	<p>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,</p> <p>11. 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,</p> <p>12. Sponsoring jeder Beitrag von öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen, die nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten oder Videoplattformdiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätig sind, zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten, Videoplattformdiensten, von Nutzern erstellten Videos oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern,⁴²</p>
--	--

⁴² Umsetzung von Art. 1 Abs. 1 Buchst. k) AVMD-RL

<p>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,</p> <p>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,</p> <p>12. Programmbouquet die Bündelung von Programm und Diensten, die in digitaler Technik unter einem elektronischen Programmführer verbreitet werden,</p> <p>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</p>	<p>13. 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,</p> <p>14. 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,</p> <p>⁴³</p> <p>⁴⁴</p>
--	--

⁴³ Der Begriff der Programmbouquets spielt in der Regulierung keine Rolle mehr und kann daher gestrichen werden.

⁴⁴ Vgl. nunmehr § 2 Abs. 6 und 7 Nr. 20.

<p>die Auswahl für die Zusammenfassung entscheidet; Plattformanbieter ist nicht, wer Rundfunk oder vergleichbare Telemedien ausschließlich vermarktet,</p> <p>14. Rundfunkveranstalter, wer ein Rundfunkprogramm unter eigener inhaltlicher Verantwortung anbietet,</p> <p>15. unter Information insbesondere Folgendes zu verstehen: Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Infor-</p>	<p>15. Mediendienstanbieter die natürliche oder juristische Person, die die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese gestaltet werden,⁴⁵</p> <p>16. Rundfunkveranstalter, wer ein Rundfunkprogramm unter eigener inhaltlicher Verantwortung anbietet,</p> <p>17. Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf, wer über die Auswahl der Inhalte entscheidet und die inhaltliche Verantwortung trägt,</p> <p>18. Videoplattformanbieter die natürliche oder juristische Person, die einen Videoplattformdienst betreibt,⁴⁶</p> <p>19. Anbieter eines Informationsintermediäres, wer die Verantwortung für die Vermittlung und die Präsentation der ausgewählten Inhalte trägt, soweit es sich nicht um einen Videoplattformanbieter im Sinne der Nummer 18 handelt,</p> <p>20. Anbieter einer Medienplattform, wer die Verantwortung für die Auswahl der Angebote einer Medienplattform trägt, soweit es sich nicht um einen Videoplattformanbieter im Sinne der Nummer 18 handelt,</p> <p>21. Anbieter einer Benutzeroberfläche, wer über die Gestaltung der Übersicht abschließend entscheidet,</p> <p>22. unter Information insbesondere Folgendes zu verstehen: Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Information, Wirtschaft, Auslandsberichte, Religiöses, Sport, Regionales, Gesellschaftliches, Service und Zeitgeschichtliches,</p>
--	--

⁴⁵ Umsetzung von Art. 1 Abs. 1 Buchst. d) AVMD-RL

⁴⁶ Umsetzung von Art. 1 Abs. 1 Buchst. da) AVMD-RL

<p>mation, Wirtschaft, Auslandsberichte, Religiöses, Sport, Regionales, Gesellschaftliches, Service und Zeitgeschichtliches,</p> <p>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,</p> <p>17. unter Kultur insbesondere Folgendes zu verstehen: Bühnenstücke, Musik, Fernsehspiele, Fernsehfilme und Hörspiele, bildende Kunst, Architektur, Philosophie und Religion, Literatur und Kino,</p> <p>18. unter Unterhaltung insbesondere Folgendes zu verstehen: Kabarett und Comedy, Filme, Serien, Shows, Talk-Shows, Spiele, Musik,</p> <p>19. unter öffentlich-rechtlichen Telemedienangeboten zu verstehen: von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem ZDF und dem Deutschlandradio jeweils nach Maßgabe eines nach § 11 f Abs. 4 durchgeführten Verfahrens angebotene Telemedien, die journalistisch-redaktionell veranlasst und journalistisch-redaktionell gestaltet sind, Bild, Ton, Bewegtbild, Text und internetspezifische Gestaltungsmittel enthalten können und diese miteinander verbinden,</p> <p>20. ein presseähnliches Angebot nicht nur elektronische Ausgaben von Printmedien, sondern alle journalistisch-redaktionell gestalteten An-</p>	<p>23. 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,</p> <p>24. unter Kultur insbesondere Folgendes zu verstehen: Bühnenstücke, Musik, Fernsehspiele, Fernsehfilme und Hörspiele, bildende Kunst, Architektur, Philosophie und Religion, Literatur und Kino,</p> <p>25. unter Unterhaltung insbesondere Folgendes zu verstehen: Kabarett und Comedy, Filme, Serien, Shows, Talk-Shows, Spiele, Musik,</p> <p>26. unter öffentlich-rechtlichen Telemedienangeboten zu verstehen: von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem ZDF und dem Deutschlandradio jeweils nach Maßgabe eines nach § 11 f Abs. 4 durchgeführten Verfahrens angebotene Telemedien, die journalistisch-redaktionell veranlasst und journalistisch-redaktionell gestaltet sind, Bild, Ton, Bewegtbild, Text und internetspezifische Gestaltungsmittel enthalten können und diese miteinander verbinden,</p> <p>27. ein presseähnliches Angebot nicht nur elektronische Ausgaben von Printmedien, sondern alle journalistisch-redaktionell gestalteten Angebote, die nach Gestaltung und Inhalt Zeitungen oder Zeitschriften entsprechen.</p> <p>(9) Kein Rundfunk sind Angebote,⁴⁷ die</p>
---	--

⁴⁷ Ggf. änderungsbedürftig bei Einführung einer besonderen Regelung zu Bagatell-Rundfunk

<p>gebote, die nach Gestaltung und Inhalt Zeitungen oder Zeitschriften entsprechen.</p> <p>(3) Kein Rundfunk sind Angebote, die</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. jedenfalls weniger als 500 potenziellen Nutzern zum zeitgleichen Empfang angeboten werden, 2. zur unmittelbaren Wiedergabe aus Speichern von Empfangsgeräten bestimmt sind, 3. ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, 4. nicht journalistisch-redaktionell gestaltet sind oder 5. aus Sendungen bestehen, die jeweils gegen Einzelentgelt freigeschaltet werden. 	<ol style="list-style-type: none"> [1. jedenfalls weniger als 500 potenziellen Nutzern zum zeitgleichen Empfang angeboten werden, 2. zur unmittelbaren Wiedergabe aus Speichern von Empfangsgeräten bestimmt sind, 3. ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, 4. nicht journalistisch-redaktionell gestaltet sind oder 5. aus Sendungen bestehen, die jeweils gegen Einzelentgelt freigeschaltet werden.]
<p style="text-align: center;">§ 3 Allgemeine Grundsätze</p> <p>(1) Die in der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) und alle Veranstalter bundesweit verbreiteter Rundfunkprogramme haben in ihren Sendungen die Würde des Menschen zu achten und zu schützen; die sittlichen und religiösen Überzeugungen der Bevölkerung sind zu achten. Die Angebote sollen dazu beitragen, die Achtung vor Leben, Freiheit und körperlicher Unversehrtheit, vor Glauben und Meinungen anderer zu stärken. Weitergehende landesrechtliche Anforderungen an die Gestaltung der Angebote sowie § 41 dieses Staatsvertrages bleiben unberührt.</p>	<p style="text-align: center;">§ 3 Allgemeine Grundsätze</p> <p>Die in der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) und alle Veranstalter bundesweit verbreiteter Rundfunkprogramme haben in ihren Sendungen die Würde des Menschen zu achten und zu schützen; die sittlichen und religiösen Überzeugungen der Bevölkerung sind zu achten. Die Angebote sollen dazu beitragen, die Achtung vor Leben, Freiheit und körperlicher Unversehrtheit, vor Glauben und Meinungen anderer zu stärken. Weitergehende landesrechtliche Anforderungen an die Gestaltung der Angebote sowie § 41 dieses Staatsvertrages bleiben unberührt.</p>

<p>(2) Die Veranstalter nach Absatz 1 Satz 1 sollen über ihr bereits bestehendes Engagement hinaus im Rahmen ihrer technischen und finanziellen Möglichkeiten barrierefreie Angebote vermehrt aufnehmen.</p>	<p>48</p>
	<p style="text-align: center;">§ 3a Barrierefreiheit</p> <p>(1) Rundfunkprogramme und audiovisuelle Mediendienste auf Abruf werden durch angemessene Maßnahmen fortlaufend und schrittweise für Menschen mit Behinderungen zugänglicher gemacht.</p> <p>(2) Private Mediendienstanbieter berichten der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt regelmäßig über die Durchführung der in Absatz 1 genannten Maßnahmen.⁴⁹</p> <p>(3) Mediendienstanbieter sollen Aktionspläne für die Barrierefreiheit entwickeln, um ihre Dienste für Menschen mit Behinderungen kontinuierlich und schrittweise zugänglich zu machen. Ein solcher Aktionsplan eines privaten Mediendienstanbieters wird der zuständigen Landesmedienanstalt mitgeteilt.⁵⁰</p> <p>(4) [Das Portal „www.programmbeschwerde.de“] stellt in einer auch für Menschen mit Behinderungen leicht zugänglichen Weise Informationen zu allen in diesem Artikel genannten Fragen der Barrierefreiheit bereit und empfängt diesbezügliche Beschwerden.</p>

⁴⁸ Vgl. nunmehr § 3a

⁴⁹ Ergänzende Regelungen zur Berichterstattung gegenüber den Gremien bei öffentlich-rechtlichen Mediendienstanbietern (ARD-Anstalten, ZDF, DLR, DW)

⁵⁰ Ergänzende Regelungen zur Mitteilung an die Gremien bei öffentlich-rechtlichen Mediendienstanbietern (ARD-Anstalten, ZDF, DLR, DW)

	<p>(5) Notfallinformationen, einschließlich öffentlicher Mitteilungen und Ankündigungen in Naturkatastrophen, die der Öffentlichkeit über audiovisuelle Mediendienste zur Verfügung gestellt werden, werden in einer für Menschen mit Behinderungen zugänglichen Weise bereitgestellt.⁵¹</p>
--	---

§§ 4 und 5 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

§ 6 Europäische Produktionen, Eigen-, Auftrags- und Gemeinschaftsproduk- tionen	§ 6 Europäische Produktionen, Eigen-, Auftrags- und Gemeinschaftsproduk- tionen
<p>(1) Die Fernsehveranstalter tragen zur Sicherung von deutschen und europäischen Film- und Fernsehproduktionen als Kulturgut sowie als Teil des audiovisuellen Erbes bei.</p> <p>(2) Zur Darstellung der Vielfalt im deutschsprachigen und europäischen Raum und zur Förderung von europäischen Film- und Fernsehproduktionen sollen die Fernsehveranstalter den Hauptteil ihrer insgesamt für Spielfilme, Fernsehspiele, Serien, Dokumentarsendungen und vergleichbare Produktionen vorgesehenen Sendezeit europäischen Werken entsprechend dem europäischen Recht vorbehalten.</p> <p>(3) Fernsehvollprogramme sollen einen wesentlichen Anteil an Eigenproduktionen sowie Auftrags- und Gemeinschaftsproduktionen aus dem deutschsprachigen und europäischen Raum enthalten.</p>	<p>(1) Die Fernsehveranstalter tragen zur Sicherung von deutschen und europäischen Film- und Fernsehproduktionen als Kulturgut sowie als Teil des audiovisuellen Erbes bei.</p> <p>(2) Zur Darstellung der Vielfalt im deutschsprachigen und europäischen Raum und zur Förderung von europäischen Film- und Fernsehproduktionen sollen die Fernsehveranstalter den Hauptteil ihrer insgesamt für Spielfilme, Fernsehspiele, Serien, Dokumentarsendungen und vergleichbare Produktionen vorgesehenen Sendezeit europäischen Werken entsprechend dem europäischen Recht vorbehalten.</p> <p>(3) Fernsehvollprogramme sollen einen wesentlichen Anteil an Eigenproduktionen sowie Auftrags- und Gemeinschaftsproduktionen aus dem deutschsprachigen und europäischen Raum enthalten.</p>

⁵¹ Umsetzung von Art. 7 AVMD-RL neu

<p>Das gleiche gilt für Fernsehspartenprogramme, soweit dies nach ihren inhaltlichen Schwerpunkten möglich ist.</p> <p>(4) Im Rahmen seines Programmauftrages und unter Berücksichtigung der Grundsätze von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk zur qualitativen und quantitativen Sicherung seiner Programmbeschaffung berechtigt, sich an Filmförderungen zu beteiligen, ohne dass unmittelbar eine Gegenleistung erfolgen muss. Weitere landesrechtliche Regelungen bleiben unberührt.</p>	<p>Das gleiche gilt für Fernsehspartenprogramme, soweit dies nach ihren inhaltlichen Schwerpunkten möglich ist.</p> <p>(4) Mediendiensteanbieter von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf sollen einen mindestens 30%-igen Anteil europäischer Werke entsprechend dem europäischen Recht in ihren Katalogen sicherstellen und diese Werke in den Katalogen hervorheben.⁵²</p> <p>(5) Im Rahmen seines Programmauftrages und unter Berücksichtigung der Grundsätze von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk zur qualitativen und quantitativen Sicherung seiner Programmbeschaffung berechtigt, sich an Filmförderungen zu beteiligen, ohne dass unmittelbar eine Gegenleistung erfolgen muss. Weitere landesrechtliche Regelungen bleiben unberührt.</p>
<p style="text-align: center;">§ 7 Werbegrundsätze, Kennzeichnungspflichten</p> <p>(1) Werbung und Teleshopping dürfen nicht</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. die Menschenwürde verletzen, 2. Diskriminierungen aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Staatsangehörigkeit, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Orientierung beinhalten oder fördern, 3. irreführen oder den Interessen der Verbraucher schaden oder 	<p style="text-align: center;">§ 7 Grundsätze audiovisueller kommerzieller Kommunikation, Kennzeichnungspflichten</p> <p>(1) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation⁵³ darf nicht</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. die Menschenwürde verletzen, 2. Diskriminierungen aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Staatsangehörigkeit, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Orientierung beinhalten oder fördern, 3. irreführen oder den Interessen der Verbraucher schaden oder

⁵² Umsetzung von Art. 13 Abs. 1 AVMD-RL neu

⁵³ Umsetzung von Art. 9 Abs. 1 Buchst. c) AVMD-RL

<p>4. Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit sowie in hohem Maße den Schutz der Umwelt gefährden.</p> <p>(2) Werbung ist Teil des Programms. Werbung oder Werbetreibende dürfen das übrige Programm inhaltlich und redaktionell nicht beeinflussen. Sätze 1 und 2 gelten für Teleshopping-Spots, Teleshopping-Fenster und deren Anbieter entsprechend.</p> <p>(3) Werbung und Teleshopping müssen als solche leicht erkennbar und vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. In der Werbung und im Teleshopping dürfen keine Techniken der unterschweligen Beeinflussung eingesetzt werden. Auch bei Einsatz neuer Werbetechniken müssen Werbung und Teleshopping dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Sendungsteilen abgesetzt sein.</p> <p>(4) Eine Teilbelegung des ausgestrahlten Bildes mit Werbung ist zulässig, wenn die Werbung vom übrigen Programm eindeutig optisch getrennt und als solche gekennzeichnet ist. Diese Werbung wird auf die Dauer der Spotwerbung nach §§ 16 und 45 angerechnet. § 7a Abs. 1 gilt entsprechend.</p> <p>(5) Dauerwerbesendungen sind zulässig, wenn der Werbecharakter erkennbar im Vordergrund steht und die Werbung einen wesentlichen Bestandteil der Sendung darstellt. Sie müssen zu Beginn als Dauerwerbesendung angekündigt und</p>	<p>4. Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit sowie in hohem Maße den Schutz der Umwelt gefährden.</p> <p>(2) Werbung ist Teil des Programms. Werbung oder Werbetreibende dürfen das übrige Programm inhaltlich und redaktionell nicht beeinflussen. Sätze 1 und 2 gelten für Teleshopping-Spots, Teleshopping-Fenster und deren Anbieter entsprechend.</p> <p>(3) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation⁵⁴ muss als solche leicht erkennbar und vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. In der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation⁵⁵ dürfen keine Techniken der unterschweligen Beeinflussung eingesetzt werden. Auch bei Einsatz neuer Werbetechniken müssen Werbung und Teleshopping dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Sendungsteilen abgesetzt sein.</p> <p>(4) Eine Teilbelegung des ausgestrahlten Bildes mit Werbung ist zulässig, wenn die Werbung vom übrigen Programm eindeutig optisch getrennt und als solche gekennzeichnet ist. Diese Werbung wird auf die Dauer der Spotwerbung nach §§ 16 und 45 angerechnet. § 7a Abs. 1 gilt entsprechend.</p> <p>(5) Dauerwerbesendungen sind zulässig, wenn der Werbecharakter erkennbar im Vordergrund steht und die Werbung einen wesentlichen Bestandteil der Sendung darstellt. Sie müssen zu Beginn als Dauerwerbesendung angekündigt und</p>
--	---

⁵⁴ Umsetzung von Art. 9 Abs. 1 Buchst. a) AVMD-RL

⁵⁵ Umsetzung von Art. 9 Abs. 1 Buchst. b) AVMD-RL

<p>während ihres gesamten Verlaufs als solche gekennzeichnet werden. Die Sätze 1 und 2 gelten auch für Teleshopping.</p> <p>(6) Die Einfügung virtueller Werbung in Sendungen ist zulässig, wenn</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. am Anfang und am Ende der betreffenden Sendung darauf hingewiesen wird und 2. durch sie eine am Ort der Übertragung ohnehin bestehende Werbung ersetzt wird. <p>Andere Rechte bleiben unberührt. Satz 1 gilt auch für Teleshopping.</p> <p>(7) Schleichwerbung, Produkt- und Themenplatzierung sowie entsprechende Praktiken sind unzulässig. Soweit in den §§ 15 und 44 Ausnahmen zugelassen sind, muss Produktplatzierung folgende Voraussetzungen erfüllen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit hinsichtlich Inhalt und Sendeplatz müssen unbeeinträchtigt bleiben, 	<p>während ihres gesamten Verlaufs als solche gekennzeichnet werden. Die Sätze 1 und 2 gelten auch für Teleshopping.</p> <p>(6) Die Einfügung virtueller Werbung in Sendungen ist zulässig, wenn</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. am Anfang und am Ende der betreffenden Sendung darauf hingewiesen wird und 2. durch sie eine am Ort der Übertragung ohnehin bestehende Werbung ersetzt wird. <p>Andere Rechte bleiben unberührt. Satz 1 gilt auch für Teleshopping.</p> <p>(7) Schleichwerbung (...) ⁵⁶ und Themenplatzierung sowie entsprechende Praktiken sind unzulässig.</p> <p>(8) Produktplatzierung ist in allen audiovisuellen Mediendiensten - außer in Nachrichtensendungen, Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts und Kindersendungen – erlaubt. ⁵⁷ Sendungen und sonstige Inhalte von audiovisuellen Mediendiensten, die Produktplatzierung enthalten, müssen die folgenden Anforderungen erfüllen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ihr Inhalt und im Fall von Fernsehsendungen deren Sendeplatz, im Falle von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf deren Platzierung in einem Katalog, dürfen auf keinen Fall so beeinflusst werden, dass die Verantwortlichkeit und redaktionelle Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt werden.
---	---

⁵⁶ „Produktplatzierung“ in Umsetzung nach Art. 11 AVMD-Richtlinie neu gestrichen

⁵⁷ Umsetzung von Art. 11 Abs. 2 AVMD-RL neu

2. sie darf nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen, und
3. das Produkt darf nicht zu stark herausgestellt werden; dies gilt auch für kostenlos zur Verfügung gestellte geringwertige Güter.

Auf eine Produktplatzierung ist eindeutig hinzuweisen. Sie ist zu Beginn und zum Ende einer Sendung sowie bei deren Fortsetzung nach einer Werbeunterbrechung oder im Hörfunk durch einen gleichwertigen Hinweis angemessen zu kennzeichnen. Die Kennzeichnungspflicht entfällt für Sendungen, die nicht vom Veranstalter selbst oder von einem mit dem Veranstalter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben worden sind, wenn nicht mit zumutbarem Aufwand ermittelbar ist, ob Produktplatzierung enthalten ist; hierauf ist hinzuweisen. Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und die Landesmedienanstalten legen eine einheitliche Kennzeichnung fest.

(8) In der Fernsehwerbung und beim Teleshopping im Fernsehen dürfen keine Personen auftreten, die regelmäßig Nachrichtensendungen oder Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen.

(9) Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art ist unzulässig. Satz 1 gilt für Teleshopping entsprechend. Unentgeltliche Beiträge im Dienst

2. Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete bzw. Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.
3. Sie dürfen das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen.⁵⁸

Auf eine Produktplatzierung ist eindeutig hinzuweisen. Sie ist zu Beginn und zum Ende einer Sendung sowie bei deren Fortsetzung nach einer Werbeunterbrechung oder im Hörfunk durch einen gleichwertigen Hinweis angemessen zu kennzeichnen. Die Kennzeichnungspflicht entfällt für Sendungen, die nicht vom **Mediendiensteanbieter** selbst oder von einem mit dem **Mediendiensteanbieter**⁵⁹ verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben worden sind, wenn nicht mit zumutbarem Aufwand ermittelbar ist, ob Produktplatzierung enthalten ist; hierauf ist hinzuweisen. Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und die Landesmedienanstalten legen eine einheitliche Kennzeichnung fest.

(9) In der Fernsehwerbung und beim Teleshopping im Fernsehen dürfen keine Personen auftreten, die regelmäßig Nachrichtensendungen oder Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen.

(10) Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art ist unzulässig. Satz 1 gilt für Teleshopping entsprechend. Unentgeltliche Beiträge im Dienst

⁵⁸ Umsetzung von Art. 11 Abs. 3 Unterabs. 1 AVMD-RL neu

⁵⁹ Umsetzung von Art. 11 Abs. 3 Unterabs. 2 AVMD-RL

<p>der Öffentlichkeit einschließlich von Spendenaufrufen zu Wohlfahrtszwecken gelten nicht als Werbung im Sinne von Satz 1. § 42 bleibt unberührt.</p> <p>(10) Werbung und Teleshopping für alkoholische Getränke dürfen den übermäßigen Genuss solcher Getränke nicht fördern.</p> <p>(11) Die nichtbundesweite Verbreitung von Werbung oder anderen Inhalten in einem zur bundesweiten Verbreitung beauftragten oder zugelassenen Programm ist nur zulässig, wenn und soweit das Recht des Landes, in dem die nichtbundesweite Verbreitung erfolgt, dies gestattet. Die nichtbundesweit verbreitete Werbung oder andere Inhalte privater Veranstalter bedürfen einer gesonderten landesrechtlichen Zulassung; diese kann von gesetzlich zu bestimmenden inhaltlichen Voraussetzungen abhängig gemacht werden.</p> <p>(12) Die Absätze 1 bis 11 gelten auch für Teleshoppingkanäle.</p>	<p>der Öffentlichkeit einschließlich von Spendenaufrufen zu Wohlfahrtszwecken gelten nicht als Werbung im Sinne von Satz 1. § 42 bleibt unberührt.</p> <p>(11) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation⁶⁰ für alkoholische Getränke darf den übermäßigen Genuss solcher Getränke nicht fördern.⁶¹</p> <p>(12) Die nichtbundesweite Verbreitung von Werbung oder anderen Inhalten in einem zur bundesweiten Verbreitung beauftragten oder zugelassenen Programm ist nur zulässig, wenn und soweit das Recht des Landes, in dem die nichtbundesweite Verbreitung erfolgt, dies gestattet. Die nichtbundesweit verbreitete Werbung oder andere Inhalte privater Veranstalter bedürfen einer gesonderten landesrechtlichen Zulassung; diese kann von gesetzlich zu bestimmenden inhaltlichen Voraussetzungen abhängig gemacht werden.</p> <p>⁶²</p>
<p style="text-align: center;">§ 7a Einfügung von Werbung und Teleshopping</p> <p>(1) Übertragungen von Gottesdiensten sowie Sendungen für Kinder dürfen nicht</p>	<p style="text-align: center;">§ 7a Einfügung von Werbung und Teleshopping</p> <p>(1) Übertragungen von Gottesdiensten sowie Sendungen für Kinder dürfen</p>

⁶⁰ Umsetzung von Art. 9 Abs. 1 Buchst. e) AVMD-RL

⁶¹ Ergänzend ist bei audiovisueller kommerzieller Kommunikation für alkoholische Getränke in Rundfunkprogrammen der in § 6 JMStV umgesetzte Art. 22 AVMD-Richtlinie zu beachten. Neu eingefügt wurde in Art. 9 Abs. 2 AVMD-Richtlinie, dass die betreffenden Kriterien auch bei audiovisueller kommerzieller Kommunikation (mkit Ausnahme von Sponsoring und Produktplatzierung) bei audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf zu beachten sind.

⁶² Der Absatz kann im Hinblick auf die umfassendere Anlehnung des § 7 an die AVMD-Richtlinie entfallen.

<p>durch Werbung oder Teleshopping-Spots unterbrochen werden.</p> <p>(2) Einzeln gesendete Werbe- und Teleshopping-Spots im Fernsehen müssen die Ausnahme bleiben; dies gilt nicht bei der Übertragung von Sportveranstaltungen. Die Einfügung von Werbe- oder Teleshopping-Spots im Fernsehen darf den Zusammenhang von Sendungen unter Berücksichtigung der natürlichen Sendeunterbrechungen sowie der Dauer und der Art der Sendung nicht beeinträchtigen noch die Rechte von Rechteinhabern verletzen.</p> <p>(3) Filme mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentarfilmen sowie Kinofilme und Nachrichtensendungen dürfen für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden.</p> <p>(4) Richten sich Werbung oder Teleshopping-Spots in einem Fernsehprogramm eigens und häufig an Zuschauer eines anderen Staates, der das Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen ratifiziert hat und nicht Mitglied der Europäischen Union ist, so dürfen die für die Fernsehwerbung oder das Teleshopping dort geltenden Vorschriften nicht umgangen werden. Satz 1 gilt nicht, wenn die Vorschriften dieses Staatsvertrages über die Werbung oder das Teleshopping strenger sind als jene Vorschriften, die in dem betreffenden</p>	<p>nicht durch Werbung oder Teleshopping-Spots unterbrochen werden.⁶³</p> <p>(2) Einzeln gesendete Werbe- und Teleshopping-Spots sind bei der Übertragung von Sportveranstaltungen zulässig. Sie müssen im Übrigen im Fernsehen die Ausnahme bleiben.⁶⁴ Die Einfügung von Werbe- oder Teleshopping-Spots im Fernsehen darf den Zusammenhang von Sendungen unter Berücksichtigung der natürlichen Sendeunterbrechungen sowie der Dauer und der Art der Sendung nicht beeinträchtigen noch die Rechte von Rechteinhabern verletzen.</p> <p>(3) Filme mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentarfilmen sowie Kinofilme und Nachrichtensendungen dürfen für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden.</p> <p>(4) Richten sich Werbung oder Teleshopping-Spots in einem Fernsehprogramm eigens und häufig an Zuschauer eines anderen Staates, der das Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen ratifiziert hat und nicht Mitglied der Europäischen Union ist, so dürfen die für die Fernsehwerbung oder das Teleshopping dort geltenden Vorschriften nicht umgangen werden. Satz 1 gilt nicht, wenn die Vorschriften dieses Staatsvertrages über die Werbung oder das Teleshopping strenger sind als jene Vorschriften, die in dem betreffenden</p>
---	---

⁶³ Es besteht in Bezug auf die Übertragung von Gottesdiensten kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der Neufassung des Art. 20 Abs. 2 AVMD-Richtlinie. Die bislang nach der AVMD-Richtlinie mögliche Unterbrechung von Sendungen für Kinder durch Teleshopping-Spots besteht nach dieser Neufassung nicht mehr. Eine nach der AVMD-Richtlinie auch weiterhin mögliche, zeitlich begrenzte Öffnung von Sendungen für Kinder für Werbung wurde bislang nicht vorgenommen, was europarechtlich zulässig ist.

⁶⁴ Umsetzung von Art. 19 Abs. 2 AVMD-RL neu

<p>Staat gelten, ferner nicht, wenn mit dem betroffenen Staat Übereinkünfte auf diesem Gebiet geschlossen wurden.</p>	<p>Staat gelten, ferner nicht, wenn mit dem betroffenen Staat Übereinkünfte auf diesem Gebiet geschlossen wurden.</p>
<p style="text-align: center;">§ 8 Sponsoring</p> <p>(1) Bei Sendungen, die ganz oder teilweise gesponsert werden, muss zu Beginn oder am Ende auf die Finanzierung durch den Sponsor in vertretbarer Kürze und in angemessener Weise deutlich hingewiesen werden; der Hinweis ist in diesem Rahmen auch durch Bewegtbild möglich. Neben oder anstelle des Namens des Sponsors kann auch dessen Firmenemblem oder eine Marke, ein anderes Symbol des Sponsors, ein Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen eingeblendet werden.</p> <p>(2) Inhalt und Programmplatz einer gesponserten Sendung dürfen vom Sponsor nicht in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Rundfunkveranstalters beeinträchtigt werden.</p> <p>(3) Gesponserte Sendungen dürfen nicht zum Verkauf, zum Kauf oder zur Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder Dienstleistungen des Sponsors oder eines Dritten, vor allem durch entsprechende besondere Hinweise, anregen.</p> <p>(4) Sendungen dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.</p>	<p style="text-align: center;">§ 8 Sponsoring</p> <p>(1) Bei Sendungen, die ganz oder teilweise gesponsert werden, muss zu Beginn oder am Ende auf die Finanzierung durch den Sponsor in vertretbarer Kürze und in angemessener Weise deutlich hingewiesen werden; der Hinweis ist in diesem Rahmen auch durch Bewegtbild möglich. Neben oder anstelle des Namens des Sponsors kann auch dessen Firmenemblem oder eine Marke, ein anderes Symbol des Sponsors, ein Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen eingeblendet werden.</p> <p>(2) Inhalt und Programmplatz einer gesponserten Sendung dürfen vom Sponsor nicht in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Rundfunkveranstalters beeinträchtigt werden.</p> <p>(3) Gesponserte Sendungen dürfen nicht zum Verkauf, zum Kauf oder zur Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder Dienstleistungen des Sponsors oder eines Dritten, vor allem durch entsprechende besondere Hinweise, anregen.</p> <p>(4) Sendungen dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.</p>

<p>(5) Beim Sponsoring von Sendungen durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Image des Unternehmens gesponsert werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.</p> <p>(6) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden. In Kindersendungen und Sendungen religiösen Inhalts ist das Zeigen von Sponsorenlogos untersagt.</p> <p>(7) Die Absätze 1 bis 6 gelten auch für Teleshoppingkanäle.</p> <p>(8) § 7 Abs. 1, 3 und Abs. 8 bis 10 gelten entsprechend.</p>	<p>Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen oder von elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern⁶⁵ ist.</p> <p>(5) Beim Sponsoring von Sendungen durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Image des Unternehmens gesponsert werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.</p> <p>(6) Nachrichtensendungen [und/,] Sendungen zur politischen Information [und Kindersendungen] dürfen nicht gesponsert werden. [In Kindersendungen, Dokumentationen und Sendungen religiösen Inhalts ist das Zeigen von Sponsorenlogos untersagt.]⁶⁶</p> <p>(7) Die Absätze 1 bis 6 gelten auch für Teleshoppingkanäle.</p> <p>⁶⁷</p>
--	---

§ 8a RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

⁶⁵ Umsetzung von Art. 10 Abs. 2 AVMD-RL neu

⁶⁶ Auch die novellierte AVMD-Richtlinie eröffnet den Mitgliedstaaten in Art. 10 Abs. 4 insoweit einen – nochmals erweiterten - Gestaltungsspielraum. Die Vorschrift lautet:

„Nachrichtensendungen und Sendungen zum Zeitgeschehen dürfen nicht gesponsert werden. Die Mitgliedstaaten können das Sponsoring von Kindersendungen verbieten. Die Mitgliedstaaten können beschließen, das Zeigen eines Sponsorenlogos während Kindersendungen, Dokumentationen und Sendungen religiösen Inhalts zu verbieten.“

⁶⁷ Der Absatz kann im Hinblick auf die umfassendere Anlehnung des § 7 an die AVMD-Richtlinie entfallen.

<p style="text-align: center;">§ 9 Informationspflicht, zuständige Behörden</p>	<p style="text-align: center;">§ 9 Informationspflicht, zuständige Behörden</p>
<p>(1) Die Rundfunkanstalten des Landesrechts sind verpflichtet, der nach Landesrecht zuständigen Behörde gemäß Artikel 6 Abs. 2 des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen die dort aufgeführten Informationen auf Verlangen zur Verfügung zu stellen. Gleiches gilt für private Fernsehveranstalter, die auf Verlangen die Informationen der Landesmedienanstalt des Landes zur Verfügung zu stellen haben, in dem die Zulassung erteilt wurde. Diese leitet die Informationen an ihre rechtsaufsichtsführende Behörde weiter.</p> <p>(2) Die Ministerpräsidenten der Länder bestimmen durch Beschluss eine oder mehrere der in Absatz 1 genannten Behörden, welche die Aufgaben nach Artikel 19 Abs. 2 und 3 des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen wahrnehmen. Diesen Behörden sind zur Durchführung ihrer Aufgaben alle erforderlichen Informationen durch die zuständigen Behörden der einzelnen Länder zu übermitteln.</p> <p>(3) Absätze 1 und 2 gelten entsprechend, soweit rechtsverbindliche Berichtspflichten der Länder zum Rundfunk gegenüber zwischenstaatlichen Einrichtungen oder internationalen Organisationen bestehen. Satz 1 gilt auch für Teleshoppingkanäle</p>	<p>(1) Die Rundfunkanstalten des Landesrechts sind verpflichtet, der nach Landesrecht zuständigen Behörde gemäß Artikel 6 Abs. 2 des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen die dort aufgeführten Informationen auf Verlangen zur Verfügung zu stellen. Gleiches gilt für private Fernsehveranstalter, die auf Verlangen die Informationen der Landesmedienanstalt des Landes zur Verfügung zu stellen haben, in dem die Zulassung erteilt wurde. Diese leitet die Informationen an ihre rechtsaufsichtsführende Behörde weiter.</p> <p>(2) Die Ministerpräsidenten der Länder bestimmen durch Beschluss eine oder mehrere der in Absatz 1 genannten Behörden, welche die Aufgaben nach Artikel 2 Absatz 5b Satz 1 und Artikel 28b Absatz 6 Satz 1 der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste und Artikel 19 Abs. 2 und 3 des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen wahrnehmen. Diesen Behörden sind zur Durchführung ihrer Aufgaben alle erforderlichen Informationen durch die zuständigen Behörden der einzelnen Länder zu übermitteln.</p> <p>(3) Absätze 1 und 2 gelten entsprechend, soweit rechtsverbindliche Berichtspflichten der Länder zum Rundfunk und zu audiovisuellen Mediendiensteanbietern gegenüber der Europäischen Kommission, zwischenstaatlichen Einrichtungen oder internationalen Organisationen bestehen. Satz 1 gilt auch für Teleshoppingkanäle und betrifft insbesondere auch die Berichtspflichten nach Artikel 2 Absatz 5b Satz 2, Artikel 7 Absatz 2 Satz 2 und Art.</p>

	28b Abs. 6 Satz 2 der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste.
--	--

§§ 9a bis 10 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

II. Abschnitt Vorschriften für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

§§ 11 bis 14 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

<p style="text-align: center;">§ 15 Zulässige Produktplatzierung</p> <p>Abweichend von § 7 Abs. 7 Satz 1 ist Produktplatzierung im Rundfunk zulässig</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. in Kinofilmen, Filmen und Serien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung, die nicht vom Veranstalter selbst oder von einem mit dem Veranstalter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurden, sofern es sich nicht um Sendungen für Kinder handelt, oder 2. wenn kein Entgelt geleistet wird, sondern lediglich bestimmte Waren oder Dienstleistungen, wie Produktionshilfen und Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in einer Sendung kostenlos bereitgestellt werden, sofern es sich nicht um Nachrichten, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, Ratgeber- und Verbrauchersendungen, Sendungen für Kinder oder Übertragungen von Gottesdiensten handelt. <p>Keine Sendungen der leichten Unterhaltung sind insbesondere Sendungen, die neben unterhaltenden Elementen im</p>	<p>§ 15 wird gestrichen.⁶⁸</p>
---	---

⁶⁸ Vgl. nunmehr § 7 Abs. 8

Wesentlichen informierenden Charakter haben, Verbrauchersendungen und Ratgebersendungen mit Unterhaltungselementen.	
---	--

In Bezug auf § 16 Abs. 3 RStV bedarf es der Klärung, ob die Flexibilisierung des Art. 23 Abs. 1 AVMD-RL neu auch für diesen umgesetzt werden soll.

§§ 16a bis 16e RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

§ 16f Richtlinien	§ 16f Richtlinien
<p>Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF erlassen Richtlinien zur Durchführung der §§ 7, 7a, 8, 8a, 15 und 16. In der Richtlinie zu § 8a sind insbesondere die Bedingungen zur Teilnahme Minderjähriger näher zu bestimmen. Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF stellen hierzu das Benehmen mit den Landesmedienanstalten her und führen einen gemeinsamen Erfahrungsaustausch in der Anwendung dieser Richtlinien durch. In der Richtlinie zu § 7 Abs. 7 und § 15 ist näher zu bestimmen, unter welchen Voraussetzungen, in welchen Formaten und in welchem Umfang unentgeltliche Produktplatzierung stattfinden kann, wie die Unabhängigkeit der Produzenten und Redaktionen gesichert und eine ungebührliche Herausstellung des Produkts vermieden wird. Sätze 1 bis 4 gelten für die Richtlinien des Deutschlandradios zu § 8a entsprechend.</p>	<p>Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF erlassen Richtlinien zur Durchführung der §§ 7, 7a, 8, 8a (...) ⁶⁹ und 16. In der Richtlinie zu § 8a sind insbesondere die Bedingungen zur Teilnahme Minderjähriger näher zu bestimmen. Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF stellen hierzu das Benehmen mit den Landesmedienanstalten her und führen einen gemeinsamen Erfahrungsaustausch in der Anwendung dieser Richtlinien durch. In der Richtlinie zu § 7 Abs. 8 (...) ⁷⁰ ist näher zu bestimmen, (...) ⁷¹ wie die Unabhängigkeit der Produzenten und Redaktionen gesichert und eine ungebührliche Herausstellung des Produkts vermieden wird. Sätze 1 bis 4 gelten für die Richtlinien des Deutschlandradios zu § 8a entsprechend.</p>

⁶⁹ Die Bezugnahme auf § 15 wird gestrichen.

⁷⁰ Die Bezugnahme auf § 15 wird gestrichen.

⁷¹ Anpassung an § 7 Abs. 8 neu

--	--

§§ 17 bis 19 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

III. Abschnitt
Vorschriften für den privaten Rundfunk

1. Unterabschnitt
Grundsätze

§§ 20 bis 20b RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

Auch weiterhin enthält die AVMD-Richtlinie insbesondere keine Verpflichtung zu einer ex-ante-Kontrolle von Rundfunkveranstaltern im Rahmen eines Zulassungsverfahrens. Eine Einführung einer Regelung zu Bagatellrundfunk, hinsichtlich dessen die Zulassungspflicht entfallen würde, ist mithin nicht per se unionsrechtswidrig.

2. Unterabschnitt
Verfahrensrechtliche Vorschriften

§§ 21 bis 24 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

3. Unterabschnitt
Sicherung der Meinungsvielfalt

§§ 25 bis 34 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

4. Unterabschnitt
Organisation der Medienaufsicht, Finanzierung

§ 35 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

<p style="text-align: center;">§ 36 Zuständigkeiten, Aufgaben</p>	<p style="text-align: center;">§ 36 Zuständigkeiten, Aufgaben</p>
<p>(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. Sind nach Satz 1 mehrere Landesmedienanstalten zuständig, entscheidet die Landesmedienanstalt, die zuerst mit der Sache befasst worden ist. Zuständig in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 5 bis 7 und 9 sowie in den Fällen der Rücknahme oder des Widerrufs der Zulassung oder der Zuweisung ist die Landesmedienanstalt, die dem Veranstalter die Zulassung erteilt, die Zuweisung vorgenommen oder die Anzeige entgegengenommen hat.</p> <p>(2) Die ZAK ist für folgende Aufgaben zuständig:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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, 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 §§ 51a und 38 Abs. 3 Nr. 2 und Abs. 4 Nr. 2, soweit die GVK nicht nach Absatz 3 zuständig ist, 	<p>⁷²(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. Sind nach Satz 1 mehrere Landesmedienanstalten zuständig, entscheidet die Landesmedienanstalt, die zuerst mit der Sache befasst worden ist. Zuständig in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 5 bis 7 und 9 sowie in den Fällen der Rücknahme oder des Widerrufs der Zulassung oder der Zuweisung ist die Landesmedienanstalt, die dem Veranstalter die Zulassung erteilt, die Zuweisung vorgenommen oder die Anzeige entgegengenommen hat.</p> <p>⁷³(2) Die ZAK ist für folgende Aufgaben zuständig:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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, 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 §§ 51a und 38 Abs. 3 Nr. 2 und Abs. 4 Nr. 2, soweit die GVK nicht nach Absatz 3 zuständig ist,

⁷² Die nachfolgenden Regelungen zur örtlichen Zuständigkeit bedürfen ggf. Ergänzungen in Bezug auf die Regulierung von Videoplattformdiensten, Medienplattformen, Informationsintermediären und Benutzeroberflächen sowie mit Blick auf die Aufsicht über Anbieter mit Sitz im Ausland.

⁷³ Die nachfolgenden Regelungen zu Organzuständigkeiten bedürfen ggf. Ergänzungen in Bezug auf die Regulierung von Videoplattformdiensten, Medienplattformen, Informationsintermediären und Benutzeroberflächen.

<p>4. Anzeige des Plattformbetriebs nach § 52,</p> <p>5. Aufsicht über Plattformen nach § 51b Abs. 1 und 2 sowie §§ 52a bis f, soweit nicht die GVK nach Absatz 3 zuständig ist,</p> <p>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,</p> <p>7. Aufsichtsmaßnahmen gegenüber privaten bundesweiten Veranstaltern, soweit nicht die KEK nach Absatz 4 zuständig ist,</p> <p>8. Entscheidungen über die Zulassungspflicht nach § 20 Abs. 2; diese Entscheidungen trifft sie einvernehmlich,</p> <p>9. Befassung mit Anzeigen nach § 38 Abs. 1.</p> <p>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.</p> <p>(3) Die GVK ist zuständig für Auswahlentscheidungen bei den Zuweisungen von Übertragungskapazitäten nach § 51a Abs. 4 und für die Entscheidung über die Belegung von Plattformen nach § 52b Abs 4 Satz 4 und 6. Die ZAK unterrichtet die GVK fortlaufend über ihre Tätigkeit. Sie bezieht die GVK in grundsätzlichen Angelegenheiten, insbesondere bei der Erstellung von Satzungen und Richtlinienentwürfen, ein.</p>	<p>4. Anzeige des Plattformbetriebs nach § 52,</p> <p>5. Aufsicht über Plattformen nach § 51b Abs. 1 und 2 sowie §§ 52a bis f, soweit nicht die GVK nach Absatz 3 zuständig ist,</p> <p>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,</p> <p>7. Aufsichtsmaßnahmen gegenüber privaten bundesweiten Veranstaltern, soweit nicht die KEK nach Absatz 4 zuständig ist,</p> <p>8. Entscheidungen über die Zulassungspflicht nach § 20 Abs. 2; diese Entscheidungen trifft sie einvernehmlich,</p> <p>9. Befassung mit Informationen nach § 1 Abs. 5, soweit es sich um eine Information eines bundesweiten Anbieters von Mediendiensten handelt,</p> <p>10. Befassung mit Anzeigen nach § 38 Abs. 1.</p> <p>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.</p> <p>(3) Die GVK ist zuständig für die Befassung mit Berichten und Aktionsplänen nach § 3a Abs. 2 und 3 Satz 2, Auswahlentscheidungen bei den Zuweisungen von Übertragungskapazitäten nach § 51a Abs. 4 und für die Entscheidung über die Belegung von Plattformen nach § 52b Abs 4 Satz 4 und 6. Die ZAK unterrichtet die GVK fortlaufend über ihre Tätigkeit. Sie bezieht die GVK in grundsätzlichen Angelegenheiten, insbesondere bei</p>
--	---

<p>(4) Die KEK ist zuständig für die abschließende Beurteilung von Fragestellungen der Sicherung von Meinungsvielfalt im Zusammenhang mit der bundesweiten Veranstaltung von Fernsehprogrammen. Sie ist im Rahmen des Satzes 1 insbesondere zuständig für die Prüfung solcher Fragen bei der Entscheidung über eine Zulassung oder Änderung einer Zulassung, bei der Bestätigung von Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen als unbedenklich und bei Maßnahmen nach § 26 Abs. 4. Die KEK ermittelt die den Unternehmen jeweils zurechenbaren Zuschaueranteile.</p> <p>(5) Die Auswahl und Zulassung von Regionalfensterprogrammveranstaltern nach § 25 Abs. 4 und Fensterprogrammveranstaltern nach § 31 Abs. 4 sowie die Aufsicht über diese Programme obliegen dem für die Zulassung nicht bundesweiter Angebote zuständigen Organ der zuständigen Landesmedienanstalt. Bei Auswahl und Zulassung der Veranstalter nach Satz 1 ist zuvor das Benehmen mit der KEK herzustellen.</p> <p>(6) § 47 Abs. 3 Satz 1 bleibt unberührt.</p>	<p>der Erstellung von Satzungen und Richtlinienentwürfen, ein.</p> <p>(4) Die KEK ist zuständig für die abschließende Beurteilung von Fragestellungen der Sicherung von Meinungsvielfalt im Zusammenhang mit der bundesweiten Veranstaltung von Fernsehprogrammen. Sie ist im Rahmen des Satzes 1 insbesondere zuständig für die Prüfung solcher Fragen bei der Entscheidung über eine Zulassung oder Änderung einer Zulassung, bei der Bestätigung von Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen als unbedenklich und bei Maßnahmen nach § 26 Abs. 4. Die KEK ermittelt die den Unternehmen jeweils zurechenbaren Zuschaueranteile.</p> <p>(5) Die Auswahl und Zulassung von Regionalfensterprogrammveranstaltern nach § 25 Abs. 4 und Fensterprogrammveranstaltern nach § 31 Abs. 4 sowie die Aufsicht über diese Programme obliegen dem für die Zulassung nicht bundesweiter Angebote zuständigen Organ der zuständigen Landesmedienanstalt. Bei Auswahl und Zulassung der Veranstalter nach Satz 1 ist zuvor das Benehmen mit der KEK herzustellen.</p> <p>⁷⁴</p>
--	--

§§ 37 bis 40 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie⁷⁵

5. Unterabschnitt Programmgrundsätze, Sendezeit für Dritte

⁷⁴ § 36 Abs. 6 ist als Folgeänderung zur Aufhebung des § 47 zu streichen.

⁷⁵ Das Auslaufen der Infrastruktur-Förderklausel in § 40 Abs. 1 Unterabs. 2 RStV am 31. Dezember 2020 könnte Anknüpfungspunkt für eine Diskussion zu zukünftigen Fördermöglichkeiten seitens der Landesmedienanstalten sein.

§§ 41, 42 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

6. Unterabschnitt Finanzierung, Werbung, Teleshopping

§ 43 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

§ 44 Zulässige Produktplatzierung	§ 44 wird gestrichen.⁷⁶
<p>Abweichend von § 7 Abs. 7 Satz 1 ist Produktplatzierung im Rundfunk zulässig</p> <ol style="list-style-type: none">1. in Kinofilmen, Filmen und Serien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung, sofern es sich nicht um Sendungen für Kinder handelt, oder2. wenn kein Entgelt geleistet wird, sondern lediglich bestimmte Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen und Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung kostenlos bereitgestellt werden, sofern es sich nicht um Nachrichten, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, Ratgeber- und Verbrauchersendungen, Sendungen für Kinder oder Übertragungen von Gottesdiensten handelt. <p>Keine Sendungen der leichten Unterhaltung sind insbesondere Sendungen, die neben unterhaltenden Elementen im Wesentlichen informierenden Charakter haben, Verbrauchersendungen und Ratgebersendungen mit Unterhaltungselementen sowie Sendungen in Regionalfensterprogrammen und Fensterprogrammen nach § 31.</p>	

⁷⁶ Vgl. nunmehr § 7 Abs. 8

§ 45 Dauer der Fernsehwerbung	§ 45 Dauer der Fernsehwerbung
<p>(1) Der Anteil an Sendezeit für Fernsehwerbespots und Teleshopping-Spots innerhalb einer Stunde darf 20 vom Hundert nicht überschreiten. Satz 1 gilt nicht für Produktplatzierungen und Sponsorhinweise.</p>	<p>(1) Der Anteil an Sendezeit für Fernsehwerbespots und Teleshopping-Spots in der Zeit zwischen 6:00 Uhr und 18.00 Uhr darf 20 vom Hundert nicht überschreiten. Der Anteil an Sendezeit für Fernsehwerbespots und Teleshopping-Spots in der Zeit zwischen 18:00 Uhr und 00.00 Uhr darf 20 vom Hundert nicht überschreiten.⁷⁷ Satz 1 gilt nicht für Produktplatzierungen, Sponsorhinweise und neutrale Einzelbilder zwischen redaktionellen Inhalten und Fernsehwerbespots oder Teleshopping-Spots sowie zwischen einzelnen Spots.⁷⁸</p>
<p>(2) Hinweise des Rundfunkveranstalters auf eigene Programme und Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Programmen und Sendungen abgeleitet sind, unentgeltliche Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit einschließlich von Spendenaufrufen zu Wohlfahrtszwecken sowie gesetzliche Pflichthinweise gelten nicht als Werbung.</p>	<p>(2) Hinweise des Rundfunkveranstalters auf eigene Programme und Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Programmen und Sendungen abgeleitet sind, Hinweise auf Programme und audiovisuelle Mediendienste anderer Unternehmen derselben Rundfunkgruppe,⁷⁹ unentgeltliche Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit einschließlich von Spendenaufrufen zu Wohlfahrtszwecken sowie gesetzliche Pflichthinweise gelten nicht als Werbung.</p>
<p>(3) Die Absätze 1 und 2 sowie § 7a gelten nicht für reine Werbekanäle.</p>	<p>(3) Die Absätze 1 und 2 sowie § 7a gelten nicht für reine Werbekanäle.</p>

§ 45a RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

⁷⁷ Umsetzung von Art. 23 Abs. 1 AVMD-RL neu

⁷⁸ Umsetzung von Art. 23 Abs. 2 Buchst. b) bis d) AVMD-RL neu

⁷⁹ Umsetzung von Art. 23 Abs. 2 Buchst. a) AVMD-RL neu

§ 46 Richtlinien	§ 46 Richtlinien
<p>Die Landesmedienanstalten erlassen gemeinsame Satzungen oder Richtlinien zur Durchführung der §§ 7, 7a, 8, 8a, 44, 45 und 45a; in der Satzung oder Richtlinie zu § 8a sind insbesondere die Ahndung von Verstößen und die Bedingungen zur Teilnahme Minderjähriger näher zu bestimmen. Sie stellen hierbei das Benehmen mit den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und dem ZDF her und führen einen gemeinsamen Erfahrungsaustausch in der Anwendung dieser Richtlinien durch.</p>	<p>Die Landesmedienanstalten erlassen gemeinsame Satzungen oder Richtlinien zur Durchführung der §§ 7, 7a, 8, 8a, (...) ⁸⁰ 45 und 45a; in der Satzung oder Richtlinie zu § 8a sind insbesondere die Ahndung von Verstößen und die Bedingungen zur Teilnahme Minderjähriger näher zu bestimmen. Sie stellen hierbei das Benehmen mit den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und dem ZDF her und führen einen gemeinsamen Erfahrungsaustausch in der Anwendung dieser Richtlinien durch.</p>

§ 46a RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

7. Unterabschnitt Datenschutz

Der Unterabschnitt sollte nach der erfolgten Aufhebung des § 47 RStV seinerseits ebenfalls aufgehoben werden.

IV. Abschnitt Revision, Ordnungswidrigkeiten

§§ 48 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

⁸⁰ Die Bezugnahme auf § 44 wird gestrichen.

<p style="text-align: center;">§ 49 Ordnungswidrigkeiten</p>	<p style="text-align: center;">§ 49 Ordnungswidrigkeiten⁸¹</p>
<p>(1) Ordnungswidrig handelt, wer als Veranstalter von bundesweit verbreitetem privaten Rundfunk vorsätzlich oder fahrlässig</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Großereignisse entgegen § 4 Abs. 1 oder 3 verschlüsselt und gegen besonderes Entgelt ausstrahlt, 2. entgegen § 7 Abs. 3 Satz 2 in der Werbung oder im Teleshopping Techniken zur unterschweligen Beeinflussung einsetzt, 3. entgegen § 7 Abs. 3 Satz 3 Werbung und Teleshopping nicht dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Sendungsteilen absetzt, 4. entgegen § 7 Abs. 4 eine Teilbelegung des ausgestrahlten Bildes mit Werbung vornimmt, ohne die Werbung vom übrigen Programm eindeutig optisch zu trennen und als solche zu kennzeichnen, 5. entgegen § 7 Abs. 5 Satz 2 eine Dauerwerbesendung nicht kennzeichnet, 6. entgegen § 7 Abs. 6 Satz 1 virtuelle Werbung in Sendungen oder beim Teleshopping einfügt, 7. entgegen § 7 Abs. 7 Satz 1 Schleichwerbung, Themenplatzierung oder entsprechende Praktiken betreibt, 8. entgegen § 7 Abs. 7 Satz 1 Produktplatzierung betreibt, soweit diese nicht nach § 44 zulässig ist, 	<p>(1) Ordnungswidrig handelt, wer als Veranstalter von bundesweit verbreitetem privaten Rundfunk vorsätzlich oder fahrlässig</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Großereignisse entgegen § 4 Abs. 1 oder 3 verschlüsselt und gegen besonderes Entgelt ausstrahlt, 2. entgegen § 7 Abs. 3 Satz 2 in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation Techniken zur unterschweligen Beeinflussung einsetzt, 3. entgegen § 7 Abs. 3 Satz 3 Werbung und Teleshopping nicht dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Sendungsteilen absetzt, 4. entgegen § 7 Abs. 4 eine Teilbelegung des ausgestrahlten Bildes mit Werbung vornimmt, ohne die Werbung vom übrigen Programm eindeutig optisch zu trennen und als solche zu kennzeichnen, 5. entgegen § 7 Abs. 5 Satz 2 eine Dauerwerbesendung nicht kennzeichnet, 6. entgegen § 7 Abs. 6 Satz 1 virtuelle Werbung in Sendungen oder beim Teleshopping einfügt, 7. entgegen § 7 Abs. 7 Schleichwerbung, Themenplatzierung oder entsprechende Praktiken betreibt, 8. entgegen § 7 Abs. 8 Satz 1 Produktplatzierung in Nachrichtensendungen, Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen,

⁸¹ Neben den nachfolgend aufgezeigten Änderungen erscheinen Ergänzungen in Bezug auf die Regelungen zu Videoplattformdiensten, Medienplattformen, Informationsintermediäre und Benutzeroberflächen nicht zuletzt auch aus Gründen der Systemgerechtigkeit prüfungsbedürftig.

<p>9. entgegen § 7 Absatz 7 Satz 3 oder 4 auf eine Produktplatzierung nicht eindeutig hinweist,</p> <p>10. entgegen § 7 Abs. 9 Werbung oder Teleshopping politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art verbreitet,</p> <p>11. entgegen § 7a Abs. 1 Übertragungen von Gottesdiensten oder Sendungen für Kinder durch Werbung oder Teleshopping-Spots unterbricht,</p> <p>12. entgegen den in § 7a Abs. 3 genannten Voraussetzungen Sendungen durch Werbung oder Teleshopping unterbricht,</p> <p>13. entgegen § 8 Abs. 1 Satz 1 nicht zu Beginn oder am Ende der gesponserten Sendung auf den Sponsor hinweist,</p> <p>14. gemäß § 8 Abs. 3 bis 6 unzulässig gesponserte Sendungen verbreitet,</p> <p>15. entgegen § 9 Abs. 1 Satz 2 der Informationspflicht nicht nachkommt,</p> <p>16. entgegen § 9 b Abs. 2 die dort genannten Informationen im Rahmen des Gesamtangebots nicht leicht, unmittelbar und ständig zugänglich macht,</p> <p>17. entgegen § 20 Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 2 Satz 1 ohne Zulassung Rundfunkprogramme veranstaltet,</p> <p>18. entgegen § 20 b Satz 1 und 2 Hörfunkprogramme ausschließlich im Internet verbreitet und dies der zuständigen Landesmedienanstalt nicht oder nicht vollständig anzeigt,</p>	<p>Sendungen religiösen Inhalts oder Kindersendungen betreibt,</p> <p>9. entgegen § 7 Abs. 8 Satz 2 die Anforderungen an Produktplatzierung in Sendungen und sonstigen Inhalten von audiovisuellen Mediendiensten nicht erfüllt,</p> <p>10. entgegen § 7 Absatz 8 Satz 3 oder 4 auf eine Produktplatzierung nicht eindeutig hinweist,</p> <p>11. entgegen § 7 Abs. 10 Werbung oder Teleshopping politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art verbreitet,</p> <p>12. entgegen § 7a Abs. 1 Übertragungen von Gottesdiensten oder Sendungen für Kinder durch Werbung oder Teleshopping-Spots unterbricht,</p> <p>13. entgegen den in § 7a Abs. 3 genannten Voraussetzungen Sendungen durch Werbung oder Teleshopping unterbricht,</p> <p>14. entgegen § 8 Abs. 1 Satz 1 nicht zu Beginn oder am Ende der gesponserten Sendung auf den Sponsor hinweist,</p> <p>15. gemäß § 8 Abs. 3 bis 6 unzulässig gesponserte Sendungen verbreitet,</p> <p>16. entgegen § 9 Abs. 1 Satz 2 der Informationspflicht nicht nachkommt,</p> <p>17. entgegen § 9 b Abs. 2 die dort genannten Informationen im Rahmen des Gesamtangebots nicht leicht, unmittelbar und ständig zugänglich macht,</p> <p>18. entgegen § 20 Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 2 Satz 1 ohne Zulassung Rundfunkprogramme veranstaltet,</p> <p>19. entgegen § 20 b Satz 1 und 2 Hörfunkprogramme ausschließlich im Internet verbreitet und dies der zuständigen Landesmedienanstalt nicht oder nicht vollständig anzeigt,</p>
---	--

<p>19. entgegen § 23 Abs. 2 nicht fristgemäß die Aufstellung der Programmbezugsquellen der zuständigen Landesmedienanstalt vorlegt,</p> <p>20. entgegen § 34 Satz 2 die bei ihm vorhandenen Daten über Zuschaueranteile auf Anforderung der KEK nicht zur Verfügung stellt,</p> <p>21. entgegen § 45 Abs. 1 die zulässige Dauer der Werbung überschreitet,</p> <p>22. entgegen § 45a Abs. 1 Satz 1 Tele-shopping-Fenster verbreitet, die keine Mindestdauer von 15 Minuten ohne Unterbrechung haben oder entgegen § 45a Abs. 1 Satz 2 Tele-shopping-Fenster verbreitet, die nicht optisch und akustisch klar als solche gekennzeichnet sind.</p>	<p>20. entgegen § 23 Abs. 2 nicht fristgemäß die Aufstellung der Programmbezugsquellen der zuständigen Landesmedienanstalt vorlegt,</p> <p>21. entgegen § 34 Satz 2 die bei ihm vorhandenen Daten über Zuschaueranteile auf Anforderung der KEK nicht zur Verfügung stellt,</p> <p>22. entgegen § 45 Abs. 1 die zulässige Dauer der Werbung überschreitet,</p> <p>23. entgegen § 45a Abs. 1 Satz 1 Tele-shopping-Fenster verbreitet, die keine Mindestdauer von 15 Minuten ohne Unterbrechung haben oder entgegen § 45a Abs. 1 Satz 2 Tele-shopping-Fenster verbreitet, die nicht optisch und akustisch klar als solche gekennzeichnet sind.</p>
<p>Ordnungswidrig handelt auch, wer</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. entgegen § 21 Abs. 6 eine Änderung der maßgeblichen Umstände nach Antragstellung oder nach Erteilung der Zulassung nicht unverzüglich der zuständigen Landesmedienanstalt mitteilt, 2. entgegen § 21 Abs. 7 nicht unverzüglich nach Ablauf eines Kalenderjahres der zuständigen Landesmedienanstalt gegenüber eine Erklärung darüber abgibt, ob und inwieweit innerhalb des abgelaufenen Ka- 	<p>Ordnungswidrig handelt auch, wer</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. entgegen § 1 Abs. 5 die zuständige Landesmedienanstalt nicht über Änderungen unterrichtet, die die Feststellung der Rechtshoheit berühren könnten, 2. entgegen § 3 Abs. 2 der zuständigen Landesmedienanstalt nicht regelmäßig über die Durchführung der in § 3 Absatz 1 genannten Maßnahmen berichtet, 3. entgegen § 21 Abs. 6 eine Änderung der maßgeblichen Umstände nach Antragstellung oder nach Erteilung der Zulassung nicht unverzüglich der zuständigen Landesmedienanstalt mitteilt, 4. entgegen § 21 Abs. 7 nicht unverzüglich nach Ablauf eines Kalenderjahres der zuständigen Landesmedienanstalt gegenüber eine Erklärung darüber abgibt, ob und inwieweit innerhalb des abgelaufenen Ka-

<p>lenderjahres bei den nach § 28 maßgeblichen Beteiligungs- und Zurechnungstatbeständen eine Veränderung eingetreten ist,</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. entgegen § 23 Abs. 1 seinen Jahresabschluss samt Anhang und Lagebericht nicht fristgemäß erstellt und bekannt macht, 4. entgegen § 29 Satz 1 es unterlässt, geplante Veränderungen anzumelden, 5. einer Satzung nach § 46 Satz 1 in Verbindung mit § 8a zuwiderhandelt, soweit die Satzung für einen bestimmten Tatbestand auf diese Bußgeldvorschrift verweist, 6. entgegen § 51b Abs. 2 Satz 1 oder 3 die Weiterverbreitung von Fernsehprogrammen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig anzeigt und die Anzeige nicht durch den Plattformanbieter vorgenommen wurde, 7. entgegen § 52 Abs. 3 Satz 1 oder 2 den Betrieb einer Plattform mit Rundfunk und vergleichbaren Telemedien nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig anzeigt, 8. entgegen § 52a Abs. 3 Satz 1 und 2 ohne Zustimmung des jeweiligen Rundfunkveranstalters dessen Programm oder vergleichbare Telemedien inhaltlich und technisch verändert oder einzelne Rundfunkprogramme oder Inhalte in Programmpakete aufnimmt oder in anderer Weise entgeltlich oder unentgeltlich vermarktet, 9. entgegen § 52b Abs. 1 oder § 52b Abs. 2 Satz 2, 3 oder 4 die erforderlichen Übertragungskapazitäten für die zu verbreitenden Programme nicht oder in nicht ausreichendem 	<p>lenderjahres bei den nach § 28 maßgeblichen Beteiligungs- und Zurechnungstatbeständen eine Veränderung eingetreten ist,</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. entgegen § 23 Abs. 1 seinen Jahresabschluss samt Anhang und Lagebericht nicht fristgemäß erstellt und bekannt macht, 6. entgegen § 29 Satz 1 es unterlässt, geplante Veränderungen anzumelden, 7. einer Satzung nach § 46 Satz 1 in Verbindung mit § 8a zuwiderhandelt, soweit die Satzung für einen bestimmten Tatbestand auf diese Bußgeldvorschrift verweist, 8. entgegen § 51b Abs. 2 Satz 1 oder 3 die Weiterverbreitung von Fernsehprogrammen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig anzeigt und die Anzeige nicht durch den Plattformanbieter vorgenommen wurde, 9. entgegen § 52 Abs. 3 Satz 1 oder 2 den Betrieb einer Plattform mit Rundfunk und vergleichbaren Telemedien nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig anzeigt, 10. entgegen § 52a Abs. 3 Satz 1 und 2 ohne Zustimmung des jeweiligen Rundfunkveranstalters dessen Programm oder vergleichbare Telemedien inhaltlich und technisch verändert oder einzelne Rundfunkprogramme oder Inhalte in Programmpakete aufnimmt oder in anderer Weise entgeltlich oder unentgeltlich vermarktet, 11. entgegen § 52b Abs. 1 oder § 52b Abs. 2 Satz 2, 3 oder 4 die erforderlichen Übertragungskapazitäten für die zu verbreitenden Programme nicht oder in nicht ausreichendem
---	---

<p>Umfang oder nicht zu den vorgesehenen Bedingungen zur Verfügung stellt oder</p> <p>entgegen § 52b Abs. 4 Satz 3 oder Satz 6 die Belegung oder die Änderung der Belegung von Plattformen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig anzeigt,</p> <p>10. entgegen § 52c Abs. 1 Satz 2 durch die Verwendung eines Zugangsberechtigungssystems oder eines Systems nach § 52c Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 oder durch Schnittstellen für Anwendungsprogramme oder durch sonstige technische Vorgaben zu § 52c Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 bis 3 gegenüber Herstellern digitaler Rundfunkempfangsgeräte Anbieter von Rundfunk oder vergleichbarer Telemedien einschließlich elektronischer Programmführer bei der Verbreitung ihrer Angebote unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt,</p> <p>entgegen § 52c Abs. 2 Satz 1 oder 2 die Verwendung oder Änderung eines Zugangsberechtigungssystems oder eines Systems nach § 52c Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 oder einer Schnittstelle für Anwendungsprogramme oder die Entgelte hierfür nicht unverzüglich anzeigt oder</p> <p>entgegen § 52c Abs. 2 Satz 3 der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte nicht erteilt,</p> <p>11. entgegen § 52d Satz 1 Anbieter von Programmen oder vergleichbaren Telemedien durch die Ausgestaltung der Entgelte oder Tarife unbillig behindert oder gegenüber gleich-</p>	<p>Umfang oder nicht zu den vorgesehenen Bedingungen zur Verfügung stellt oder</p> <p>entgegen § 52b Abs. 4 Satz 3 oder Satz 6 die Belegung oder die Änderung der Belegung von Plattformen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig anzeigt,</p> <p>12. entgegen § 52c Abs. 1 Satz 2 durch die Verwendung eines Zugangsberechtigungssystems oder eines Systems nach § 52c Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 oder durch Schnittstellen für Anwendungsprogramme oder durch sonstige technische Vorgaben zu § 52c Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 bis 3 gegenüber Herstellern digitaler Rundfunkempfangsgeräte Anbieter von Rundfunk oder vergleichbarer Telemedien einschließlich elektronischer Programmführer bei der Verbreitung ihrer Angebote unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt,</p> <p>entgegen § 52c Abs. 2 Satz 1 oder 2 die Verwendung oder Änderung eines Zugangsberechtigungssystems oder eines Systems nach § 52c Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 oder einer Schnittstelle für Anwendungsprogramme oder die Entgelte hierfür nicht unverzüglich anzeigt oder</p> <p>entgegen § 52c Abs. 2 Satz 3 der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte nicht erteilt,</p> <p>13. entgegen § 52d Satz 1 Anbieter von Programmen oder vergleichbaren Telemedien durch die Ausgestaltung der Entgelte oder Tarife unbillig behindert oder gegenüber gleich-</p>
---	---

<p>artigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt oder</p> <p>entgegen § 52d Satz 3 Entgelte oder Tarife für Angebote nach § 52b Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 2 Satz 2 nicht oder nicht vollständig offenlegt,</p> <p>12. entgegen § 52e Abs. 1 Satz 1 der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen die erforderlichen Unterlagen nicht vorlegt,</p> <p>13. entgegen § 55 Abs. 1 bei Telemedien den Namen oder die Anschrift oder bei juristischen Personen den Namen oder die Anschrift des Vertretungsberechtigten nicht oder nicht richtig verfügbar hält,</p> <p>14. entgegen § 55 Abs. 2 bei Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten einen Verantwortlichen nicht oder nicht richtig angibt,</p> <p>15. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 3 Satz 2 in der Werbung oder im Teleshopping Techniken zur unterschwelligem Beeinflussung einsetzt,</p> <p>16. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 3 Satz 3 Werbung und Teleshopping nicht dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Angebotsteilen absetzt,</p> <p>17. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 6 Satz 1 virtuelle Werbung in seine Angebote einfügt,</p> <p>18. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 4 das verbreitete Bewegtbildangebot durch die Einblendung von Werbung ergänzt, ohne die Werbung eindeutig optisch zu</p>	<p>artigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt oder</p> <p>entgegen § 52d Satz 3 Entgelte oder Tarife für Angebote nach § 52b Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 2 Satz 2 nicht oder nicht vollständig offenlegt,</p> <p>14. entgegen § 52e Abs. 1 Satz 1 der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen die erforderlichen Unterlagen nicht vorlegt,</p> <p>15. entgegen § 55 Abs. 1 bei Telemedien den Namen oder die Anschrift oder bei juristischen Personen den Namen oder die Anschrift des Vertretungsberechtigten nicht oder nicht richtig verfügbar hält,</p> <p>16. entgegen § 55 Abs. 2 bei Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten einen Verantwortlichen nicht oder nicht richtig angibt,</p> <p>17. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 3 Satz 2 in der Werbung oder im Teleshopping Techniken zur unterschwelligem Beeinflussung einsetzt,</p> <p>18. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 3 Satz 3 Werbung und Teleshopping nicht dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Angebotsteilen absetzt,</p> <p>19. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 6 Satz 1 virtuelle Werbung in seine Angebote einfügt,</p> <p>20. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 4 das verbreitete Bewegtbildangebot durch die Einblendung von Werbung ergänzt, ohne die Werbung eindeutig optisch zu</p>
---	---

<p>trennen und als solche zu kennzeichnen,</p> <p>19. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 5 Satz 2 ein Bewegtbildangebot nicht als Dauerwerbung kennzeichnet,</p> <p>20. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 7 Satz 1 Schleichwerbung, Themenplatzierung oder entsprechende Praktiken betreibt,</p> <p>21. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 7 Satz 1 Produktplatzierung betreibt, soweit diese nicht nach den §§ 15 oder § 44 zulässig ist,</p> <p>22. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Absatz 7 Satz 3 oder 4 auf eine Produktplatzierung nicht eindeutig hinweist,</p> <p>23. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 9 Werbung oder Teleshopping politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art verbreitet,</p> <p>24. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7a Abs. 1 in das Bewegtbildangebot eines Gottesdienstes oder in die Bewegtbildangebote für Kinder Werbung oder Teleshopping-Spots integriert,</p> <p>25. entgegen den in § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7a Abs. 3 genannten Voraussetzungen in Bewegtbildangebote Werbung und Teleshopping integriert,</p> <p>26. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 8 Abs. 1 Satz 1 bei einem gesponsorten Bewegtbildangebot nicht auf den Sponsor hinweist,</p> <p>27. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 8 Abs. 3 bis 6 unzulässig gesponsorte Bewegtbildangebote verbreitet,</p>	<p>trennen und als solche zu kennzeichnen,</p> <p>21. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 5 Satz 2 ein Bewegtbildangebot nicht als Dauerwerbung kennzeichnet,</p> <p>22. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 7 Satz 1 Schleichwerbung, Themenplatzierung oder entsprechende Praktiken betreibt,</p> <p>23. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 7 Satz 1 Produktplatzierung betreibt, soweit diese nicht nach den §§ 15 oder § 44 zulässig ist,</p> <p>24. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Absatz 7 Satz 3 oder 4 auf eine Produktplatzierung nicht eindeutig hinweist,</p> <p>25. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 9 Werbung oder Teleshopping politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art verbreitet,</p> <p>26. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7a Abs. 1 in das Bewegtbildangebot eines Gottesdienstes oder in die Bewegtbildangebote für Kinder Werbung oder Teleshopping-Spots integriert,</p> <p>27. entgegen den in § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7a Abs. 3 genannten Voraussetzungen in Bewegtbildangebote Werbung und Teleshopping integriert,</p> <p>28. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 8 Abs. 1 Satz 1 bei einem gesponsorten Bewegtbildangebot nicht auf den Sponsor hinweist,</p> <p>29. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 8 Abs. 3 bis 6 unzulässig gesponsorte Bewegtbildangebote verbreitet,</p>
---	---

<p>28. entgegen einer vollziehbaren Anordnung durch die zuständige Aufsichtsbehörde nach §59 Abs. 3 Satz 2, auch in Verbindung mit Absatz 4 Satz 1 ein Angebot nicht sperrt, oder</p> <p>29. entgegen § 59 Abs. 7 Satz 3 Angebote gegen den Abruf durch die zuständige Aufsichtsbehörde sperrt.</p> <p>Weitere landesrechtliche Bestimmungen über Ordnungswidrigkeiten bleiben unberührt.</p> <p>(2) Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße von bis zu 500.000,- Euro, im Falle des Absatz 1 Satz 2 Nr. 13 und 14 mit einer Geldbuße bis zu 50 000 Euro und im Falle des Absatz 1 Satz 2 Nr. 28 und 29 mit einer Geldbuße bis zu 250 000 Euro geahndet werden.</p> <p>(3) Zuständige Verwaltungsbehörde im Sinne des § 36 Abs. 1 Nr. 1 des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten ist die Landesmedienanstalt des Landes, in dem die Zulassung erteilt oder beantragt wurde, soweit nicht nach Landesrecht für die Ahndung von Ordnungswidrigkeiten nach Absatz 1 Satz 2 Nr. 13 bis 29 eine andere Behörde als zuständige Verwaltungsbehörde bestimmt ist. Über die Einleitung eines Verfahrens hat die zuständige Verwaltungsbehörde die übrigen Landesmedienanstalten unverzüglich zu unterrichten. Soweit ein Verfahren nach dieser Vorschrift in mehreren Ländern eingeleitet wurde, stimmen sich die beteiligten Behörden über die Frage ab, welche Behörde das Verfahren fortführt.</p>	<p>30. entgegen einer vollziehbaren Anordnung durch die zuständige Aufsichtsbehörde nach §59 Abs. 3 Satz 2, auch in Verbindung mit Absatz 4 Satz 1 ein Angebot nicht sperrt, oder</p> <p>31. entgegen § 59 Abs. 7 Satz 3 Angebote gegen den Abruf durch die zuständige Aufsichtsbehörde sperrt.</p> <p>Weitere landesrechtliche Bestimmungen über Ordnungswidrigkeiten bleiben unberührt.</p> <p>(2) Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße von bis zu 500.000,- Euro, im Falle des Absatz 1 Satz 2 Nr. 15 und 16 mit einer Geldbuße bis zu 50 000 Euro und im Falle des Absatz 1 Satz 2 Nr. 30 und 31 mit einer Geldbuße bis zu 250 000 Euro geahndet werden.</p> <p>(3) Zuständige Verwaltungsbehörde im Sinne des § 36 Abs. 1 Nr. 1 des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten ist die Landesmedienanstalt des Landes, in dem die Zulassung erteilt oder beantragt wurde [, soweit nicht nach Landesrecht für die Ahndung von Ordnungswidrigkeiten nach Absatz 1 Satz 2 Nr. 13 bis 29 eine andere Behörde als zuständige Verwaltungsbehörde bestimmt ist.]⁸²Über die Einleitung eines Verfahrens hat die zuständige Verwaltungsbehörde die übrigen Landesmedienanstalten unverzüglich zu unterrichten. Soweit ein Verfahren nach dieser Vorschrift in mehreren Ländern eingeleitet wurde, stimmen sich die beteiligten Behörden über die Frage ab, welche Behörde das Verfahren fortführt.</p>
---	--

⁸² Streichung für den Fall der staatsvertraglichen Verankerung einer allgemeinen Telemedien-Aufsicht der Landesmedienanstalten

<p>(4) Die Landesmedienanstalt des Landes, die einem Veranstalter eines bundesweit verbreiteten Rundfunkprogramms die Zulassung erteilt hat, kann bestimmen, dass Beanstandungen nach einem Rechtsverstoß gegen Regelungen dieses Staatsvertrages sowie rechtskräftige Entscheidungen in einem Ordnungswidrigkeitsverfahren nach Absatz 1 von dem betroffenen Veranstalter in seinem Rundfunkprogramm verbreitet werden. Inhalt und Zeitpunkt der Bekanntgabe sind durch diese Landesmedienanstalt nach pflichtgemäßem Ermessen festzulegen. Absatz 3 Satz 2 und 3 gilt entsprechend.</p> <p>(5) Die Verfolgung der in Absatz 1 genannten Ordnungswidrigkeiten verjährt in sechs Monaten.</p>	<p>(4) Die Landesmedienanstalt des Landes, die einem Veranstalter eines bundesweit verbreiteten Rundfunkprogramms die Zulassung erteilt hat, kann bestimmen, dass Beanstandungen nach einem Rechtsverstoß gegen Regelungen dieses Staatsvertrages sowie rechtskräftige Entscheidungen in einem Ordnungswidrigkeitsverfahren nach Absatz 1 von dem betroffenen Veranstalter in seinem Rundfunkprogramm verbreitet werden. Inhalt und Zeitpunkt der Bekanntgabe sind durch diese Landesmedienanstalt nach pflichtgemäßem Ermessen festzulegen. Absatz 3 Satz 2 und 3 gilt entsprechend.</p> <p>(5) Die Verfolgung der in Absatz 1 genannten Ordnungswidrigkeiten verjährt in sechs Monaten.</p>
---	---

V. Abschnitt (neu)
Videoplattformdienste

	<p style="text-align: center;">§ 49a Videoplattformdienste</p> <p>(1) ⁸³Videoplattformanbieter treffen geeignete Maßnahmen, um</p> <p>(a) Minderjährige vor Sendungen, von Nutzern erstellten Videos und audiovisueller kommerzieller Kommunikation zu schützen, die deren körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung beeinträchtigen können. Diese Inhalte dürfen nur so zur Verfügung gestellt, dass Minderjährige sie normalerweise nicht hören oder</p>
--	--

⁸³ Der nachfolgende Regelungsvorschlag, der Art. 28a Abs. 1 AVMD-Richtlinie-neu umsetzen soll, könnte auch in den JMStV überführt werden.

	<p>sehen können. Zu diesen Maßnahmen, die in einem angemessenen Verhältnis zum potenziellen Schaden des Inhalts stehen müssen, können die Wahl des Sendezeitpunkts, Altersverifikationsinstrumente oder andere technische Maßnahmen gehören. § 4 Absatz 1 des Jugendmedienschutzstaatsvertrages bleibt unberührt;</p> <p>(b) die Öffentlichkeit vor Sendungen, von Nutzern erstellten Videos und audiovisueller kommerzieller Kommunikation zu schützen,</p> <p>(aa) in denen zu Gewalt oder Hass gegen eine Gruppe von Personen oder gegen ein Mitglied einer solchen Gruppe wegen des Geschlechts, der Rasse, der Hautfarbe, der ethnischen oder sozialen Herkunft, der genetischen Merkmale, der Sprache, der Religion oder der Weltanschauung, der politischen oder sonstigen Anschauung, der Zugehörigkeit zu einer nationalen Minderheit, des Vermögens, der Geburt, einer Behinderung, des Alters, der sexuellen Ausrichtung oder der Staatsangehörigkeit aufgestachelt wird;</p> <p>(bb) die Inhalte enthalten, deren Verbreitung eine nach dem Unionsrecht strafbare Handlung darstellt, nämlich</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. die öffentliche Aufforderung zur Begehung einer terroristischen Straftat im Sinne von Artikel 5 der Richtlinie (EU) 2017/541, 2. Straftaten im Zusammenhang mit Kinderpornografie im Sinne von Art. 5 Abs. 4 der Richtlinie
--	---

	<p>2011/93/EU des Europäischen Parlaments und des Rates sowie</p> <p>3. Straftaten im Zusammenhang mit Rassismus und Fremdenfeindlichkeit im Sinne von Art. 1 des Rahmenbeschlusses 2008/913/JHA.</p> <p>(2) In Bezug auf audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von Videoplattformanbietern vermarktet, verkauft oder vermittelt wird, gilt § 7 Abs. 1 und 3 Satz 1 und 2 sowie Absatz 7 1. Alternative entsprechend.⁸⁴</p> <p><i>Hinweis: Im Übrigen liegt es zur Umsetzung des Art. 28a AVMD-Richtlinie-neu nahe, entsprechend Absatz 2 Unterabsatz 4 zur Umsetzung auf ein System der Selbst- und Ko-Regulierung und entsprechend Absatz 4 dieser Regelung zur Umsetzung auf ein System der Ko-Regulierung zu setzen.</i></p>
--	---

VI. Abschnitt Informationsintermediäre

Umsetzung der Ergebnisse der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz, namentlich zu Transparenzgeboten und Diskriminierungsverboten

⁸⁴ Umsetzung von Art. 28a Abs. 2 Unterabs. 1 AVMD-Richtlinie neu

VII. Abschnitt

Sonstige Medienplattformen, Benutzeroberflächen, Übertragungskapazitäten

§§ 50 bis 53b RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie⁸⁵

Änderungen in Umsetzung der Ergebnisse der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz bleiben unberührt.

VIII. Abschnitt

Telemedien

§§ 54 bis 57 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie⁸⁶

⁸⁵ Die Bereichsausnahmen in § 52 Abs. 1 erscheinen namentlich mit Blick auf Medienplattformen in offenen Netzen überarbeitungsbedürftig. Auch bei einer Regulierung von Benutzeroberflächen erscheint eine *de-minimis*-Regelung zweckmäßig.

Die Regelungen in § 52a „Regelungen für Plattformen“, in § 52b „Belegung von Plattformen“ und in § 52c „Technische Zugangsfreiheit“ tragen in ihrer derzeitigen Fassung erkennbar den Regulierungserfordernissen in Bezug auf Medienplattformen nicht mehr hinreichend Rechnung. Auch die Regelung zu Benutzeroberflächen in § 52c Abs. 1 Unterabs. 2 Nr. 3 RStV erscheint unzureichend und - im Wesentlichen und *mutatis mutandis* angelehnt an die für Medienplattformen bestehenden Regelungen - ergänzungsbedürftig.

Die in § 52e RStV geregelten Vorlagepflichten, die in § 52f RStV getroffene Regelung zu Maßnahmen durch die zuständige Landesmedienanstalt und die in § 53 RStV geregelte Satzungs- und Richtlinienermächtigung sind ggf. um Fragestellungen in Bezug auf Videoplattformdienste, Medienplattformen, Informationsintermediäre und Benutzeroberflächen zu erweitern.

Ggf. sind zudem die Regelungen in § 53b Abs. 2 RStV zum Zeitpunkt von Anzeigepflichten um solche für Anbieter von Videoplattformdiensten, Medienplattformen, Informationsintermediären und für Verantwortliche von Benutzeroberflächen zu ergänzen.

⁸⁶ Sinnvoll erscheint eine Ergänzung der Regelung zu Informationspflichten und –rechten bei Telemedien in § 55 RStV um eine Bestimmung zum Einsatz von social bots. Während ein generelles Verbot des Einsatzes solcher Mittel unverhältnismäßig sein dürfte, ist ein solches Verbot im Vorfeld von Wahlen erwägenswert; vgl. hierzu auch *Ukron*, Neue Formen politischer Kommunikation als Gegenstand einer positiven Ordnung 4.0. 10 Thesen zu Gunsten einer medienrechtlichen Regulierung des Einsatzes von *social bots* in der Form von *chat bots* in Wahlkämpfen, 2017 (abrufbar unter <https://www.medien-impulse.de/wp-content/uploads/2017/01/chat-bots-170110.pdf>).

§ 58 Werbung, Sponsoring, fernsehähnliche Telemedien, Gewinnspiele	§ 58 Werbung, Sponsoring, audiovisuelle Mediendienste auf Abruf , Gewinnspiele
(1) Werbung muss als solche klar erkennbar und vom übrigen Inhalt der Angebote eindeutig getrennt sein. In der Werbung dürfen keine unterschweligen Techniken eingesetzt werden.	(1) Werbung muss als solche klar erkennbar und vom übrigen Inhalt der Angebote eindeutig getrennt sein. In der Werbung dürfen keine unterschweligen Techniken eingesetzt werden.
(2) Für Sponsoring bei Fernsehtext gilt § 8 entsprechend.	(2) Für Sponsoring bei Fernsehtext gilt § 8 entsprechend.
(3) Für Telemedien mit Inhalten, die nach Form und Inhalt fernsehähnlich sind und die von einem Anbieter zum individuellen Abruf zu einem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und aus einem vom Anbieter festgelegten Inhaltekatalog bereitgestellt werden (audiovisuelle Mediendienste auf Abruf), <i>gilt</i> die §§ 7 und 8 entsprechend. Für Angebote nach § 2 Abs. 3 Nummer 5 gelten zusätzlich die §§ 4 bis 6, 7a und 45 entsprechend.	(3) Für audiovisuelle Mediendienste auf Abruf gelten die §§ 7 und 8 entsprechend. Für Angebote nach § 2 Abs. 8 Nummer 5 gelten zusätzlich die §§ 4 bis 6, 7a und 45 entsprechend.
(4) Für Gewinnspiele in vergleichbaren Telemedien (Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind) gilt § 8a entsprechend.	(4) Für Gewinnspiele in vergleichbaren Telemedien (Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind) gilt § 8a entsprechend.

§§ 59 bis 61 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

VII. Abschnitt Übergangs- und Schlussvorschriften

§ 62 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie⁸⁷

⁸⁷ Eine Änderung in § 59 Abs. 2 RStV zur Herstellung einer einheitliche Zuständigkeit der Landesmedienanstalten für die allgemeine Telemedienaufsicht wird schon seit längerem diskutiert.

<p>§ 63 Übergangsbestimmung für Produktplatzierungen</p>	<p>§ 63 Übergangsbestimmung für Produktplatzierungen</p>
<p>§ 7 Abs. 7 und die §§ 15 und 44 gelten nicht für Sendungen, die vor dem 19. Dezember 2009 produziert wurden.</p>	<p>§ 7 Abs. 8 gilt nicht für Sendungen, die vor dem 19. Dezember 2009 produziert wurden.</p>

§§ 64, 65 RStV: Kein Änderungsbedarf auf der Grundlage der novellierten AVMD-Richtlinie

In Bezug auf neue Medienakteure wie die Anbieter von Videoplattformdiensten i.S. der AVMD-Richtlinie sowie von Medienplattformen und Informationsintermediären sowie die Verantwortlichen von Benutzeroberflächen ist zudem auch eine Regelung in Anlehnung an § 59 Abs. 6 RStV zur Klärung der örtlichen Zuständigkeit der Aufsichtsbehörde (sinnvoll und auch verfassungsrechtlich naheliegend erscheint insofern eine Zuständigkeit der Landesmedienanstalten) naheliegend.