

Technologieneutral. Passgenau. Zukunftssicher.

# Der neue Medienstaatsvertrag

Mit dem am 07. November 2020 in Kraft getretenen Vertrag wird der Rundfunkstaatsvertrag abgelöst. Grund für die Erneuerung sind die Digitalisierung und die damit verbundenen Änderungen der Medienlandschaft mit neuen Anbietenden und ihren digitalen Angeboten.

Der neue Medienstaatsvertrag ist ein wichtiger Schritt zur Angleichung der Wettbewerbsverhältnisse zwischen klassischen Medienanbietern (Rundfunk und Fernsehen) und neuen Internetplayern. Neue Regeln gelten z. B. für Gatekeeper wie OTT-Plattformen<sup>1</sup> und Gerätehersteller; Medienplattformen müssen ihre Zugangsbedingungen offenlegen. Medienintermediäre sind verpflichtet, die Auffindbarkeit von Inhalten zu verbessern.

#### Lesen Sie auf den folgenden Seiten

- Warum brauchen wir einen Medienstaatsvertrag?
- Welche „neuen“ Anbietenden sind betroffen?
- Welche neuen Regeln und Pflichten gibt es?
- Was hat sich bei der AVMD-Richtlinie geändert?
- Was hat sich beim Rundfunk geändert?
- Welche Änderungen sind zu erwarten?

<sup>1</sup> OTT-Dienste (Over-the-top) wie z. B. Netflix, Amazon Prime

## Der Medienstaatsvertrag sichert zusammen mit dem Telemediengesetz und den Landespressegesetzen den Zugang zu Meinungsbildungsrelevanten Inhalten in Deutschland

### Warum brauchen wir einen Medienstaatsvertrag?

Das zentrale Anliegen ist es, Meinungsvielfalt und kommunikative Chancengleichheit in der Bundesrepublik Deutschland zu gewährleisten. Im Gegensatz zu früher kann heute jede\*r zu einem Medienproduzenten und Medienanbieter werden. Auch in einer zunehmend von Algorithmen gesteuerten Kommunikationswelt muss der Zugang zu vielfältigen Informationen und Ansichten gewährleistet sein.

Daher ist es nicht mehr zeitgemäß, den Schwerpunkt auf den Rundfunk (Radio und TV) zu legen. Der neue Medienstaatsvertrag ist technologieoffen und beendet die Ära des Rundfunkstaatsvertrags, der insgesamt 23 Mal aktualisiert wurde.

### Digitale Akteure werden zu Gatekeepern

Das Informationsverhalten der Menschen hat sich geändert. Heute sind Suchmaschinen und soziale Netzwerke oft der erste Weg zu Nachrichten und zu aktueller politischer Information. Google, Youtube und Facebook agieren dabei zunehmend als Gatekeeper. Algorithmen und der Einsatz künstlicher Intelligenz haben dabei nicht nur positive Auswirkungen auf die freie Meinungsbildung.

### Welche „neuen“ Anbietenden sind betroffen?

Neben dem Rundfunk (Radio- und TV-Sender) werden folgende Anbietenden im Medienstaatsvertrag adressiert:

#### → Medienintermediäre

Medienintermediäre sind Onlinedienste, die journalistisch-redaktionelle Angebote Dritter aggregieren, selektieren und allgemein zugänglich machen, ohne diese zu einem Gesamtangebot zusammenzufassen.

#### → Medienplattformen

Im Gegensatz zu den Medienintermediären kuratieren Medienplattformen bewusst eigene und fremde Inhalte zu einem abgeschlossenen Angebot.

#### → Benutzeroberflächen

Benutzeroberflächen bieten eine Übersicht über Angebote oder Inhalte einzelner oder mehrerer Medienplattformen zur Orientierung/Auswahl von Angeboten, Inhalten oder softwarebasierten Anwendungen, die vor allem die unmittelbare Ansteuerung von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien ermöglicht.

#### → Video-Sharingdienste

Ein Videosharing-Dienst stellt Fernsehsendungen bzw. nutzergenerierte Videos zur Verfügung.

### Welche neuen Regeln und Pflichten gibt es?

#### → Medienintermediäre

Diese müssen die Kriterien, die über Zugang und Verbleib eines Inhalts auf ihrem Angebot entscheiden, leicht auffindbar öffentlich machen. Wenn sie auf die Wahrnehmbarkeit von journalistisch-redaktionellen Inhalten besonders großen Einfluss haben, dürfen sie Inhalteanbieter nicht diskriminieren. Plattformen wie Facebook, Twitter und Google, die keine eigenen Inhalte anbieten, haben die Pflicht, verbreitete Inhalte entsprechend der geltenden journalistischen Grundsätze auf ihren Wahrheitsgehalt zu überprüfen.

#### → Kennzeichnungspflicht für Bots

Werden Inhalte, Beiträge oder Chats z. B. durch Bots (automatisierte Computerprogramme) erstellt, müssen diese Inhalte entsprechend gekennzeichnet sein. So soll verhindert werden, dass Nutzern eine menschliche Identität vorgegaukelt wird.

#### → Angabe eines inhaltlich Verantwortlichen

Alle Medien müssen einen inhaltlich Verantwortlichen mit seinem Namen, Vornamen und Adresse angeben. Der Verantwortliche muss seinen ständigen Aufenthalt in Deutschland haben und unbeschränkt strafrechtlich verfolgt werden können.

#### → Zulassungspflicht für Streamer

Streaming-Angebote benötigen ab 20.000 gleichzeitigen Nutzern über einen durchschnittlichen Zeitraum von sechs Monaten eine Rundfunklizenz.

#### → Erweiterung der Einhaltung anerkannter journalistischer Grundsätze

Künftig soll die Einhaltung anerkannter journalistischer Grundsätze auf einen besonders bedeutungsbildungsrelevanten Kreis von Telemedienanbietern, nämlich Anbieter von journalistisch-redaktionell gestalteten Telemedien, die regelmäßig Nachrichten oder politische Informationen im Netz verbreiten, erweitert werden. Verstöße werden durch die Landesmedienanstalten geahndet.

### Was hat sich bei der AVMD-Richtlinie geändert?

Die überarbeiteten Vorschriften der Richtlinie für Audiovisuelle Mediendienste (AVMD) nehmen auch Video-Sharing-Plattformen in den Anwendungsbereich auf.

#### → Anpassung des JMStV

Mitverantwortung der Video-Sharing-Plattformen für Jugend- und Menschenwürdeschutz

#### → Stärkung barrierefreier Angebote

Gilt für Rundfunk, Streamingdienste, Medienplattformen und Medienintermediäre

#### → Stärkung der Konkurrenzfähigkeit europäischer Anbieter

Mehr Flexibilität für private Anbieter im Bereich Werbung

### Was hat sich beim Rundfunk geändert?

Der Medienstaatsvertrag liberalisiert das bisherige Zulassungsverfahren und engt gleichzeitig den bisherigen Rundfunkbegriff ein. Dabei wird grundsätzlich an der Zulassungspflicht für herkömmliche, mit personellem Aufwand journalistisch-redaktionell gestaltete Rundfunkprogramme festgehalten.

Eine Bagatell-Regelung für Streaming-Anbieter mit geringer Reichweite (weniger als 20.000 gleichzeitige Nutzer im Durchschnitt von sechs Monaten) wird den bürokratischen Aufwand bei User-generated-Content auf Plattformen wie YouTube und Twitch auf ein absolut notwendiges Maß beschränken.

### Welche Änderungen sind zu erwarten?

Der Medienstaatsvertrag teilt den Landesmedienanstalten viele neue Aufgaben zu. Wie diese genau umzusetzen sind, müssen die Landesmedienanstalten in ihren Satzungen definieren. Das kann entscheidenden Einfluss auf die Auswirkung des Gesetzes haben, z. B. wie genau müssen Kriterien für die Darstellungen in Suchmaschinen oder auf Benutzeroberflächen angegeben werden?

#### Weitere absehbare Änderungen

- Die Bundesländer werden Bestimmungen zur Barrierefreiheit einführen.
- Zudem haben sie erklärt, beim Jugendmedienschutz neue Wege gehen zu wollen und das Medienkonzentrationsrecht erneut in den Blick zu nehmen.
- Ob und wie weit eine Abschaffung der Zulassungspflicht, z. B. zugunsten einer abgestuften Anzeigepflicht, möglich ist, soll in einem weiteren Schritt geprüft werden.

Weitere Impulse für die Regulierung von Plattformen, über die u. a. auch Medieninhalte verbreitet werden, sind vom sogenannten DSA-Paket (Digital Markets Act und Digital Service Act) der Europäischen Kommission zu erwarten. Vorschläge für eine Verordnung über digitale Dienste im Binnenmarkt (Reform der 20 Jahre alten E-Commerce-Richtlinie) und ein neues Wettbewerbsinstrument für digitale Märkte können auch für die künftige Medienordnung in Deutschland maßgebliche Impulse setzen.

### Medienstaatsvertrag / Meilensteine

- 2016 Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz
- 2016 Erster Entwurf eines Medienstaatsvertrags  
Novelle der AVMD-Richtlinie
- 2019 Onlinebeteiligung / öffentliche Debatte zum überarbeiteten Entwurf mit über 1.300 Eingaben  
Beschlussfassung der Ministerpräsident\*innen
- 2020 In-Kraft-Treten am 07. November 2020  
122 Paragraphen / rund 100 Seiten

Ansprechpartner  
Dr. Peter J. Thelen  
T 089-551 78-333  
peter.thelen@vbw-bayern.de

Herausgeber  
vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V.  
Max-Joseph-Straße 5  
80333 München  
www.vbw-bayern.de

© vbw April 2021

Konzeption und Realisation  
gr\_consult gmbh  
vbw@gr-consult.net

Bildnachweis  
Getty Images: Seite 1