Diskussionsentwurf für einen

„Medienstaatsvertrag“

Stand: Juli 2019

Rundfunkkommission der Länder

www.rundfunkkommission.rlp.de

Wichtige Hinweise zum Umgang mit der Synopse:

- Es handelt sich um einen Arbeitsentwurf. Abstimmungsbedarf besteht insbesondere noch zu den in eckige Klammern gesetzten Regelungen.
- Die möglichen Änderungen sind (soweit möglich) den einzelnen Regelungsbereichen nach dem folgenden Farbschema zuzuordnen: **Rundfunkbegriff**, **Plattformregulierung**, **Intermediäre**, **Video-Sharing-Dienste**, **Werbung** und **Jugendmedienschutz,** **regionale/lokale Journalismusförderung** und **weitere Änderungen zur Umsetzung der AVMD-Richtlinie**.
- Folgeänderungen, Nummerierungen und Verweise sind noch nicht durchgängig berücksichtigt.
- In nicht aufgeführten Paragraphen und Absätzen sind keine Änderungen vorgesehen (redaktionelle Folgeänderungen ausgenommen).
- In der zweiten und dritten Spalte („Vorschlag im Rahmen der Onlinebeteiligung“ und „Überarbeiteter Vorschlag der Rundfunkkommission“) sind nur diejenigen Absätze eines Paragraphen aufgeführt, in denen Änderungen gegenüber der geltenden Rechtslage (linke Spalte) vorgesehen sind. Taucht ein Absatz nur in der linken Spalte auf, soll er also unverändert bleiben. Soll ein Absatz oder Teile davon gestrichen werden, ist dieser jeweils durchgestrichen aufgeführt.
- Die in der zweiten und dritten Spalte dargestellten Änderungsvorschläge beziehen sich beide gleichermaßen auf die Veränderungen gegenüber dem gesetzlichen Status Quo. Die Anpassungen im überarbeiteten Vorschlag (3. Spalte) sind also nicht gesondert gegenüber dem ersten Diskussionsvorschlag (2. Spalte) hervorgehoben.
- Die Umsetzung der Art. 2 Abs. 5a, 5b, 28a und 28b sowie die Regelung der besonderen Vorgaben für Tabak- und Heilmittelwerbung erfolgen auch im Bundesrecht.
- Stellungnahmen richten Sie bitte bis zum **9. August 2019** in elektronischer Form an **rundfunkkommission@stk.rlp.de**.

RStV (i.d.F. des 22. RÄStV)	Vorschlag im Rahmen der Onlinebeteiligung (Juni bis September 2018)	Überarbeiteter Vorschlag der Rundfunkkommission (Juli 2019)
I. Abschnitt – Allgemeine Vorschriften		
§ 1 Anwendungsbereich		
(1) Dieser Staatsvertrag gilt für die Veranstaltung und Verbreitung von Rundfunk in Deutschland in einem dualen Rundfunksystem; für Telemedien gelten nur der IV. bis VI. Abschnitt sowie § 20 Abs. 2.	(1) Dieser Staatsvertrag gilt für die Veranstaltung, Verbreitung **und Zugänglichmachung** von Rundfunk in Deutschland in einem dualen Rundfunksystem; für Telemedien gelten nur der IV. bis **VII**. Abschnitt sowie § 20 Abs. 2.	(1) Dieser Staatsvertrag gilt für die Veranstaltung **und das Angebot, die** Verbreitung **und die Zugänglichmachung** von Rundfunk **und Telemedien** in Deutschland in einem dualen Rundfunksystem; für Telemedien gelten nur der IV. bis **VIII**. Abschnitt ~~**sowie § 20 Abs. 2**~~.
(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.		
(3) Für Fernsehveranstalter gelten dieser Staatsvertrag und die landesrechtlichen Vorschriften, wenn sie in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen sind.		(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		Ein Fernsehveranstalter gilt als in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen, wenn
1. die Hauptverwaltung in Deutschland liegt und die redaktionellen Entscheidungen über das Programm dort getroffen werden,		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		2. die Hauptverwaltung in Deutschland liegt und die **redaktionellen** Entscheidungen über das Programm in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union getroffen werden, jedoch

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 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

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.

(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

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.

a) ein **erheblicher** Teil mit der **Durchführung programmbezogenen Tätigkeiten** betrauten Personals in Deutschland tätig ist oder

b) ein wesentlicher Teil des mit der **Ausübung sendungsbezogener Tätigkeiten** betrauten Personals sowohl in Deutschland als auch dem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union tätig ist oder

c) ein wesentlicher Teil des mit **sendungsbezogenen Tätigkeiten** betrauten Personals weder in Deutschland noch dem anderen 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

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 **Durchführung programmbezogenen Tätigkeiten** betrauten Personals ist in Deutschland tätig.

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.

(5) Dieser Staatsvertrag und die landesrechtlichen Vorschriften gelten nicht für Programme von Fernsehveranstaltern, die

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.

(6) Die Bestimmungen des I. und III. Abschnitts dieses Staatsvertrages gelten für Teleshoppingkanäle nur, sofern dies ausdrücklich bestimmt ist.

(7) Für Medienplattformen, Medienintermediäre und Benutzeroberflächen gilt dieser Staatsvertrag, soweit sie zur Nutzung in Deutschland bestimmt sind. Medienplattformen, Medienintermediäre oder Benutzeroberflächen sind dann als zur Nutzung in Deutschland bestimmt anzusehen, wenn sie sich in der Gesamtschau, insbesondere durch die verwendete Sprache, die angebotenen Inhalte oder Marketingaktivitäten, an Nutzer in der Bundesrepublik Deutschland richten oder in der Bundesrepublik Deutschland einen nicht unwesentlichen Teil ihrer Refinanzierung erzielen.

(7) Für Medienintermediäre, Medienplattformen, und Benutzeroberflächen gilt dieser Staatsvertrag, soweit sie zur Nutzung in Deutschland bestimmt sind. Medienintermediäre, Medienplattformen, oder Benutzeroberflächen sind dann als zur Nutzung in Deutschland bestimmt anzusehen, wenn sie sich in der Gesamtschau, insbesondere durch die verwendete Sprache, die angebotenen Inhalte oder Marketingaktivitäten, an Nutzer in der Bundesrepublik Deutschland richten oder in der Bundesrepublik Deutschland einen nicht unwesentlichen Teil ihrer Refinanzierung erzielen. Für die Zwecke des VII. Abschnitts gilt dieser Staatsvertrag für Video-Sharing-

Dienste im Anwendungsbereich der Richtlinie (EU) 2010/13/EU, in der Fassung der Richtlinie (EU) 2018/1808/EU, wenn sie nach den Vorschriften des Telemediengesetzes des Bundes in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen sind; im Übrigen gilt Satz 1.

(8) Fernsehveranstalter sind verpflichtet, die nach Landesrecht zuständige Stelle über alle Änderungen zu informieren, die die Feststellung der Rechtshoheit nach den Absätzen 3 und 4 berühren könnten. Die Landesmedienanstalten erstellen eine Liste der der Rechtshoheit Deutschlands unterworfenen privaten Fernsehveranstalter, halten sie auf dem neuesten Stand und geben an, auf welchen der in den Absätzen 3 und 4 genannten Kriterien die Rechtshoheit beruht. Die Liste und alle Aktualisierungen dieser Liste werden der Europäischen Kommission mitsamt der Liste der öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstalter übermittelt.

§ 2 Begriffsbestimmungen

(1) Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist die für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendeplans unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen. Der Begriff schließt Angebote ein, die verschlüsselt verbreitet werden oder gegen besonderes Entgelt empfangbar sind. Telemedien sind alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, soweit sie nicht Telekommunikationsdienste nach § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes sind, die ganz in der Übertragung von Signalen über Telekommunikationsnetze bestehen oder telekommunikationsgestützte Dienste nach § 3 Nr. 25 des Telekommunikationsgesetzes oder Rundfunk nach Satz 1 und 2 sind.

(1) Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist die für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von **journalistisch-redaktionell gestalteten** Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendeplans **mittels Telekommunikation.** Der Begriff schließt Angebote ein, die verschlüsselt verbreitet werden oder gegen besonderes Entgelt empfangbar sind. Telemedien sind alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, soweit sie nicht Telekommunikationsdienste nach § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes sind, die ganz in der Übertragung von Signalen über Telekommunikationsnetze bestehen oder telekommunikationsgestützte Dienste nach § 3 Nr. 25 des Telekommunikationsgesetzes oder Rundfunk nach Satz 1 und 2 sind.

(1) Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist die für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von **journalistisch-redaktionell gestalteten** Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendeplans **mittels Telekommunikation.** Der Begriff schließt Angebote ein, die verschlüsselt verbreitet werden oder gegen besonderes Entgelt empfangbar sind. Telemedien sind alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, soweit sie nicht Telekommunikationsdienste nach § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes sind, die ganz in der Übertragung von Signalen über Telekommunikationsnetze bestehen oder telekommunikationsgestützte Dienste nach § 3 Nr. 25 des Telekommunikationsgesetzes oder Rundfunk nach Satz 1 und 2 sind.

(2) Im Sinne dieses Staatsvertrages ist

1. Rundfunkprogramm eine nach einem Sendeplan zeitlich geordnete Folge von Inhalten,

1a. Sendeplan die auf Dauer angelegte, vom Veranstalter bestimmte und vom Nutzer nicht veränderbare Festlegung der inhaltlichen und zeitlichen Abfolge von Sendungen,

2. Sendung ein inhaltlich zusammenhängender, geschlossener, zeitlich begrenzter Teil eines Rundfunkprogramms,

2. Sendung ein unabhängig von seiner Länge inhaltlich zusammenhängender, geschlossener, zeitlich begrenzter Einzelbestandteil eines Sendeplans (Rundfunksendung) oder Katalogs (Abrufsendung),

3. Vollprogramm ein Rundfunkprogramm mit vielfältigen Inhalten, in welchem Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung einen wesentlichen Teil des Gesamtprogramms bilden,

4. Spartenprogramm ein Rundfunkprogramm mit im wesentlichen gleichartigen Inhalten,

5. Satellitenfensterprogramm ein zeitlich begrenztes Rundfunkprogramm mit bundesweiter Verbreitung im Rahmen eines weiterreichenden Programms (Hauptprogramm),

~~**5. Satellitenfensterprogramm ein zeitlich begrenztes Rundfunkprogramm mit bundesweiter Verbreitung im Rahmen eines weiterreichenden Programms (Hauptprogramm),**~~

~~**5. Satellitenfensterprogramm ein zeitlich begrenztes Rundfunkprogramm mit bundesweiter Verbreitung im Rahmen eines weiterreichenden Programms (Hauptprogramm),**~~

6. Regionalfensterprogramm ein zeitlich und räumlich begrenztes Rundfunkprogramm mit im wesentlichen regionalen Inhalten Rahmen eines Hauptprogramms,

7a. Werbung jede Äußerung, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dient und gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung im Rundfunk oder in ei-

7. Werbung jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die im Rundfunk von einem öffentlich-rechtlichen oder einem privaten Veranstalter oder einer natürlichen Person entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern. § 7 Abs. 9 bleibt unberührt,

8. Schleichwerbung die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Sendungen, wenn sie vom Veranstalter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und mangels Kennzeichnung die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zweckes dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als zu Werbezwecken beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt,

9. Sponsoring jeder Beitrag einer natürlichen oder juristischen Person oder einer Personenvereinigung, die an Rundfunktätigkeiten oder an der Produktion audiovisueller Werke nicht beteiligt ist, zur direkten oder indirekten Finanzierung einer Sendung, um den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild der Person oder Personenvereinigung, ihre Tätigkeit oder ihre Leistungen zu fördern,

nem Telemedium aufgenommen ist. Werbung ist insbesondere Rundfunkwerbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung; §§ 7 Abs. 9 und 58 Abs. 2 bleiben unberührt,

7**b**. **Rundfunkw**erbung jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die im Rundfunk von einem öffentlich-rechtlichen oder einem privaten Veranstalter oder einer natürlichen Person entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern~~**. § 7 Abs. 9 bleibt unberührt**~~,

9. Sponsoring jeder Beitrag einer natürlichen oder juristischen Person oder einer Personenvereinigung, die an Rundfunktätigkeiten**, der Bereitstellung von rundfunkähnlichen Telemedien oder Video-Sharing-Diensten** oder an der Produktion audiovisueller Werke nicht beteiligt ist, zur direkten oder indirekten Finanzierung **von Rundfunkprogrammen, rundfunkähnlichen Telemedien, Video-Sharing-Diensten, nutzergenierten Videos oder** einer Sendung, um den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild der Person oder Personenvereinigung, ihre Tätigkeit oder ihre Leistungen zu fördern,

10. Teleshopping die Sendung direkter Angebote an die Öffentlichkeit für den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt in Form von Teleshoppingkanälen, -fenstern und -spots,		
11. Produktplatzierung die gekennzeichnete Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken, Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Sendungen gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung mit dem Ziel der Absatzförderung. Die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen ist Produktplatzierung, sofern die betreffende Ware oder Dienstleistung von bedeutendem Wert ist,		11. Produktplatzierung **jede Form der Werbung, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder die entsprechende Marke einzubeziehen oder darauf Bezug zu nehmen, sodass diese innerhalb einer Sendung oder eines nutzergenerierten Videos erscheinen**. Die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen ist Produktplatzierung, sofern die betreffende Ware oder Dienstleistung von bedeutendem Wert ist,
12. Programmbouquet die Bündelung von Programmen und Diensten, die in digitaler Technik unter einem elektronischen Programmführer verbreitet werden,	**12. rundfunkähnliches Telemedium ein Telemedium mit Inhalten, die nach Form und Inhalt hörfunk- oder fernsehähnlich sind und die aus einem von einem Anbieter festgelegten Inhaltekatalog zum individuellen Abruf zu einem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt bereitgestellt werden; Inhalte sind insbesondere Hörspiele, Spielfilme, Serien, Reportagen, Dokumentationen, Unterhaltungs-, Informations- oder Kindersendungen**,	**12. rundfunkähnliches Telemedium ein Telemedium mit Inhalten, die nach Form und Gestaltung hörfunk- oder fernsehähnlich sind und die aus einem von einem Anbieter festgelegten Katalog zum individuellen Abruf zu einem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt bereitgestellt werden (Audio- und audiovisuelle Mediendienste auf Abruf); Inhalte sind insbesondere Hörspiele, Spielfilme, Serien, Reportagen, Dokumentationen, Unterhaltungs-, Informations- oder Kindersendungen**,
13. Anbieter einer Plattform, wer auf digitalen Übertragungskapazitäten oder digitalen Datenströmen Rundfunk und vergleichbare Telemedien (Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind) auch von Dritten mit dem Ziel zusammenfasst, diese Angebote als Gesamtangebot zugänglich zu machen oder wer über die Auswahl für die Zusammenfassung entscheidet; Plattformanbieter ist nicht, wer Rundfunk oder vergleichbare Telemedien ausschließlich vermarktet,	**13. Medienplattform jeder Dienst, soweit er Rundfunk oder rundfunkähnliche Telemedien zu einem vom Anbieter bestimmten Gesamtangebot zusammenfasst. Die Zusammenfassung von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien ist auch die Zusammenfassung von softwarebasierten Anwendungen, welche im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Diensten im Sinne des Satz 1 dienen. Keine Medienplattformen in diesem Sinne sind**	**13. Medienplattform jeder Dienst, soweit er Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien oder Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 zu einem vom Anbieter bestimmten Gesamtangebot zusammenfasst. Die Zusammenfassung von Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien oder Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 ist auch die Zusammenfassung von softwarebasierten Anwendungen, welche im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien, Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1**

		oder Diensten im Sinne des Satz 1 dienen. Keine Medienplattformen in diesem Sinne sind
	a) Angebote, die analog über eine Kabelanlage verbreitet werden;	a) Angebote, die analog über eine Kabelanlage verbreitet werden;
	b) das Gesamtangebot von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien, welches ausschließlich in der inhaltlichen Verantwortung einer oder mehrerer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten oder eines privaten Anbieters von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien oder von Unternehmen, deren Programme ihm nach § 28 zuzurechnen sind, stehen; Inhalte aus nach § 25 Abs. 4 aufgenommenen Fensterprogrammen oder Drittsendezeiten im Sinne des § 31 sind unschädlich,	b) das Gesamtangebot von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 , welches ausschließlich in der inhaltlichen Verantwortung einer oder mehrerer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten oder eines privaten Anbieters von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 oder von Unternehmen, deren Programme ihm nach § 28 zuzurechnen sind, stehen; Inhalte aus nach § 25 Abs. 4 aufgenommenen Fensterprogrammen oder Drittsendezeiten im Sinne des § 31 sind unschädlich,
	13 a. Benutzeroberfläche die textlich, bildlich oder akustisch vermittelte Übersicht über Angebote oder Inhalte einzelner oder mehrerer Medienplattformen, die der Orientierung dient und unmittelbar die Auswahl von Angeboten, Inhalten oder softwarebasierten Anwendungen ermöglicht. Benutzeroberfläche sind insbesondere	13 a. Benutzeroberfläche die textlich, bildlich oder akustisch vermittelte Übersicht über Angebote oder Inhalte einzelner oder mehrerer Medienplattformen, die der Orientierung dient und unmittelbar die Auswahl von Angeboten, Inhalten oder softwarebasierten Anwendungen, welche im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 dienen, ermöglicht. Benutzeroberflächen sind insbesondere
	a) Angebots- oder Programmübersichten einer Medienplattform;	a) Angebots- oder Programmübersichten einer Medienplattform;
	b) Angebots- oder Programmübersichten, die nicht zugleich Teil einer Medienplattform sind;	b) Angebots- oder Programmübersichten, die nicht zugleich Teil einer Medienplattform sind;
	c) Oberflächen auf gerätegebundenen Medienplattformen, soweit sie Programmübersichten oder eine Orientierung über softwarebasierte Anwendungen, die im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien dienen, geben.	c) visuelle oder akustische Präsentationen auch gerätegebundener Medienplattformen, sofern sie die Funktion nach Satz 1 erfüllen.

	13 b. Medienintermediär jedes Telemedium, das auch journalistisch-redaktionelle Angebote Dritter aggregiert, selektiert und allgemein zugänglich präsentiert, ohne diese zu einem Gesamtangebot zusammenzufassen. [Insbesondere sind Medienintermediäre **a) Suchmaschinen,** **b) Soziale Netzwerke,** **c) App Portale,** **d) User Generated Content Portale,** **e) Blogging Portale,** **f) News Aggregatoren.]**	**13 b. Medienintermediär jedes Telemedium, das auch journalistisch-redaktionelle Angebote Dritter aggregiert, selektiert und allgemein zugänglich präsentiert, ohne diese zu einem Gesamtangebot zusammenzufassen,**
14. Rundfunkveranstalter, wer ein Rundfunkprogramm unter eigener inhaltlicher Verantwortung anbietet,		
	14 a. Anbieter rundfunkähnlicher Telemedien, wer über die Auswahl der Inhalte entscheidet und die inhaltliche Verantwortung trägt,	**14 a. Anbieter rundfunkähnlicher Telemedien, wer über die Auswahl der Inhalte entscheidet und die inhaltliche Verantwortung trägt,**
	14 b. Anbieter einer Medienplattform, wer die Verantwortung für die Auswahl der Angebote einer Medienplattform trägt,	**14 b. Anbieter einer Medienplattform, wer die Verantwortung für die Auswahl der Angebote einer Medienplattform trägt,**
	14 c. Anbieter einer Benutzeroberfläche, wer über die Gestaltung der Übersicht abschließend entscheidet,	**14 c. Anbieter einer Benutzeroberfläche, wer über die Gestaltung der Übersicht abschließend entscheidet,**
	14 d. Anbieter eines Medienintermediärs, wer die Verantwortung für die Aggregation, Selektion und allgemein zugängliche Präsentation von Inhalten trägt,	**14 d. Anbieter eines Medienintermediärs, wer die Verantwortung für die Aggregation, Selektion und allgemein zugängliche Präsentation von Inhalten trägt,**
		14 e. Video-Sharing-Dienst ein Telemedium, bei dem der Hauptzweck des Dienstes oder eines trennbaren Teils des Dienstes oder eine wesentliche Funktion des Dienstes darin besteht, Sendungen mit bewegten Bildern oder nutzergenerierte Videos, für die der Diensteanbieter keine redaktionelle Verantwortung trägt, der Allgemeinheit bereitzustellen, wobei der Diensteanbieter die Organisation der Sendungen oder

15. unter Information insbesondere Folgendes zu verstehen: Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Information, Wirtschaft, Auslandsberichte, Religiöses, Sport, Regionales, Gesellschaftliches, Service und Zeitgeschichtliches,

16. unter Bildung insbesondere Folgendes zu verstehen: Wissenschaft und Technik, Alltag und Ratgeber, Theologie und Ethik, Tiere und Natur, Gesellschaft, Kinder und Jugend, Erziehung, Geschichte und andere Länder,

17. unter Kultur insbesondere Folgendes zu verstehen: Bühnenstücke, Musik, Fernsehspiele, Fernsehfilme und Hörspiele, bildende Kunst, Architektur, Philosophie und Religion, Literatur und Kino,

18. unter Unterhaltung insbesondere Folgendes zu verstehen: Kabarett und Comedy, Filme, Serien, Shows, Talk-Shows, Spiele, Musik,

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 journalis- tisch-redaktionell veranlasst

der nutzergenerierten Videos, auch mit automatischen Mitteln bestimmt,

14 f. Video-Sharing-Diensteanbieter, wer einen Video-Sharing-Dienst betreibt,

14 g. nutzergeneriertes Video eine von einem Nutzer erstellte Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die unabhängig von ihrer Länge einen Einzelbestandteil darstellt und die von diesem oder einem anderen Nutzer auf einen Video-Sharing-Dienst hochgeladen wird,

und journalistisch-redaktionell gestaltet sind, Bild, Ton, Bewegtbild, Text und internetspezifische Gestaltungsmittel enthalten können und diese miteinander verbinden.

(3) Kein Rundfunk sind Angebote, die

1. jedenfalls weniger als 500 potenziellen Nutzern zum zeitgleichen Empfang angeboten werden,

2. zur unmittelbaren Wiedergabe aus Speichern von Empfangsgeräten bestimmt sind,

3. ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen,

4. nicht journalistisch-redaktionell gestaltet sind oder

5. aus Sendungen bestehen, die jeweils gegen Einzelentgelt freigeschaltet werden.

(3) Kein Rundfunk sind Angebote, die

~~1. jedenfalls weniger als 500 potenziellen Nutzern zum zeitgleichen Empfang angeboten werden,~~

~~2. zur unmittelbaren Wiedergabe aus Speichern von Empfangsgeräten bestimmt sind,~~

~~3. ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen,~~

~~4. nicht journalistisch-redaktionell gestaltet sind oder~~

~~5.~~ aus Sendungen bestehen, die jeweils gegen Einzelentgelt freigeschaltet werden.

(3) Kein Rundfunk sind Angebote, die

~~1. jedenfalls weniger als 500 potenziellen Nutzern zum zeitgleichen Empfang angeboten werden,~~

~~2. zur unmittelbaren Wiedergabe aus Speichern von Empfangsgeräten bestimmt sind,~~

~~3. ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen,~~

~~4. nicht journalistisch-redaktionell gestaltet sind oder~~

~~5.~~ aus Sendungen bestehen, die jeweils gegen Einzelentgelt freigeschaltet werden.

§ 3 Allgemeine Grundsätze

(1) Die in der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF), das Deutschlandradio und alle Veranstalter bundesweit verbreiteter Rundfunkprogramme haben in ihren Angeboten 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.

(1) Die in der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF), das Deutschlandradio und alle Veranstalter bundesweit verbreiteter **privater** Rundfunkprogramme haben in ihren Angeboten 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.

(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.

(3) Die Veranstalter bundesweit verbreiteter privater Fernsehprogramme **erstatten der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt, die** in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF sowie das Deutschlandradio **ihren jeweiligen Aufsichtsgremien alle drei Jahre, beginnend mit dem 1. November 2022 Bericht über die getroffenen Maßnahmen nach Absatz 2. Die Berichte werden anschließend der Europäischen Kommission übermittelt.**

o
o
o

§ 6 Europäische Produktionen, Eigen-, Auftrags- und Gemeinschaftsproduktionen

(1) Die Fernsehveranstalter tragen zur Sicherung von deutschen und europäischen Film- und Fernsehproduktionen als Kulturgut sowie als Teil des audiovisuellen Erbes bei.

(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.

(3) Fernsehvollprogramme sollen einen wesentlichen Anteil an Eigenproduktionen sowie Auftrags- und Gemeinschaftsproduktionen aus dem deutschsprachigen und europäischen Raum enthalten. Das gleiche gilt für

Fernsehspartenprogramme, soweit dies nach ihren inhaltlichen Schwerpunkten möglich ist.

(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.

§ 7 Werbegrundsätze, Kennzeichnungspflichten

(1) Werbung und Teleshopping dürfen nicht

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

4. Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit sowie in hohem Maße den Schutz der Umwelt gefährden.

(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.

(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 unterschwelligen Beeinflussung

(1) **Werbung darf** nicht

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

4. Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit sowie in hohem Maße den Schutz der Umwelt gefährden.

(2) **Rundfunkw**erbung ist Teil des Programms. **Rundfunkw**erbung 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.

(3) **Werbung muss** als solche leicht erkennbar und vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. In der **Werbung** dürfen keine Techniken der unterschwelligen Beeinflussung eingesetzt werden. Auch bei Einsatz neuer

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.

(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.

(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 während ihres gesamten Verlaufs als solche gekennzeichnet werden. Die Sätze 1 und 2 gelten auch für Teleshopping.

(6) Die Einfügung virtueller Werbung in Sendungen ist zulässig, wenn

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.

Andere Rechte bleiben unberührt. Satz 1 gilt auch für Teleshopping.

(7) Schleichwerbung, Produkt- und Themenplatzierung sowie entsprechende Praktiken sind unzulässig.

Soweit in den §§ 15 und 44 Ausnahmen zugelassen sind, muss Produktplatzierung folgende Voraussetzungen erfüllen:

Werbetechniken müssen **Rundfunkw**erbung und Teleshopping dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Sendungsteilen abgesetzt sein.

(4) Eine Teilbelegung des ausgestrahlten Bildes mit **Rundfunkw**erbung ist zulässig, wenn die **Rundfunkw**erbung vom übrigen Programm eindeutig optisch getrennt und als solche gekennzeichnet ist. Diese **Rundfunkw**erbung wird auf die Dauer der Spotwerbung nach §§ 16 und 45 angerechnet. § 7a Abs. 1 **[und 2 gelten]** entsprechend.

(7) Schleichwerbung**[,** ~~**Produkt**~~] und Themenplatzierung sowie entsprechende Praktiken sind unzulässig.

[Produktplatzierung ist gestattet, außer in Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts und Kindersendungen. Sendungen, die

1. Die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit hinsichtlich Inhalt und Sendeplatz müssen unbeeinträchtigt bleiben,

2. die Produktplatzierung 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 ent-

Produktplatzierung enthalten, müssen] folgende Voraussetzungen erfüllen:

1. Die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit hinsichtlich Inhalt und **Platzierung im Sendeplan** müssen unbeeinträchtigt bleiben,

2. die Produktplatzierung 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.

sprechend. Unentgeltliche Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit einschließlich von Spendenaufrufen zu Wohlfahrtszwecken gelten nicht als Werbung im Sinne von Satz 1. § 42 bleibt unberührt.

(10) Werbung und Teleshopping für alkoholische Getränke dürfen den übermäßigen Genuss solcher Getränke nicht fördern.

(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.

(12) Die Absätze 1 bis 11 gelten auch für Teleshoppingkanäle.

(11) Die nichtbundesweite Verbreitung von **Rundfunkw**erbung 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 **Rundfunkw**erbung oder andere Inhalte privater Veranstalter bedürfen einer gesonderten landesrechtlichen Zulassung; diese kann von gesetzlich zu bestimmenden inhaltlichen Voraussetzungen abhängig gemacht werden.

§ 7a Einfügung von Werbung und Teleshopping

(1) Übertragungen von Gottesdiensten sowie Sendungen für Kinder dürfen nicht durch Werbung oder Teleshopping-Spots unterbrochen werden.

[(1) Übertragungen von Gottesdiensten ~~**sowie Sendungen für Kinder**~~ dürfen nicht durch **Rundfunkw**erbung oder Teleshopping ~~**Spots**~~ unterbrochen werden.

(2) Die Übertragung von Kindersendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Rundfunkwerbung unterbrochen werden, sofern die Gesamtdauer der Sendung nach dem Sendeplan mehr als 30 Minuten beträgt. Die Übertragung von Teleshopping ist während Kindersendungen untersagt.]

(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.

(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.

(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 Staat gelten, ferner nicht, wenn mit dem betroffenen Staat Übereinkünfte auf diesem Gebiet geschlossen wurden.

(**3**) 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.

(**4**) 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.

(**5**) Richten sich **Rundfunkw**erbung 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 **Rundfunkw**erbung oder das Teleshopping strenger sind als jene Vorschriften, die in dem betreffenden Staat gelten, ferner nicht, wenn mit dem betroffenen Staat Übereinkünfte auf diesem Gebiet geschlossen wurden.

§ 8 Sponsoring

(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;

(1) **Auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung muss eindeutig hingewiesen werden;**

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.

(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.

(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.

(4) Sendungen dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.

(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.

(6) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden. In Kindersendungen und Sendungen religiösen Inhalts ist das Zeigen von Sponsorenlogos untersagt.

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.

(2) Inhalt **eines gesponserten Rundfunkprogramms oder einer gesponserten Sendung** und Programmplatz einer ~~gesponserten~~ Sendung dürfen vom Sponsor nicht in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Rundfunkveranstalters beeinträchtigt werden.

~~(4) Sendungen dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.~~

~~(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.~~

(**4**) **[Kindersendungen,]** Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden. In Kindersendungen**, [Dokumentationen]** und Sendungen religiösen Inhalts ist das Zeigen von Sponsorenlogos untersagt.

(7) Die Absätze 1 bis 6 gelten auch für Teleshoppingkanäle.

(8) § 7 Abs. 1, 3 und Abs. 8 bis 10 gelten entsprechend.

(5) Die Absätze 1 bis 4 gelten auch für Teleshoppingkanäle.

(6) § 7 Abs. ~~1,~~ 3 und Abs. 8 bis 10 gelten entsprechend.

o
o
o

II. Abschnitt – Vorschriften über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

§ 15 Zulässige Produktplatzierung

Abweichend von § 7 Abs. 7 Satz 1 ist Produktplatzierung im Rundfunk zulässig

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 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.

Keine Sendungen der leichten Unterhaltung sind insbesondere Sendungen, die neben unterhaltenden Elementen im Wesentlichen informierenden Charakter

[Über § 7 Abs. 7 Satz 2 hinaus ist Produktplatzierung im Rundfunk ~~zulässig~~

~~1.~~ in Kinofilmen, Filmen und Serien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung **nur dann zulässig**, **wenn diese** 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 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.~~ **]**

Keine Sendungen der leichten Unterhaltung sind insbesondere Sendungen, die neben unterhaltenden Elementen im Wesentlichen informierenden Charakter

haben, Verbrauchersendungen und Ratgebersendungen mit Unterhaltungselementen.		haben[~~, Verbrauchersendungen~~] und Ratgebersendungen mit Unterhaltungselementen.

o
o
o

III. Abschnitt – Vorschriften für den privaten Rundfunk

§ 20 Zulassung

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

(3) Das Landesrecht kann ein vereinfachtes Zulassungsverfahren vorsehen, wenn Sendungen	~~(3) Das Landesrecht kann ein vereinfachtes Zulassungsverfahren vorsehen, wenn Sendungen~~	~~(3) Das Landesrecht kann ein vereinfachtes Zulassungsverfahren vorsehen, wenn Sendungen~~
1. im örtlichen Bereich einer öffentlichen Veranstaltung und im zeitlichen Zusammenhang damit veranstaltet und verbreitet werden oder	~~1. im örtlichen Bereich einer öffentlichen Veranstaltung und im zeitlichen Zusammenhang damit veranstaltet und verbreitet werden oder~~	~~1. im örtlichen Bereich einer öffentlichen Veranstaltung und im zeitlichen Zusammenhang damit veranstaltet und verbreitet werden oder~~
2. für Einrichtungen angeboten werden, wenn diese für gleiche Zwecke genutzt und die Sendungen nur dort empfangen werden können und im funktionellen Zusammenhang mit den in diesen Einrichtungen zu erfüllenden Aufgaben stehen.	~~2. für Einrichtungen angeboten werden, wenn diese für gleiche Zwecke genutzt und die Sendungen nur dort empfangen werden können und im funktionellen Zusammenhang mit den in diesen Einrichtungen zu erfüllenden Aufgaben stehen.~~	~~2. für Einrichtungen angeboten werden, wenn diese für gleiche Zwecke genutzt und die Sendungen nur dort empfangen werden können und im funktionellen Zusammenhang mit den in diesen Einrichtungen zu erfüllenden Aufgaben stehen.~~
Unberührt bleiben landesrechtliche Bestimmungen, nach denen Sendungen für eine beschränkte Anzahl von Wohneinheiten oder Sendungen in Einrichtungen, die sich auf ein Gebäude oder einen zusammengehörenden Gebäudekomplex beschränken, keiner Zulassung bedürfen.	~~Unberührt bleiben landesrechtliche Bestimmungen, nach denen Sendungen für eine beschränkte Anzahl von Wohneinheiten oder Sendungen in Einrichtungen, die sich auf ein Gebäude oder einen zusammengehörenden Gebäudekomplex beschränken, keiner Zulassung bedürfen.~~	~~Unberührt bleiben landesrechtliche Bestimmungen, nach denen Sendungen für eine beschränkte Anzahl von Wohneinheiten oder Sendungen in Einrichtungen, die sich auf ein Gebäude oder einen zusammengehörenden Gebäudekomplex beschränken, keiner Zulassung bedürfen.~~
	(2) Die Zulassung ist in den Fällen der §§ 7 Abs. 11 Satz 2, 25 Abs. 4 Satz 3 und 31 Abs. 4 und Abs. 6 schriftlich zu erteilen; im Übrigen kann sie schriftlich oder im Wege der Zulassungsfiktion erfolgen. Sie gilt als erteilt, wenn sie von der zuständigen Landesmedienanstalt nicht innerhalb von zwei Monaten nach Eingang der vollständigen Antragsunterlagen versagt wird. Die Frist kann einmal angemessen verlängert werden, wenn dies wegen der Schwierigkeit der Angelegenheit, insbesondere wegen der notwendigen Einbeziehung der zuständigen Organe der Landesmedienanstalten, gerechtfertigt ist. Die Fristverlängerung ist dem Antragsteller mitzuteilen und zu begründen.	
(4) Die Zulassung eines Fernsehveranstalters kann versagt oder widerrufen werden, wenn	**(3)** Die Zulassung eines Fernsehveranstalters kann versagt oder widerrufen werden, wenn	**(2)** Die Zulassung eines Fernsehveranstalters kann versagt oder widerrufen werden, wenn
1. sich das Programm des Veranstalters ganz oder in wesentlichen Teilen an die Bevölkerung eines anderen Staates richtet, der das Europäische Übereinkommen	1. sich das Programm des Veranstalters ganz oder in wesentlichen Teilen an die Bevölkerung eines anderen Staates richtet, der das Europäische Übereinkommen	1. sich das Programm des Veranstalters ganz oder in wesentlichen Teilen an die Bevölkerung eines anderen Staates richtet, der das Europäische Übereinkommen

über das grenzüberschreitende Fernsehen ratifiziert hat und

2. der Veranstalter sich zu dem Zweck in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen hat, die Bestimmungen des anderen Staates zu umgehen und

3. die Bestimmungen des anderen Staates, die der Veranstalter zu umgehen bezweckt, Gegenstand des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen sind.

Statt der Versagung oder des Widerrufs der Zulassung kann diese auch mit Nebenbestimmungen versehen werden, soweit dies ausreicht, die Umgehung nach Satz 1 auszuschließen.

über das grenzüberschreitende Fernsehen ratifiziert hat und

2. der Veranstalter sich zu dem Zweck in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen hat, die Bestimmungen des anderen Staates zu umgehen und

3. die Bestimmungen des anderen Staates, die der Veranstalter zu umgehen bezweckt, Gegenstand des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen sind.

Statt der Versagung oder des Widerrufs der Zulassung kann diese auch mit Nebenbestimmungen versehen werden, soweit dies ausreicht, die Umgehung nach Satz 1 auszuschließen.

über das grenzüberschreitende Fernsehen ratifiziert hat und

2. der Veranstalter sich zu dem Zweck in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen hat, die Bestimmungen des anderen Staates zu umgehen und

3. die Bestimmungen des anderen Staates, die der Veranstalter zu umgehen bezweckt, Gegenstand des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen sind.

Statt der Versagung oder des Widerrufs der Zulassung kann diese auch mit Nebenbestimmungen versehen werden, soweit dies ausreicht, die Umgehung nach Satz 1 auszuschließen.

§ 20 a Erteilung einer Zulassung für Veranstalter von bundesweit verbreitetem Rundfunk

(1) Eine Zulassung darf nur an eine natürliche oder juristische Person erteilt werden, die

1. unbeschränkt geschäftsfähig ist,

2. die Fähigkeit, öffentliche Ämter zu bekleiden, nicht durch Richterspruch verloren hat,

3. das Grundrecht der freien Meinungsäußerung nicht nach Artikel 18 des Grundgesetzes verwirkt hat,

4. als Vereinigung nicht verboten ist,

5. ihren Wohnsitz oder Sitz in der Bundesrepublik Deutschland, einem sonstigen Mitgliedstaat der Europäischen Union oder einem anderen Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum hat und gerichtlich verfolgt werden kann,

6. die Gewähr dafür bietet, dass sie unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften und der auf dieser Grundlage erlassenen Verwaltungsakte Rundfunk veranstaltet.

(2) Die Voraussetzungen nach Absatz 1 Nr. 1 bis 3 und 6 müssen bei juristischen Personen von den gesetzlichen oder satzungsmäßigen Vertretern erfüllt sein. Einem Veranstalter in der Rechtsform einer Aktiengesellschaft darf nur dann eine Zulassung erteilt werden, wenn in der Satzung der Aktiengesellschaft bestimmt ist, dass die Aktien nur als Namensaktien oder als Namensaktien und stimmrechtslose Vorzugsaktien ausgegeben werden dürfen.

(3) Eine Zulassung darf nicht erteilt werden an juristische Personen des öffentlichen Rechts mit Ausnahme von Kirchen und Hochschulen, an deren gesetzliche Vertreter und leitende Bedienstete sowie an politische Parteien und Wählervereinigungen. Gleiches gilt für Unternehmen, die im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens im Sinne des § 15 des Aktiengesetzes zu den in Satz 1 Genannten stehen. Die Sätze 1 und 2 gelten für ausländische öffentliche oder staatliche Stellen entsprechend.

§ 20 b Hörfunk im Internet

Wer Hörfunkprogramme ausschließlich im Internet verbreitet, bedarf keiner Zulassung. Er hat das Angebot der zuständigen Landesmedienanstalt anzuzeigen. Im Übrigen gilt § 20 a entsprechend.

§ 20 b Bagatellrundfunk

(1) Keiner Zulassung bedürfen

1. Rundfunkprogramme, die aufgrund ihrer geringen journalistisch-redaktionellen Gestaltung, ihrer begrenzten Dauer und Häufigkeit der Verbreitung, ihrer fehlenden Einbindung in einen auf Dauer angelegten Sendeplan oder aus anderen vergleichbaren Gründen nur geringe Bedeutung für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung entfalten,

§ 20 b Zulassungsfreie Rundfunkprogramme

(1) Keiner Zulassung bedürfen

1. Rundfunkprogramme, die nur geringe Bedeutung für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung entfalten,

	2. Rundfunkprogramme, die jedenfalls weniger als 5000 Nutzern zum zeitgleichen Empfang angeboten werden,	
	3. Rundfunkprogramme im Internet, die regelmäßig im Monatsdurchschnitt weniger als 20.000 Zuschauer erreichen [oder vorwiegend dem Vorführen und Kommentieren des Spielens eines virtuellen Spiels dienen].	**2. Rundfunkprogramme, die im Durchschnitt der letzten sechs Monate weniger als 20.000 gleichzeitige Nutzer erreichen.**
	Die zuständige Landesmedienanstalt bestätigt die Zulassungsfreiheit auf Antrag durch Unbedenklichkeitsbescheinigung.	**Die zuständige Landesmedienanstalt bestätigt die Zulassungsfreiheit auf Antrag durch Unbedenklichkeitsbescheinigung.**
	(2) Die Landesmedienanstalten regeln das Nähere zur Konkretisierung der Zulassungsfreiheit nach Abs. 1 durch Satzung.	**(2) Die Landesmedienanstalten regeln das Nähere zur Konkretisierung der Zulassungsfreiheit nach Absatz 1 durch Satzung.**
	(3) Vor dem (Datum des Inkrafttretens des Änderungsstaatsvertrages) angezeigte, ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme gelten als zugelassene Programme nach § 20.	**(3) Vor dem (Datum des Inkrafttretens des Änderungsstaatsvertrages) angezeigte, ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme gelten als zugelassene Programme nach § 20.**
		(4) Auf zulassungsfreie Rundfunkprogramme finden die Vorschriften der §§ 6, 23 und 42 keine Anwendung. § 20a findet mit Ausnahme seines Absatzes 1 Nr. 1 entsprechende Anwendung. [Veranstalter im Sinne des Absatzes 1 haben Namen und Anschrift sowie bei juristischen Personen auch Namen und Anschrift des Vertretungsberechtigten der zuständigen Landesmedienanstalt mitzuteilen.] Darüber hinaus kann die zuständige Landesmedienanstalt von Veranstaltern im Sinne des Absatzes 1 die in den §§ 21 und 22 genannten Informationen und Unterlagen verlangen.
§ 21 Grundsätze für das Zulassungsverfahren		

(1) Der Antragsteller hat alle Angaben zu machen, alle Auskünfte zu erteilen und alle Unterlagen vorzulegen, die zur Prüfung des Zulassungsantrags erforderlich sind.

(2) Die Auskunftspflicht und die Verpflichtung zur Vorlage von Unterlagen erstrecken sich insbesondere auf

1. eine Darstellung der unmittelbaren und mittelbaren Beteiligungen im Sinne des § 28 an dem Antragsteller sowie der Kapital- und Stimmrechtsverhältnisse bei dem Antragsteller und den mit ihm im Sinne des Aktiengesetzes verbundenen Unternehmen,

2. die Angabe über Angehörige im Sinne des § 15 Abgabenordnung unter den Beteiligten nach Nummer 1, gleiches gilt für Vertreter der Person oder Personengesellschaft oder des Mitglieds eines Organs einer juristischen Person,

3. den Gesellschaftsvertrag und die satzungsrechtlichen Bestimmungen des Antragstellers,

4. Vereinbarungen, die zwischen an dem Antragsteller unmittelbar oder mittelbar im Sinn von § 28 Beteiligten bestehen und sich auf die gemeinsame Veranstaltung von Rundfunk sowie auf Treuhandverhältnisse und nach den §§ 26 und 28 erhebliche Beziehungen beziehen,

5. eine schriftliche Erklärung des Antragstellers, dass die nach den Nummern 1 bis 4 vorgelegten Unterlagen und Angaben vollständig sind.

(3) Ist für die Prüfung im Rahmen des Zulassungsverfahrens ein Sachverhalt bedeutsam, der sich auf Vorgänge außerhalb des Geltungsbereichs dieses Staats-

(1) In dem Zulassungsantrag sind Name und Anschrift des Antragstellers, Programminhalt, Programmkategorie (Voll- oder Spartenprogramm), Programmdauer, Übertragungstechnik und geplantes Verbreitungsgebiet anzugeben.

(2) Sofern erforderlich hat die zuständige Landesmedienanstalt Auskunft und die Vorlage weiterer Unterlagen zu verlangen, die sich insbesondere erstrecken auf

1. eine Darstellung der unmittelbaren und mittelbaren Beteiligungen im Sinne des § 28 an dem Antragsteller sowie der Kapital- und Stimmrechtsverhältnisse bei dem Antragsteller und den mit ihm im Sinne des Aktiengesetzes verbundenen Unternehmen,

2. die Angabe über Angehörige im Sinne des § 15 Abgabenordnung unter den Beteiligten nach Nummer 1, gleiches gilt für Vertreter der Person oder Personengesellschaft oder des Mitglieds eines Organs einer juristischen Person,

3. den Gesellschaftsvertrag und die satzungsrechtlichen Bestimmungen des Antragstellers,

4. Vereinbarungen, die zwischen an dem Antragsteller unmittelbar oder mittelbar im Sinn von § 28 Beteiligten bestehen und sich auf die gemeinsame Veranstaltung von Rundfunk sowie auf Treuhandverhältnisse und nach den §§ 26 und 28 erhebliche Beziehungen beziehen,

5. eine schriftliche Erklärung des Antragstellers, dass die nach den Nummern 1 bis 4 vorgelegten Unterlagen und Angaben vollständig sind.

(1) In dem Zulassungsantrag sind Name und Anschrift des Antragstellers, Programminhalt, Programmkategorie (Voll- oder Spartenprogramm), Programmdauer, Übertragungstechnik und geplantes Verbreitungsgebiet anzugeben.

(2) Sofern erforderlich hat die zuständige Landesmedienanstalt Auskunft und die Vorlage weiterer Unterlagen zu verlangen, die sich insbesondere erstrecken auf

1. eine Darstellung der unmittelbaren und mittelbaren Beteiligungen im Sinne des § 28 an dem Antragsteller sowie der Kapital- und Stimmrechtsverhältnisse bei dem Antragsteller und den mit ihm im Sinne des Aktiengesetzes verbundenen Unternehmen,

2. die Angabe über Angehörige im Sinne des § 15 Abgabenordnung unter den Beteiligten nach Nummer 1, gleiches gilt für Vertreter der Person oder Personengesellschaft oder des Mitglieds eines Organs einer juristischen Person,

3. den Gesellschaftsvertrag und die satzungsrechtlichen Bestimmungen des Antragstellers,

4. Vereinbarungen, die zwischen an dem Antragsteller unmittelbar oder mittelbar im Sinn von § 28 Beteiligten bestehen und sich auf die gemeinsame Veranstaltung von Rundfunk sowie auf Treuhandverhältnisse und nach den §§ 26 und 28 erhebliche Beziehungen beziehen,

5. eine schriftliche Erklärung des Antragstellers, dass die nach den Nummern 1 bis 4 vorgelegten Unterlagen und Angaben vollständig sind.

vertrages bezieht, so hat der Antragsteller diesen Sachverhalt aufzuklären und die erforderlichen Beweismittel zu beschaffen. Er hat dabei alle für ihn bestehenden rechtlichen und tatsächlichen Möglichkeiten auszuschöpfen. Der Antragsteller kann sich nicht darauf berufen, dass er Sachverhalte nicht aufklären oder Beweismittel nicht beschaffen kann, wenn er sich nach Lage des Falles bei der Gestaltung seiner Verhältnisse die Möglichkeit dazu hätte beschaffen oder einräumen lassen können.

(4) Die Verpflichtungen nach den Absätzen 1 bis 3 gelten für natürliche und juristische Personen oder Personengesellschaften, die an dem Antragsteller unmittelbar oder mittelbar im Sinne von § 28 beteiligt sind oder zu ihm im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens stehen oder sonstige Einflüsse im Sinne der §§ 26 und 28 auf ihn ausüben können, entsprechend.

(5) Kommt ein Auskunfts- oder Vorlagepflichtiger seinen Mitwirkungspflichten nach den Absätzen 1 bis 4 innerhalb einer von der zuständigen Landesmedienanstalt bestimmten Frist nicht nach, kann der Zulassungsantrag abgelehnt werden.

(6) Die im Rahmen des Zulassungsverfahrens Auskunfts- und Vorlagepflichtigen sind verpflichtet, jede Änderung der maßgeblichen Umstände nach Antragstellung oder nach Erteilung der Zulassung unverzüglich der zuständigen Landesmedienanstalt mitzuteilen. Die Absätze 1 bis 5 finden entsprechende Anwendung. § 29 bleibt unberührt.

(7) Unbeschadet anderweitiger Anzeigepflichten sind der Veranstalter und die an ihm unmittelbar oder mittelbar im Sinne von § 28 Beteiligten jeweils nach Ablauf eines Kalenderjahres verpflichtet, unverzüglich der zuständigen Landesmedienanstalt gegenüber eine Erklärung darüber abzugeben, ob und inwieweit innerhalb des abgelaufenen Kalenderjahres bei den nach § 28

maßgeblichen Beteiligungs- und Zurechnungstatbeständen eine Veränderung eingetreten ist.

(8) Ein Zulassungsantrag ist nach Eingang bei der zuständigen Landesmedienanstalt vollständig, wenn der Antragsteller die von der Landesmedienanstalt geforderten Unterlagen nach den Absätzen 1 bis 7 vorgelegt hat. Der Zulassungsantrag gilt als vollständig, sofern die Landesmedienanstalt die Unvollständigkeit der Unterlagen nach den Absätzen 1 bis 7 nicht innerhalb einer Frist von zwei Wochen beanstandet.

o
o
o

§ 36 Zuständigkeiten, Aufgaben

(1) Zuständig ist in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 1, 3, 4 und 8 die Landesmedienanstalt, bei der der entsprechende Antrag oder die Anzeige eingeht.

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.

(1) Zuständig ist in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 1, 3, 4 und 8 die Landesmedienanstalt **des Landes, in dem der betroffene Anbieter seinen Sitz, Wohnsitz oder in Ermangelung dessen seinen ständigen Aufenthalt hat**.

Sind nach Satz 1 mehrere Landesmedienanstalten zuständig **oder hat Anbieter seinen Sitz im Ausland,** entscheidet die Landesmedienanstalt, die zuerst mit der Sache befasst worden ist. **Bei Zulassungen, die vor (Datum des Inkrafttretens des Änderungsstaatsvertrages) erteilt wurden, und Zulassungsverlängerungen bleibt die zulassungserteilende Landesmedienanstalt zuständig.**

Zuständig in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 5 bis 7 und 9 sowie in den Fällen der Rücknahme oder des Widerrufs der Zulassung oder der Zuweisung ist die Landesmedienanstalt, die dem Veranstalter die Zulassung erteilt, die Zuweisung vorgenommen oder die Anzeige entgegengenommen hat.

(1) Zuständig ist in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 1, 3, 4 und 8 die Landesmedienanstalt **des Landes, in dem der betroffene Anbieter oder Bevollmächtigte nach § 52 Abs. 2 Satz 2 seinen Sitz, Wohnsitz oder in Ermangelung dessen seinen ständigen Aufenthalt hat**.

Sind nach Satz 1 mehrere Landesmedienanstalten zuständig **oder hat der Anbieter seinen Sitz im Ausland,** entscheidet die Landesmedienanstalt, die zuerst mit der Sache befasst worden ist. **Bei Zulassungen, die vor (Datum des Inkrafttretens des Änderungsstaatsvertrages) erteilt wurden, und Zulassungsverlängerungen bleibt die zulassungserteilende Landesmedienanstalt zuständig.**

Zuständig in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 5 bis 7 und 9 sowie in den Fällen der Rücknahme oder des Widerrufs der Zulassung oder der Zuweisung ist die Landesmedienanstalt, die dem Veranstalter die Zulassung erteilt, die Zuweisung vorgenommen oder die Anzeige entgegengenommen hat.

		Zuständig in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 6a und 6b ist die Landesmedienanstalt des Landes, in dem der Zustellungsbevollmächtigte nach § 53 c Abs. 3 oder § 53 k Abs. 2 seinen Sitz hat. Solange kein Zustellungsbevollmächtigter benannt worden ist, ist die Landesmedienanstalt des Landes zuständig, in dem der Anbieter seinen Sitz hat; hat der Anbieter seinen Sitz im Ausland, entscheidet die Landesmedienanstalt, die zuerst mit der Sache befasst worden ist. Die zuständige Landesmedienanstalt legt die Sache unverzüglich zur Prüfung und Entscheidung der ZAK vor.
(2) Die ZAK ist für folgende Aufgaben zuständig:	(2) Die ZAK ist für folgende Aufgaben zuständig:	(2) Die ZAK ist für folgende Aufgaben zuständig:
1. Zulassung, Rücknahme oder Widerruf der Zulassung bundesweiter Veranstalter nach §§ 20a, 38 Abs. 3 Nr. 1 und Abs. 4 Nr. 1 sowie Anzeige der Veranstaltung von Hörfunk im Internet nach § 20b Satz 2,	1. Zulassung, Rücknahme oder Widerruf der Zulassung bundesweiter Veranstalter nach §§ 20 a, 38 Abs. 3 Nr. 1 und Abs. 4 Nr. 1 ~~sowie Anzeige der Veranstaltung von Hörfunk im Internet nach § 20b Satz 2,~~	1. Zulassung, Rücknahme oder Widerruf der Zulassung bundesweiter Veranstalter nach §§ 20 a, 38 Abs. 3 Nr. 1 und Abs. 4 Nr. 1 ~~sowie Anzeige der Veranstaltung von Hörfunk im Internet nach § 20b Satz 2,~~ **[sowie Anzeige der Veranstaltung von Rundfunk nach § 20 b Abs. 4 Satz 3],**
2. Wahrnehmung der Aufgaben nach § 51 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 und 3,	2. Wahrnehmung der Aufgaben nach § 51 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 und 3,	2. Wahrnehmung der Aufgaben nach § 51 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 und 3,
3. Zuweisung von Übertragungskapazitäten für bundesweite Versorgungsbedarfe und deren Rücknahme oder Widerruf nach §§ 51 a und 38 Abs. 3 Nr. 2 und Abs. 4 Nr. 2, soweit die GVK nicht nach Absatz 3 zuständig ist,	3. Zuweisung von Übertragungskapazitäten für bundesweite Versorgungsbedarfe und deren Rücknahme oder Widerruf nach §§ 51 a und 38 Abs. 3 Nr. 2 und Abs. 4 Nr. 2, soweit die GVK nicht nach Absatz 3 zuständig ist,	3. Zuweisung von Übertragungskapazitäten für bundesweite Versorgungsbedarfe und deren Rücknahme oder Widerruf nach §§ 51 a und 38 Abs. 3 Nr. 2 und Abs. 4 Nr. 2, soweit die GVK nicht nach Absatz 3 zuständig ist,
4. Anzeige des Plattformbetriebs nach § 52,	4. Anzeige des Plattformbetriebs nach § 52,	4. Anzeige des Plattformbetriebs nach § 52,
5. Aufsicht über Plattformen nach § 51 b Abs. 1 und 2 sowie §§ 52 a bis f, soweit nicht die GVK nach Absatz 3 zuständig ist,	5. Aufsicht über Plattformen nach § 51 b Abs. 1 und 2 sowie §§ 52 a bis f, soweit nicht die GVK nach Absatz 3 zuständig ist,	5. Aufsicht über Plattformen nach § 51 b Abs. 1 und 2 sowie §§ 52 a bis **h**, soweit nicht die GVK nach Absatz 3 zuständig ist,
6. Feststellung des Vorliegens der Voraussetzungen für Regionalfensterprogramme nach § 25 Abs. 4 Satz 1 und für Sendezeit für Dritte nach § 31 Abs. 2 Satz 4,	6. Feststellung des Vorliegens der Voraussetzungen für Regionalfensterprogramme nach § 25 Abs. 4 Satz 1 und für Sendezeit für Dritte nach § 31 Abs. 2 Satz 4,	6. Feststellung des Vorliegens der Voraussetzungen für Regionalfensterprogramme nach § 25 Abs. 4 Satz 1 und für Sendezeit für Dritte nach § 31 Abs. 2 Satz 4,

	6a. Aufsicht über Medienintermediäre nach §§ 53 d und e,	**6a. Aufsicht über Medienintermediäre nach §§ 53 d und e,**
		6b. Aufsicht über Video-Sharing-Dienste nach dem VII. Abschnitt,
7. Aufsichtsmaßnahmen gegenüber privaten bundesweiten Veranstaltern, soweit nicht die KEK nach Absatz 4 zuständig ist,	7. Aufsichtsmaßnahmen gegenüber privaten bundesweiten Veranstaltern, soweit nicht die KEK nach Absatz 4 zuständig ist,	7. Aufsichtsmaßnahmen gegenüber privaten bundesweiten Veranstaltern, soweit nicht die KEK nach Absatz 4 zuständig ist,
8. Entscheidungen über die Zulassungspflicht nach § 20 Abs. 2; diese Entscheidungen trifft sie einvernehmlich,	8. Entscheidungen über die Zulassungspflicht nach § 20 Abs. 2; diese Entscheidungen trifft sie einvernehmlich,	8. Entscheidungen über die Zulassungspflicht nach § 20 Abs. 2; diese Entscheidungen trifft sie einvernehmlich,
9. Befassung mit Anzeigen nach § 38 Abs. 1.	9. Befassung mit Anzeigen nach § 38 Abs. 1.	9. Befassung mit Anzeigen nach § 38 Abs. 1.
Die ZAK kann Prüfausschüsse für die Aufgaben nach Satz 1 Nr. 7 einrichten. Die Prüfausschüsse entscheiden jeweils bei Einstimmigkeit anstelle der ZAK. Zu Beginn der Amtsperiode der ZAK wird die Verteilung der Verfahren von der ZAK festgelegt. Das Nähere ist in der Geschäftsordnung der ZAK festzulegen.	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.	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.
(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.		
(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 Bestä-		(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 Bestä-

tigung von Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen als unbedenklich und bei Maßnahmen nach § 26 Abs. 4.	tigung von Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen als unbedenklich und bei Maßnahmen nach § 26 Abs. 4. **Für Fälle, die für die Sicherung von Meinungsvielfalt keine Bedeutung entfalten können, legt die KEK fest, unter welchen Voraussetzungen auf eine Vorlage nach § 37 Abs. 1 verzichtet werden kann. Auf Anforderung einer Landesmedienanstalt ist sie zur Prüfung von Einzelfällen verpflichtet.**
Die KEK ermittelt die den Unternehmen jeweils zurechenbaren Zuschaueranteile.	Die KEK ermittelt die den Unternehmen jeweils zurechenbaren Zuschaueranteile.

o
o
o

§ 39 Anwendungsbereich Die §§ 20 a bis 38 gelten nur für bundesweite Angebote. Die §§ 20, 20 a, § 21 Abs. 1, § 24 und die §§ 35 bis 38 und 39 a gelten auch für Teleshoppingkanäle. Eine abweichende Regelung durch Landesrecht ist nicht zulässig. Die Entscheidungen der KEK sind den Zuweisungen von Übertragungskapazitäten nach diesem Staatsvertrag und durch die zuständige Landesmedienanstalt auch bei der Entscheidung über die Zuweisung von Übertragungskapazitäten nach Landesrecht zugrunde zu legen.	
§ 40 Finanzierung besonderer Aufgaben (1) Der in § 10 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages bestimmte Anteil kann für die Finanzierung folgender Aufgaben verwendet werden:	(1) Der in § 10 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages bestimmte Anteil kann für die Finanzierung folgender Aufgaben verwendet werden:

1. Zulassungs- und Aufsichtsfunktionen der Landesmedienanstalten einschließlich hierfür notwendiger planerischer, insbesondere technischer Vorarbeiten, 2. die Förderung offener Kanäle. Mittel aus dem Anteil nach Satz 1 können bis zum 31. Dezember 2020 aufgrund besonderer Ermächtigung durch den Landesgesetzgeber auch für die Förderung von landesrechtlich gebotener technischer Infrastruktur zur Versorgung des Landes und zur Förderung von Projekten für neuartige Rundfunkübertragungstechniken verwendet werden. Die Förderung von Projekten für neuartige Rundfunkübertragungstechniken soll zeitlich befristet werden. Formen der nichtkommerziellen Veranstaltung von lokalem und regionalem Rundfunk und Projekte zur Förderung der Medienkompetenz können aus dem Anteil nach Satz 1 aufgrund besonderer Ermächtigung durch den Landesgesetzgeber gefördert werden.	1. Zulassungs- und Aufsichtsfunktionen der Landesmedienanstalten einschließlich hierfür notwendiger planerischer, insbesondere technischer Vorarbeiten, 2. die Förderung offener Kanäle. Mittel aus dem Anteil nach Satz 1 können ~~**bis zum 31. Dezember 2020**~~ aufgrund besonderer Ermächtigung durch den Landesgesetzgeber auch für **die Finanzierung folgender Aufgaben verwendet werden**: 1. Förderung von landesrechtlich gebotener technischer Infrastruktur zur Versorgung des Landes und zur Förderung von Projekten für neuartige Rundfunkübertragungstechniken, ~~**verwendet werden. Die Förderung von Projekten für neuartige Rundfunkübertragungstechniken soll zeitlich befristet werden.**~~ 2. Formen der nichtkommerziellen Veranstaltung von lokalem und regionalem Rundfunk und Projekte zur Förderung der Medienkompetenz, ~~**können aus dem Anteil nach Satz 1 aufgrund besonderer Ermächtigung durch den Landesgesetzgeber gefördert werden.**~~ **[3. Förderung journalistischer [Angebote/Projekte] von Rundfunkveranstaltern, Telemedienanbietern, einschließlich Anbieter- oder Veranstaltergemeinschaften zur Sicherung der lokalen und regionalen Medienvielfalt; § 25 Abs. 4 Satz 7 bleibt unberührt.]**

o
o
o

§ 44 Zulässige Produktplatzierung Abweichend von § 7 Abs. 7 Satz 1 ist Produktplatzierung im Rundfunk zulässig	~~**[Abweichend von § 7 Abs. 7 Satz 1 ist Produktplatzierung im Rundfunk zulässig**~~

1. in Kinofilmen, Filmen und Serien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung, 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 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.

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.

~~1. in Kinofilmen, Filmen und Serien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung, 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 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.~~

~~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.~~]

§ 45 Dauer der Fernsehwerbung

(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.

(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

(1) Der Anteil an Sendezeit für Fernsehwerbespots und Teleshopping-Spots **[darf im Zeitraum von 6.00 Uhr bis 18.00 Uhr 20 Prozent dieses Zeitraums nicht überschreiten. Der Sendezeitanteil von Fernsehwerbespots und Teleshoppingspots darf im Zeitraum von 18.00 Uhr bis 24.00 Uhr 20 Prozent dieses Zeitraums nicht überschreiten.]**

Satz 1 gilt nicht für Produktplatzierungen und Sponsorhinweise.

[(2) Hinweise des Rundfunkveranstalters auf eigene ~~Programme und~~ Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen ~~Programmen und~~ Sendungen abgeleitet sind, **oder auf Sendungen, Rundfunkprogramme oder rundfunkähnliche Telemedien ande-**

zu Wohlfahrtszwecken sowie gesetzliche Pflichthinweise gelten nicht als Werbung.		**rer Teile derselben Sendergruppe,** unentgeltliche Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit einschließlich von Spendenaufrufen zu Wohlfahrtszwecken ~~sowie~~, gesetzliche Pflichthinweise **und neutrale Einzelbilder zwischen redaktionellen Inhalten und Fernsehwerbe- oder Teleshoppingspots sowie zwischen einzelnen Spots** gelten nicht als Werbung.**]**
(3) Die Absätze 1 und 2 sowie § 7a gelten nicht für reine Werbekanäle.		
	o o o	

IV. Abschnitt – Revision, Ordnungswidrigkeiten

	o o o	

§ 49 Ordnungswidrigkeiten (1) Ordnungswidrig handelt, wer als Veranstalter von bundesweit verbreitetem privatem Rundfunk vorsätzlich oder fahrlässig		
	o o o	
15. entgegen § 9 Abs. 1 Satz 2 der Informationspflicht nicht nachkommt, 16. entgegen § 9b Abs. 2 die dort genannten Informationen im Rahmen des Gesamtangebots nicht leicht, unmittelbar und ständig zugänglich macht,		

17. entgegen § 20 Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 2 Satz 1 ohne Zulassung Rundfunkprogramme veranstaltet,	
18. entgegen § 20b Satz 1 und 2 Hörfunkprogramme ausschließlich im Internet verbreitet und dies der zuständigen Landesmedienanstalt nicht oder nicht vollständig anzeigt,	~~18. entgegen § 20b Satz 1 und 2 Hörfunkprogramme ausschließlich im Internet verbreitet und dies der zuständigen Landesmedienanstalt nicht oder nicht vollständig anzeigt,~~

o
o
o

Ordnungswidrig handelt auch, wer	

o
o
o

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,	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 **Anbieter einer Medienplattform** 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,	7. entgegen § 52 Abs. 3 Satz 1 oder 2 den Betrieb einer **Medienplattform** mit **Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien oder Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1** 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,	8. entgegen § 52a Abs. 3 **in Verbindung mit Absatz 4** ohne Zustimmung des jeweiligen Rundfunkveranstalters **oder Anbieters rundfunkähnlicher Telemedien** dessen **Rundfunk**programm oder **rundfunkähnliche** Telemedien inhaltlich und technisch verändert**, im Zuge ihrer Abbildung oder akustischen Wiedergabe vollständig oder teilweise mit Werbung, Inhalten aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien, einschließlich Empfehlungen oder Hinweisen hierauf, überlagert oder ihre Abbildung zu die-**

	sem Zweck skaliert 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 Umfang oder nicht zu den vorgesehenen Bedingungen zur Verfügung stellt oder 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,	
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, 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 entgegen § 52c Abs. 2 Satz 3 der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte nicht erteilt,	10. entgegen § 52c Abs. **2 Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien und Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 beim Zugang zu Medienplattformen unmittelbar oder mittelbar unbillig behindert oder und gleichartige Angebote ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt**, entgegen § 52c Abs. **3** Satz 1 oder 2 die Verwendung oder Änderung eines Zugangsberechtigungssystems oder einer Schnittstelle für Anwendungsprogramme oder die Entgelte hierfür nicht unverzüglich anzeigt oder entgegen § 52c Abs. 2 Satz 3 der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte nicht erteilt,
11. entgegen § 52d Satz 1 Anbieter von Programmen oder vergleichbaren Telemedien durch die Ausgestaltung der Entgelte oder Tarife unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt oder entgegen § 52d Satz 3 Entgelte und Tarife für Angebote	11. entgegen § 52d **Abs. 2** Entgelte oder Tarife **so gestaltet, dass regionale und lokale [Rundfunk-]Angebote nicht zu angemessenen Bedingungen verbreitet werden können** oder entgegen § 52d **Abs. 1 Zugangsbedingungen** nicht oder nicht vollständig offenlegt,

nach § 52b Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 2 Satz 2 nicht oder nicht vollständig offenlegt,

11a. entgegen § 52e Abs. 2 Satz 1 in Verbindung mit Absatz 5 gleichartige Angebote oder Inhalte bei der Auffindbarkeit, insbesondere der Sortierung, Anordnung oder Präsentation in Benutzeroberflächen, ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt oder ihre Auffindbarkeit unbillig behindert oder als Anbieter einer Benutzeroberfläche nicht alle Angebote mittels einer Suchfunktion diskriminierungsfrei auffindbar macht,

11b. entgegen § 52b Abs. 3a als Anbieter einer Benutzeroberfläche Rundfunkangebote, die in einem besonderem Maße die Meinungs- und Angebotsvielfalt fördern, im Gesamtangebot nicht angemessen hervorhebt oder entgegen § 52b Abs. 3b als Anbieter einer Benutzeroberfläche die Hauptprogramme mit Fensterprogramm nicht gegenüber dem ohne Fensterprogramm ausgestrahlten Hauptprogramm und gegenüber den Fensterprogrammen, die für anderer Gebiete zugelassen oder gesetzlich bestimmt sind, vorrangig darstellt,

11c entgegen § 52b Abs. 4 als Anbieter einer Benutzeroberfläche nicht dafür Sorge trägt, dass die Sortierung oder Anordnung von Angeboten oder Inhalten auf einfache Weise und dauerhaft durch den Nutzer individualisiert werden können,

11d. als Anbieter einer Medienplattform oder Benutzeroberfläche entgegen § 52f Satz 1 die der Medienplattform oder Benutzeroberfläche zugrunde liegenden Grundsätze für die Auswahl von Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien und Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 und für ihre Organisation nicht transparent macht oder entgegen § 52f Satz 4 Informationen hierzu den Nutzern nicht in leicht erkennbarer, unmittelbar erreichbarer und ständig verfügbarer Weise zur Verfügung zu stellt,

12. entgegen § 52e Abs. 1 Satz 1 der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen die erforderlichen Unterlagen nicht vorlegt,

12. entgegen § 52g Abs. 1 Satz 1 der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen die erforderlichen Unterlagen nicht vorlegt,

12a. entgegen § 52g Abs. 3 auf Nachfrage gegenüber Anbietern von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 die tatsächliche Sortierung, Anordnung und Abbildung von Angeboten und Inhalten, die Verwendung ihrer Metadaten sowie im Rahmen eines berechtigten Interesses Zugangsbedingungen nach § 52 d Abs. 1 nicht mitteilt,

12b. entgegen § 53c Abs. 3 als Anbieter eines Medienintermediärs keinen Zustellungsbevollmächtigten im Inland benennt,

12c. entgegen § 53d Abs. 1 als Anbieter eines Medienintermediärs die erforderlichen Informationen nicht oder nicht in der vorgeschriebenen Weise verfügbar hält,

12d. entgegen § 53d Abs. 2 als Anbieter eines Medienintermediärs Änderungen nicht in ausreichender Weise wahrnehmbar macht,

12e. entgegen § 53d Abs. 3 als Anbieter eines Medienintermediärs die erforderliche Kennzeichnung nicht vornimmt,

12f. entgegen § 53d Abs. 4 als Anbieter eines Medienintermediärs nicht dafür Sorge trägt, dass Telemedien im Sinne von § 55 Abs. 3 gekennzeichnet werden,

[12g. entgegen § 53e Abs. 1 als Anbieter eines Medienintermediärs Angebote mittelbar oder unmittelbar unbillig behindert oder ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt,]

12h. entgegen § 53f als Anbieter eines Medienintermediärs die erforderlichen Informationen nicht vorlegt,

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,

14. entgegen § 55 Abs. 2 bei Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten einen Verantwortlichen nicht oder nicht richtig angibt,

14a. als Anbieter von Telemedien entgegen § 55 Abs. 3 bei Telemedien die erforderliche Kenntlichmachung nicht vornimmt,

15. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 3 Satz 2 in der Werbung oder im Teleshopping Techniken zur unterschwelligen Beeinflussung einsetzt,

16. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 3 Satz 3 Werbung oder Teleshopping nicht dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Angebotsteilen absetzt,

17. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 6 Satz 1 virtuelle Werbung in seine Angebote einfügt,

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 trennen und als solche zu kennzeichnen,

19. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 5 Satz 2 ein Bewegtbildangebot nicht als Dauerwerbung kennzeichnet,

20. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 7 Satz 1 Schleichwerbung, Themenplatzierung oder entsprechende Praktiken betreibt,

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,

22. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 7 Satz 3 oder 4 auf eine Produktplatzierung nicht eindeutig hinweist,

23. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 9 Werbung oder Teleshopping politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art verbreitet,

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,

25. entgegen den in § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7a Abs. 3 genannten Voraussetzungen in Bewegtbildangebote Werbung oder Teleshopping integriert,

26. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 8 Abs. 1 Satz 1 bei einem gesponserten Bewegtbildangebot nicht auf den Sponsor hinweist,

27. gemäß § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 8 Abs. 3 bis 6 unzulässig gesponserte Bewegtbildangebote verbreitet,

o
o
o

Weitere landesrechtliche Bestimmungen über Ordnungswidrigkeiten bleiben unberührt.

(2) Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße von bis zu 500.000 Euro, im Falle des Abs. 1 Satz 2 Nr. 13 und 14 mit einer Geldbuße bis zu 50.000 Euro und im Falle des Abs. 1 Satz 2 Nr. 28 und 29 mit einer Geldbuße bis zu 250.000 Euro geahndet werden.

(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 Abs. 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.

(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 Abs. 1 von dem betroffenen Veranstalter in seinem Rundfunkprogramm verbreitet werden. Inhalt und Zeitpunkt der Bekanntgabe sind durch diese Landesmedienanstalt nach pflichtgemäßem Ermessen festzulegen. Abs. 3 Satz 2 und 3 gilt entsprechend.

(5) Die Verfolgung der in Abs. 1 genannten Ordnungswidrigkeiten verjährt in sechs Monaten.

V. Abschnitt – Plattformen, Übertragungskapazitäten

V. Abschnitt – Medienplattformen, Benutzeroberflächen, Übertragungskapazitäten

V. Abschnitt – Medienplattformen, Benutzeroberflächen, Übertragungskapazitäten

§ 50 Grundsatz		
Die Entscheidung über die Zuordnung, Zuweisung und Nutzung der Übertragungskapazitäten, die zur Verbreitung von Rundfunk und vergleichbaren Telemedien (Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind) dienen, erfolgt nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des jeweiligen Landesrechts.	Die Entscheidung über die Zuordnung, Zuweisung und Nutzung der Übertragungskapazitäten, die zur Verbreitung von Rundfunk und **rundfunkähnlichen** Telemedien ~~(Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind)~~ dienen, erfolgt nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des jeweiligen Landesrechts.	Die Entscheidung über die Zuordnung, Zuweisung und Nutzung der Übertragungskapazitäten, die zur Verbreitung von Rundfunk und **rundfunkähnlichen** Telemedien ~~(Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind)~~ dienen, erfolgt nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des jeweiligen Landesrechts.
	o o o	
§ 51 a Zuweisung von drahtlosen Übertragungskapazitäten an private Anbieter durch die zuständige Landesmedienanstalt		
(1) Übertragungskapazitäten für drahtlose bundesweite Versorgungsbedarfe privater Anbieter können Rundfunkveranstaltern, Anbietern von vergleichbaren Telemedien oder Plattformanbietern durch die zuständige Landesmedienanstalt zugewiesen werden.	(1) Übertragungskapazitäten für drahtlose bundesweite Versorgungsbedarfe privater Anbieter können Rundfunkveranstaltern, Anbietern von ~~vergleichbaren~~ Telemedien oder Plattformanbietern durch die zuständige Landesmedienanstalt zugewiesen werden.	(1) Übertragungskapazitäten für drahtlose bundesweite Versorgungsbedarfe privater Anbieter können Rundfunkveranstaltern, Anbietern von ~~vergleichbaren~~ Telemedien oder Plattformanbietern durch die zuständige Landesmedienanstalt zugewiesen werden.
	o o o	
§ 51 b Weiterverbreitung		
(1) Die zeitgleiche und unveränderte Weiterverbreitung von bundesweit empfangbaren Fernsehprogrammen, die in Europa in rechtlich zulässiger Weise und entsprechend den Bestimmungen des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen veranstaltet werden, ist zulässig.		(1) Die ~~zeitgleiche und unveränderte~~ Weiterverbreitung von bundesweit empfangbaren **Angeboten**, die in rechtlich zulässiger Weise **in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union in Übereinstimmung mit Artikel 2 der Richtlinie 2010/13/EU in der Fassung der Richtlinie 2018/1808/EU oder in einem Mitgliedstaat des Europäischen Übereinkommens über das**

		grenzüberschreitende Fernsehen, der nicht Mitglied der Europäischen Union ist, in Übereinstimmung mit den Bestimmungen des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen veranstaltet werden, ist zulässig.
Die Weiterverbreitung von Fernsehprogrammen kann unter Beachtung europäischer rundfunkrechtlicher Regelungen ausgesetzt werden.		Die Weiterverbreitung der **in Satz 1 genannten Angebote aus einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union** kann **nur in Übereinstimmung mit Artikel 3 der Richtlinie 2010/13/EU in der Fassung der Richtlinie 2018/1808/EU, die Weiterverbreitung der in Satz 1 genannten Angebote aus einem Mitgliedstaat des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen, der nicht Mitgliedstaat der Europäischen Union ist, nur in Übereinstimmung mit den Bestimmungen des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen** ausgesetzt werden.
(2) Veranstalter anderer als der in Absatz 1 genannten Fernsehprogramme haben die Weiterverbreitung mindestens einen Monat vor Beginn bei der Landesmedienanstalt anzuzeigen, in deren Geltungsbereich die Programme verbreitet werden sollen. Die Anzeige kann auch der Plattformbetreiber vornehmen. Die Anzeige muss die Nennung eines Programmverantwortlichen, eine Beschreibung des Programms und die Vorlage einer Zulassung oder eines vergleichbaren Dokuments beinhalten. Die Weiterverbreitung ist dem Betreiber der Plattform zu untersagen, wenn das Rundfunkprogramm nicht den Anforderungen des § 3 oder des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages entspricht oder wenn der Veranstalter nach dem geltenden Recht des Ursprungslandes zur Veranstaltung von Rundfunk nicht befugt ist oder wenn das Programm nicht inhaltlich unverändert verbreitet wird.		
(3) Landesrechtliche Regelungen zur analogen Kanalbelegung für Rundfunk sind zulässig, soweit sie zur Er-		

reichung klar umrissener Ziele von allgemeinem Interesse erforderlich sind. Sie können insbesondere zur Sicherung einer pluralistischen, am Angebot der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt orientierten Medienordnung getroffen werden. Einzelheiten, insbesondere die Rangfolge bei der Belegung der Kabelkanäle, regelt das Landesrecht.		
		(4) Ferner können angemessene Maßnahmen in Übereinstimmung mit Artikel 4 Abs. 3 der Richtlinie 2010/13/EU in der Fassung der Richtlinie 2018/1808/EU unter Wahrung der sonstigen Regelungen ihres Artikel 4 gegen den Mediendiensteanbieter ergriffen werden, der der Rechtshoheit eines anderen Mitgliedstaats unterworfen ist und einen audiovisuellen Mediendienst erbringt, der ganz oder vorwiegend auf das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland ausgerichtet ist, soweit Deutschland im öffentlichen Interesse liegende ausführlichere oder strengere Bestimmungen nach Artikel 4 Absatz 1 der Richtlinie in der Fassung der Richtlinie 2018/1808/EU erlassen hat.
§ 52 Plattformen (1) Die nachstehenden Regelungen gelten für Plattformen auf allen technischen Übertragungskapazitäten. Mit Ausnahme der §§ 52 a und f gelten sie nicht für Anbieter von 1. Plattformen in offenen Netzen (Internet, UMTS oder vergleichbare Netze), soweit sie dort über keine marktbeherrschende Stellung verfügen, 2. Plattformen, die sich auf die unveränderte Weiterleitung eines Gesamtangebotes beschränken, das den Vorgaben dieses Abschnitts entspricht,	**§ 52 Medienplattformen und Benutzeroberflächen** (1) Die nachstehenden Regelungen gelten für **alle Medienplattformen und Benutzeroberflächen**. Mit Ausnahme der **Abs. 2 und 3,** der §§ 52 a, **52 g Abs. 1 und 52 h** gelten sie nicht für ~~**1. Plattformen in offenen Netzen (Internet, UMTS oder vergleichbare Netze), soweit sie dort über keine marktbeherrschende Stellung verfügen,**~~ ~~**2. Plattformen, die sich auf die unveränderte Weiterleitung eines Gesamtangebotes beschränken, das den Vorgaben dieses Abschnitts entspricht,**~~	**§ 52 Medienplattformen und Benutzeroberflächen** (1) Die nachstehenden Regelungen gelten für **alle Medienplattformen und Benutzeroberflächen**. Mit Ausnahme der **Absätze 2 und 3 sowie** der §§ 52 a, **52 g Abs. 1 und 52 h** gelten sie nicht für ~~**1. Plattformen in offenen Netzen (Internet, UMTS oder vergleichbare Netze), soweit sie dort über keine marktbeherrschende Stellung verfügen,**~~ ~~**2. Plattformen, die sich auf die unveränderte Weiterleitung eines Gesamtangebotes beschränken, das den Vorgaben dieses Abschnitts entspricht,**~~

3. drahtgebundenen Plattformen mit in der Regel weniger als 10.000 angeschlossenen Wohneinheiten oder	**1. infrastrukturgebundene Medienplattformen** mit in der Regel weniger als 10.000 angeschlossenen Wohneinheiten oder	**1. infrastrukturgebundene Medienplattformen** mit in der Regel weniger als 10.000 angeschlossenen Wohneinheiten **und deren Benutzeroberflächen** oder
4. drahtlosen Plattformen mit in der Regel weniger als 20.000 Nutzern.	**2. nicht infrastrukturgebundene Medienplattformen und Benutzeroberflächen, die keine Benutzeroberflächen von Medienplattformen nach Ziff. 1 sind,** mit in der Regel weniger als 20.000 **tatsächlichen** Nutzern **im Monatsdurchschnitt**.	**2. nicht infrastrukturgebundene Medienplattformen und Benutzeroberflächen, die keine Benutzeroberflächen von Medienplattformen nach Ziff. 1 sind,** mit in der Regel weniger als 20.000 **tatsächlichen täglichen** Nutzern **im Monatsdurchschnitt**.
Die Landesmedienanstalten legen in den Satzungen und Richtlinien nach § 53 fest, welche Anbieter unter Berücksichtigung der regionalen und lokalen Verhältnisse den Regelungen nach Satz 2 unterfallen.	Die Landesmedienanstalten legen in den Satzungen und Richtlinien nach § 53 **unter Berücksichtigung der regionalen und lokalen Verhältnisse Kriterien für die Ermittlung der Schwellenwerte** fest.	Die Landesmedienanstalten legen in den Satzungen und Richtlinien nach § 53 **unter Berücksichtigung der regionalen und lokalen Verhältnisse Kriterien für die Ermittlung der Schwellenwerte** fest.
(2) Eine Plattform darf nur betreiben, wer den Anforderungen des § 20 a Abs. 1 und 2 genügt.	(2) Eine **infrastrukturgebundene Medienplattform** darf nur betreiben, wer den Anforderungen des § 20 a Abs. 1 und 2 **Satz 1** genügt. **Im Übrigen hat ein Anbieter einer Medienplattform oder ein Anbieter einer Benutzeroberfläche oder ein von diesem jeweils benannter Bevollmächtigter die Anforderungen des § 20 a Abs. 1, Abs. 2 Satz 1 zu erfüllen.**	(2) Eine **infrastrukturgebundene Medienplattform** darf nur betreiben, wer den Anforderungen des § 20 a Abs. 1 und 2 **Satz 1** genügt. **Im Übrigen hat ein Anbieter einer Medienplattform oder ein Anbieter einer Benutzeroberfläche oder ein von diesem jeweils benannter Bevollmächtigter die Anforderungen des § 20 a Abs. 1, Abs. 2 Satz 1 zu erfüllen.**
(3) Private Anbieter, die eine Plattform mit Rundfunk und vergleichbaren Telemedien anbieten wollen, müssen dies mindestens einen Monat vor Inbetriebnahme der zuständigen Landesmedienanstalt anzeigen. Die Anzeige hat zu enthalten	(3) ~~Private~~ Anbieter, die eine **Medienplattform** anbieten wollen, müssen dies mindestens einen Monat vor Inbetriebnahme der zuständigen Landesmedienanstalt anzeigen. Die Anzeige hat zu enthalten	(3) ~~Private~~ Anbieter, die eine **Medienplattform oder Benutzeroberfläche** anbieten wollen, müssen dies mindestens einen Monat vor Inbetriebnahme der zuständigen Landesmedienanstalt anzeigen. Die Anzeige hat zu enthalten
1. Angaben entsprechend § 20 a Abs. 1 und 2 und	1. Angaben **nach Abs. 2 Satz 1** und	1. Angaben **nach Absatz 2 Satz 1** und
2. die Darlegung, wie den Anforderungen der §§ 52 a bis 52 d entsprochen werden soll.	2. **Angaben zur technischen und voraussichtlichen Nutzungsreichweite**.	2. **Angaben zur technischen und voraussichtlichen Nutzungsreichweite**.
		Bei wesentlichen Änderungen gelten die Sätze 1 und 2 entsprechend.
§ 52 a Regelungen für Plattformen	**§ 52 a Regelungen für Medienplattformen und Benutzeroberflächen**	**§ 52 a Regelungen für Medienplattformen und Benutzeroberflächen**

(1) Für die Angebote in Plattformen gilt die verfassungsmäßige Ordnung. Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre sind einzuhalten.	(1) Für die Angebote in **Medienplattformen und Benutzeroberflächen** gilt die verfassungsmäßige Ordnung. Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre sind einzuhalten.	(1) Für die Angebote in **Medienplattformen und Benutzeroberflächen** gilt die verfassungsmäßige Ordnung. Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre sind einzuhalten.
(2) Plattformanbieter sind für eigene Programme und Dienste verantwortlich. Bei Verfügungen der Aufsichtsbehörden gegen Programme und Dienste Dritter, die über die Plattform verbreitet werden, sind diese zur Umsetzung dieser Verfügung verpflichtet. Sind Maßnahmen gegenüber dem Verantwortlichen von Programmen und Diensten nach Satz 2 nicht durchführbar oder nicht Erfolg versprechend, können Maßnahmen zur Verhinderung des Zugangs von Programmen und Diensten auch gegen den Plattformanbieter gerichtet werden, sofern eine Verhinderung technisch möglich und zumutbar ist.	(2) **Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen** sind für eigene Programme und Dienste verantwortlich. Bei Verfügungen der Aufsichtsbehörden gegen Programme und Dienste Dritter, die über die **Medienplattform** verbreitet werden, sind diese zur Umsetzung dieser Verfügung verpflichtet. Sind Maßnahmen gegenüber dem Verantwortlichen von Programmen und Diensten nach Satz 2 nicht durchführbar oder nicht Erfolg versprechend, können Maßnahmen zur Verhinderung des Zugangs von Programmen und Diensten auch gegen den **Anbieter der Medienplattform oder Benutzeroberfläche** gerichtet werden, sofern eine Verhinderung technisch möglich und zumutbar ist.	(2) **Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen** sind für eigene Programme und Dienste verantwortlich. Bei Verfügungen der Aufsichtsbehörden gegen **Angebote oder Inhalte** Dritter, die über die **Medienplattform** verbreitet werden **oder in Benutzeroberflächen enthalten sind**, sind diese zur Umsetzung dieser Verfügung verpflichtet. Sind Maßnahmen gegenüber dem Verantwortlichen von **Angeboten oder Inhalten** nach Satz 2 nicht durchführbar oder nicht Erfolg versprechend, können Maßnahmen zur Verhinderung des Zugangs von **Angeboten oder Inhalten** auch gegen den **Anbieter der Medienplattform oder Benutzeroberfläche** gerichtet werden, sofern eine Verhinderung technisch möglich und zumutbar ist.
(3) Der Anbieter einer Plattform darf ohne Zustimmung des jeweiligen Rundfunkveranstalters dessen Programme und vergleichbare Telemedien	(3) **Ohne Einwilligung** des jeweiligen Rundfunkveranstalters **oder Anbieters rundfunkähnlicher Telemedien dürfen** dessen **Rundfunkprogramme, rundfunkähnliche** Telemedien **oder Teile davon**	(3) **Ohne Einwilligung** des jeweiligen Rundfunkveranstalters **oder Anbieters rundfunkähnlicher Telemedien dürfen** dessen **Rundfunkprogramme, einschließlich des HbbTV-Signals, rundfunkähnliche** Telemedien **oder Teile davon**
inhaltlich und technisch nicht verändern	**a)** inhaltlich und technisch nicht **verändert,**	**a)** inhaltlich und technisch nicht **verändert,**
	b) im Zuge ihrer Abbildung nicht vollständig oder teilweise mit kommerzieller Kommunikation, Inhalten aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien, einschließlich Empfehlungen oder Hinweisen hierauf, überblendet oder ihre Abbildung zu diesem Zweck skaliert oder	**b) im Zuge ihrer Abbildung oder akustischen Wiedergabe nicht vollständig oder teilweise mit Werbung, Inhalten aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien, einschließlich Empfehlungen oder Hinweisen hierauf, überlagert oder ihre Abbildung zu diesem Zweck skaliert oder**
sowie einzelne Rundfunkprogramme oder Inhalte nicht in Programmpakete aufnehmen oder in anderer Weise entgeltlich oder unentgeltlich vermarkten.	**c)** nicht in **Angebotspakete aufgenommen** oder in anderer Weise entgeltlich oder unentgeltlich **vermarktet werden**.	**c)** nicht in **Angebotspakete aufgenommen** oder in anderer Weise entgeltlich oder unentgeltlich **vermarktet werden**.

Technische Veränderungen, die ausschließlich einer effizienten Kapazitätsnutzung dienen und die Einhaltung des vereinbarten Qualitätsstandards nicht beeinträchtigen, sind zulässig.	**(4) Abweichend von Absatz 3 Buchst. a** sind technische Veränderungen, die ausschließlich einer effizienten Kapazitätsnutzung dienen und die Einhaltung des vereinbarten **oder, im Fall, dass keine Vereinbarung getroffen wurde, marktüblichen** Qualitätsstandards nicht beeinträchtigen, zulässig. **[Abweichend von Absatz 3 Buchst. b sind Überblendungen oder Skalierungen zum Zweck von Empfehlungen oder Hinweisen auf Inhalte aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien zulässig, die durch den Nutzer im Einzelfall veranlasst sind oder in die der Nutzer generell eingewilligt hat (Opt-In), wenn er die Einwilligung jederzeit in einfacher Weise und dauerhaft widerrufen kann. Dem Nutzer sind zu Inhalt und Reichweite seiner Einwilligung und der Möglichkeit des Widerrufs leicht verständliche Informationen zur Verfügung zu stellen.]**	**(4) Abweichend von Absatz 3 Buchst. a** sind technische Veränderungen, die ausschließlich einer effizienten Kapazitätsnutzung dienen und die Einhaltung des vereinbarten **oder, im Fall, dass keine Vereinbarung getroffen wurde, marktüblichen** Qualitätsstandards nicht beeinträchtigen, zulässig. **Abweichend von Absatz 3 Buchst. b sind Überlagerungen oder Skalierungen zum Zweck von Empfehlungen oder Hinweisen auf Inhalte aus Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnlichen Telemedien zulässig, die durch den Nutzer im Einzelfall veranlasst sind.**
	(5) Bei einer Überblendung oder Skalierung von Angeboten durch Anbieter einer Medienplattform oder Benutzeroberfläche zum Zweck der kommerziellen Kommunikation finden die für das überblendete Angebot geltenden Beschränkungen entsprechende Anwendung.	**(5) Bei einer Überlagerung oder Skalierung zum Zweck der Werbung finden die für das überlagerte oder skalierte Angebot geltenden Beschränkungen entsprechende Anwendung.**
§ 52 b Belegung von Plattformen	**§ 52 b Belegung von Medienplattformen**	**§ 52 b Belegung von Medienplattformen**
(1) Für Plattformen privater Anbieter mit Fernsehprogrammen gelten die nachfolgenden Bestimmungen:	(1) Für **infrastrukturgebundene Medienplattformen** gelten die nachfolgenden Bestimmungen.	(1) Für **infrastrukturgebundene Medienplattformen** gelten die nachfolgenden Bestimmungen.
1. Der Plattformanbieter	**(2)** Der **Anbieter einer Medienplattform**	**(2)** Der **Anbieter einer Medienplattform**
hat innerhalb einer technischen Kapazität im Umfang von höchstens einem Drittel der für die digitale Verbreitung von Rundfunk zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität sicherzustellen, dass	**1. hat sicherzustellen, dass** innerhalb einer technischen Kapazität im Umfang von höchstens einem Drittel der für die digitale Verbreitung von **Fernsehprogrammen** zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität	**1. hat sicherzustellen, dass** innerhalb einer technischen Kapazität im Umfang von höchstens einem Drittel der für die digitale Verbreitung von **Fernsehprogrammen** zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität
a) die erforderlichen Kapazitäten für die für die bundesweite Verbreitung gesetzlich bestimmten beitrags-	a) die erforderlichen Kapazitäten für die **zur** bundesweiten Verbreitung gesetzlich bestimmten beitragsfi-	a) die erforderlichen Kapazitäten für die **zur** bundesweiten Verbreitung gesetzlich bestimmten beitragsfi-

finanzierten Programme sowie für die Dritten Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einschließlich programmbegleitender Dienste zur Verfügung stehen; die im Rahmen der Dritten Programme verbreiteten Landesfenster sind nur innerhalb der Länder zu verbreiten, für die sie gesetzlich bestimmt sind,

b) die Kapazitäten für die privaten Fernsehprogramme, die Regionalfenster gemäß § 25 enthalten, zur Verfügung stehen,

c) die Kapazitäten für die im jeweiligen Land zugelassenen regionalen und lokalen Fernsehprogramme sowie die Offenen Kanäle zur Verfügung stehen; die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt,

d) die technischen Kapazitäten nach Buchstabe a bis c im Verhältnis zu anderen digitalen Kapazitäten technisch gleichwertig sind,

2. innerhalb einer weiteren technischen Kapazität im Umfang der Kapazität nach Nummer 1 trifft der Plattformanbieter die Entscheidung über die Belegung mit in digitaler Technik verbreiteten Fernsehprogrammen und Telemedien, soweit er darin unter Einbeziehung der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer eine Vielzahl von Programmveranstaltern sowie ein vielfältiges Programmangebot an Vollprogrammen, nicht entgeltfinanzierten Programmen, Spartenprogrammen und Fremdsprachenprogrammen einbezieht sowie vergleichbare Telemedien und Teleshoppingkanäle angemessen berücksichtigt.

nanzierten Programme sowie für die Dritten Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einschließlich programmbegleitender Dienste zur Verfügung stehen; **für [die Dritten Programme und]** die im Rahmen der Dritten Programme verbreiteten Landesfenster **gilt dies** nur innerhalb der Länder, für die sie gesetzlich bestimmt sind,

b) die Kapazitäten für die privaten Fernsehprogramme, die Regionalfenster gemäß § 25 enthalten, **einschließlich programmbegleitender Dienste,** zur Verfügung stehen,

c) die Kapazitäten für die im jeweiligen Land zugelassenen regionalen und lokalen Fernsehprogramme sowie die Offenen Kanäle zur Verfügung stehen; **dies gilt nur innerhalb des Gebiets, für das sie jeweils bestimmt sind;** die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt,

d) die technischen Kapazitäten nach Buchstabe a bis c im Verhältnis zu anderen digitalen Kapazitäten technisch gleichwertig sind,

2. **trifft selbst** innerhalb einer weiteren technischen Kapazität im Umfang der Kapazität nach Nummer 1 die Entscheidung über die Belegung mit in digitaler Technik verbreiteten Fernsehprogrammen **einschließlich programmbegleitender Dienste** ~~und Telemedien~~, soweit er darin unter Einbeziehung der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer eine Vielzahl von Programmveranstaltern sowie ein vielfältiges Programmangebot an Vollprogrammen, nicht entgeltfinanzierten Programmen, Spartenprogrammen und Fremdsprachenprogrammen einbezieht sowie ~~vergleichbare Telemedien und~~ Teleshoppingkanäle angemessen berücksichtigt,

nanzierten Programme sowie für die Dritten Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einschließlich programmbegleitender Dienste zur Verfügung stehen; **für [die Dritten Programme und]** die im Rahmen der Dritten Programme verbreiteten Landesfenster **gilt dies** nur innerhalb der Länder, für die sie gesetzlich bestimmt sind,

b) die Kapazitäten für die privaten Fernsehprogramme, die Regionalfenster gemäß § 25 enthalten, **einschließlich programmbegleitender Dienste,** zur Verfügung stehen,

c) die Kapazitäten für die im jeweiligen Land zugelassenen regionalen und lokalen Fernsehprogramme sowie die Offenen Kanäle zur Verfügung stehen; **dies gilt nur innerhalb des Gebiets, für das sie jeweils bestimmt sind;** die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt,

d) die technischen Kapazitäten nach Buchstabe a bis c im Verhältnis zu anderen digitalen Kapazitäten technisch gleichwertig sind,

2. **trifft selbst** innerhalb einer weiteren technischen Kapazität im Umfang der Kapazität nach Nummer 1 die Entscheidung über die Belegung mit in digitaler Technik verbreiteten Fernsehprogrammen **einschließlich programmbegleitender Dienste** ~~und Telemedien~~, soweit er darin unter Einbeziehung der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer eine Vielzahl von Programmveranstaltern sowie ein vielfältiges Programmangebot an Vollprogrammen, nicht entgeltfinanzierten Programmen, Spartenprogrammen und Fremdsprachenprogrammen einbezieht sowie ~~vergleichbare Telemedien und~~ Teleshoppingkanäle angemessen berücksichtigt,

3. Innerhalb der darüber hinausgehenden technischen Kapazitäten trifft er die Entscheidung über die Belegung allein nach Maßgabe der allgemeinen Gesetze.	3. **trifft** innerhalb der darüber hinausgehenden technischen Kapazitäten die Entscheidung über die Belegung nach Maßgabe **des § 52 c Abs. 2 und** der allgemeinen Gesetze.	3. **trifft** innerhalb der darüber hinausgehenden technischen Kapazitäten die Entscheidung über die Belegung nach Maßgabe **des § 52 c Abs. 2 und** der allgemeinen Gesetze.
Reicht die Kapazität zur Belegung nach Satz 1 nicht aus, sind die Grundsätze des Satzes 1 entsprechend der zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität anzuwenden; dabei haben die für das jeweilige Verbreitungsgebiet gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme und programmbegleitende Dienste des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Vorrang unbeschadet der angemessenen Berücksichtigung der Angebote nach Satz 1 Nr. 1 Buchst. b und c.	Reicht die Kapazität zur Belegung nach Satz 1 **Nr. 1** nicht aus, sind die Grundsätze des Satzes 1 entsprechend der zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität anzuwenden; dabei haben die für das jeweilige Verbreitungsgebiet gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme und programmbegleitende Dienste des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Vorrang unbeschadet der angemessenen Berücksichtigung der Angebote nach Satz 1 Nr. 1 Buchst. b und c.	Reicht die Kapazität zur Belegung nach Satz 1 **Nr. 1** nicht aus, sind die Grundsätze des Satzes 1 entsprechend der zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität anzuwenden; dabei haben die für das jeweilige Verbreitungsgebiet gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme und programmbegleitende Dienste des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Vorrang unbeschadet der angemessenen Berücksichtigung der Angebote nach Satz 1 Nr. 1 Buchst. b und c.
(2) Für Plattformen privater Anbieter mit Hörfunkprogrammen gelten die nachfolgenden Bestimmungen.	(**3**)	(**3**)
Der Plattformanbieter hat sicherzustellen, dass	Der **Anbieter einer Medienplattform**	Der **Anbieter einer Medienplattform**
1. innerhalb einer technischen Kapazität im Umfang von höchstens einem Drittel der für die digitale Verbreitung von Hörfunk zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität	1. **hat sicherzustellen, dass** innerhalb einer technischen Kapazität im Umfang von höchstens einem Drittel der für die digitale Verbreitung von Hörfunk zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität	1. **hat sicherzustellen, dass** innerhalb einer technischen Kapazität im Umfang von höchstens einem Drittel der für die digitale Verbreitung von Hörfunk zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität
die technischen Kapazitäten für die in dem jeweiligen Verbreitungsgebiet gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme und programmbegleitenden Dienste des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zur Verfügung stehen,	die **erforderlichen** Kapazitäten für die in dem jeweiligen Verbreitungsgebiet gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme und programmbegleitenden Dienste des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zur Verfügung stehen,	**[a)]** die **erforderlichen** Kapazitäten für die in dem jeweiligen Verbreitungsgebiet gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme und programmbegleitenden Dienste des öffentlich-rechtlichen Rundfunks,
		[b) die Kapazitäten für die im jeweiligen Land zugelassenen Hörfunkprogramme sowie die Offenen Kanäle]
		zur Verfügung stehen**[; die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt],**
2. innerhalb einer weiteren technischen Übertragungskapazität im Umfang nach Nummer 1 trifft der Plattformanbieter die Entscheidung über die Belegung mit in	2. **trifft selbst** innerhalb einer weiteren technischen Übertragungskapazität im Umfang nach Nummer 1 die Entscheidung über die Belegung mit in digitaler Technik	2. **trifft selbst** innerhalb einer weiteren technischen Übertragungskapazität im Umfang nach Nummer 1 die

digitaler Technik verbreiteten Hörfunkprogrammen und Telemedien, soweit er darin unter Einbeziehung der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer ein vielfältiges Angebot und eine Vielfalt der Anbieter im jeweiligen Verbreitungsgebiet angemessen berücksichtigt,

3. innerhalb der darüber hinausgehenden technischen Kapazität trifft er die Entscheidung über die Belegung allein nach Maßgabe der allgemeinen Gesetze.

Absatz 1 Satz 2 gilt entsprechend.

Werden Hörfunk- und Fernsehprogramme auf einer Plattform verbreitet, sind die Programme nach Satz 2 Nr. 1 im Rahmen der Kapazität nach Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 Buchst. a zu berücksichtigen.

(3) Der Plattformanbieter ist von den Anforderungen nach Absatz 1 und 2 befreit, soweit

1. der Anbieter der zuständigen Landesmedienanstalt nachweist, dass er selbst oder ein Dritter den Empfang der entsprechenden Angebote auf einem gleichartigen Übertragungsweg und demselben Endgerät unmittelbar und ohne zusätzlichen Aufwand ermöglicht, oder

2. das Gebot der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt bereits im Rahmen der Zuordnungs- oder Zuweisungsentscheidung nach den §§ 51 oder 51 a berücksichtigt wurde.

(4) Die Entscheidung über die Belegung von Plattformen trifft der Anbieter der Plattform. Programme, die dem Plattformanbieter gemäß § 28 zugerechnet werden können oder von ihm exklusiv vermarktet werden,

verbreiteten Hörfunkprogrammen **und programmbegleitenden Diensten** ~~**und Telemedien**~~, soweit er darin unter Einbeziehung der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer ein vielfältiges Angebot und **[insbesondere]** eine Vielfalt der **für das jeweilige Verbreitungsgebiet bestimmten Angebote** angemessen berücksichtigt,

3. **trifft** innerhalb der darüber hinausgehenden technischen Kapazität**en** die Entscheidung über die Belegung nach Maßgabe **des § 52 c Abs. 2 und** der allgemeinen Gesetze.

Absatz **2** Satz 2 gilt entsprechend.

(4) Werden Hörfunk- und Fernsehprogramme auf einer **Medienplattform** verbreitet, sind die Programme nach **Absatz 3** Satz **1** Nr. 1 im Rahmen der Kapazität nach Absatz **2** Satz 1 Nr. 1 Buchst. a zu berücksichtigen.

(**5**) Der **Anbieter einer Medienplattform** ist von den Anforderungen nach Absatz 1 **bis 4** befreit, soweit

1. der Anbieter der zuständigen Landesmedienanstalt nachweist, dass er selbst oder ein Dritter den Empfang der entsprechenden Angebote auf einem gleichartigen Übertragungsweg und demselben Endgerät unmittelbar und ohne zusätzlichen Aufwand ermöglicht, oder

2. das Gebot der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt bereits im Rahmen der Zuordnungs- oder Zuweisungsentscheidung nach den §§ 51 oder 51 a berücksichtigt wurde.

(**6**) ~~**Die Entscheidung über die Belegung von Plattformen trifft der Anbieter der Plattform.**~~ Programme, die dem **Anbieter einer Medienplattform** gemäß § 28 zugerechnet werden können oder von ihm exklusiv ver-

Entscheidung über die Belegung mit in digitaler Technik verbreiteten Hörfunkprogrammen **und programmbegleitenden Diensten** ~~**und Telemedien**~~, soweit er darin unter Einbeziehung der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer ein vielfältiges Angebot und **[insbesondere]** eine Vielfalt der **[für das jeweilige Verbreitungsgebiet bestimmten Angebote]** angemessen berücksichtigt,

3. **trifft** innerhalb der darüber hinausgehenden technischen Kapazität**en** die Entscheidung über die Belegung nach Maßgabe **des § 52 c Abs. 2 und** der allgemeinen Gesetze.

Absatz **2** Satz 2 gilt entsprechend.

(4) Werden Hörfunk- und Fernsehprogramme auf einer **Medienplattform** verbreitet, sind die Programme nach **Absatz 3** Satz **1** Nr. 1 **[Buchst. a]** im Rahmen der Kapazität nach Absatz **2** Satz 1 Nr. 1 Buchst. a zu berücksichtigen.

(**5**) Der **Anbieter einer Medienplattform** ist von den Anforderungen nach Absatz 1 **bis 4** befreit, soweit

1. der Anbieter der zuständigen Landesmedienanstalt nachweist, dass er selbst oder ein Dritter den Empfang der entsprechenden Angebote auf einem gleichartigen Übertragungsweg und demselben Endgerät unmittelbar und ohne zusätzlichen Aufwand ermöglicht, oder

2. das Gebot der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt bereits im Rahmen der Zuordnungs- oder Zuweisungsentscheidung nach den §§ 51 oder 51 a berücksichtigt wurde.

(**6**) ~~**Die Entscheidung über die Belegung von Plattformen trifft der Anbieter der Plattform.**~~ Programme, die dem **Anbieter einer Medienplattform** gemäß § 28 zugerechnet werden können oder von ihm exklusiv ver-

bleiben bei der Erfüllung der Anforderungen nach Absatz 1 Nr. 1 und 2 außer Betracht. Der Anbieter einer Plattform hat die Belegung von Rundfunkprogrammen oder Telemedien der zuständigen Landesmedienanstalt spätestens einen Monat vor ihrem Beginn anzuzeigen. Werden die Voraussetzungen der Absätze 1 bis 3 nicht erfüllt, erfolgt die Auswahl der zu verbreitenden Rundfunkprogramme nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des Landesrechts durch die zuständige Landesmedienanstalt. Zuvor ist dem Anbieter einer Plattform eine angemessene Frist zur Erfüllung der gesetzlichen Voraussetzungen zu setzen. Bei Änderung der Belegungen gelten die Sätze 1 bis 5 entsprechend.

marktet werden, bleiben bei der Erfüllung der Anforderungen nach Absatz **2** Nr. 1 und 2 außer Betracht. Der Anbieter einer **Medienplattform** hat die Belegung von Rundfunkprogrammen ~~oder Telemedien~~ der zuständigen Landesmedienanstalt **auf deren Verlangen unverzüglich mitzuteilen**. Werden die Voraussetzungen der Absätze **2** bis **5** nicht erfüllt, erfolgt die Auswahl der zu verbreitenden Rundfunkprogramme nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des Landesrechts durch die zuständige Landesmedienanstalt. Zuvor ist dem Anbieter einer **Medienplattform** eine angemessene Frist zur Erfüllung der gesetzlichen Voraussetzungen zu setzen. ~~Bei Änderung der Belegungen gelten die Sätze 1 bis 5 entsprechend.~~

(7) Für regionale und lokale Medienplattformen, die Hörfunk- und Fernsehprogramme ausschließlich terrestrisch verbreiten, kann das Landesrecht abweichende Regelungen vorsehen.

marktet werden, bleiben bei der Erfüllung der Anforderungen nach Absatz **2** Nr. 1 und 2 außer Betracht. Der Anbieter einer **Medienplattform** hat die Belegung von Rundfunkprogrammen ~~oder Telemedien~~ der zuständigen Landesmedienanstalt **auf deren Verlangen unverzüglich mitzuteilen**. Werden die Voraussetzungen der Absätze **2** bis **5** nicht erfüllt, erfolgt die Auswahl der zu verbreitenden Rundfunkprogramme nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des Landesrechts durch die zuständige Landesmedienanstalt. Zuvor ist dem Anbieter einer **Medienplattform** eine angemessene Frist zur Erfüllung der gesetzlichen Voraussetzungen zu setzen. ~~Bei Änderung der Belegungen gelten die Sätze 1 bis 5 entsprechend.~~

(7) Für regionale und lokale Medienplattformen, die Hörfunk- und Fernsehprogramme ausschließlich terrestrisch verbreiten, kann das Landesrecht abweichende Regelungen vorsehen.

---

§ 52 c Technische Zugangsfreiheit

(1) Anbieter von Plattformen, die Rundfunk und vergleichbare Telemedien verbreiten, haben zu gewährleisten, dass die eingesetzte Technik ein vielfältiges Angebot ermöglicht.

Zur Sicherung der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt dürfen Anbieter von Rundfunk und vergleichbaren Telemedien einschließlich elektronischer Programmführer weder unmittelbar noch mittelbar

1. durch Zugangsberechtigungssysteme,

2. durch Schnittstellen für Anwendungsprogramme,

§ 52 c Zugang zu Medienplattformen

(1) Anbieter von **Medienplattformen** haben zu gewährleisten, dass die eingesetzte Technik ein vielfältiges Angebot ermöglicht.

(2) Zur Sicherung der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt dürfen **Rundfunk und rundfunkähnliche Telemedien beim Zugang zu Medienplattformen weder unmittelbar noch mittelbar unbillig behindert oder ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden; dies gilt insbesondere in Bezug auf**

1. ~~durch~~ Zugangsberechtigungssysteme,

2. ~~durch~~ Schnittstellen für Anwendungsprogramme,

§ 52 c Zugang zu Medienplattformen

(1) Anbieter von **Medienplattformen** haben zu gewährleisten, dass die eingesetzte Technik ein vielfältiges Angebot ermöglicht.

(2) Zur Sicherung der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt dürfen **Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien und Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 beim Zugang zu Medienplattformen nicht unmittelbar oder mittelbar unbillig behindert und gegenüber gleichartigen Angeboten nicht ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden; dies gilt insbesondere in Bezug auf**

1. ~~durch~~ Zugangsberechtigungssysteme,

2. ~~durch~~ Schnittstellen für Anwendungsprogramme,

3. durch Benutzeroberflächen, die den ersten Zugriff auf die Angebote herstellen, oder	~~3. durch Benutzeroberflächen, die den ersten Zugriff auf die Angebote herstellen, oder~~	~~3. durch Benutzeroberflächen, die den ersten Zugriff auf die Angebote herstellen, oder~~
4. durch sonstige technische Vorgaben zu den Nummern 1 bis 3 auch gegenüber Herstellern digitaler Rundfunkempfangsgeräte	3. sonstige technische Vorgaben zu den Nummern 1 und 2 auch gegenüber Herstellern digitaler Rundfunkempfangsgeräte,	3. sonstige technische Vorgaben zu den Nummern 1 und 2 auch gegenüber Herstellern digitaler Rundfunkempfangsgeräte,
	4. die Ausgestaltung von Zugangsbedingungen, insbesondere Entgelten und Tarifen.	**4. die Ausgestaltung von Zugangsbedingungen, insbesondere Entgelte und Tarife.**
bei der Verbreitung ihrer Angebote unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden.	~~bei der Verbreitung ihrer Angebote unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden.~~	~~bei der Verbreitung ihrer Angebote unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden.~~
(2) Die Verwendung eines Zugangsberechtigungssystems oder eines Systems nach Absatz 1 Satz 2 Nr. 3 oder einer Schnittstelle für Anwendungsprogramme und die Entgelte hierfür sind der zuständigen Landesmedienanstalt unverzüglich anzuzeigen. Satz 1 gilt für Änderungen entsprechend. Der zuständigen Landesmedienanstalt sind auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte zu erteilen.	(3) Die Verwendung eines Zugangsberechtigungssystems ~~oder eines Systems nach Absatz 1 Satz 2 Nr. 3~~ oder einer Schnittstelle für Anwendungsprogramme und die Entgelte hierfür sind der zuständigen Landesmedienanstalt unverzüglich anzuzeigen. Satz 1 gilt für Änderungen entsprechend. Der zuständigen Landesmedienanstalt sind auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte zu erteilen.	(3) Die Verwendung eines Zugangsberechtigungssystems ~~oder eines Systems nach Absatz 1 Satz 2 Nr. 3~~ oder einer Schnittstelle für Anwendungsprogramme und die Entgelte hierfür sind der zuständigen Landesmedienanstalt unverzüglich anzuzeigen. Satz 1 gilt für Änderungen entsprechend. Der zuständigen Landesmedienanstalt sind auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte zu erteilen.
§ 52 d Entgelte, Tarife	**§ 52 d Zugangsbedingungen**	**§ 52 d Zugangsbedingungen zu Medienplattformen**
Anbieter von Programmen und vergleichbaren Telemedien dürfen durch die Ausgestaltung der Entgelte und Tarife nicht unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden. Die Verbreitung von Angeboten nach § 52 b Abs. 1 Nr. 1 und 2 oder § 52 b Abs. 2 in Verbindung mit Abs. 1 Satz 1 hat zu angemessenen Bedingungen zu erfolgen. Entgelte und Tarife für Angebote nach § 52 b Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 2 Satz 2 sind offenzulegen.	**(1) Die Zugangsbedingungen, insbesondere** Entgelte und Tarife**,** sind **gegenüber der zuständigen Landesmedienanstalt** offenzulegen.	**(1) Die Zugangsbedingungen, insbesondere** Entgelte und Tarife**,** sind **gegenüber der zuständigen Landesmedienanstalt** offenzulegen.
Entgelte und Tarife sind im Rahmen des Telekommunikationsgesetzes so zu gestalten, dass auch regionale	**(2)** Entgelte und Tarife sind im Rahmen des Telekommunikationsgesetzes so zu gestalten, dass auch regio-	**(2)** Entgelte und Tarife sind im Rahmen des Telekommunikationsgesetzes so zu gestalten, dass auch regio-

und lokale Angebote zu angemessenen und chancengleichen Bedingungen verbreitet werden können. Die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt.	nale und lokale Angebote zu angemessenen ~~und chancengleichen~~ Bedingungen verbreitet werden können. Die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt. **(3) Können sich die betroffenen Anbieter nicht über die Aufnahme eines Angebots in eine Medienplattform oder die Bedingungen der Aufnahme einigen, kann jeder der Beteiligten die zuständige Landesmedienanstalt anrufen. Die zuständige Landesmedienanstalt wirkt unter den Beteiligten auf eine sachgerechte Lösung hin.**	nale und lokale Angebote zu angemessenen ~~und chancengleichen~~ Bedingungen verbreitet werden können. Die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt. **(3) Können sich die betroffenen Anbieter nicht über die Aufnahme eines Angebots in eine Medienplattform oder die Bedingungen der Aufnahme einigen, kann jeder der Beteiligten die zuständige Landesmedienanstalt anrufen. Die zuständige Landesmedienanstalt wirkt unter den Beteiligten auf eine sachgerechte Lösung hin.**
	§ 52 e Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen **(1) Die nachstehenden Regelungen gelten, soweit Benutzeroberflächen Rundfunk oder rundfunkähnliche Telemedien, Teile davon oder softwarebasierte Anwendungen, die im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien dienen, hierzu abbilden.** **(2) Gleichartige Angebote oder Inhalte dürfen bei der Auffindbarkeit, insbesondere der Sortierung, Anordnung oder Abbildung auf Benutzeroberflächen, nicht ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden; ihre Auffindbarkeit darf nicht unbillig behindert werden. Zulässige Kriterien für eine Sortierung oder Anordnung sind insbesondere Alphabet, Genres oder Nutzungsreichweite. Eine Sortierung oder Anordnung soll in mindestens zwei verschiedenen Varianten angeboten werden. Alle Angebote müssen mittels einer Suchfunktion diskriminierungsfrei auffindbar sein. Einzelheiten regeln die Landesmedienanstalten durch Satzungen und Richtlinien.**	**§ 52 e Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen** **(1) Die nachstehenden Regelungen gelten, soweit Benutzeroberflächen Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien und Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1, Teile davon oder softwarebasierte Anwendungen, die im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien und Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 dienen, hierzu abbilden oder akustisch vermitteln.** **(2) Gleichartige Angebote oder Inhalte dürfen bei der Auffindbarkeit, insbesondere der Sortierung, Anordnung oder Präsentation in Benutzeroberflächen, nicht ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden; ihre Auffindbarkeit darf nicht unbillig behindert werden. Zulässige Kriterien für eine Sortierung oder Anordnung sind insbesondere Alphabet, Genres oder Nutzungsreichweite. Alle Angebote müssen mittels einer Suchfunktion diskriminierungsfrei auffindbar sein.**

	(3) [Über Benutzeroberflächen ansteuerbare Rundfunkangebote gemäß § 52 b Abs. 2 Nr. 1 und § 52 b Abs. 3 Nr. 1 sowie Telemedienangebote gemäß § 11 d sind besonders hervorzuheben und leicht auffindbar zu machen.] Fensterprogramme (§ 25 Abs. 4) sind in dem Gebiet, für das sie zugelassen oder gesetzlich bestimmt sind, gegenüber dem ohne Fensterprogramm ausgestrahlten Hauptprogramm und gegenüber den Fensterprogrammen anderer Gebiete vorrangig darzustellen.	**(3) Der in einer Benutzeroberfläche vermittelte Rundfunk hat in seiner Gesamtheit auf der ersten Auswahlebene unmittelbar erreichbar und leicht auffindbar zu sein.** **[Innerhalb des Rundfunks haben die gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme, die Rundfunkprogramme, die Fensterprogramme (§ 25 Abs. 4) aufzunehmen haben, sowie die privaten Programme, die in besonderem Maß einen Beitrag zur Meinungs- und Angebotsvielfalt im Bundesgebiet leisten, leicht auffindbar zu sein.]** **Werden Rundfunkprogramme abgebildet oder akustisch vermittelt, die Fensterprogramme (§ 25 Abs. 4) aufzunehmen haben, sind in dem Gebiet, für das die Fensterprogramme zugelassen oder gesetzlich bestimmt sind, die Hauptprogramme mit Fensterprogramm gegenüber dem ohne Fensterprogramm ausgestrahlten Hauptprogramm und gegenüber den Fensterprogrammen, die für anderer Gebiete zugelassen oder gesetzlich bestimmt sind, vorrangig darzustellen.** **[(4) In einer Benutzeroberfläche vermittelten Telemedienangebote nach § 11d Abs. 1 oder vergleichbare Telemedienangebote privater Anbieter, die in besonderem Maß einen Beitrag zur Meinungs- und Angebotsvielfalt im Bundesgebiet leisten, oder softwarebasierte Anwendungen, die ihrer unmittelbaren Ansteuerung dienen, haben im Rahmen der Präsentation rundfunkähnlicher Telemedien oder Medienplattformen oder der softwarebasierten Anwendungen, die ihrer unmittelbaren Ansteuerung dienen, leicht auffindbar zu sein.** **(5) Die privaten Angebote im Sinne des Absatz 3 Satz 2 und Absatz 4 werden durch die Landesmedienanstalten für die Dauer von jeweils zwei Jahren be-**

		stimmt und in einer Liste im Onlineauftritt der Landesmedienanstalten veröffentlicht. In die Entscheidung sind folgende Kriterien einzubeziehen: **1. der zeitliche Anteil an nachrichtlicher Berichterstattung über politisches und zeitgeschichtliches Geschehen,** **2. der zeitliche Anteil an regionalen und lokalen Informationen,** **3. das Verhältnis zwischen eigen- und fremdproduzierten Programminhalten,** **4. der Anteil an barrierefreien Angeboten,** **5. das Verhältnis zwischen ausgebildeten und auszubildenden Mitarbeitern, die an der Programmerstellung beteiligt sind,** **6. die Quote europäischer Werke und** **7. der Anteil an Angeboten für junge Zielgruppen.** **Die Landesmedienanstalten bestimmen unverzüglich Beginn und Ende einer Ausschlussfrist, innerhalb derer Anbieter schriftliche Anträge auf Aufnahme in die Liste stellen können. Beginn und Ende der Antragsfrist, das Verfahren und die wesentlichen Anforderungen an die Antragsstellung sind von den Landesmedienanstalten im Rahmen der Ausschreibung festzulegen; die Ausschreibung ist in geeigneter Weise zu veröffentlichen.]**
	(4) Die Sortierung oder Anordnung von Angeboten oder Inhalten muss auf einfache Weise und dauerhaft durch den Nutzer individualisiert werden können. **(5) Die Maßgaben von Absatz 2 Satz 2 und Absatz 4 gelten für Benutzeroberflächen von geräteabhängigen Medienplattformen nicht, soweit der Anbieter**	**(6) Die Sortierung oder Anordnung von Angeboten oder Inhalten muss auf einfache Weise und dauerhaft durch den Nutzer individualisiert werden können.** **(7) Absatz 2 Satz 3 sowie die Absätze 3, 4 und 6 gelten für Benutzeroberflächen nicht, soweit der Anbieter nachweist, dass eine auch nachträgliche Umsetzung**

	nachweist, dass eine auch nachträgliche Umsetzung technisch nicht oder nur mit erheblichem Aufwand möglich ist.	**technisch nicht oder nur mit unverhältnismäßigem Aufwand möglich ist.** **(8) Die Einzelheiten der Absätze 2 bis 6 regeln die Landesmedienanstalten durch Satzungen und Richtlinien.**
	§ 52 f Transparenz **Die einer Medienplattform oder Benutzeroberfläche zugrunde liegenden Grundsätze für die Auswahl von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien und für ihre Organisation sind vom Anbieter transparent zu machen. Dies umfasst die Kriterien, nach denen Inhalte sortiert, angeordnet und abgebildet werden, wie die Sortierung oder Anordnung von Inhalten durch den Nutzer individualisiert werden kann und nach welchen grundlegenden Kriterien Empfehlungen erfolgen und unter welchen Bedingungen Rundfunk oder rundfunkähnliche Telemedien entsprechend § 52 a Abs. 3 Buchst. c nicht in ihrer ursprünglichen Form dargestellt werden. Informationen hierzu sind den Nutzern in leicht erkennbarer, unmittelbar erreichbarer und ständig verfügbarer Weise zur Verfügung zu stellen.**	**§ 52 f Transparenz** **Die einer Medienplattform oder Benutzeroberfläche zugrunde liegenden Grundsätze für die Auswahl von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien und Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 und für ihre Organisation sind vom Anbieter transparent zu machen. Dies umfasst die Kriterien, nach denen Inhalte sortiert, angeordnet und präsentiert werden, wie die Sortierung oder Anordnung von Inhalten durch den Nutzer individualisiert werden kann und nach welchen grundlegenden Kriterien Empfehlungen erfolgen und unter welchen Bedingungen Rundfunk oder rundfunkähnliche Telemedien entsprechend § 52 a Abs. 3 Buchst. b nicht in ihrer ursprünglichen Form dargestellt werden. Informationen hierzu sind den Nutzern in leicht erkennbarer, unmittelbar erreichbarer und ständig verfügbarer Weise zur Verfügung zu stellen.**
§52 e Vorlage von Unterlagen, Zusammenarbeit mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation (1) Anbieter von Plattformen sind verpflichtet, die erforderlichen Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen vorzulegen. §§ 21 bis 24 gelten entsprechend. (2) Ob ein Verstoß gegen § 52 c Abs. 1 Nr. 1 oder 2 oder § 52 d vorliegt, entscheidet bei Plattformanbietern, die zugleich Anbieter der Telekommunikationsdienstleis-	**§ 52 g Vorlage von Unterlagen, Zusammenarbeit mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation** (1) Anbieter von **Medienplattformen und Benutzeroberflächen** sind verpflichtet, die erforderlichen **Informationen und** Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen **unverzüglich** vorzulegen. §§ 21**, 22 und** 24 gelten entsprechend. (2) Ob ein Verstoß gegen § 52c Abs. **2** Nr. 1, 2 **oder 4** oder § 52 d **Abs. 2** vorliegt, entscheidet bei **Anbietern von Medienplattformen**, die zugleich Anbieter der Telekommunikationsdienstleistung sind, die zuständige	**§ 52 g Vorlage von Unterlagen, Zusammenarbeit mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation** (1) Anbieter von **Medienplattformen und Benutzeroberflächen** sind verpflichtet, die erforderlichen **Informationen und** Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen **unverzüglich** vorzulegen. §§ 21**, 22 und** 24 gelten entsprechend. (2) Ob ein Verstoß gegen § 52c Abs. **2** Nr. 1, 2 **oder 4** oder § 52 d **Abs. 2** vorliegt, entscheidet bei **Anbietern von Medienplattformen**, die zugleich Anbieter der Telekommunikationsdienstleistung sind, die zuständige

tung sind, die zuständige Landesmedienanstalt im Benehmen mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation.	Landesmedienanstalt im Benehmen mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation. **(3) Anbieter von Medienplattformen oder Benutzeroberflächen haben auf Nachfrage gegenüber Anbietern von Rundfunk oder rundfunkähnlichen Telemedien die tatsächliche Sortierung, Anordnung und Abbildung von Angeboten und Inhalten, die Verwendung ihrer Metadaten sowie im Rahmen eines berechtigten Interesses Zugangsbedingungen nach § 52 d Abs. 1 mitzuteilen.**	Landesmedienanstalt im Benehmen mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation. **(3) Anbieter von Medienplattformen oder Benutzeroberflächen haben auf Nachfrage gegenüber Anbietern von Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien und Telemedien nach § 54 Abs. 2 Satz 1 die tatsächliche Sortierung, Anordnung und Abbildung von Angeboten und Inhalten, die Verwendung ihrer Metadaten sowie im Rahmen eines berechtigten Interesses Zugangsbedingungen nach § 52 d Abs. 1 mitzuteilen.**
§ 52 f Maßnahmen durch die zuständige Landesmedienanstalt Verstößt ein Plattformanbieter gegen die Bestimmungen dieses Staatsvertrages oder des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages, gilt § 38 Abs. 2 entsprechend.	**§ 52 h Maßnahmen durch die zuständige Landesmedienanstalt** **(1)** Verstößt ein **Anbieter einer Medienplattform oder ein Anbieter einer Benutzeroberfläche** gegen die Bestimmungen dieses Staatsvertrages oder des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages **trifft die zuständige Landesmedienanstalt die erforderlichen Maßnahmen; § 38 Abs. 2 Satz 2 und 3 gilt entsprechend. Für die Rücknahme oder den Widerruf von Zuweisungen gilt § 38 Abs. 3 bis 5. Für Untersagungen und Sperren gilt § 59 Abs. 3 Satz 3 bis 7, Abs. 4 und Abs. 5 entsprechend.** **(2) Im Hinblick auf die Anforderungen der §§ 52 b bis 52 f sind Anbieter von Medienplattformen oder Benutzeroberflächen berechtigt, bei der zuständigen Landesmedienanstalt einen Antrag auf Unbedenklichkeit zu stellen. Die Bestätigung der Unbedenklichkeit kann mit Nebenbestimmungen versehen werden.**	**§ 52 h Maßnahmen durch die zuständige Landesmedienanstalt** **(1)** Verstößt ein **Anbieter einer Medienplattform oder ein Anbieter einer Benutzeroberfläche** gegen die Bestimmungen dieses Staatsvertrages oder des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages **trifft die zuständige Landesmedienanstalt die erforderlichen Maßnahmen; § 38 Abs. 2 Satz 2 und 3 gilt entsprechend. Für die Rücknahme oder den Widerruf von Zuweisungen gilt § 38 Abs. 3 bis 5. Für Untersagungen und Sperren gilt § 59 Abs. 3 Satz 3 bis 7, Abs. 4 und Abs. 5 entsprechend.** **(2) Im Hinblick auf die Anforderungen der §§ 52 b bis 52 f sind Anbieter von Medienplattformen oder Benutzeroberflächen berechtigt, bei der zuständigen Landesmedienanstalt einen Antrag auf Unbedenklichkeit zu stellen. Die Bestätigung der Unbedenklichkeit kann mit Nebenbestimmungen versehen werden.**
§ 53 Satzungen, Richtlinien Die Landesmedienanstalten regeln durch Satzungen und Richtlinien Einzelheiten zur Konkretisierung der sie betreffenden Bestimmungen dieses Abschnitts mit	Die Landesmedienanstalten regeln durch Satzungen und Richtlinien Einzelheiten zur Konkretisierung der sie betreffenden Bestimmungen dieses Abschnitts mit	Die Landesmedienanstalten regeln durch Satzungen und Richtlinien Einzelheiten zur Konkretisierung der sie betreffenden Bestimmungen dieses Abschnitts mit

Ausnahme des § 51. Dabei ist die Bedeutung für die öffentliche Meinungsbildung für den Empfängerkreis in Bezug auf den jeweiligen Übertragungsweg zu berücksichtigen.	Ausnahme des § 51. Dabei ist die Bedeutung für die öffentliche Meinungsbildung für den Empfängerkreis in Bezug auf den jeweiligen Übertragungsweg, **die jeweilige Medienplattform oder die jeweilige Benutzeroberfläche** zu berücksichtigen.	Ausnahme des § 51. Dabei ist die Bedeutung für die öffentliche Meinungsbildung für den Empfängerkreis in Bezug auf den jeweiligen Übertragungsweg, **die jeweilige Medienplattform oder die jeweilige Benutzeroberfläche** zu berücksichtigen.
§ 53b Bestehende Zulassungen, Zuordnungen, Zuweisungen, Anzeige von bestehenden Plattformen	**§ 53 b Bestehende Zulassungen, Zuordnungen, Zuweisungen, Anzeige von bestehenden Medienplattformen oder Benutzeroberflächen**	**§ 53 b Bestehende Zulassungen, Zuordnungen, Zuweisungen, Anzeige von bestehenden Medienplattformen oder Benutzeroberflächen**
(1) Bestehende Zulassungen, Zuordnungen und Zuweisungen für bundesweite Anbieter gelten bis zu deren Ablauf fort. Bestehende Zulassungen und Zuweisungen für Fensterprogrammveranstalter sollen bis zum 31. Dezember 2009 unbeschadet von Vorgaben des § 25 Abs. 4 Satz 4 verlängert werden.	(1) Bestehende Zulassungen, Zuordnungen und Zuweisungen für bundesweite Anbieter gelten bis zu deren Ablauf fort. Bestehende Zulassungen und Zuweisungen für Fensterprogrammveranstalter sollen bis zum 31. Dezember 2009 unbeschadet von Vorgaben des § 25 Abs. 4 Satz 4 verlängert werden.	(1) Bestehende Zulassungen, Zuordnungen und Zuweisungen für bundesweite Anbieter gelten bis zu deren Ablauf fort. Bestehende Zulassungen und Zuweisungen für Fensterprogrammveranstalter sollen bis zum 31. Dezember 2009 unbeschadet von Vorgaben des § 25 Abs. 4 Satz 4 verlängert werden.
(2) Anbieter von Plattformen, die bei Inkrafttreten dieses Staatsvertrages bereits in Betrieb sind, müssen die Anzeige nach § 52 Abs. 3 spätestens sechs Monate nach Inkrafttreten dieses Staatsvertrages stellen.	(2) Anbieter von **Medienplattformen**, die bei Inkrafttreten dieses Staatsvertrages bereits in Betrieb sind, müssen die Anzeige nach § 52 Abs. 3 spätestens sechs Monate nach Inkrafttreten dieses Staatsvertrages stellen.	(2) Anbieter von **Medienplattformen**, die bei Inkrafttreten dieses Staatsvertrages bereits in Betrieb sind, müssen die Anzeige nach § 52 Abs. 3 spätestens sechs Monate nach Inkrafttreten dieses Staatsvertrages stellen.
	VI. Abschnitt – Medienintermediäre	**VI. Abschnitt – Medienintermediäre**
	§ 53 c Anwendungsbereich	**§ 53 c Anwendungsbereich**
	(1) Die Regelungen dieses Abschnitts gelten für Medienintermediäre im Sinne des § 2 Nr. 13 b. Dies gilt auch dann, wenn die intermediäre Funktion in die Angebote Dritter eingebunden wird (integrierter Intermediär).	**(1) Die Regelungen dieses Abschnitts gelten für Medienintermediäre im Sinne des § 2 Nr. 13 b. Dies gilt auch dann, wenn die intermediäre Funktion in die Angebote Dritter eingebunden wird (integrierter Intermediär).**
	(2) Sie gelten nicht für Medienintermediäre, die	**(2) Mit Ausnahme des § 53 f gelten sie nicht für Medienintermediäre, die**

	1. jedenfalls weniger als eine Million Nutzer im Bundesgebiet pro Monat erreichen,	**1. im Durchschnitt der letzten sechs Monate in der Bundesrepublik Deutschland weniger als eine Million Nutzer pro Monat erreichen,**
	2. auf die Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten mit Bezug zu Waren oder Dienstleistungen spezialisiert sind,	**2. auf die Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten mit Bezug zu Waren oder Dienstleistungen spezialisiert sind oder**
	3. ausschließlich privaten oder familiären Zwecken dienen.	**3. ausschließlich privaten oder familiären Zwecken dienen.**
	(3) Anbieter von Medienintermediären haben im Inland einen Zustellungsbevollmächtigten zu benennen und auf ihrem Angebot in leicht erkennbarer und unmittelbar erreichbarer Weise auf ihn aufmerksam zu machen. An diese Person können Zustellungen in Verfahren nach § 49 bewirkt werden. Das gilt auch für die Zustellung von Schriftstücken, die solche Verfahren einleiten oder vorbereiten.	**(3) Anbieter von Medienintermediären haben im Inland einen Zustellungsbevollmächtigten zu benennen und auf ihrem Angebot in leicht erkennbarer und unmittelbar erreichbarer Weise auf ihn aufmerksam zu machen. An diese Person können Zustellungen in Verfahren nach § 49 bewirkt werden. Das gilt auch für die Zustellung von Schriftstücken, die solche Verfahren einleiten oder vorbereiten.**
	§ 53 d Transparenz	**§ 53 d Transparenz**
	(1) Anbieter von Medienintermediären haben nachfolgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:	**(1) Anbieter von Medienintermediären haben zur Sicherung der Meinungsvielfalt nachfolgende Informationen leicht wahrnehmbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:**
	1. die Kriterien, die über den Zugang eines Inhalts zu einem Medienintermediär und über den Verbleib entscheiden,	**1. die Kriterien, die über den Zugang eines Inhalts zu einem Medienintermediär und über den Verbleib entscheiden,**
	2. die zentralen Kriterien einer Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten und ihre Gewichtung einschließlich Informationen über die Funktionsweise der eingesetzten Algorithmen in verständlicher Sprache.	**2. die zentralen Kriterien einer Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten und ihre Gewichtung einschließlich Informationen über die Funktionsweise der eingesetzten Algorithmen in verständlicher Sprache.**
	(2) Änderungen der in Absatz 1 genannten Kriterien sowie der Ausrichtung nach Absatz 3 sind unverzüglich in derselben Weise kenntlich zu machen.	**(2) Änderungen der in Absatz 1 genannten Kriterien sowie der Ausrichtung nach Absatz 3 sind unverzüglich in derselben Weise wahrnehmbar zu machen.**

	(3) Anbieter von Medienintermediären, die eine thematische Spezialisierung aufweisen, sind dazu verpflichtet, diese Spezialisierung durch die Gestaltung ihres Angebots kenntlich zu machen. § 53 c Abs. 2 Nr. 2 bleibt unberührt. **[(4) Anbieter von Medienintermediären, die soziale Netzwerke anbieten, haben dafür Sorge zu tragen, dass Telemedien im Sinne von § 55 Abs. 3 gekennzeichnet werden.]**	**(3) Anbieter von Medienintermediären, die eine thematische Spezialisierung aufweisen, sind dazu verpflichtet, diese Spezialisierung durch die Gestaltung ihres Angebots wahrnehmbar zu machen. § 53 c Abs. 2 Nr. 2 bleibt unberührt.** **(4) Anbieter von Medienintermediären, die soziale Netzwerke anbieten, haben dafür Sorge zu tragen, dass Telemedien im Sinne von § 55 Abs. 3 gekennzeichnet werden.**
		(5) Jede Landesmedienanstalt kann gegenüber der nach § 36 Abs. 1 zuständigen Landesmedienanstalt Verstöße nach den Absätzen 1 bis 4 anzeigen.
	[§ 53e Diskriminierungsfreiheit **(1) Zur Sicherung der Meinungsvielfalt dürfen Medienintermediäre journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote, auf deren Wahrnehmbarkeit sie potentiell besonders hohen Einfluss haben, weder mittelbar noch unmittelbar unbillig behindern oder ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandeln.**	**[§ 53e Diskriminierungsfreiheit** **(1) Zur Sicherung der Meinungsvielfalt dürfen Medienintermediäre journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote, auf deren Wahrnehmbarkeit sie potentiell besonders hohen Einfluss haben, weder mittelbar noch unmittelbar unbillig behindern oder ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandeln.**
-	**(2) Eine Diskriminierung im Sinne des Absatzes 1 liegt insbesondere vor, wenn von den allgemeinen Regeln der Aggregation, Selektion und Präsentation im Sinne des § 53 d zugunsten oder zulasten eines bestimmten Inhaltes bewusst und zielgerichtet abgewichen wird.**	**(2) Eine Diskriminierung im Sinne des Absatzes 1 liegt insbesondere vor, wenn von den allgemeinen Regeln der Aggregation, Selektion und Präsentation im Sinne des § 53 d zugunsten oder zulasten eines bestimmten Inhaltes bewusst und zielgerichtet abgewichen wird.**
-	**(3) Der Verstoß gegen die Pflichten nach Absatz 1 kann nur von dem betroffenen Anbieter journalistisch-redaktioneller Inhalte bei der zuständigen Landesmedienanstalt geltend gemacht werden.**	**[(3) Der Verstoß gegen die Pflichten nach Absatz 1 kann nur von dem betroffenen Anbieter journalistisch-redaktioneller Inhalte bei der zuständigen Landesmedienanstalt geltend gemacht werden.]**
-	**(4) § 58 Abs. 1 Satz 1 bleibt unberührt.]**	**(4) § 58 Abs. 1 Satz 1 bleibt unberührt.]**

	§ 53 f Vorlage von Unterlagen **Anbieter von Medienintermediären sind verpflichtet, die erforderlichen Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen vorzulegen. §§ 22 und 24 gelten entsprechend.**	**§ 53 f Vorlage von Unterlagen** **Anbieter von Medienintermediären sind verpflichtet, die erforderlichen Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen vorzulegen. §§ 22 und 24 gelten entsprechend.**
	§ 53 g Satzungsbefugnis **Die Landesmedienanstalten regeln durch Satzung und Richtlinien Einzelheiten zur Konkretisierung der sie betreffenden Bestimmungen dieses Abschnitts und der Definition der Intermediäre in § 2 Nr. 13 a. Dabei ist die Orientierungsfunktion der Intermediäre für die jeweiligen Nutzerkreise zu berücksichtigen.**	**§ 53 g Satzungsbefugnis** **Die Landesmedienanstalten regeln durch Satzung und Richtlinien Einzelheiten zur Konkretisierung der sie betreffenden Bestimmungen dieses Abschnitts und der Definition des Medienintermediärs in § 2 Abs. 2 Nr. 13 a. Dabei ist die Orientierungsfunktion der Medienintermediäre für die jeweiligen Nutzerkreise zu berücksichtigen.**
		§ 53 h Aufsicht **Für die Aufsicht über die Bestimmungen dieses Abschnitts gilt § 36. Eine abweichende Regelung im Landesrecht ist nicht zulässig. § 59 bleibt unberührt.**
		VII. Abschnitt – Video-Sharing-Dienste
		§ 53 i Anwendungsbereich **Dieser Abschnitt gilt für Video-Sharing-Dienste im Sinne von § 2 Abs. 2 Nr. 14e. Die Anforderungen nach dem V., VI. und VIII. Abschnitt bleiben unberührt.**
		§ 53 j Werbung

	(1) Für Werbung in Video-Sharing-Diensten gelten § 7 Abs. 1, Abs. 3 Satz 1 und 2, Abs. 7 und 10 sowie § 6 Abs. 2 und 7 des Jugendmedienschutzstaatsvertrages.
	(2) Der Anbieter eines Video-Sharing-Dienstes hat sicherzustellen, dass Werbung, die von ihm vermarktet, verkauft oder zusammengestellt wird, den Maßgaben des Absatz 1 entspricht.
	(3) Der Anbieter eines Video-Sharing-Dienstes hat nachfolgende Maßnahmen zu ergreifen, um sicherzustellen, dass Werbung die nicht von ihm selbst vermarktet, verkauft oder zusammengestellt wird, die Maßgaben des Absatz 1 erfüllt: 1. Einrichtung eines Verfahrens zur Meldung von Nutzerbeschwerden nach § 10 a des Telemediengesetzes, 2. Aufnahme und Umsetzung von Bestimmungen in seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die zur Einhaltung der Maßgaben des Absatz 1 verpflichten, 3. Bereitstellung einer Funktion nach § 6 Abs. 3 des Telemediengesetzes.
	§ 53 k Aufsicht, Schlichtungsstelle (1) Für die Aufsicht über die Bestimmungen dieses Abschnitts sowie die für Video-Sharing-Dienste geltenden Bestimmungen des Telemediengesetzes gilt § 36. Eine abweichende Regelung im Landesrecht ist nicht zulässig. § 59 bleibt unberührt. (2) Anbieter eines Video-Sharing-Dienstes haben im Inland einen Zustellungsbevollmächtigten zu benennen und in ihrem Angebot in leicht erkennbarer und unmittelbar erreichbarer Weise auf ihn aufmerksam zu machen. An diese Person können Zustellungen in Verfahren nach § 49 bewirkt werden. Das gilt auch für

die Zustellung von Schriftstücken, die solche Verfahren einleiten oder vorbereiten.

(3) Die Landesmedienanstalten richten eine gemeinsame Stelle ein für die Schlichtung von Streitigkeiten zwischen den Beschwerdeführern oder von der Beschwerde betroffenen Nutzern und Anbietern von Videosharing-Diensten über Maßnahmen, die Anbieter von Video-Sharing-Diensten im Verfahren nach §§ 53 j Abs. 3 Nr. 1 sowie den §§ 10a und b des Telemediengesetzes getroffen oder unterlassen haben.

(4) Die Landesmedienanstalten regeln die weiteren Einzelheiten über die Organisation, das Schlichtungsverfahren und die Kostentragung in einer im Internet zu veröffentlichenden gemeinsamen Satzung.

VI. Abschnitt – Telemedien

§ 54 Allgemeine Bestimmungen

(1) Telemedien sind im Rahmen der Gesetze zulassungs- und anmeldefrei. Für die Angebote gilt die verfassungsmäßige Ordnung. Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre sind einzuhalten.

(2) Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen insbesondere vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben werden, haben den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen. Nachrichten sind vom Anbieter vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Inhalt, Herkunft und Wahrheit zu prüfen.

VIII. Abschnitt – Telemedien

(3) Bei der Wiedergabe von Meinungsumfragen, die von Anbietern von Telemedien durchgeführt werden, ist ausdrücklich anzugeben, ob sie repräsentativ sind.

§ 55 Informationspflichten und Informationsrechte

(1) Anbieter von Telemedien, die nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, haben folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:

1. Namen und Anschrift sowie

2. bei juristischen Personen auch Namen und Anschrift des Vertretungsberechtigten.

(1) Anbieter von Telemedien, die nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, haben folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:

1. Namen und Anschrift sowie

2. bei juristischen Personen auch Namen und Anschrift des Vertretungsberechtigten.

[Anbieter fernsehähnlicher Telemedien haben die Angaben nach Satz 1 der jeweils zuständigen Aufsichtsbehörde mitzuteilen.]

(2) Anbieter von Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen insbesondere vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben werden, haben zusätzlich zu den Angaben nach den §§ 5 und 6 des Telemediengesetzes einen Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift zu benennen. Werden mehrere Verantwortliche benannt, so ist kenntlich zu machen, für welchen Teil des Dienstes der jeweils Benannte verantwortlich ist. 3Als Verantwortlicher darf nur benannt werden, wer

1. seinen ständigen Aufenthalt im Inland hat,

2. nicht infolge Richterspruchs die Fähigkeit zur Bekleidung öffentlicher Ämter verloren hat,

3. voll geschäftsfähig ist und

4. unbeschränkt strafrechtlich verfolgt werden kann.

	(3) **[Anbieter von Telemedien in sozialen Netzwerke sind verpflichtet, bei mittels eines Computerprogramms automatisiert erstellten Inhalten oder Mitteilungen den Umstand der Automatisierung kenntlich zu machen, sofern das hierfür verwandte Nutzerkonto seinem äußeren Erscheinungsbild nach für die Nutzung durch natürliche Personen bereitgestellt wurde. Dem geteilten Inhalt oder der Mitteilung ist der Hinweis gut lesbar bei- oder voranzustellen, dass diese unter Einsatz eines das Nutzerkonto steuernden Computerprogrammes automatisiert erstellt und versandt wurde. Ein Erstellen im Sinne dieser Vorschrift liegt nicht nur vor, wenn Inhalte und Mitteilungen unmittelbar vor dem Versenden automatisiert generiert werden, sondern auch, wenn bei dem Versand automatisiert auf einen vorgefertigten Inhalt oder eine vorprogrammierte Mitteilung zurückgegriffen wird.]**	(3) **Anbieter von Telemedien in sozialen Netzwerke sind verpflichtet, bei mittels eines Computerprogramms automatisiert erstellten Inhalten oder Mitteilungen den Umstand der Automatisierung kenntlich zu machen, sofern das hierfür verwandte Nutzerkonto seinem äußeren Erscheinungsbild nach für die Nutzung durch natürliche Personen bereitgestellt wurde. Dem geteilten Inhalt oder der Mitteilung ist der Hinweis gut lesbar bei- oder voranzustellen, dass diese unter Einsatz eines das Nutzerkonto steuernden Computerprogrammes automatisiert erstellt und versandt wurde. Ein Erstellen im Sinne dieser Vorschrift liegt nicht nur vor, wenn Inhalte und Mitteilungen unmittelbar vor dem Versenden automatisiert generiert werden, sondern auch, wenn bei dem Versand automatisiert auf einen vorgefertigten Inhalt oder eine vorprogrammierte Mitteilung zurückgegriffen wird.**
(3) Für Anbieter von Telemedien nach Absatz 2 Satz 1 gilt § 9 a entsprechend.	**(4)** Für Anbieter von Telemedien nach Absatz 2 Satz 1 gilt § 9 a entsprechend.	**(4)** Für Anbieter von Telemedien nach Absatz 2 Satz 1 gilt § 9 a entsprechend.

o
o
o

§ 58 Werbung, Sponsoring, fernsehähnliche Telemedien, Gewinnspiele	**§ 58 Werbung, ~~Sponsoring,~~ rundfunkähnliche Telemedien, Gewinnspiele**
(1) Werbung muss als solche klar erkennbar und vom übrigen Inhalt der Angebote eindeutig getrennt sein. In der Werbung dürfen keine unterschwelligen Techniken eingesetzt werden.	
	(2) Bei Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art muss auf die Person des Werbenden in angemessener Weise deutlich hingewiesen werden. § 8 Abs. 1 Satz 2 gilt entsprechend.

(2) Für Sponsoring bei Fernsehtext gilt § 8 entsprechend.	(3) 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),	(4) Für **Werbung in rundfunkähnlichen** Telemedien
gelten die §§ 7 und 8 entsprechend. Für Angebote nach § 2 Abs. 3 Nr. 5 gelten zusätzlich die §§ 4 bis 6, 7a und 45 entsprechend.	gelten § 7 **Abs. 1, Abs. 3 Satz 1 und 2, Abs. 7, 9 und 10** und § 8 entsprechend. Für Angebote nach § 2 Abs. 3 ~~**Nr. 5**~~ gelten zusätzlich die §§ 4 bis 6, 7a und 45 entsprechend.
	(5) Für fernsehähnliche Telemedien gilt zusätzlich § 3 Abs. 2 und 3 entsprechend.
(4) Für Gewinnspiele in vergleichbaren Telemedien (Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind) gilt § 8a entsprechend.	(6) Für Gewinnspiele in vergleichbaren Telemedien (Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind) gilt § 8a entsprechend.
	(7) Zur Darstellung der Vielfalt im deutschsprachigen und europäischen Raum und zur Förderung von europäischen Film- und Fernsehproduktionen stellen Anbieter fernsehähnlicher Telemedien sicher, dass der Anteil europäischer Werke in ihren Katalogen mindestens 30 vom Hundert entspricht. Satz 1 gilt nicht für Anbieter fernsehähnlicher Telemedien mit geringen Umsätzen oder geringen Zuschauerzahlen oder wenn dies wegen der Art oder des Themas des fernsehähnlichen Telemediums undurchführbar oder ungerechtfertigt ist. Werke nach Satz 1 sind in den Katalogen herauszustellen. Die Landesmedienanstalten regeln die Einzelheiten zur Durchführung der Sätze 1 bis 3 durch eine gemeinsame Satzung.

o
o

o

§ 59 Aufsicht

o
o
o

(3) Stellt die jeweils zuständige Aufsichtsbehörde einen Verstoß gegen die Bestimmungen im Sinne des Absatzes 2 mit Ausnahme der § 54, § 55 Abs. 2 und 3, § 56, § 57 Abs. 2 oder der Datenschutzbestimmungen des Telemediengesetzes fest, trifft sie die zur Beseitigung des Verstoßes erforderlichen Maßnahmen gegenüber dem Anbieter. Sie kann insbesondere Angebote untersagen und deren Sperrung anordnen. Die Untersagung darf nicht erfolgen, wenn die Maßnahme außer Verhältnis zur Bedeutung des Angebots für den Anbieter und die Allgemeinheit steht. Eine Untersagung darf nur erfolgen, wenn ihr Zweck nicht in anderer Weise erreicht werden kann. Die Untersagung ist, soweit ihr Zweck dadurch erreicht werden kann, auf bestimmte Arten und Teile von Angeboten oder zeitlich zu beschränken. Bei journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen ausschließlich vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben werden, ist eine Sperrung nur unter den Voraussetzungen des § 97 Abs. 5 Satz 2 und des § 98 der Strafprozessordnung zulässig. Die Befugnisse der Aufsichtsbehörden zur Durchsetzung der Vorschriften der allgemeinen Gesetze und der gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre bleiben unberührt.

(3) Stellt die jeweils zuständige Aufsichtsbehörde einen Verstoß gegen die Bestimmungen im Sinne des Absatzes 2 mit Ausnahme der § 54, § 55 Abs. 2 **[bis 4]**, § 56, § 57 Abs. 2 oder der Datenschutzbestimmungen des Telemediengesetzes fest, trifft sie die zur Beseitigung des Verstoßes erforderlichen Maßnahmen gegenüber dem Anbieter. Sie kann insbesondere Angebote untersagen und deren Sperrung anordnen. Die Untersagung darf nicht erfolgen, wenn die Maßnahme außer Verhältnis zur Bedeutung des Angebots für den Anbieter und die Allgemeinheit steht. Eine Untersagung darf nur erfolgen, wenn ihr Zweck nicht in anderer Weise erreicht werden kann. Die Untersagung ist, soweit ihr Zweck dadurch erreicht werden kann, auf bestimmte Arten und Teile von Angeboten oder zeitlich zu beschränken. Bei journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen ausschließlich vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben werden, ist eine Sperrung nur unter den Voraussetzungen des § 97 Abs. 5 Satz 2 und des § 98 der Strafprozessordnung zulässig. Die Befugnisse der Aufsichtsbehörden zur Durchsetzung der Vorschriften der allgemeinen Gesetze und der gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre bleiben unberührt.

(3) Stellt die jeweils zuständige Aufsichtsbehörde einen Verstoß gegen die Bestimmungen im Sinne des Absatzes 2 mit Ausnahme der § 54, § 55 Abs. 2 **und 4**, § 56, § 57 Abs. 2 oder der Datenschutzbestimmungen des Telemediengesetzes fest, trifft sie die zur Beseitigung des Verstoßes erforderlichen Maßnahmen gegenüber dem Anbieter. Sie kann insbesondere Angebote untersagen und deren Sperrung anordnen. Die Untersagung darf nicht erfolgen, wenn die Maßnahme außer Verhältnis zur Bedeutung des Angebots für den Anbieter und die Allgemeinheit steht. Eine Untersagung darf nur erfolgen, wenn ihr Zweck nicht in anderer Weise erreicht werden kann. Die Untersagung ist, soweit ihr Zweck dadurch erreicht werden kann, auf bestimmte Arten und Teile von Angeboten oder zeitlich zu beschränken. Bei journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen ausschließlich vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben werden, ist eine Sperrung nur unter den Voraussetzungen des § 97 Abs. 5 Satz 2 und des § 98 der Strafprozessordnung zulässig. Die Befugnisse der Aufsichtsbehörden zur Durchsetzung der Vorschriften der allgemeinen Gesetze und der gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre bleiben unberührt.

o
o
o

(6) Für den Vollzug dieses Abschnitts ist die Aufsichtsbehörde des Landes zuständig, in dem der betroffene Anbieter seinen Sitz, Wohnsitz oder in Ermangelung dessen seinen ständigen Aufenthalt hat. Ergibt sich danach keine Zuständigkeit, so ist diejenige Aufsichtsbehörde zuständig, in deren Bezirk der Anlass für die Amtshandlung hervortritt.	(6) Für den Vollzug dieses Abschnitts ist die Aufsichtsbehörde des Landes zuständig, in dem der betroffene Anbieter seinen Sitz, Wohnsitz oder in Ermangelung dessen seinen ständigen Aufenthalt hat. **Soweit ein Verantwortlicher benannt ist, gilt Satz 1 entsprechend.** Ergibt sich danach keine Zuständigkeit, so ist diejenige Aufsichtsbehörde zuständig, in deren Bezirk der Anlass für die Amtshandlung hervortritt.	(6) Für den Vollzug dieses Abschnitts ist die Aufsichtsbehörde des Landes zuständig, in dem der betroffene Anbieter seinen Sitz, Wohnsitz oder in Ermangelung dessen seinen ständigen Aufenthalt hat. **Soweit ein Verantwortlicher benannt ist, gilt Satz 1 entsprechend.** Ergibt sich danach keine Zuständigkeit, so ist diejenige Aufsichtsbehörde zuständig, in deren Bezirk der Anlass für die Amtshandlung hervortritt.

o
o
o

VII. Abschnitt – Übergangs- und Schlussvorschriften	**VIII. Abschnitt – Übergangs- und Schlussvorschriften**	**IX. Abschnitt – Übergangs- und Schlussvorschriften**

JMStV (i.d.F. des 22. RÄStV)	Vorschlag der Rundfunkkommission (Juli 2019)
I. Abschnitt – Allgemeine Vorschriften	
o o o	
§ 2 Geltungsbereich	
(1) Dieser Staatsvertrag gilt für Rundfunk und Telemedien im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages.	(1) Dieser Staatsvertrag gilt für Rundfunk und Telemedien im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages. **Die Vorschriften dieses Staatsvertrages gelten auch für Anbieter, die ihren Sitz nach den Vorschriften des Telemediengesetzes des Bundes sowie des Rundfunkstaatsvertrages nicht in Deutschland haben, soweit die Angebote zur Nutzung in Deutschland bestimmt sind. Hiervon ist auszugehen, wenn sie sich in der Gesamtschau, insbesondere durch die verwendete Sprache, die angebotenen Inhalte oder Marketingaktivitäten, an Nutzer in der Bundesrepublik Deutschland richten oder in der Bundesrepublik Deutschland einen nicht unwesentlichen Teil ihrer Refinanzierung erzielen. Satz 2 gilt nicht für Anbieter von Video-Sharing-Diensten, die ihren Sitz nach den Vorschriften des Telemediengesetzes des Bundes in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union haben.**
(2) Das Telemediengesetz und die für Telemedien anwendbaren Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages bleiben unberührt.	
§ 3 Begriffsbestimmungen	

	(1) Kind im Sinne dieses Staatsvertrages ist, wer noch nicht 14 Jahre, Jugendlicher, wer 14 Jahre, aber noch nicht 18 Jahre alt ist.
Im Sinne dieses Staatsvertrages sind	**(2)** Im Sinne dieses Staatsvertrages sind
1. „Angebote“ Sendungen oder Inhalte von Telemedien,	1. „Angebote“ Sendungen oder Inhalte von Telemedien,
2. „Anbieter“ Rundfunkveranstalter oder Anbieter von Telemedien.	2. „Anbieter“ Rundfunkveranstalter oder Anbieter von Telemedien.
	(3) Im Übrigen gelten die Begriffsbestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages.

o
o
o

§ 5 Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote	
(1) Sofern Anbieter Angebote, die geeignet sind, die Entwicklung von Kindern oder Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen, verbreiten oder zugänglich machen, haben sie dafür Sorge zu tragen, dass Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufen sie üblicherweise nicht wahrnehmen. Die Altersstufen sind: 1. ab 6 Jahren, 2. ab 12 Jahren, 3. ab 16 Jahren, 4. ab 18 Jahren. (2) Bei Angeboten wird die Eignung zur Beeinträchtigung der Entwicklung im Sinne von Absatz 1 vermutet, wenn sie nach dem Jugendschutzgesetz für Kinder oder	

Jugendliche der jeweiligen Altersstufe nicht freigegeben sind. Satz 1 gilt entsprechend für Angebote, die mit dem bewerteten Angebot im Wesentlichen inhaltsgleich sind. Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) bestätigt auf Antrag die Altersbewertungen, die durch eine anerkannte Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle vorgenommen wurden. Für die Prüfung durch die KJM gilt § 20 Abs. 3 Satz 1 und Abs. 5 Satz 2 entsprechend. Von der KJM bestätigte Altersbewertungen von anerkannten Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle sind von den obersten Landesjugendbehörden für die Freigabe und Kennzeichnung inhaltsgleicher oder im Wesentlichen inhaltsgleicher Angebote nach dem Jugendschutzgesetz zu übernehmen.

(3) Der Anbieter kann seiner Pflicht aus Absatz 1 dadurch entsprechen, dass er

1. durch technische oder sonstige Mittel die Wahrnehmung des Angebots durch Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufe unmöglich macht oder wesentlich erschwert, oder das Angebot mit einer Alterskennzeichnung versieht, die von geeigneten Jugendschutzprogrammen nach § 11 Abs. 1 und 2 ausgelesen werden kann, oder

2. die Zeit, in der die Angebote verbreitet oder zugänglich gemacht werden, so wählt, dass Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufe üblicherweise die Angebote nicht wahrnehmen.

(3) Der Anbieter kann seiner Pflicht aus Absatz 1 dadurch entsprechen, dass er

1. durch technische oder sonstige Mittel die Wahrnehmung des Angebots durch Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufe unmöglich macht oder wesentlich erschwert, oder das Angebot mit einer Alterskennzeichnung versieht, die von geeigneten Jugendschutzprogrammen nach § 11 Abs. 1 und 2 ausgelesen werden kann, oder

2. die Zeit, in der die Angebote verbreitet oder zugänglich gemacht werden, so wählt, dass Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufe üblicherweise die Angebote nicht wahrnehmen.

Der Anbieter von Video-Sharing-Diensten kann seinen Verpflichtungen nach Absatz 1 zudem dadurch entsprechen, dass er

1. leicht auffindbar, ständig verfügbar und transparent eine Funktion bereitstellt, mit der Anwender des Video-Sharing-Dienstes die in diesem Staatsvertrag genannten unzulässigen und entwicklungsbeeinträchtigenden Angebote bewerten können, oder

Nicht entwicklungsbeeinträchtigende Angebote können als „ohne Altersbeschränkung“ gekennzeichnet und ohne Einschränkungen verbreitet werden.

(4) Ist eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung im Sinne von Absatz 1 auf Kinder oder Jugendliche anzunehmen, erfüllt der Anbieter seine Verpflichtung nach Absatz 1, wenn das Angebot nur zwischen 23 Uhr und 6 Uhr verbreitet oder zugänglich gemacht wird. Gleiches gilt, wenn eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung auf Kinder oder Jugendliche unter 16 Jahren anzunehmen ist, wenn das Angebot nur zwischen 22 Uhr und 6 Uhr verbreitet oder zugänglich gemacht wird. Ist eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung im Sinne von Absatz 1 auf Kinder unter zwölf Jahren anzunehmen, ist bei der Wahl der Sendezeit dem Wohl jüngerer Kinder Rechnung zu tragen.

(5) Ist eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung im Sinne von Absatz 1 nur auf Kinder unter 14 Jahren anzunehmen, erfüllt der Anbieter von Telemedien seine Verpflichtung nach Absatz 1, wenn das Angebot getrennt von für Kinder bestimmten Angeboten verbreitet wird oder abrufbar ist.

2. Systeme zur Kontrolle durch die Eltern einrichtet, die der Kontrolle der Endnutzer unterliegen in Bezug auf Angebote, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können.

Nicht entwicklungsbeeinträchtigende Angebote können als „ohne Altersbeschränkung“ gekennzeichnet und ohne Einschränkungen verbreitet werden.

(6) Die Anbieter haben den Nutzern ausreichende Informationen über Inhalte zu geben, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können. Hierzu nutzen sie ein von den zuständigen Stellen in einer Satzung oder Richtlinie zu konkretisierendes System, mit dem die potentielle Schädlichkeit des Inhalts eines audiovisuellen Mediendienstes beschrieben wird.

(6) Absatz 1 gilt nicht für Nachrichtensendungen, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen im Rundfunk und vergleichbare Angebote bei Telemedien, es sei denn, es besteht kein berechtigtes Interesse an dieser Form der Darstellung oder Berichterstattung.

(7) Bei Angeboten, die Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text und Bild wiedergeben, gelten die Beschränkungen des Absatzes 1 Satz 1 erst dann, wenn die KJM gegenüber dem Anbieter festgestellt hat, dass das Angebot entwicklungsbeeinträchtigend ist.

(7) Absatz 1 gilt nicht für Nachrichtensendungen, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen im Rundfunk und vergleichbare Angebote bei Telemedien, es sei denn, es besteht kein berechtigtes Interesse an dieser Form der Darstellung oder Berichterstattung.

(8) Bei Angeboten, die Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text und Bild wiedergeben, gelten die Beschränkungen des Absatzes 1 Satz 1 erst dann, wenn die KJM gegenüber dem Anbieter festgestellt hat, dass das Angebot entwicklungsbeeinträchtigend ist.

§ 6 Jugendschutz in der Werbung und im Teleshopping

(1) Werbung für indizierte Angebote ist nur unter den Bedingungen zulässig, die auch für die Verbreitung des Angebotes selbst gelten. Die Liste der jugendgefährdenden Medien (§ 18 des Jugendschutzgesetzes) darf nicht zum Zwecke der Werbung verbreitet oder zugänglich gemacht werden. Bei Werbung darf nicht darauf hingewiesen werden, dass ein Verfahren zur Aufnahme eines Angebotes oder eines inhaltsgleichen Trägermediums in die Liste nach § 18 des Jugendschutzgesetzes anhängig ist oder gewesen ist.

(2) Werbung darf Kinder und Jugendliche weder körperlich noch seelisch beeinträchtigen, darüber hinaus darf sie nicht

1. direkte Aufrufe zum Kaufen oder Mieten von Waren oder Dienstleistungen an Kinder oder Jugendliche enthalten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen,

2. Kinder oder Jugendliche unmittelbar auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Waren oder Dienstleistungen zu bewegen,

(2) Werbung darf Kinder und Jugendliche weder körperlich noch **geistig oder sittlich** beeinträchtigen, darüber hinaus darf sie nicht

1. direkte Aufrufe zum Kaufen oder Mieten von Waren oder Dienstleistungen an Kinder oder Jugendliche enthalten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen,

2. Kinder oder Jugendliche unmittelbar **dazu anregen**, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Waren oder Dienstleistungen zu bewegen,

3. das besondere Vertrauen ausnutzen, das Kinder oder Jugendliche zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben, oder

4. Kinder oder Jugendliche ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

(3) Werbung, deren Inhalt geeignet ist, die Entwicklung von Kindern oder Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen, muss getrennt von Angeboten erfolgen, die sich an Kinder oder Jugendliche richten.

(4) Werbung, die sich auch an Kinder oder Jugendliche richtet oder bei der Kinder oder Jugendliche als Darsteller eingesetzt werden, darf nicht den Interessen von Kindern oder Jugendlichen schaden oder deren Unerfahrenheit ausnutzen.

(5) Werbung für alkoholische Getränke darf sich weder an Kinder oder Jugendliche richten noch durch die Art der Darstellung Kinder und Jugendliche besonders ansprechen oder diese beim Alkoholgenuss darstellen.

(6) Die Absätze 1 bis 5 gelten für Teleshopping und Sponsoring entsprechend. Teleshopping darf darüber hinaus Kinder oder Jugendliche nicht dazu anhalten, Kauf- oder Miet- bzw. Pachtverträge für Waren oder Dienstleistungen zu schließen.

3. das besondere Vertrauen ausnutzen, das Kinder oder Jugendliche zu Eltern, Lehrern und anderen ~~VertrauensP~~ersonen haben, oder

4. Kinder oder Jugendliche ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

(6)~~-Die Absätze 1 bis 5 gelten für Teleshopping und Sponsoring entsprechend.~~ Teleshopping darf darüber hinaus Kinder oder Jugendliche nicht dazu anhalten, Kauf- oder Miet- bzw. Pachtverträge für Waren oder Dienstleistungen zu schließen.

(7) Die Anbieter treffen geeignete Maßnahmen, um die Einwirkung von Werbung für Lebensmittel, die Nährstoffe und Substanzen mit ernährungsbezogener oder physiologischer Wirkung enthalten, insbesondere Fett, Transfettsäuren, Salz, Natrium, Zucker, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird, auf Kinder und Jugendliche wirkungsvoll zu verringern.

o

o
o

§ 19 b Aufsicht über Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle

(1) Die zuständige Landesmedienanstalt kann durch die KJM Entscheidungen einer anerkannten Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle, die die Grenzen des Beurteilungsspielraums überschreiten, beanstanden und ihre Aufhebung verlangen. Kommt eine anerkannte Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle ihren Aufgaben und Pflichten nach diesem Staatsvertrag nicht nach, kann die zuständige Landesmedienanstalt durch die KJM verlangen, dass sie diese erfüllen. Eine Entschädigung für hierdurch entstehende Vermögensnachteile wird nicht gewährt.

(2) Hat eine anerkannte Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle ein Jugendschutzprogramm nach § 11 Abs. 1 und 2 als geeignet beurteilt und dabei die rechtlichen Grenzen des Beurteilungsspielraums überschritten, kann die zuständige Landesmedienanstalt durch die KJM innerhalb von drei Monaten nach Entscheidung der anerkannten Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle diese Beurteilung für unwirksam erklären oder dem Anbieter des Jugendschutzprogramms gegenüber Auflagen erteilen. Absatz 1 Satz 3 gilt entsprechend.

(3) Zuständig ist die Landesmedienanstalt des Landes, in dem die anerkannte Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle ihren Sitz hat.

(2) Hat eine anerkannte Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle ein Jugendschutzprogramm nach § 11 Abs. 1 und 2 als geeignet beurteilt und dabei die rechtlichen Grenzen des Beurteilungsspielraums überschritten, kann die zuständige Landesmedienanstalt durch die KJM innerhalb von **sechs** Monaten nach Entscheidung der anerkannten Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle diese Beurteilung für unwirksam erklären oder dem Anbieter des Jugendschutzprogramms gegenüber Auflagen erteilen. Absatz 1 Satz 3 gilt entsprechend.