Stellungnahme von ARD, ZDF und Deutschlandradio zum Diskussionsentwurf der Rundfunkkommission für einen „Digitale Medien-Staatsvertrag (DMStV) Teil 2“ vom 28. September 2026

Frankfurt/Mainz/Köln, den 13.11.2026

Inhalt

Management Summary	2
1. Einleitung: Meinungsvielfalt im Digitalen sichern	4
2. Adressatenkreis	5
3. Allgemeine Bestimmungen zu den „Angeboten mit vielfaltsförderndem Mehraufwand“	6
4. Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen von Medienplattformen	9
5. KI-Informationssysteme	13
6. Medienintermediäre	16
7. Werbung	18
8. Medienkonzentrationsrecht	21
9. Jugendmedienschutzstaatsvertrag	21
10. Medienaufsicht und Rolle der Landesmedienanstalten	23

Management Summary

Meinungsvielfalt im Digitalen braucht Schutz: Vorgaben zu Auffindbarkeit und Sichtbarkeit von journalistisch-redaktionell verantworteten Medieninhalten dürfen nicht hinter die aktuelle Regulierung zurückfallen, sondern müssen verbindlich und vor allem effektiv fortentwickelt und an die aktuelle Medienlandschaft angepasst werden.

Medienplattformen

- Wir begrüßen, dass Kooperationen, die den Schwerpunkt des Angebots nicht verändern, nicht als Medienplattform im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 14 Buchst. b DMStV-E angesehen werden.
- Es wird dringend davor gewarnt, durch Abschaffung oder Beschränkung der aktuellen Auffindbarkeitsvorgaben für „Public-Value-Angebote“ in Benutzeroberflächen hinter den aktuellen Regulierungsrahmen zurückzufallen. Vielmehr sollten alle Telemedienangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks dem Kreis der privilegierten Angebote angehören. Zudem bedarf es einer im Einvernehmen mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk entstandenen, verbindlichen Listung sowie einer Priorisierung unter den privilegierten Angeboten, jedenfalls in kapazitär begrenzten direkt sichtbaren Bereichen.
- Privilegierte Apps müssen gleichwertig mit den bestplatzierten Apps vorinstalliert sein.
- Outlinks müssen nicht nur in Medienintermediären, sondern auch in Medienplattformen möglich sein.
- Leichte Auffindbarkeit in Medienplattformen muss bedeuten, dass Rundfunk und Telemedien auf jeder wesentlichen Auswahl- und Navigationsebene in dem ohne weiteres Nutzerhandeln unmittelbar sichtbaren Bereich gleichwertig mit den bestplatzierten Angeboten präsentiert werden. Die Einbeziehung von Einzelinhalten in die Auffindbarkeitsregulierung von Medienplattformen wird ausdrücklich begrüßt. Die Regulierung jeden fünften Inhalts ist ein erfolgsversprechender Vorschlag, der nicht auf Information und Bildung beschränkt werden sollte.
- Die Auswahl der privilegierten Inhalte sollte eine Ausgewogenheit zwischen den Mediengattungen gewährleisten und nicht nach monetären Aspekten erfolgen dürfen.

KI-Informationssysteme

- Die eigenständige Regulierung von KI-Informationssystemen ist richtig, bedarf aber einer gezielten Nachschärfung.
- Vom Anwendungsbereich ausgenommen werden sollten KI-Angebote, die im Rahmen von Kooperationen zwischen publizistischen Medienanbietern oder innerhalb des gemeinwohlorientierten öffentlichen Raums nach § 30 MStV Abs. 1 Satz 2 bereitgestellt werden und ausschließlich auf Inhalte zugreifen, die den journalistisch-redaktionellen Sorgfaltspflichten unterliegen.

- Werden für die Generierung einer Antwort eines KI-Informationssystems journalistisch-redaktionell verantwortete Angebote Dritter verwendet, sind die für die Antwort maßgeblichen Quellen per Link in unmittelbarem Zusammenhang mit der generierten Antwort eigenständig und deutlich wahrnehmbar darzustellen.
- Auch Inhalteanbieter haben berechtigte Transparenzbedürfnisse, die durch klare Monitoringsvorgaben abgesichert werden müssen. Die Regelungen zur Diskriminierungsfreiheit und Auffindbarkeit müssen zudem gewährleisten, dass KI-generierte Antworten journalistische Angebote nicht strukturell verdrängen und Medienvielfalt auch im Umfeld generativer KI wirksam gesichert bleibt.
- Redaktionell verantwortete Inhalte sollten mindestens gleichberechtigt neben den KI-generierten, redaktionell gestalteten Inhalten ausgespielt werden.

Medienintermediäre

- Die vorgesehenen Regelungen zu Outlinks werden ausdrücklich begrüßt. Klargestellt werden könnte, dass unmittelbare Verlinkungen auch aus einzelnen Beiträgen ("alle Ebenen") möglich sein müssen, ohne aufgrund ihrer Verwendung algorithmisch benachteiligt zu werden.
- Die privilegierte Auffindbarkeit von Public-Value-Einzelinhalten in Medienintermediären wird ebenfalls begrüßt. Während klare Vorgaben für Medienplattformen und Suchmaschinen ausdrücklich unterstützt werden, sollten für personalisierte Empfehlungssysteme im Social Media Bereich jedoch flexiblere, funktionsgerechte Alternativen zur starren Quote geprüft werden. Eine diskriminierungsfreie Auswahl privilegierter Einzelinhalte sollte sicherstellen, dass auch weniger reichweitenstarke Public-Value-Angebote von der besonderen Auffindbarkeit profitieren und die Meinungs- und Angebotsvielfalt gestärkt wird.

Werbung

- Der Versuch, im Wege einer Flexibilisierung der Werbevorschriften die Refinanzierbarkeit von Medienangeboten und insbesondere solcher privater Rundfunkanbieter zu erleichtern, wird begrüßt. Gleiches gilt in diesem Zuge für sinnvolle Klarstellungen, auch im Interesse der Rechtssicherheit.
- Dass vom Verbot der Werbung weltanschaulicher und religiöser Art Abstand genommen werden soll, wird hinterfragt und insbesondere staatliche Informationsarbeit im öffentlich-rechtlichen Rundfunk abgelehnt.

Jugendmedienschutz

- Die geplante Aufnahme der §§ 111 und 126a StGB in die Liste der absolut unzulässigen Angebote in § 4 JMStV begegnet Bedenken im Hinblick auf die Grundrechte aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG.
- Die neu aufgenommenen Tatbestände in § 4 Abs. 1 Nr. 3 und Nr. 9 JMStV-E sowie § 4 Abs. 1a JMStV-E erscheinen zudem systemfremd.

1. Einleitung: Meinungsvielfalt im Digitalen sichern

Journalistisch-redaktionell verantwortete Angebote tragen im Rahmen des Medienpluralismus nur dann zur freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung bei, wenn sie in digitalen Nutzungssituationen tatsächlich auffindbar bleiben.

Die aktuelle Mediennutzung zeigt jedoch fortschreitende Konzentrationstendenzen. Jeder zweite Homescreen eines Smart-TVs zeigt eine Liste an Apps, nur jedes zehnte Gerät hat noch eine Vorschau zum laufenden TV-Programm (Quelle: AGF-Plattformstudie 2026-I). Aktuelle Prognosen deuten darauf hin, dass sich das Sehvolumen im linearen Fernsehen bis 2035 voraussichtlich halbieren wird (Quelle: ZDF-Medienforschung; AGF in Zusammenarbeit mit GfK; siehe auch: Zabel/Rohn, Gutachten: Der deutsche Medienmarkt 2035). Gleichzeitig werden die Nutzer von Smart-TVs durch die Logiken der Plattformökonomie vor allem zu den Angeboten der großen, international tätigen Plattformen gesteuert. So besitzen bspw. 54 % aller Haushalte in Deutschland mindestens eine Fernbedienung mit einer entsprechenden “Plattform-Taste” – Tendenz steigend (Quelle: AGF-Plattformstudie 2026-I). Die "leichte Auffindbarkeit" der Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beschränkt sich dagegen regelmäßig auf "Public-Value-Kacheln". Der Großteil der Nutzer bemerkt diese jedoch erst gar nicht oder versteht deren Bedeutung nicht (Quelle: Video Trends 2023; ZDFmitreden 2024). Hinzu kommt: Insbesondere auf Smartphones nutzen bereits 92% der 14-29-Jährigen mindestens einmal pro Woche KI-Tools (Quelle: European Parliament et al., The impact of Google AI Summaries and Google AI Overviews on publishers’ revenue and media freedom, 2026). Gleichzeitig werden rund 50 % weniger über Google vermittelte Besuche bei den ausgewerteten Ratgeberangeboten von MDR, NDR und BR24 gemessen (Quelle: Auswertung von Piano-Daten durch MDR, NDR und BR24).

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk stellt aufgrund seines gesetzlichen Auftrags ein unabhängiges, verlässliches und vielfältiges Angebot bereit. Seine besondere Funktion muss auch gegenüber Benutzeroberflächen von Medienplattformen (z.B. Startmenü eines Smart TV, Elektronischer Programmführer, Sprachassistent), Medienintermediären (z.B. YouTube, Facebook, TikTok) und KI-Informationssystemen (z.B. AI-Overviews) wirksam abgesichert werden. Dies setzt eine umfassende Verfügbarkeit und effektive Auffindbarkeit der beitragsfinanzierten Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie von Public-Value-Angeboten privater Medienanbieter voraus.

Die Länder haben erkannt, wie wichtig dies für die demokratische Gesellschaft ist. Gleiches gilt für die Notwendigkeit, KI-generierte Angebote zu regulieren, die journalistisch-redaktionell verantwortete Angebote zu verdrängen drohen.

Der vorgelegte Entwurf für einen Digitale Medien-Staatsvertrag (Teil 2) vom 28. September 2026 enthält hierfür wichtige Ansätze, bleibt aber in zentralen Punkten hinter dem Diskussionsstand vom Juli 2026 und dem Status quo zurück. Es wäre ein fatales Zeichen für die deutsche Medienlandschaft und die Medienvielfalt, wenn nicht einmal das geltende Schutz- und Privilegierungsniveau erhalten bliebe. Dies betrifft insbesondere die Schutzmechanismen zur Auffindbarkeit öffentlich-rechtlicher Angebote nach den geltenden §§ 84 ff. MStV. Die guten Ansätze der Rundfunkkommission (rundfunkkommission.rlp.de/fileadmin/rundfunkkommission/Dokumente/Beschluesse/2025-12-03_RFK_Beschluss_TOP_1_Kuenstliche_Intelligenz_und_Urheberrecht.pdf) aus dem Herbst 2025, sowohl nationales als auch europäisches Medienrecht gemeinsam mit urheberrechtlichen Fragen der Vergütung zusammenzudenken, sollten weiterverfolgt werden.

2. Adressatenkreis

Die Erweiterung des **Adressatenkreises** der Regulierung sowie die Anpassung der Begrifflichkeiten wird grundsätzlich begrüßt.

- Wichtig ist die Weiterentwicklung der Einschränkung des **Begriffs der Medienplattform** mit Blick auf Kooperationen, bei denen die Angebote Dritter eigenständig abgrenzbar sind und die den Schwerpunkt des Angebots nicht verändern. Die Ergänzung in § 2 Abs. 2 Nr. 14 Buchst. b DMStV-E in Bezug auf Angebote wie Mediatheken oder Streaming-Portale halten wir daher für sehr sinnvoll und auch erforderlich, um gesetzlich gewünschte Kooperationen zu ermöglichen.

- Für richtig erachten wir auch die Erweiterung des Anbieterkreises von Benutzeroberflächen u.a. im Hinblick auf die Ausgestaltung der Benutzeroberflächen (§ 2 Abs. 2 Nr. 15 und Nr. 20 DMStV-E). Es wird nun sichergestellt, dass **Entwickler, Vertreiber** von Benutzeroberflächen sowie **Gerätehersteller** die Verantwortung für die Auffindbarkeit nicht jeweils dem anderen zuschieben können. Dies gilt für Benutzeroberflächen im Auto (Automotive-Systeme vs. Automobilhersteller) sowie für die Ansteuerung und das Abspielen audiovisueller Inhalte dienender Geräte (Betriebssysteme vs. internetfähiger Fernsehgeräte). **Zusätzliche Nutzungselemente** sollen künftig die Eigenschaft als Benutzeroberfläche nicht negieren. Wichtig ist, dass hiernach künftig auch kuratierte App-Stores als Benutzeroberflächen eingestuft werden können; der Hinweis in der Begründung ist hier richtig und wichtig.

- Auch wenn **Fernbedienungen und Sprachsteuerungen** nicht eindeutig erfasst werden, ist es richtig und wichtig, dass § 84 Abs. 2 DMStV-E und § 92a Abs. 2 DMStV-E Bedienelemente jedenfalls im Rahmen der diskriminierungsfreien Gestaltung der Medienplattformen und Medienintermediäre berücksichtigen. Zu beachten wäre allerdings, dass Sprachbefehle auch im Bereich der KI-Informationssysteme eine Rolle spielen werden. Daher sollte auch **§ 77b um einen gleichlautenden Abschnitt erweitert werden.**

- Die neue Differenzierung zwischen journalistisch-redaktionell verantworteten und gestalteten Angeboten (§ 2 Abs. 4 und § 2 Abs. 5 DMStV-E) unterstützen wir in ihrer Zielrichtung

(Schutz der Angebote vs. Schutz der Nutzer). Zweifel haben wir indes daran, ob die Begrifflichkeiten im Hinblick auf ihre Anwendung ausreichend trennscharf sind und konsistent umgesetzt werden können.

- Aus unserer Sicht wären die beiden in § 6 neu eingefügten Aspekte (Geltung der journalistischen Sorgfaltspflichten auch bei internen Verfahren) bei der Begriffsbestimmung der „journalistisch-redaktionell verantworteten Angebote“ passender verortet. Dort könnten sie als weitere Kriterien der Differenzierung zwischen journalistisch-redaktionell verantworteten und gestalteten Angeboten genutzt werden. Gleichzeitig dürften die in § 6 DMStV-E ergänzten Aspekte durch den Verweis auf Art. 18 EMFA in § 2 Abs. 4 DMStV-E aber schon hinreichend berücksichtigt sein (vgl. Art. 18 Abs. 1 S. 1 lit. d) EMFA). Eine (darüber hinausgehende) Regulierung der internen Prozesse von Medienunternehmen hielten wir im Übrigen nicht für erforderlich und sachdienlich. Soweit eine Verletzung anerkannter journalistischer Grundsätze vorliegt, die sich bei der Berichterstattung auswirkt, obläge es der Aufsicht, dies zu untersuchen.
- Es wird klargestellt, dass **Mediensubstitute** oder Zusammenfassungen nicht unter die Medienintermediärsregulierung fallen (§ 2 Abs. 2 Nr. 16). Dies kann aber zu Regelungslücken führen, wenn die Vorgaben für KI-Informationssysteme weniger weitgehend sind als die Intermediärsregulierung. Es ist zuletzt richtig, dass mit § 2 Abs. 6 DMStV-E ein **Nebeneinander** der Regulierungsinstrumente sichergestellt wird, um Regelungslücken zu verhindern.

3. Allgemeine Bestimmungen zu den „Angeboten mit vielfaltsförderndem Mehraufwand“

Eine **abgestufte Privilegierung** für Medienintermediäre und KI-Informationssysteme im Gegensatz zu Benutzeroberflächen von Medienplattformen ist sinnvoll (Begründung zu § 25a Abs. 2 DMStV-E). Bedarf es für Suchmaschinen, Social Media oder Chatbots eines mediengattungsübergreifenden Schutzes journalistischer Angebote zur Sicherstellung von Sichtbarkeit und Traffic zu den Ursprungsangeboten, sollten die Regelungen zur Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen von Medienplattformen weiterhin eine **spezifische Privilegierung für bestimmte Rundfunkangebote und Telemedien** von allgemeinem Interesse (sowie Teile dieser) enthalten, die entweder qua Auftrag oder durch Nachweis bestimmter Kriterien bestimmt wird.

Die **Herauslösung des Bestimmungsverfahrens** aus der Plattformregulierung und seine Regelung in §§ 25a und 25b DMStV-E sind systematisch sinnvoll. Inhaltlich sind die Vorschriften aber nachzubessern. Sorge bereitet, dass die Regelungen des Verfahrens in §§ 25a ff. DMStV-E und mithin auch die spezifischen Regelungen zur Auffindbarkeit in Medienplattformen in eckige Klammern gesetzt sind. Es wird dringend davor gewarnt, durch Abschaffung oder Beschränkung der aktuellen Auffindbarkeitsvorgaben für „Public-Value-Angebote“ in Benutzeroberflächen hinter den aktuellen Regulierungsrahmen zurückzufallen. Verfügbarkeit und Auffindbarkeit auf Benutzeroberflächen werden von den Plattformen zunehmend nach ökonomischen Kriterien vergeben, was Medienvielfalt ohne Regulierung erheblich einschränkt.

§ 25a DMStV-E

- In § 25a Abs. 2 DMStV-E sollte zunächst sprachlich klargestellt werden, dass auch die Fernsehprogramme des ZDF als Angebote im Sinne des § 25a Abs. 1 DMStV-E gelten.

- Angesichts des Regulierungsziels sollten außerdem **alle Telemedienangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks** dem Kreis der privilegierten Angebote angehören. Insbesondere angesichts der Fortentwicklung des § 30 MStV und der bisherigen Praxis der Landesmedienanstalten erscheint eine Begrenzung im Wortlaut des § 25a Abs. 2 DMStV-E künstlich, im Hinblick auf eine zukünftige Anwendung auch potenziell gefährlich (so könnte bspw. argumentiert werden, dass „gemeinsame" Telemedienangebote von ARD und ZDF, z. B. KiKA, phoenix oder 3sat, vom Wortlaut nicht erfasst werden). Darüber hinaus ist es wichtig, dass die Vorschriften zur Diskriminierungsfreiheit und Auffindbarkeit, insbesondere, wo sie über die besonderen Vorschriften für Rundfunk und Telemedien hinausgehen, nicht nur Inhalte aus den linearen Rundfunkprogrammen und gemeinsamen Telemedien erfassen, sondern **alle Beiträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks**, d. h. auch Beiträge aus dem Social-Media-Bereich oder Beiträge in Angeboten einzelner Rundfunkanstalten. Es gibt keinen Grund, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk schlechter zu stellen; das Wort „gemeinsamen" in § 25a Abs. 2 DMStV-E ist zu streichen.

(Änderungsvorschläge sind jeweils fett markiert)

(2) Die Rundfunkprogramme, die Fensterprogramme (§ 59 Abs. 4) aufzunehmen haben, ~~**sowie**~~ die gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme **sowie die** ~~**und gemeinsamen**~~ Telemedienangebote der **öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sowie Teile davon** ~~**in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, die Telemedienangebote des ZDF sowie des Deutschlandradios**~~ gelten als Angebote im Sinne des Absatz 1. […]

- An dieser Stelle möchten wir generell darauf hinweisen, dass die **Begriffe** „Telemedium" (z. B. § 2 Abs. 4 DMStV-E), „Angebot" (z. B. § 25a DMStV-E „Angebote mit vielfaltsförderndem Mehraufwand"), „Inhalt" (z. B. § 2 Abs. 2 Nr. 19 oder § 77e DMStV-E) und „Teile" (siehe z. B. § 80 MStV) nicht konsistent verwendet werden. Es sollte deutlich werden, an welchen Stellen ein Gesamtangebot (z. B. ARD Sounds oder das ZDF-Streamingportal) und an welcher Stelle ein Einzelinhalt (z. B. ein Podcast, ein VoD-Inhalt, ein digitaler textlicher Beitrag) gemeint sind.

- Der Kreis der bisher privilegierten „Public-Value"-Angebote würde mit **Presseangeboten**, die, ohne weitere vielfaltssichernde Kriterien zu erfüllen, der Selbstregulierung durch den Pressekodex unterliegen, in § 25a Abs. 2 DMStV-E stark vergrößert. Grundsätzlich können wir diese mediengattungsübergreifende Erweiterung nachvollziehen. Sie muss aber mit einer **Priorisierung von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedienangeboten**, jedenfalls in kapazitär begrenzten direkt sichtbaren Bereichen einhergehen.

§ 25b DMStV-E

Die vorgeschlagenen Maßnahmen zur effizienteren Gestaltung des Public-Value-Verfahrens sind zu begrüßen. Auch wenn es einen hohen Bürokratieaufwand verursacht hat, darf das Verfahren nicht aufgegeben werden.

- Die **Beibehaltung einer Auswahl eines beschränkten Kreises von Public-Value-Angeboten nach qualitativen Kriterien und eine Priorisierung dieser Anbieter (s.o.)** ist für die Sicherung der Auffindbarkeit essenziell. Die Auswahl aus einem anderenfalls sehr großen Pool an Angeboten dem Markt zu überlassen, würde noch stärker als bisher ökonomische Kriterien und Reichweitengesichtspunkte in den Vordergrund stellen, was nicht im Interesse des Medienpluralismus sein kann.

- Wir befürchten, dass die Anwendung der vorgeschlagenen Kriterien des § 25b Abs. 3 DMStV-E den oben genannten Zielen nicht gerecht wird, sondern zu einer weiteren Ausdehnung des Kreises der Public-Value-Anbieter führen würde. Es sollten in § 25b Abs. 3 DMStV-E aus unserer Sicht daher mindestens „überdurchschnittliche“ Werte – bisher in eckigen Klammern – gefordert werden.

- Die Aufnahme der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in die **Empfehlung** für die *Reihenfolgelistungen zur Umsetzung durch die Anbieter von Benutzeroberflächen für Bewegtbild-, Audio- und Telemedienangebote* ist für die Auffindbarkeit essenziell. Die Listen der Programme und Angebote i. S. d. § 25b Abs. 5 DMStV-E müssen daher erhalten bleiben. Neben der oben beschriebenen Priorisierung sollte festgeschrieben werden, dass sie im **Einvernehmen** mit ARD, ZDF und Deutschlandradio erstellt und anschließend für **verbindlich** (d. h. auch nicht veränderbar) erklärt werden. Andernfalls werden sie keine auffindbarkeitsfördernde Wirkung entfalten können.

- Insbesondere regionale Inhalte, die zum Kernauftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gehören, werden von zahlreichen Plattformen trotz der bisherigen Listungsempfehlungen der Landesmedienanstalten nicht priorisiert. Neben der Verbindlichkeit **einer Liste** ist daher eine regionale Untergliederung, die das Ziel einer **regionalisierten Ausspielung** in den verschiedenen Plattformgattungen verfolgt, wichtig.

(5) Die Programme oder Angebote sind ~~**jeweils**~~ in ~~**einer oder**~~ einer regional untergliederten Liste im Onlineauftritt der Landesmedienanstalten **im Einvernehmen mit den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem ZDF und dem Deutschlandradio** zu veröffentlichen. Für kapazitär begrenzte Bereiche ist eine Priorisierung vorzusehen. **Die Liste ist für den nach diesem Staatsvertrag zur besonderen Darstellung von Angeboten nach § 25a Verpflichteten verbindlich und darf von diesem nicht verändert werden.** Die Geltung der Liste ist mit einem Stichtag zu versehen und den nach diesem Staatsvertrag zur besonderen Darstellung von Angeboten nach § 25a Verpflichteten elektronisch zu übermitteln. Die Verpflichtung zur besonderen Darstellung beginnt einen Monat nach Übermittlung der Liste.

- **Vertragsbeziehungen oder Entgelte** dürfen die Auswahl innerhalb des privilegierten Kreises nicht bestimmen, dies ist ausdrücklich festzuhalten. Mindestens aber sollten Vertragsbeziehungen, die Einfluss auf die Auswahl haben, von den Anbietern transparent gemacht werden müssen. Eine vergütungspflichtige Bevorzugung, wie sie beispielsweise in der Begründung zu § 77d Abs. 2 DMStV-E angedeutet wird, ist ausdrücklich auszuschließen (s.u.).

4. Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen von Medienplattformen

Benutzeroberflächen von Medienplattformen beeinflussen Prozess und Wirkung individueller und gesellschaftlicher Kommunikation mit großen Folgen für den Prozess individueller und öffentlicher Meinungsbildung. Die Neustrukturierung des § 84 MStV in §§ 84 ff. DMStV-E wird daher grundsätzlich begrüßt.

§ 84a DMStV-E

- Diese Auffindbarkeitsregulierung kann aber nur Wirkung entfalten, wenn Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks überhaupt auf den Geräten verfügbar sind. Werden Apps vorinstalliert, müssen die Telemedienangebote von ARD, ZDF und DLR **gleichwertig mit den bestplatzierten Apps vorinstalliert** werden; andernfalls müssen sie in der Standardeinstellung auf der ersten Auswahlebene leicht auffindbar sein. Hierfür darf kein Entgelt erhoben werden. Insoweit begrüßen wir, dass auch die Vorinstallation gem. § 84a Abs. 1 DMStV-E jedenfalls diskriminierungsfrei erfolgen soll. Entsprechende Details könnten von den Landesmedienanstalten im Rahmen ihrer Satzungs- und Richtlinienkompetenz ausgestaltet werden.
- **App-zu-App-Verlinkungen** (Outlinks) zu journalistisch-redaktionell verantworteten Angeboten sind auch innerhalb von Medienplattformen relevant, um Kooperationen zwischen Anbietern und eigenen Angeboten zu ermöglichen. Diese werden aber z. T. von Anbietern von Benutzeroberflächen bzw. Geräteherstellern unterbunden. Dadurch wird eine Gatekeeper-Stellung ausgenutzt, die allein durch das Wettbewerbsrecht nicht behoben werden kann. **Insoweit wird angeregt, die Regelung des § 94 Abs. 1a DMStV-E einschließlich des Einschubs in Abs. 2 DMStV-E, die wir ausdrücklich begrüßen, für Medienplattformen zu übernehmen.**

§ 84a

…

(1a neu) § 94 Abs. 1a und § 94 Abs. 2 S. 2 gelten für Anbieter von Benutzeroberflächen hinsichtlich Verlinkungen, die den Nutzer auf einer Ebene ihres Angebots zu einem journalistisch-redaktionell verantworteten Angebot führen, entsprechend.

- Der Verweis des § 84a Abs. 3 DMStV-E auf § 83 MStV ist vom Ansatz richtig, die Auffindbarkeit sollte allerdings **entgeltfrei** gewährleistet werden.

§ 84b Abs. 1 DMStV-E

Die Regelungen zur **besonderen Auffindbarkeit von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien** i. S. d. § 25a DMStV-E verbleiben mit § 84b Abs. 1 und 2 DMStV-E auf dem Status quo.

- Soweit §§ 25a, 25b DMStV-E in eckige Klammern gesetzt sind, müssen wir darauf hinweisen, dass zumindest der Erhalt dieses Schutzrahmens erforderlich ist (s.o.). Die Klammern sind deshalb zu streichen.

- Wichtig wäre allerdings, in § 84b Abs. 1 DMStV-E die **regional richtige Ausspielung** zu ergänzen. Insbesondere regionale Inhalte, die zum Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gehören, werden von zahlreichen Plattformen nicht priorisiert. Daher ist die Durchsetzung der ortsspezifisch richtigen Ausspielung gerade im OTT-Bereich – trotz technischer Machbarkeit – derzeit in der Praxis schwierig.

Innerhalb des Rundfunks haben die Rundfunkprogramme, die Angebote nach § 25a sind, ~~gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme, die Rundfunkprogramme, die Fensterprogramme (§ 59 Abs. 4) aufzunehmen haben, sowie die privaten Programme, die in besonderem Maß einen Beitrag zur Meinungs- und Angebotsvielfalt im Bundesgebiet leisten,~~ leicht auffindbar **und regionalrichtig ausgespielt** zu sein.

- **DVB-I** ist als branchenweit entwickelte anbieterunabhängige Technologie ein effektives Mittel, um Zugang, Auffindbarkeit und Integrität auf Plattformen zu gewährleisten. Am Runden Tisch DVB-I wirken unter Moderation der Landesmedienanstalten Rundfunkveranstalter, Gerätehersteller und Verbände sowie die Regulierung mit. DVB-I wird nun auch in Deutschland starten. Es sollte daher zumindest sichergestellt sein, dass DVB-I auf Benutzeroberflächen auch angezeigt wird, wenn DVB-I auf Geräten verfügbar ist. Im Hinblick auf die Auffindbarkeit der linearen Programme, insbesondere deren Regionalisierung (s. o.) könnte jedenfalls in der Gesetzesbegründung darauf hingewiesen werden, dass die Umsetzung des Standards **DVB-I** diese Vorgaben erfüllen würde.

§ 84b Abs. 2 DMStV-E

- Die Flächen und Positionen der Plattformen auf der ersten Auswahlebene und dort im direkt sichtbaren Bereich, insb. in der Hauptnavigation, sind begrenzt. Deals mit globalen Playern machen den Spielraum für viele Plattformen gering, deutschen Mediatheken Sichtbarkeit zu ermöglichen. In § 84b Abs. 2 DMStV-E sollte daher zusätzlich die **Hauptnavigation sowie der direkt sichtbare Bereich** durch eine Priorisierung der Angebote i. S. d. § 25a DMStV-E reguliert werden (s.o.).

- Maßstab für eine leichte Auffindbarkeit sollten nicht negativ die übrigen Angebote sein (§ 10 der MB-Satzung), sondern positiv die bestplatzierten Angebote. Wie auch die Begründung zu § 84c DMStV-E feststellt, entspricht die Präsentation der Angebote mit Public-Value-Status in gesonderten Bereichen (z. B. durch eine „Kachel“ oder Rubrik) nicht dem tatsächlichen Nutzungsverhalten in nicht-linearen, algorithmisch gesteuerten Angeboten. Angebote von allgemeinem Interesse sollten daher auch explizit nicht mehr in (regelmäßig nachgeordnete und) für die Nutzer ganz überwiegend nichtssagende **„Public-Value-Container“** ausgelagert werden dürfen. Zahlreiche Medienplattformen umgehen das Regulierungsziel der Listung ferner durch Vorhalten mehrerer EPGs: der ihrer Produktlogik folgende Haupt-EPG und die Public-Value-Listung. Die Problematik wird durch FAST-Channels und Playlists, die in der Listung nicht berücksichtigt sind, noch verstärkt. Diese Alternativlisten sind nicht im Sinne der Nutzenden.

(2a neu) Angebote sind nach Absatz 2 leicht auffindbar, wenn sie auf jeder wesentlichen Auswahl- und Navigationsebene in dem ohne weiteres Nutzerhandeln unmittelbar sichtbaren Bereich gleichwertig mit den bestplatzierten Angeboten präsentiert werden. Die Präsentation darf nicht auf alternative Listen, nur gezielt aufrufbare Verzeichnisse (z. B. Kacheln) oder sonstige Nebenbereiche beschränkt werden.

§ 84b Abs. 3 DMStV-E

Den Verweis in § 84b Abs. 3 DMStV-E können wir nicht nachvollziehen. **Sinnvoll erschiene stattdessen ein Verweis auf § 82 innerhalb von § 84 DMStV-E.** Da alle Angebote i. S. d. § 84b Abs. 1 und Abs. 2 DMStV-E immer auch journalistisch-redaktionell verantwortete Angebote sind, scheint ein Verweis in § 84 Abs. 3 DMStV-E auf § 84 nicht erforderlich zu sein und eher einschränkend zu wirken.

~~**(3) §§ 82 Abs. 1 und 84 gelten entsprechend.**~~

§ 84b Abs. 4 DMStV-E

Die Möglichkeit der Anbieter, die Rundfunkprogramme und rundfunkähnlichen Telemedien mit einem **Hinweis** zu versehen, darf nicht zulasten der Auffindbarkeit gehen. Dies wird bereits in der Gesetzesbegründung ausgeführt. Wichtiger wären dagegen klare Regelungen zur **Absenderkennzeichnung**. Der Verweis auf Art. 20 Abs. 3 EMFA (§ 84 Abs. 9 DMStV Teil 1) ist insoweit folgerichtig und sollte beibehalten werden.

§ 84c DMStV-E

- Die Einbeziehung von **Einzelinhalten** in § 84c DMStV-E wird ausdrücklich begrüßt. Nur so kann die Regulierung den tatsächlichen Nutzergewohnheiten und Plattformlogiken Rechnung tragen.
- **Die vorgeschlagene Berücksichtigung mindestens jedes fünften Inhalts ist ein geeigneter Ausgangspunkt, hinter den nicht zurückgefallen werden darf.**
- **Information und Bildung** sind für die demokratische Meinungsbildung essenziell. Aber auch Inhalte außerhalb des Bereichs Information und Bildung können für die Sicherung von Medienvielfalt und kultureller Vielfalt von besonderer Bedeutung sein oder in einem allein nach ökonomischen oder Reichweitenkriterien ausgerichteten Algorithmus strukturell benachteiligt werden. § 84c sollte als Erweiterung der Auffindbarkeitsregulierung für rundfunkähnliche Telemedien in § 84b Abs. 2 DMStV-E gesehen werden, da Benutzeroberflächen Inhalte nicht ausschließlich als Gesamtangebot, sondern über Suchen und Empfehlungen, Rows und Playlisten als Einzelinhalte ausspielen. Hier ist ein Gleichlauf wichtig. Die Rechtfertigung für diese umfassendere Präsentationsvorgabe würde bereits daraus folgen, dass es sich insgesamt um Inhalte aus Angeboten nach § 25a handelt, an die ihrerseits bereits entsprechende Kriterien bzw. vielfaltssichernde Vorgaben angelegt worden sind. **Innerhalb der Vorschläge des § 84c DMStV-E sprechen wir uns daher für Alternative 2 (Vorgabe ohne Beschränkung auf besonders meinungsbildende Inhalte) aus.**

- Die **Auswahl** der Einzelinhalte aus dem künftig sehr weiten Kreis der Angebote von allgemeinem Interesse soll dem Entwurf zufolge ausschließlich der Plattform überlassen bleiben. Hier ist zumindest eine **ausgewogene Berücksichtigung öffentlich-rechtlicher und privater Angebote** sicherzustellen. Jedenfalls aber sollte eine Bevorzugung eigener oder entgeltlich privilegierter Inhalte ausgeschlossen werden – die entsprechenden Vorschriften der Satzung zu Medienplattformen und Benutzeroberflächen sollten übernommen werden. Der Verweis auf § 84 am Ende des § 84c Abs. 1 DMStV-E kann auch hier nicht nachvollzogen werden (s. o. zu § 84b Abs. 3 DMStV-E). Sinnvoll erschiene hingegen ein Verweis auf § 93 Abs. 1 Nr. 2, um bezüglich der (nach unserem Verständnis ansonsten nicht näher bestimmten) „allgemeinen Kriterien der algorithmischen Empfehlungssysteme“ auch für Anbieter von Benutzeroberflächen zumindest eine Transparenzvorgabe einzuführen.

(1) Soweit Benutzeroberflächen mittels algorithmischer Empfehlungssysteme sortieren, anordnen und präsentieren, haben diese mindestens bei jedem [fünften]...

~~**Alternative 1 (Fokus auf besonders meinungsbildende Inhalte):**~~

~~**[...der aus den Bereichen Information (§ 2 Abs. 2 Nr. 25) und Bildung (§ 2 Abs. 2 Nr. 26) empfohlenen Inhalte...]**~~

Alternative 2 (Vorgabe ohne Beschränkung auf besonders meinungsbildende Inhalte)

[...empfohlenen Inhalt...]

...einen solchen zu präsentieren, der aus den in der Benutzeroberfläche vermittelten Angeboten nach § 25a stammt ~~und nach Absatz 2 gekennzeichnet wurde~~. Bei der Auswahl der konkreten Inhalte nach Satz 1 ist auf **Ausgewogenheit** zu achten, zudem **dürfen eigene Inhalte des Anbieters der Benutzeroberfläche nicht bevorzugt werden, es sei denn, dass für die Nutzung ein Entgelt geleistet wird.** ~~**bleiben**~~ Im Übrigen **bleiben** die allgemeinen Kriterien der algorithmischen Empfehlungssysteme maßgeblich; ~~**§§ 82 Abs. 1 und 84 gelten**~~ **§ 93 Abs. 1 Nr. 2 gilt** entsprechend.

- Die **Kennzeichnungspflicht** als Voraussetzung für eine Berücksichtigung bei der Auffindbarkeit ist eine zusätzliche Hürde zulasten der Medienanbieter (§ 84c Abs. 3 DMStV-E). Die Kennzeichnung (und damit Auswahl) einzelner Inhalte sollte nur eine Option für den Medienanbieter sein. Ihm sollte alternativ ermöglicht werden, sein gesamtes Angebot gegenüber dem Plattformanbieter zu kennzeichnen. Insoweit könnte auf den Gedanken aus Art. 18 EMFA zurückgegriffen werden. Da es sich bei dem Angebot nach § 25a aber bereits um ein „geprüftes“ journalistisch-redaktionell verantwortetes Angebot (und damit auch ein Angebot nach Art. 18 EMFA) handelt, müssen weitere Nachweispflichten entfallen. Entsprechend des oben Gesagten wäre in § 84c Abs. 2 DMStV-E außerdem das in eckigen Klammern Stehende zu streichen.

(2) Anbieter von Benutzeroberflächen stellen eine Funktion bereit, die es für Angebote nach § 25a ermöglicht, **das Angebot insgesamt oder** einzelne Inhalte ~~**[aus den Bereichen Information (§ 2 Abs. 2 Nr. 25) und Bildung (§ 2 Abs. 2 Nr. 26)]**~~ für die Nutzung nach Absatz 1 maschinenlesbar zu kennzeichnen.

5. KI-Informationssysteme

Die eigenständige Regulierung besonders einflussreicher KI-Informationssysteme in §§ 77a bis 77g DMStV-E wird begrüßt. Sie trägt dem Umstand Rechnung, dass solche Systeme die Wahrnehmbarkeit journalistisch-redaktioneller Angebote erheblich beeinflussen können, insbesondere, wenn sie diese substituieren.

Begriff und Anwendungsbereich des "KI-Informationssystems"

- Der Begriff „KI-Informationssystem" ist gegenüber „KI-Redaktionssystem" vorzugswürdig, weil er den beabsichtigten Regelungsgegenstand besser beschreibt. Die Definition in § 2 Nr. 16a stellt klar, dass insbesondere Chatbots und RAG-basierte Dienste erfasst werden, die Angebote Dritter zugänglich machen oder auf deren Grundlage Informationen generieren. Nicht erfasst werden dagegen rein interne KI-Redaktionswerkzeuge sowie KI-Informationssysteme, die ausschließlich eigene kuratierte und redaktionell verantwortete Angebote des jeweiligen Anbieters verwenden und keine Angebote Dritter einbeziehen wie beispielsweise "Hey_Die Künstliche Intelligenz von BILD" oder "Dein Newsassistent" von BR 24. Diese Regelung begrüßen wir.
- Zusätzlich sollten KI-Angebote vom Anwendungsbereich ausgenommen werden, die im Rahmen von Kooperationen zwischen publizistischen Medienanbietern oder innerhalb des gemeinwohlorientierten öffentlichen Raums nach § 30 MStV Abs. 1 Satz 2 bereitgestellt werden und ausschließlich auf Inhalte zugreifen, die den journalistisch-redaktionellen Sorgfaltspflichten unterliegen. Bei einem solchen "Trusted Content Pool" besteht ein deutlich geringeres regulatorisches Schutzbedürfnis, weil die zugrundeliegenden Inhalte bereits besonderen gesetzlichen (§ 20 Abs. 2 MStV) bzw. journalistisch-redaktionellen Qualitätsanforderungen unterliegen. Eine solche Spezialregelung würde auch den Ansatz der Neuregelung in § 2 Abs. 2 Nr. 14b DMStV-E aufnehmen, der gesetzlich gewünschte Kooperationen bei der Begrifflichkeit der Medienplattform privilegiert.

Schwellenwert des § 77a DMStV-E und Bestimmung der Nutzerzahl

- Die Ausnahme kleinerer KI-Informationssysteme von einzelnen Verpflichtungen des DMStV zur Stärkung der Innovationsfähigkeit von Start-Ups und zur Regulierung marktmächtiger Anbieter wird dem Grunde nach unterstützt. Die konkrete Ausgestaltung der Abgrenzung weist jedoch einige Schwächen auf. Der Schwellenwert von einer Million Nutzern pro Monat erscheint angesichts des Regelungsziels, besonders reichweitenstarke KI-Informationssysteme einer weitergehenden Regulierung zu unterwerfen, niedrig und sollte überprüft werden.

- Als Orientierung kann der DSA dienen. Er knüpft die Einstufung als VLOP bzw. VLOSE an 45 Millionen durchschnittlich monatlich aktive Diensteempfänger in der EU und sieht konkrete Vorgaben für die Ermittlung der Nutzerzahl vor. Die Schwelle ist wegen des unterschiedlichen Regelungsgegenstands nicht unmittelbar übertragbar. Übertragbar ist jedoch der Ansatz, die Reichweitenschwelle nachvollziehbar zu begründen und ihre Berechnung eindeutig zu regeln.

- § 77a sollte daher insbesondere festlegen, wer als Nutzer gilt und wie Mehrfach- und automatisierte Zugriffe berücksichtigt werden. Die Ermittlung sollte nach einheitlichen und überprüfbaren Kriterien erfolgen[1].

Zustellungsbevollmächtigter, Verantwortlichkeit, Sinnwiedergabe nach § 77b DMStV-E

Zustellungsbevollmächtigter

- Die in § 77b Abs. 1 DMStV-E vorgesehene Benennung eines Zustellbevollmächtigten wird unterstützt. Konkretisiert werden sollte jedoch, was unter einer „leicht erkennbaren und unmittelbar erreichbaren" Information zu verstehen ist. Konkrete Vorgaben stellen sicher, dass der Nutzer bei jedem KI-Informationssystem in gleicher Weise nachvollziehen kann, an wen er sich wenden kann.

Verantwortlichkeit und effektive Abhilfe

- Die Verantwortlichkeit des Anbieters eines KI-Informationssystems für die von seinem System generierten Inhalte ist grundsätzlich sachgerecht. Sie unterscheidet sich von der dem DSA zugrunde liegenden Situation bei Hosting-Diensten, bei denen fremde, von Nutzern bereitgestellte Informationen gespeichert werden und für die Art. 6 DSA eine Haftungsprivilegierung vorsieht. Die Eigenverantwortung muss jedoch mit einer effektiven außergerichtlichen Abhilfemöglichkeit verbunden werden. Betroffene dürfen zur Durchsetzung ihrer Rechte nicht ausschließlich auf den gerichtlichen Rechtsweg verwiesen werden. Erforderlich ist vielmehr ein niedrigschwelliges Notice-and-Action-Verfahren, das den Anbieter zur zeitnahen Prüfung konkreter Beanstandungen und, soweit diese berechtigt sind, zu geeigneten und technisch möglichen Abhilfemaßnahmen verpflichtet.

Sinnwiedergabe

- § 77 b DMStV-E fordert in Absatz 3 Satz 1, dass der Anbieter im Bereich Nachrichten und politische Informationen sicherstellt, dass die jeweils verwendeten Quellen in ihrem Sinngehalt unverfälscht abgebildet werden. Diese Anforderung erscheint in ihrer Absolutheit für generative KI-Systeme nicht sachgerecht. Large Language Models erzeugen Inhalte probabilistisch und sind nicht auf eine starre Wiedergabe vorgegebener Inhalte ausgerichtet. Vorzugswürdig ist insofern, dass hohe Anforderungen an die Prüfung und Verifizierung der Inhalte gestellt werden sollten.

[1] Nach eigenen Angaben von OpenAI am 5.10.2026 erreichte beispielsweise ChatGPT pro Woche rund 1,2 Milliarden Menschen https://www.gradually.ai/chatgpt-statistiken/

§ 77c DMStV-E Transparenz, Wahrscheinlichkeit, Quellen

Gesetzliche Transparenzvorgaben für die Anbieter von KI-Informationssystemen sind grundsätzlich zu begrüßen. Sie bedürfen allerdings der Nachschärfung. Nicht nur der Verbraucher und Nutzer, auch die Inhalteanbieter, deren Informationen in die KI-Informationssysteme fließen, haben berechtigte Transparenzbedürfnisse. Die Transparenz erstreckt sich vom Abgreifen (Crawling) der Daten, über die Verarbeitung durch die KI-Informationssysteme bis zur Nutzung für eine Antwortgenerierung.

Wir fordern daher eine Regelung, die folgende Sachverhalte umfasst:

Datennutzung und Monitoring:

- Anbieter von KI-Informationssystemen müssen offenlegen, welche maschinenlesbaren Anweisungen sie für Suchen, das Training von KI-Modellen und KI-Retrieval unterstützen. Diese maschinenlesbaren Anweisungen der Inhalteanbieter sind verbindlich einzuhalten.

- KI-Informationssysteme müssen Inhalteanbietern ein Monitoring über die Nutzung der Daten bereitstellen. Die KI-Informationssysteme müssen durch Listung der abgegriffenen URL offenlegen, welche Inhalte für die Suche, das Training von KI-Modellen und das KI-Retrieval erfasst und genutzt wurden. Sie müssen durch Listung der genutzten URL zudem offenlegen, welche Inhalte bei der Generierung der jeweiligen Antwort verwendet wurden und wie oft Nutzer auf Links zu den Ursprungsinhalten geklickt haben.

- Die in § 77c Absatz 1 Nr. 2 vorgesehene Angabe, mit welcher Wahrscheinlichkeit die in dem neu generierten Inhalt angeführten Ausführungen zutreffend sind, sollte gestrichen werden. Es ist bereits fraglich, ob sich für einzelne KI-generierte Aussagen ein belastbarer und für den Nutzer aussagekräftiger Wahrscheinlichkeitswert bestimmen lässt. Zudem können solche Angaben ein Vertrauen in die Richtigkeit der Antwort erzeugen, das durch den angegebenen Wert tatsächlich nicht gerechtfertigt ist. Dem berechtigten Transparenzinteresse kann durch Quellenangaben, Verlinkungen und ein mögliches Zwei- oder Mehrquellensystem oder die prozentuale Berücksichtigung von Public-Value-Angeboten besser Rechnung getragen werden. Die Wahrscheinlichkeit der Richtigkeit ist von vielerlei Faktoren abhängig (siehe https://www.lmz-bw.de/landesmedienzentrum/aktuelles/aktuelle-meldungen/detailseite/ich-frag-mal-kurz-die-ki-wie-vertrauenswuerdig-sind-ki-antworten).

- Quellen müssen sichtbar bleiben: § 77c DMStV-E sollte eine klare Absenderkennung, die **Offenlegung verwendeter journalistischer Quellen und unmittelbare Verlinkungen** vorsehen. Dies dient der Transparenz und auch der Vielfaltssicherung. Je stärker ein KI-Informationssystem journalistische Inhalte zu einer eigenständigen Antwort verdichtet, desto größer ist die Gefahr, dass die KI-Antwort das zugrunde liegende Medienangebot substituiert. Hinzu kommt: Erst durch einen direkten Link hat der Nutzer die Möglichkeit die Quellen auf ihre Richtigkeit ohne große Hürden zu überprüfen. Eine bloße Quellenangabe genügt deshalb nicht. Quellen müssen für den Nutzer deutlich sichtbar und unmittelbar per Link erreichbar sein. Eine hervorgehobene, von der KI-Antwort abgesetzte Darstellung der verwendeten Quellen kann hierfür ein geeignetes Modell sein. Der Gesetzgeber sollte daher nicht nur die Angabe, sondern auch eine angemessene Sichtbarkeit und Verlinkung der für die Antwort maßgeblichen Quellen verlangen.

Werden für die Generierung einer Antwort eines KI-Informationssystems journalistisch-redaktionell verantwortete Angebote Dritter verwendet, sind die für die Antwort maßgeblichen Quellen per Link in unmittelbarem Zusammenhang mit der generierten Antwort eigenständig und deutlich wahrnehmbar darzustellen. Zusätzlich muss die Darstellung den zugrunde liegenden Angeboten einen angemessenen eigenen Wahrnehmungsraum gewähren und den unmittelbaren Zugang zu diesen ermöglichen.

§ 77d DMStV-E Diskriminierungsfreiheit

- Das Diskriminierungsverbot des § 77d DMStV-E ist um ein Verbot entgeltabhängiger Bevorzugung zu ergänzen. Die Auswahl der Angebote darf nicht von ökonomischen Interessen bestimmt sein. Angebote von allgemeinem Interesse sollten mindestens gleichberechtigt neben ausschließlich KI-generierten Inhalten dargestellt werden.

§ 77e DMStV-E Hinweise auf bestimmte Inhalte

- Sehr kritisch gesehen wird die Einklammerung der Vorschrift und deren erhebliche inhaltliche Kürzung im Vergleich zu der im Vorentwurf enthaltenen Regelung zur Auffindbarkeit. Redaktionell verantwortete Inhalte sollten mindestens gleichberechtigt neben den KI-generierten, redaktionell gestalteten Inhalte ausgespielt werden. Bereits die Umbenennung des § 77e DMStV-E macht deutlich, dass die Norm vom ursprünglichen Kern abweicht. § 77e DMStV-E darf nicht auf unverbindliche „weitergehende Hinweise“ für Information und Bildung beschränkt werden. Erforderlich ist eine überprüfbare Mindestberücksichtigung von Angeboten von allgemeinem Interesse im angezeigten Ergebnis; die Auswahl darf nicht vollständig dem KI-Anbieter überlassen bleiben. Die prozentuale Berücksichtigung von Public-Value-Angeboten im Bereich Information und Bildung, wie sie im Vorentwurf enthalten war, ist aufrechtzuerhalten, zumal eine Umsetzung machbar und zumutbar ist.

6. Medienintermediäre

Die vorgesehene **Outlink-Regelung** in § 94 Abs. 1a DMStV-E sowie die Erweiterung des Diskriminierungsverbots in § 94 Abs. 2 DMStV-E werden ausdrücklich begrüßt. Die Möglichkeit, aus Medienintermediären unmittelbar auf journalistisch-redaktionell verantwortete Angebote zu verlinken, ist von wesentlicher Bedeutung für die Zugänglichkeit journalistischer Inhalte und die Durchlässigkeit digitaler Plattformen. Sachgerecht ist daher ebenso, dass entsprechende Verlinkungen unentgeltlich und unabhängig davon zuzulassen sind, ob sie auf frei zugängliche oder kostenpflichtige Inhalte führen. Ebenso wird die Klarstellung begrüßt, dass die Verwendung solcher Verlinkungen keinen zulässigen Anknüpfungspunkt für eine (algorithmische) Benachteiligung der betreffenden journalistischen Angebote darstellen darf. Auch das ausdrückliche Verbot einer sachlich nicht gerechtfertigten Bevorzugung eigener Angebote oder Inhalte ist zu unterstützen.

Mit Blick auf die unterschiedlichen Funktions- und Darstellungsbereiche sozialer Netzwerke erscheint allerdings eine Konkretisierung der Verpflichtung, Outlinks „auf jeder Ebene“ des jeweiligen Angebots zuzulassen, sinnvoll. Die Entwurfsbegründung stellt bereits zutreffend klar, dass eine Beschränkung auf einzelne Angebotsbereiche, etwa die Profilbeschreibung, nicht genügen soll. Um die praktische Wirksamkeit dieser Verpflichtung sicherzustellen, könnte jedoch deutlicher geregelt werden, welche technischen Verlinkungsmöglichkeiten die Anbieter hierfür bereitzustellen haben. Insbesondere sollte die unmittelbare Verlinkung aus einzelnen Beiträgen heraus gewährleistet sein. Für Social Media Plattformen wären das beispielsweise - neben der Möglichkeit aus der Profilbeschreibung („Bio“) zu verlinken – Verlinkungen aus Stories, Postings etc. Auch die in der Entwurfsbegründung vorgesehene Möglichkeit, Verlinkungen außerhalb plattformeigener In-App-Browser zu öffnen, sollte im Normtext ausdrücklich abgesichert werden.

Die Zielsetzung, die besondere Auffindbarkeit von Einzelinhalten aus Angeboten mit vielfaltsförderndem Mehraufwand auch auf Medienintermediäre zu erstrecken, wird ebenfalls grundsätzlich begrüßt. Die Wahrnehmung journalistischer Inhalte erfolgt zunehmend außerhalb redaktionell verantworteter Gesamtangebote und wird insbesondere in sozialen Netzwerken maßgeblich durch algorithmische Auswahl- und Empfehlungssysteme geprägt. Eine wirksame Auffindbarkeitsregulierung muss daher konsequenterweise auch diese Vermittlungsformen berücksichtigen.

Hinsichtlich der zur Diskussion gestellten Alternativen in § 84c Abs. 1 ist im Hinblick auf Medienintermediäre zusätzlich darauf hinzuweisen, dass sich gerade Inhalte in sozialen Netzwerken häufig nicht trennscharf einzelnen Kategorien zuordnen lassen. Auch vor diesem Hintergrund erscheint uns ein **inhaltsoffener Ansatz**, wie ihn Alternative 2 in § 84c DMStV-E vorschlägt, vorzugswürdig.

Die in § 94a DMStV-E vorgesehene entsprechende Anwendung des § 84c DMStV-E sollte hinsichtlich ihrer konkreten Ausgestaltung allerdings noch angepasst werden. Während bestimmte Empfehlungsflächen vornehmlich der Orientierung und gezielten Auswahl innerhalb eines strukturierten Medienangebots dienen (bspw. bei Medienplattformen), sind andere, insbesondere die fortlaufenden Feeds sozialer Netzwerke, auf eine hochgradig personalisierte Zusammenstellung einzelner Inhalte ausgerichtet. Diese unterschiedlichen **Auswahlmechanismen und Nutzungserwartungen sollten bei der Ausgestaltung der Auffindbarkeitsvorgaben stärker berücksichtigt** werden. Während wir klare Vorgaben für Medienplattformen und Suchmaschinen ausdrücklich begrüßen, erscheint eine direkte Übertragung auf hochgradig personalisierte Empfehlungssysteme im Social Media Bereich zu starr. Auch für Social Media Plattformen bleibt aber das Ziel maßgeblich, die Meinungs- und Angebotsvielfalt durch eine effektive und für den Nutzenden organisch wirkende Auffindbarkeit von Inhalten nach § 25a DMStV-E zu stärken. Ausgangspunkt sollte daher eine für Social Media Plattformen spezifische Bestimmung der "leichten Auffindbarkeit" sein. Dabei könnte zusätzlich eine algorithmische Gewichtung privilegierter Inhalte oder auch eine über einen bestimmten Zeitpunkt zu erfüllende Mindestquote berücksichtigt werden. Es könnte zwischen der Sicherung einer besonderen Auffindbarkeit („must find“) und ihrer Umsetzung durch eine verpflichtende Ausspielung in einem festen Rhythmus („must recommend“) unterschieden werden. Darüber hinaus ist klarzustellen, ob die Auffindbarkeitsvorgaben für die jeweilige Ausspielfunktionalität oder plattform-global anzuwenden sind. Einerseits ist sonst zu befürchten, dass Plattformen Inhalte in weniger attraktiven

Funktionen vermehrt präsentieren, um weniger dieser Inhalte in den attraktiveren Funktionalitäten (z.B. Ausspielung verstärkt in Instagram Stories – aber weniger im Instagram Feed) auszuspielen. Andererseits wäre bei einer funktionsdifferenzierenden Herangehensweise die Notwendigkeit gegeben, für jede Funktionalität einen eigenen Content-Pool bereitzuhalten.

Unabhängig von der konkreten Ausgestaltung muss gewährleistet bleiben, dass die Auswahl innerhalb des privilegierten Public Value Pools **diskriminierungsfrei** erfolgt. Insbesondere darf die besondere Auffindbarkeit nach §§ 84c, 94a DMStV-E weder von **zusätzlichen wirtschaftlichen Gegenleistungen** der privilegierten Anbieter abhängig gemacht noch durch solche beeinflusst werden.

7. Werbung

Es ist zu begrüßen, dass der Digitale-Medien-Staatsvertrag die Refinanzierbarkeit von Medieninhalten und in diesem Zuge die Wettbewerbsfähigkeit des Rundfunks gegenüber anderen Mediendiensten in den Blick nimmt. Dies gilt in besonderer Weise in Bezug auf Rundfunk- und Telemedienangebote privater Rundfunkveranstalter. Ebenso gilt dies aber auch vor dem Hintergrund sinkender Werbeeinnahmen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und die grundsätzlich durch Werbeerlöse angestrebte Entlastung des Beitragszahlers.

Die im Entwurf vorgesehenen Erleichterungen, etwa die Aufgabe des strikten Blockwerbegebotes, könnten in Teilen – bei gleichzeitiger Wahrung des Trennungs- und Transparenzgebotes – für die erforderliche Flexibilisierung sorgen und dies unter Berücksichtigung gewandelter Sehgewohnheiten. Auch § 70 Abs.1 DMStV-E, mit dem in quantitativer Hinsicht die Werbemöglichkeiten für private Rundfunkveranstalter ausgeweitet werden sollen, erscheint in diesem Sinne geeignet, das Regelungsziel zu erreichen.

Die werberechtlichen Vorgaben des Medienstaatsvertrages, die sich zu großen Teilen als Umsetzung der Europäischen Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (2019/13/EU) verstehen, haben sich bewährt, sind aber bereits heute in ihrer Struktur äußerst komplex. Klarstellungen, wie etwa die ausdrückliche Abgrenzung von Kostenerstattung und Entgelt (§ 68 Abs.3 DMStV-E) sind daher ausdrücklich zu begrüßen. Im Zuge dieser Bemühung um Klarstellung, wäre es ebenfalls angebracht, in § 13 Abs. 2 MStV, auf den wiederum § 39 Abs. 6 MStV (Sponsoring nach 20 Uhr) verweist, klarstellend aufzunehmen, dass selbstverständlich gleichermaßen die Übertragung von Sportwettbewerben der Männer wie auch solche der Frauen privilegiert ist. Gleiches gilt in Bezug auf eine ausdrückliche Aufnahme der paraolympischen Wettbewerbe.

Soweit auf Seiten des Gesetzgebers weiterer Änderungsbedarf erkannt wird, muss ein besonderes Augenmerk darauf gelegt werden, dass unter solchen Anpassungen Systematik, Verständlichkeit und Übersichtlichkeit des Regelwerks gewahrt bleiben, um einer etwaigen Rechtsunsicherheit vorzubeugen.

Gleichzeitig dürfen Erleichterungen bei qualitativen Werbebeschränkungen nicht dazu führen, dass der freie Meinungsbildungsprozess, die redaktionelle Unabhängigkeit von Mediendiensteanbietern und deren Glaubwürdigkeit, insbesondere die der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, Schaden nehmen.

„Ideelle Werbung“ und „Staatliche Informationsarbeit“

Zum Schutz eines unabhängigen, freien Meinungsbildungsprozesses sprechen sich ARD, ZDF und Deutschlandradio dafür aus, in § 8 Abs. 9 MStV neben dem Verbot politischer Werbung ebenso am Verbot von Werbung weltanschaulicher und religiöser Art festzuhalten. Insgesamt sollte die Ausstrahlung von Werbung jeglicher Form (Rundfunkwerbung, Sponsoring usw.) auch weiterhin auf eine kommerzielle Kommunikation beschränkt bleiben.

Werbung im Sinne von § 2 Abs. 2 Nr. 7 MStV, insbesondere zulässige Rundfunkwerbung, ist seit jeher und so auch nach bestehender Gesetzeslage ausschließlich Wirtschaftswerbung. Erfasst wird vom Werbebegriff daher eine kommerzielle Kommunikation im Sinne der Europäischen Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (2019/13/EU), die als solche auf den Absatz von Waren und Dienstleistungen gerichtet ist. Die Verbreitung anderer Äußerungen Dritter gegen Entgelt ist dem Rundfunk dagegen – abgesehen von bestimmten Drittsendezeiten gegen Kostenerstattung – insbesondere zum Schutz des freien politischen und insgesamt des gesellschaftlichen Meinungsbildungsprozesses untersagt. Dies gilt ausdrücklich in Bezug auf Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art (§ 8 Abs. 9 MStV).

Künftig soll auf diese klare Abgrenzung verzichtet werden. So sieht zunächst § 8 Abs. 9 DMStV-E die Möglichkeit vor, mit Ausnahme „politischer“ Werbung jeglichen durch Dritte bereitgestellten Inhalt auszustrahlen, also die Verbreitung entgeltlicher Werbebotschaften jedweden Inhalts („ideelle Werbung“). Mit § 8 Abs. 9a DMStV-E soll zudem die Möglichkeit geschaffen werden, jedenfalls im privaten Rundfunk und ggf. auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk neben der Ausstrahlung von Werbung auch „staatliche Informationsarbeit“ zu leisten - jedenfalls dem Wortlaut nach nicht zwingend durch deutsche staatliche Stellen.

Abgrenzung zur politischen Werbung und fehlende Bestimmtheit

Werbung ist nach bestehender Gesetzeslage jede Äußerung, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbildes natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dient. Äußerungen eines Dritten, die nicht in diesem Sinne Wirtschaftswerbung sind, dürfen mit Ausnahme der klar abgegrenzten Drittsendezeiten nicht gegen Entgelt verbreitet werden. Wirtschaftswerbung lässt sich regelmäßig im Einzelfall anhand der gültigen Definition eindeutig als solche qualifizieren und somit als zulässiger Werbeinhalt, der gegen Entgelt verbreitet werden darf, von unzulässigen Inhalten abgrenzen.

Dagegen sind die Übergänge zwischen Werbeaussagen, die als politische Werbung einzustufen wären oder als (bloß) weltanschauliche Werbespots fließend. Nicht selten werden politische Debatten durch weltanschauliche Diskussionen in der Öffentlichkeit ausgelöst oder umgekehrt politische Debatten in der Gesellschaft unter einem weltanschaulichen Blickwinkel weitergetragen. Gleiches gilt für Fragen religiöser Art.

Dass es aufgrund der Neuregelung zwangsläufig zu Abgrenzungsschwierigkeiten kommen muss, wird bereits im Entwurf markiert. Dass diese nach aktuellem Stand gemäß § 8 Abs.9 DMStV-E im Wege einer Beweislastregelung nicht gelöst, sondern auf die privaten Rundfunkveranstalter abgewälzt werden soll, ist zu hinterfragen.

Die beschriebenen Abgrenzungsschwierigkeiten ergeben sich auch für die Definition sogenannter staatlicher Informationsarbeit (§ 2 Abs. 2 Nr. 7a DMStV-E), die ebenfalls auf einer Reihe unbestimmter Rechtsbegriffe aufbaut. Was eine „sachbezogene Information“ ist, die nur “der Aufklärung der Öffentlichkeit über staatliches Handeln oder Angelegenheiten von öffentlicher Bedeutung“ dient, und was bereits „politische Werbung“ ist oder nicht mehr sachlich, bleibt unbestimmt. In diesem Sinne verwendet auch die Rückausnahme in § 2 Abs. 2 Nr. 7a S. 2 DMStV-E unbestimmte Rechtsbegriffe. Auch angesichts der Zielrichtung jedweder „staatlicher Informationsarbeit“ und der dafür verantwortlichen Personen und Institutionen erscheinen Abgrenzungsschwierigkeiten und damit einhergehende Rechtsunsicherheit zu einer stets unzulässigen „politischen Werbung“ vorprogrammiert.

Schließlich stellt sich die Frage, warum rein ideelle Botschaften des Staates gegen Entgelt von Beginn an anderen Regeln unterliegen als ideelle Botschaften gegen Entgelt sonstiger Institutionen und Personen, wenn diese keine wirtschaftlichen Zwecke verfolgen.

Verbot der Werbung weltanschaulicher oder religiöser Art stärkt Unabhängigkeit der Angebote

Das Ringen um die richtige politische Position, aber auch um eine Haltung in weltanschaulichen, religiösen oder moralischen Fragen darf nicht maßgeblich durch solche natürlichen und juristischen Personen oder Personengruppen bestimmbar sein, die womöglich über die nötigen finanziellen Ressourcen verfügen, ihre Haltung in „Werbespots“ im bundesweiten Fernsehen zu bewerben. Die betroffenen Themenfelder sind vielmehr Gegenstand journalistischer und unabhängiger Berichterstattung der Rundfunksender. So wenig, wie der Absatz von Waren durch eine journalistische Berichterstattung forciert werden darf, darf der Meinungsbildungsprozess um „ideelle“ Positionen in den Werbeblock verschoben und von der finanziellen Ausstattung von Interessengruppen abhängig gemacht werden.

An diesem, die deutsche Medienordnung prägenden Grundsatz sollte festgehalten werden.

Staatliche Informationsarbeit führt zu Zweifeln an Staatsferne

Es wird im Entwurf zur Diskussion gestellt, „staatliche Informationsarbeit“ auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu ermöglichen. Dies stünde im Spannungsfeld zum Grundsatz seiner staatsfernen Organisation und seiner staatsfernen Finanzierung.

Daran vermag zunächst nichts zu ändern, dass „staatliche Informationsarbeit“ lediglich erlaubt würde, die Rundfunkanstalten jedoch dem Wortlaut nach nicht verpflichtet werden, gegen Entgelt „staatliche Informationen“ auszustrahlen. Mindestens in Bezug auf die öffentlich-rechtlichen Radioprogramme, aber auch darüber hinaus wäre jedoch ein Kontrahierungszwang unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten nicht von vornherein ausgeschlossen. Auch könnte es mit Blick auf die Prüfung des Finanzbedarfs von ARD, ZDF und dem Deutschlandradio durch die KEF entsprechend den Grundsätzen von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit geboten sein, gesetzliche Spielräume zur Gewinnung von Einnahmen vollständig auszuschöpfen. Andernfalls könnten entsprechende entgangene Erlöse bei der Bedarfsberechnung mindernd berücksichtig werden. Soweit die dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk zugewiesenen Werbekontingente nicht vollständig durch kommerzielle Rundfunkwerbung ausgebucht sein sollten, könnte er auf

diese Weise rein aus finanziellen Überlegungen gezwungen werden, staatliche Informationsbeiträge auszustrahlen. Dies lässt sich mit der gebotenen Staatsferne des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und seiner staatsfernen Finanzierung nicht vereinbaren.

Gerade in Zeiten zunehmender Skepsis gegenüber staatlichen Institutionen, jedoch auch hinsichtlich der Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, ist nicht zuletzt aufgrund der davon in der Öffentlichkeit ausgehenden Wirkung eine staatliche Informationsarbeit in den Angeboten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks abzulehnen. Eine Kennzeichnung des Absenders und die Trennung vom redaktionellen Teil des Programms vermag nichts daran zu ändern, dass der Zuschauer von der Annahme ausgehen kann, der Rundfunksender habe für die Ausstrahlung der staatlichen Äußerungen unmittelbar vom Staat Geldzahlungen erhalten. Einhergehen könnten in der Folge Zweifel an der Objektivität der Berichterstattung, die sich regelmäßig in kritischer, allerdings nicht immer zwingend in ihrer Bewertung in negativer Weise mit staatlichem Handeln befasst. Die Glaubwürdigkeit und Akzeptanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind ein hohes Gut, welches es unbedingt zu schützen gilt, damit er auch weiterhin seinem verfassungsrechtlichen Auftrag gerecht werden kann.

Nur der Vollständigkeit halber wird daher darauf hingewiesen, dass eine gemeinsame Satzung der verschiedenen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sowie mit den Landesmedienanstalten, wie sie in § 8 Abs.9 b DMStV-E vorgesehen ist, per se nicht in Betracht kommt.

8. Medienkonzentrationsrecht

Die vorgesehene Modernisierung des Medienkonzentrationsrechts und der Wechsel zu einem mediengattungsübergreifenden Ansatz werden grundsätzlich begrüßt. Positiv hervorzuheben ist insbesondere die stärkere Berücksichtigung von digitalen Plattformen, Intermediären und weiteren Akteuren, die maßgeblichen Einfluss auf Auffindbarkeit und Meinungsbildungsprozesse ausüben. Aus Sicht des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sollte jedoch geprüft werden, ob die vorgesehenen Schwellenwerte geeignet sind, relevante Konzentrationsentwicklungen im digitalen Medienmarkt wirksam zu erfassen. Zudem erscheint es wichtig, die fachliche Unabhängigkeit und Wirksamkeit der zukünftigen Konzentrationskontrolle institutionell abzusichern. Schließlich sollte gewährleistet werden, dass die gesetzlich anerkannte vielfaltsfördernde Funktion der öffentlich-rechtlichen Angebote auch im neuen Regulierungsrahmen dauerhaft und rechtssicher berücksichtigt wird.

9. Jugendmedienschutzstaatsvertrag

Ausweitungen der absolut unzulässigen Angebote nach § 4 JMStV

In die numerische Aufzählung der absolut unzulässigen Angebote nach § 4 Abs. 1 JMStV sollen nach dem Entwurf des DMStV zusätzlich aufgenommen werden:

- Propagandamittel und Kennzeichen terroristischer Organisationen als Anpassung an die entsprechend geänderten § 86 und § 86a StGB

- Aufforderung zu einer rechtswidrigen Tat nach § 111 StGB
- Androhung von schweren Straftaten nach § 126 StGB wie Landfriedensbruch, Mord, Völkermord, schwere Körperverletzung, etc.
- Verbreitung personenbezogener Daten in gefährdender Weise nach § 126a StGB (sog. Doxing)
- Belohnen oder Billigen von Straftaten nach § 140 StGB.

a) Der JMStV schützt nicht nur Kinder und Jugendliche vor bestimmten Angeboten, sondern dient ausweislich seines § 1 ausdrücklich auch dem Schutz der Allgemeinheit vor solchen Angeboten, die die Menschenwürde oder bestimmte durch die inkorporierten StGB-Tatbestände geschützten Rechtsgüter verletzen. Da § 4 JMStV auf einen pauschalen Verweis auf das StGB verzichtet und stattdessen auf einzelne Strafvorschriften „unbeschadet strafrechtlicher Verantwortlichkeit“ verweist, ist die Verbreitung einschlägiger Angebote im Rundfunk und in den Telemedien auch ohne Vorliegen subjektiver Tatbestandsvoraussetzungen unzulässig. Der Schutz nach dem JMStV geht insoweit also sogar weiter als der des StGB.

Da die absolute Unzulässigkeit nach § 4 JMStV somit ein sehr scharfes Schwert ist, sollten die darin inkorporierten Tatbestände des StGB aus unserer Sicht auf die besonders demokratieschützenden Vorschriften bzw. auf die Prävention bzw. Verhinderung schwerer Straftaten beschränkt werden.

Die geplante Aufnahme der Propagandamittel und Kennzeichen auch terroristischer Organisationen ist unserer Einschätzung nach davon gedeckt, zumal hier lediglich eine bereits erfolgte Änderung der einschlägigen StGB-Tatbestände §§ 86, 86a nachvollzogen würde.

Bedenken im Hinblick auf die Grundrechte aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG begegnet jedoch die geplante Aufnahme der Tatbestände nach §§ 111 und 126a StGB in die Liste der absolut unzulässigen Angebote.

§ 111 StGB umfasst das öffentliche Auffordern zu jedweder rechtswidrigen Tat. Anders als in §§ 126, 140 StGB gibt es keine Begrenzung auf bestimmte schwere Straftaten. Durch diese umfassende Tatbestandsformulierung würde bei einer Aufnahme des § 111 StGB in die Liste der absolut unzulässigen Angebote die in § 1 JMStV vorgenommene Wertung nicht hinreichend berücksichtigt. Demgegenüber würde äußerungsrechtlich eine vergleichsweise sehr niedrige Verbotsgrenze gezogen.

Das Gleiche gilt für die geplante Aufnahme von § 126a StGB. Beabsichtigt dürfte hier ein absolutes Verbot der Veröffentlichung von Feindeslisten oder gezielter Online-Hetze sein. Die geplante Formulierung erfasst aber auch beispielsweise die journalistische oder satirische Entanonymisierung von bislang maskierten Influencern und sieht keine Ausnahmen vor. Diese rechtlich schwierige Auslegung und Abgrenzung sollte den Strafverfolgungsbehörden vorbehalten bleiben. Die Medienaufsicht, in deren Zuständigkeit sie nach dem Entwurf fallen würde, ist dafür nicht das geeignete Organ.

b) Die neu aufgenommenen Tatbestände in § 4 Abs. 1 Nr. 3 und Nr. 9 JMStV-E sowie § 4 Abs. 1a JMStV-E erscheinen zudem systemfremd.

Der JMStV verfolgt den Schutz von Kindern und Jugendlichen vor entwicklungsgefährdenden oder entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalten sowie den Schutz der Menschenwürde. Unzulässige Angebote iSd § 4 JMStV beziehen sich auf Inhalte, die wegen ihrer sozialethischen Desorientierungswirkung - insbesondere für Minderjährige - besonders gefährdend sein können.

Die neu aufgenommenen Tatbestände in § 4 Abs. 1 Nr. 3 und Nr. 9 JMStV-E dienen demgegenüber Zwecken der Gefahrenabwehr, der Terrorismusbekämpfung, des Staatsschutzes sowie der Durchsetzung vereinsrechtlicher Verbote. Damit verschiebt sich der Regelungscharakter des § 4 JMStV von einer jugendmedienschutzrechtlich geprägten Inhaltsregulierung hin zu einem allgemeinen medienrechtlichen Inhalteaufsichtsrecht.

Zudem werden, wie bereits oben erwähnt, die Aufsichtsgremien durch die Anknüpfung an allgemeine Straftatbestände in die Lage versetzt, komplexe strafrechtliche Vorfragen bewerten zu müssen, obwohl deren primäre Beurteilung grundsätzlich den Strafverfolgungsbehörden und Gerichten obliegt. Dies führt zu einer erheblichen Ausweitung der Prüftätigkeit.

In § 4 Abs. 1a JMStV-E knüpft das Verbot an den Anbieter als verbotene Vereinigung an. Die Systematik des § 4 Abs. 1 JMStV bezieht sich allerdings bislang auf den Inhalt (Propaganda, Gewalt, verfassungsfeindliche Inhalte, etc.), der unzulässig ist, nicht aber auf dessen Anbieter. Damit würden durch einen dogmatischen Bruch ein Inhaltsverbot und ein Anbieterverbot vermischt.

10. Medienaufsicht und Rolle der Landesmedienanstalten

Die Einführung eines Federführerprinzips für die Aufgaben der Landesmedienanstalten wird begrüßt. Insbesondere im Bereich der Umsetzung der Regulierungsvorgaben zur Auffindbarkeit könnte so die aus der Außenperspektive gute Zusammenarbeit der Medienanstalten verstärkt werden. Auch das Bestimmungsverfahren für vielfaltsfördernde Angebote kann so mit weniger Aufwand betrieben werden.