

Zustimmungsgesetz

Medienstaatsvertrag (MStV)

erlassen als Artikel 1 des Staatsvertrages zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland

Inhaltsübersicht

Präambel

I. Abschnitt

Anwendungsbereich, Begriffsbestimmungen

- § 1 Anwendungsbereich
- § 2 Begriffsbestimmungen

II. Abschnitt

Allgemeine Bestimmungen

1. Unterabschnitt

Rundfunk

- § 3 Allgemeine Grundsätze
- § 4 Informationspflichten, Verbraucherschutz
- § 5 Auskunftsrechte
- § 6 Sorgfaltspflichten
- § 7 Barrierefreiheit
- § 8 Werbegrundsätze, Kennzeichnungspflichten
- § 9 Einfügung von Rundfunkwerbung und Teleshopping
- § 10 Sponsoring
- § 11 Gewinnspiele
- § 12 Datenverarbeitung zu journalistischen Zwecken, Medienprivileg
- § 13 Übertragung von Großereignissen
- § 14 Kurzberichterstattung
- § 15 Europäische Produktionen, Eigen-, Auftrags- und Gemeinschaftsproduktionen
- § 16 Auskunftspflicht und zuständige Behörden nach dem Europäischen Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen

2. Unterabschnitt

Telemedien

- § 17 Allgemeine Grundsätze, Zulassungs- und Anmeldefreiheit
- § 18 Informationspflichten und Auskunftsrechte
- § 19 Sorgfaltspflichten
- § 20 Gendarstellung
- § 21 Barrierefreiheit
- § 22 Werbung, Sponsoring, Gewinnspiele
- § 23 Datenverarbeitung zu journalistischen Zwecken, Medienprivileg
- § 24 Telemediengesetz, Öffentliche Stellen
- § 25 Notifizierung

III. Abschnitt

Besondere Bestimmungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

- § 26 Auftrag
- § 27 Angebote
- § 28 Fernsehprogramme

- § 29 Hörfunkprogramme
- § 30 Telemedienangebote
- § 31 Satzungen, Richtlinien, Berichtspflichten
- § 32 Telemedienkonzepte
- § 33 Jugendangebot
- § 34 Funktionsgerechte Finanzausstattung, Grundsatz des Finanzausgleichs
- § 35 Finanzierung
- § 36 Finanzbedarf des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
- § 37 Berichterstattung der Rechnungshöfe
- § 38 Zulässige Produktplatzierung
- § 39 Dauer der Rundfunkwerbung, Sponsoring
- § 40 Kommerzielle Tätigkeiten
- § 41 Beteiligung an Unternehmen
- § 42 Kontrolle der Beteiligung an Unternehmen
- § 43 Kontrolle der kommerziellen Tätigkeiten
- § 44 Haftung für kommerziell tätige Beteiligungsunternehmen
- § 45 Richtlinien
- § 46 Änderung der Werbung
- § 47 Ausschluss von Teleshopping
- § 48 Versorgungsauftrag
- § 49 Veröffentlichung von Beanstandungen

IV. Abschnitt

Besondere Bestimmungen für den privaten Rundfunk

1. Unterabschnitt

Anwendungsbereich, Programmgrundsätze

- § 50 Anwendungsbereich
- § 51 Programmgrundsätze

2. Unterabschnitt

Zulassung

- § 52 Grundsatz
- § 53 Erteilung einer Zulassung für Veranstalter von bundesweit ausgerichtetem Rundfunk
- § 54 Zulassungsfreie Rundfunkprogramme
- § 55 Grundsätze für das Zulassungsverfahren
- § 56 Auskunftsrechte und Ermittlungsbefugnisse
- § 57 Publizitätspflicht und sonstige Vorlagepflichten
- § 58 Vertraulichkeit

3. Unterabschnitt

Sicherung der Meinungsvielfalt

- § 59 Meinungsvielfalt, regionale Fenster
- § 60 Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen
- § 61 Bestimmung der Zuschaueranteile
- § 62 Zurechnung von Programmen
- § 63 Veränderung von Beteiligungsverhältnissen
- § 64 Vielfaltssichernde Maßnahmen
- § 65 Sendezeit für unabhängige Dritte
- § 66 Programmbeirat
- § 67 Richtlinien
- § 68 Sendezeit für Dritte

4. Unterabschnitt

Finanzierung, Werbung

- § 69 Finanzierung
- § 70 Dauer der Fernsehwerbung
- § 71 Teleshopping-Fenster und Eigenwerbekanäle
- § 72 Satzungen und Richtlinien
- § 73 Ausnahmen für regionale und lokale Fernsehprogramme

V. Abschnitt
Besondere Bestimmungen für einzelne Telemedien

1. Unterabschnitt
Rundfunkähnliche Telemedien

- § 74 Werbung, Gewinnspiele
- § 75 Kurzberichterstattung
- § 76 Barrierefreiheit
- § 77 Europäische Produktionen

2. Unterabschnitt
Medienplattformen und Benutzeroberflächen

- § 78 Anwendungsbereich
- § 79 Allgemeine Bestimmungen
- § 80 Signalintegrität, Überlagerungen und Skalierungen
- § 81 Belegung von Medienplattformen
- § 82 Zugang zu Medienplattformen
- § 83 Zugangsbedingungen zu Medienplattformen
- § 84 Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen
- § 85 Transparenz
- § 86 Vorlage von Unterlagen, Zusammenarbeit mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation
- § 87 Bestätigung der Unbedenklichkeit
- § 88 Satzungen, Richtlinien
- § 89 Überprüfungsklausel
- § 90 Bestehende Zulassungen, Zuordnungen, Zuweisungen, Anzeige von bestehenden Medienplattformen oder Benutzeroberflächen

3. Unterabschnitt
Medienintermediäre

- § 91 Anwendungsbereich
- § 92 Inländischer Zustellungsbevollmächtigter
- § 93 Transparenz
- § 94 Diskriminierungsfreiheit
- § 95 Vorlage von Unterlagen
- § 96 Satzungen und Richtlinien

4. Unterabschnitt
Video-Sharing-Dienste

- § 97 Anwendungsbereich
- § 98 Werbung
- § 99 Schlichtungsstelle

VI. Abschnitt
Übertragungskapazitäten, Weiterverbreitung

- § 100 Grundsatz
- § 101 Zuordnung von drahtlosen Übertragungskapazitäten
- § 102 Zuweisung von drahtlosen Übertragungskapazitäten an private Anbieter durch die zuständige Landesmedienanstalt
- § 103 Weiterverbreitung

VII. Abschnitt
Medienaufsicht

- § 104 Organisation
- § 105 Aufgaben
- § 106 Zuständige Landesmedienanstalt
- § 107 Verfahren bei Zulassung, Zuweisung und Anzeige
- § 108 Rücknahme, Widerruf von Zulassungen und Zuweisungen
- § 109 Maßnahmen bei Rechtsverstößen
- § 110 Vorverfahren
- § 111 Zusammenarbeit mit anderen Behörden
- § 112 Finanzierung besonderer Aufgaben
- § 113 Datenschutzaufsicht bei Telemedien

VIII. Abschnitt
Revision, Ordnungswidrigkeiten

- § 114 Revision zum Bundesverwaltungsgericht
- § 115 Ordnungswidrigkeiten

IX. Abschnitt
Übergangs- und Schlussvorschriften

- § 116 Kündigung
- § 117 Übergangsbestimmung für Produktplatzierungen
- § 118 Übergangsbestimmung für Telemedienkonzepte
- § 119 Übergangsbestimmung für Zulassungen und Anzeigen
- § 120 Übergangsbestimmung zur Bestimmung der Zuschaueranteile
- § 121 Übergangsbestimmung für Benutzeroberflächen
- § 122 Regelung für Bayern

Präambel

¹Dieser Staatsvertrag der Länder enthält grundlegende Regelungen für die Veranstaltung und das Angebot, die Verbreitung und die Zugänglichmachung von Rundfunk und Telemedien in Deutschland. ²Er trägt der europäischen und technischen Entwicklung der Medien Rechnung.

³Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und privater Rundfunk sind der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung sowie der Meinungsvielfalt verpflichtet. ⁴Beide Säulen des dualen Rundfunksystems müssen in der Lage sein, den Anforderungen des nationalen und des internationalen Wettbewerbs zu entsprechen.

⁵Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk sind Bestand und Entwicklung zu gewährleisten. ⁶Dazu gehört seine Teilhabe an allen neuen technischen Möglichkeiten in der Herstellung und zur Verbreitung sowie die Möglichkeit der Veranstaltung neuer Angebotsformen und Nutzung neuer Verbreitungswege. ⁷Seine finanziellen Grundlagen einschließlich des dazugehörigen Finanzausgleichs sind zu erhalten und zu sichern.

⁸Den privaten Veranstaltern werden Ausbau und Fortentwicklung eines privaten Rundfunksystems, vor allem in technischer und programmlicher Hinsicht, ermöglicht. ⁹Dazu sollen ihnen ausreichende Sendekapazitäten zur Verfügung gestellt und angemessene Einnahmequellen erschlossen werden.

¹⁰Die Vermehrung der Medienangebote (Rundfunk und Telemedien) in Europa durch die Möglichkeiten der fortschreitenden Digitalisierung stärkt die Informationsvielfalt und das kulturelle Angebot auch im deutschsprachigen Raum. ¹¹Gleichzeitig bedarf es auch und gerade in einer zunehmend durch das Internet geprägten Medienwelt staatsvertraglicher Leitplanken, die journalistische Standards sichern und kommunikative Chancengleichheit fördern. ¹²Für die Angebote des dualen Rundfunksystems sowie der Presse bedarf es hierbei auch Regeln, die den Zugang zu Verbreitungswegen und eine diskriminierungsfreie Auffindbarkeit sicherstellen.

¹³Dieser Staatsvertrag dient, neben weiteren Regelungen und Förderungsvorhaben in Deutschland, der nachhaltigen Unterstützung neuer europäischer Film- und Fernsehproduktionen.

¹⁴Den Landesmedienanstalten obliegt es, unter dem Gesichtspunkt der Gleichbehandlung privater

Veranstalter und Anbieter und der besseren Durchsetzbarkeit von Entscheidungen verstärkt zusammenzuarbeiten.

I. Abschnitt Anwendungsbereich, Begriffsbestimmungen

§ 1 Anwendungsbereich

(1) Dieser Staatsvertrag gilt für die Veranstaltung und das Angebot, die Verbreitung und die Zugänglichmachung von Rundfunk und Telemedien in Deutschland.

(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) ¹Für Fernsehveranstalter gelten dieser Staatsvertrag und die landesrechtlichen Vorschriften, wenn sie in Deutschland niedergelassen sind. ²Ein Fernsehveranstalter gilt als in Deutschland niedergelassen, wenn

1. die Hauptverwaltung in Deutschland liegt und die redaktionellen Entscheidungen über das Programm dort getroffen werden,
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 Durchführung programmbezogener 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 begonnen hat 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 programmbezogener Tätigkeiten betrauten Personals ist in Deutschland tätig.

(4) ¹Für 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 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 Deutschland zugewiesene Übertragungskapazität eines Satelliten nutzen.

²Liegt 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. C 202 vom 7. Juni 2016, 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 (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1), die durch die Richtlinie (EU) 2018/1808 (ABl. L 303 vom 28.11.2018, S. 69) geändert worden ist, empfangen werden.

(6) Die Bestimmungen des II. und IV. Abschnitts gelten für Teleshoppingkanäle nur, sofern dies ausdrücklich bestimmt ist.

(7) Für Anbieter von Telemedien gilt dieser Staatsvertrag, wenn sie nach den Vorschriften des Telemediengesetzes in Deutschland niedergelassen sind.

(8) ¹Abweichend von Absatz 7 gilt dieser Staatsvertrag für Medienintermediäre, Medienplattformen und

Benutzeroberflächen, soweit sie zur Nutzung in Deutschland bestimmt sind. ²Medienintermediäre, 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 Deutschland richten oder in Deutschland einen nicht unwesentlichen Teil ihrer Refinanzierung erzielen. ³Für die Zwecke der §§ 97 bis 99 gilt dieser Staatsvertrag für Video-Sharing-Dienste im Anwendungsbereich der Richtlinie 2010/13/EU, wenn sie nach den Vorschriften des Telemediengesetzes in Deutschland niedergelassen sind; im Übrigen gilt Satz 1.

(9) ¹Fernsehveranstalter 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. ²Die Landesmedienanstalten erstellen eine Liste der der Rechtshoheit Deutschlands unterworfenen privaten Fernsehveranstalter, halten die Liste auf dem neuesten Stand und geben an, auf welchen der in den Absätzen 3 und 4 genannten Kriterien die Rechtshoheit beruht. ³Die Liste und alle Aktualisierungen dieser Liste werden der Europäischen Kommission mitsamt der Liste der öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstalter übermittelt.

§ 2

Begriffsbestimmungen

(1) ¹Rundfunk 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 Sendepfades mittels Telekommunikation. ²Der Begriff schließt Angebote ein, die verschlüsselt verbreitet werden oder gegen besonderes Entgelt empfangbar sind. ³Telemedien 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 Sendepfad zeitlich geordnete Folge von Inhalten,
2. Sendepfad die auf Dauer angelegte, vom Veranstalter bestimmte und vom Nutzer nicht veränderbare Festlegung der inhaltlichen und zeitlichen Abfolge von Sendungen,
3. Sendung ein unabhängig von seiner Länge inhaltlich zusammenhängender, geschlossener, zeitlich begrenzter Einzelbestandteil eines Sendepfades oder Katalogs,
4. Vollprogramm ein Rundfunkprogramm mit vielfältigen Inhalten, in welchem Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung einen wesentlichen Teil des Gesamtprogramms bilden,
5. Spartenprogramm ein Rundfunkprogramm mit im wesentlichen gleichartigen Inhalten,
6. Regionalfensterprogramm ein zeitlich und räumlich begrenztes Rundfunkprogramm mit im wesentlichen regionalen Inhalten im Rahmen eines Hauptprogramms,
7. 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 einem Telemedium aufgenommen ist. ²Werbung ist insbesondere Rundfunkwerbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung; § 8 Abs. 9 und § 22 Abs. 1 Satz 3 bleiben unberührt,
8. Rundfunkwerbung 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,
9. 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. ²Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als zu Werbezwecken beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt,
10. Sponsoring jeder Beitrag einer natürlichen oder juristischen Person oder einer Personenvereinigung, die an Rundfunkleistungen, 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, nutzergenerierten Videos oder einer Sendung, um den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild der Person oder Personenvereinigung, ihre Tätigkeit oder ihre Leistungen zu fördern,

11. 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,
12. 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,
13. 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,
14. Medienplattform jedes Telemedium, soweit es Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien oder Telemedien nach § 19 Abs. 1 zu einem vom Anbieter bestimmten Gesamtangebot zusammenfasst.
²Die Zusammenfassung von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 19 Abs. 1 ist auch die Zusammenfassung von softwarebasierten Anwendungen, welche im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien, Telemedien nach § 19 Abs. 1 oder Telemedien im Sinne des Satz 1 dienen. ³Keine Medienplattformen in diesem Sinne sind
 - a) Angebote, die analog über eine Kabelanlage verbreitet werden,
 - b) das Gesamtangebot von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 19 Abs. 1, welches ausschließlich in der inhaltlichen Verantwortung einer oder mehrerer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten oder eines privaten Anbieters von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 19 Abs. 1 oder von Unternehmen, deren Programme ihm nach § 62 zuzurechnen sind, stehen; Inhalte aus nach § 59 Abs. 4 aufgenommenen Fensterprogrammen oder Drittsendezeiten im Sinne des § 65 sind unschädlich,
15. 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 § 19 Abs. 1 dienen, ermöglicht. Benutzeroberflächen sind insbesondere
 - a) Angebots- oder Programmübersichten einer Medienplattform,
 - b) Angebots- oder Programmübersichten, die nicht zugleich Teil einer Medienplattform sind,
 - c) visuelle oder akustische Präsentationen auch gerätegebundener Medienplattformen, sofern sie die Funktion nach Satz 1 erfüllen,
16. Medienintermediär jedes Telemedium, das auch journalistisch-redaktionelle Angebote Dritter aggregiert, selektiert und allgemein zugänglich präsentiert, ohne diese zu einem Gesamtangebot zusammenzufassen,
17. Rundfunkveranstalter, wer ein Rundfunkprogramm unter eigener inhaltlicher Verantwortung anbietet,
18. Anbieter rundfunkähnlicher Telemedien, wer über die Auswahl der Inhalte entscheidet und die inhaltliche Verantwortung trägt,
19. Anbieter einer Medienplattform, wer die Verantwortung für die Auswahl der Angebote einer Medienplattform trägt,
20. Anbieter einer Benutzeroberfläche, wer über die Gestaltung der Übersicht abschließend entscheidet,
21. Anbieter eines Medienintermediärs, wer die Verantwortung für die Aggregation, Selektion und allgemein zugängliche Präsentation von Inhalten trägt,
22. 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 der nutzergenerierten Videos, auch mit automatischen Mitteln oder Algorithmen, bestimmt,
23. Video-Sharing-Diensteanbieter, wer einen Video-Sharing-Dienst betreibt,

24. 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,
25. unter Information insbesondere Folgendes zu verstehen: Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Information, Wirtschaft, Auslandsberichte, Religiöses, Sport, Regionales, Gesellschaftliches, Service und Zeitgeschichtliches,
26. 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,
27. unter Kultur insbesondere Folgendes zu verstehen: Bühnenstücke, Musik, Fernsehspiele, Fernsehfilme und Hörspiele, bildende Kunst, Architektur, Philosophie und Religion, Literatur und Kino,
28. unter Unterhaltung insbesondere Folgendes zu verstehen: Kabarett und Comedy, Filme, Serien, Shows, Talk-Shows, Spiele, Musik,
29. unter öffentlich-rechtlichen Telemedienangeboten zu verstehen: von den in der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF) und dem Deutschlandradio jeweils nach Maßgabe eines nach § 32 Abs. 4 durchgeführten Verfahrens angebotene Telemedien, die journalistisch-redaktionell veranlasst und journalistisch-redaktionell gestaltet sind, Bild, Ton, Bewegtbild, Text und internetspezifische Gestaltungsmittel enthalten können und diese miteinander verbinden.
- (3) Kein Rundfunk sind Angebote, die aus Sendungen bestehen, die jeweils gegen Einzelentgelt freigeschaltet werden.

II. Abschnitt Allgemeine Bestimmungen

1. Unterabschnitt Rundfunk

§ 3 Allgemeine Grundsätze

¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF, das Deutschlandradio und alle Veranstalter bundesweit ausgerichteter 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. ²Die Angebote sollen dazu beitragen, die Achtung vor Leben, Freiheit und körperlicher Unversehrtheit, vor Glauben und Meinungen anderer zu stärken. ³Weitergehende landesrechtliche Anforderungen an die Gestaltung der Angebote sowie § 51 bleiben unberührt.

§ 4 Informationspflichten, Verbraucherschutz

(1) Rundfunkveranstalter haben folgende Informationen im Rahmen ihres Gesamtangebots leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu machen:

1. Name und geografische Anschrift,
2. Angaben, die eine schnelle und unmittelbare Kontaktaufnahme und eine effiziente Kommunikation ermöglichen, einschließlich ihrer E-Mail-Adresse oder ihrer Webseite,
3. die zuständige Aufsicht und
4. den Mitgliedstaat, deren Rechtshoheit sie unterworfen sind.

(2) ¹Mit Ausnahme seiner §§ 2, 9 und 12 gelten die Regelungen des EG-Verbraucherschutzdurchsetzungsgesetzes hinsichtlich der Bestimmungen dieses Staatsvertrages zur Umsetzung der Artikel 9, 10, 11 und Artikel 19 bis 26 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 (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1), bei innergemeinschaftlichen Verstößen entsprechend. ²Satz 1 gilt auch für Teleshoppingkanäle.

§ 5 Auskunftsrechte

(1) ¹Rundfunkveranstalter haben gegenüber Behörden ein Recht auf Auskunft. ²Auskünfte können verweigert werden, soweit

1. durch die Auskunftserteilung die sachgemäße Durchführung eines schwebenden Verfahrens vereitelt, erschwert, verzögert oder gefährdet werden könnte oder
2. Vorschriften über die Geheimhaltung entgegenstehen oder
3. ein überwiegendes öffentliches oder schutzwürdiges privates Interesse verletzt würde oder
4. ihr Umfang das zumutbare Maß überschreitet.

(2) Allgemeine Anordnungen, die einer Behörde Auskünfte an Rundfunkveranstalter verbieten, sind unzulässig.

(3) Rundfunkveranstalter können von Behörden verlangen, dass sie bei der Weitergabe von amtlichen Bekanntmachungen im Verhältnis zu anderen Bewerbern gleichbehandelt werden.

§ 6 Sorgfaltspflichten

(1) ¹Berichterstattung und Informationssendungen haben den anerkannten journalistischen Grundsätzen, auch beim Einsatz virtueller Elemente, zu entsprechen. ²Sie müssen unabhängig und sachlich sein.

³Nachrichten sind vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Wahrheit und Herkunft zu prüfen. ⁴Kommentare sind von der Berichterstattung deutlich zu trennen und unter Nennung des Verfassers als solche zu kennzeichnen.

(2) Bei der Wiedergabe von Meinungsumfragen, die von Rundfunkveranstaltern durchgeführt werden, ist ausdrücklich anzugeben, ob sie repräsentativ sind.

§ 7 Barrierefreiheit

(1) Die Veranstalter nach § 3 Satz 1 sollen über ihr bereits bestehendes Engagement hinaus im Rahmen der technischen und ihrer finanziellen Möglichkeiten barrierefreie Angebote aufnehmen und den Umfang solcher Angebote stetig und schrittweise ausweiten.

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

§ 8 Werbegrundsätze, Kennzeichnungspflichten

(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) ¹Rundfunkwerbung ist Teil des Programms. ²Rundfunkwerbung oder Werbetreibende dürfen das übrige Programm inhaltlich und redaktionell nicht beeinflussen. ³Die Sätze 1 und 2 gelten für Teleshopping-Spots, Teleshopping-Fenster und deren Anbieter entsprechend.

(3) ¹Werbung muss als solche leicht erkennbar und vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. ²In der Werbung dürfen keine Techniken der unterschweligen Beeinflussung eingesetzt werden. ³Auch bei Einsatz neuer Werbetechniken müssen Rundfunkwerbung und Teleshopping dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Sendungsteilen abgesetzt sein.

(4) ¹Eine Teilbelegung des ausgestrahlten Bildes mit Rundfunkwerbung ist zulässig, wenn die Rundfunkwerbung vom übrigen Programm eindeutig optisch getrennt und als solche gekennzeichnet ist.

²Diese Rundfunkwerbung wird auf die Dauer der Spotwerbung nach den §§ 39 und 70 angerechnet. ³§ 9 Abs. 1 gilt entsprechend.

(5) ¹Dauerwerbesendungen sind zulässig, wenn der Werbecharakter erkennbar im Vordergrund steht und die Werbung einen wesentlichen Bestandteil der Sendung darstellt. ²Sie müssen zu Beginn als Dauerwerbesendung angekündigt und während ihres gesamten Verlaufs als solche gekennzeichnet werden.

(6) ¹Die 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.

²Andere Rechte bleiben unberührt.

(7) ¹Schleichwerbung und Themenplatzierung sowie entsprechende Praktiken sind unzulässig.

²Produktplatzierung ist gestattet, außer in Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Regionalfensterprogrammen nach § 59 Abs. 4, Fensterprogrammen nach § 65, Sendungen religiösen Inhalts und Kindersendungen. ³Sendungen, die 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 anregen, 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.

⁴Auf eine Produktplatzierung ist eindeutig hinzuweisen. ⁵Sie 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. ⁶Die 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. ⁷Die 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) ¹Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art ist unzulässig. ²Unentgeltliche Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit einschließlich von Spendenaufrufen zu Wohlfahrtszwecken gelten nicht als Werbung im Sinne von Satz 1. ³§ 68 bleibt unberührt.

(10) Werbung für alkoholische Getränke darf den übermäßigen Genuss solcher Getränke nicht fördern.

(11) ¹Die nichtbundesweite Verbreitung von Rundfunkwerbung oder anderen Inhalten in einem bundesweit ausgerichteten oder 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. ²Die nichtbundesweit verbreitete Rundfunkwerbung 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.

§ 9

Einfügung von Rundfunkwerbung und Teleshopping

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

(2) ¹Einzeln gesendete Werbe- und Teleshopping-Spots im Fernsehen müssen die Ausnahme bleiben; dies gilt nicht bei der Übertragung von Sportveranstaltungen. ²Die 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) ¹Richten sich Rundfunkwerbung oder Teleshopping 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, dürfen die für die Fernsehwerbung oder das Teleshopping dort geltenden Vorschriften nicht umgangen werden. ²Satz 1 gilt nicht, wenn die Vorschriften dieses Staatsvertrages über die Rundfunkwerbung 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.

§ 10 Sponsoring

(1) ¹Auf 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. ²Neben 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) Der Inhalt eines gesponserten Rundfunkprogramms oder einer gesponserten Sendung und der Programmplatz einer 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) ¹Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden. ²In Kindersendungen und Sendungen religiösen Inhalts ist das Zeigen von Sponsorenlogos untersagt.

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

(6) § 8 Abs. 3 Satz 3 und Abs. 8 bis 10 gilt entsprechend.

§ 11 Gewinnspiele

(1) ¹Gewinnspielsendungen und Gewinnspiele sind zulässig. ²Sie unterliegen dem Gebot der Transparenz und des Teilnehmerschutzes. ³Sie dürfen nicht irreführen und den Interessen der Teilnehmer nicht schaden. ⁴Insbesondere ist im Programm über die Kosten der Teilnahme, die Teilnahmeberechtigung, die Spielgestaltung sowie über die Auflösung der gestellten Aufgabe zu informieren. ⁵Die Belange des Jugendschutzes sind zu wahren. ⁶Für die Teilnahme darf nur ein Entgelt bis zu 0,50 Euro verlangt werden; § 35 Satz 3 bleibt unberührt.

(2) Der Veranstalter hat der für die Aufsicht zuständigen Stelle auf Verlangen alle Unterlagen vorzulegen und Auskünfte zu erteilen, die zur Überprüfung der ordnungsgemäßen Durchführung der Gewinnspielsendungen und Gewinnspiele erforderlich sind.

(3) Die Absätze 1 und 2 gelten auch für Teleshoppingkanäle.

§ 12 Datenverarbeitung zu journalistischen Zwecken, Medienprivileg

(1) ¹Soweit die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF, das Deutschlandradio oder private Rundfunkveranstalter personenbezogene Daten zu journalistischen Zwecken verarbeiten, ist es den hiermit befassten Personen untersagt, diese personenbezogenen Daten zu anderen Zwecken zu verarbeiten (Datengeheimnis). ²Diese Personen sind bei der Aufnahme ihrer Tätigkeit auf das Datengeheimnis zu verpflichten. ³Das Datengeheimnis besteht auch nach Beendigung ihrer Tätigkeit fort. ⁴Im Übrigen finden für die Datenverarbeitung zu journalistischen Zwecken von der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz

natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) (ABl. L 119 vom 4.5.2016, S. 1; L 314 vom 22.11.2016, S. 72; L 127 vom 23.5.2018, S. 2) außer den Kapiteln I, VIII, X und XI nur die Artikel 5 Abs. 1 Buchst. f in Verbindung mit Abs. 2, Artikel 24 und Artikel 32 Anwendung. ⁵Artikel 82 und 83 der Verordnung (EU) 2016/679 gelten mit der Maßgabe, dass nur für eine Verletzung des Datengeheimnisses gemäß den Sätzen 1 bis 3 sowie für unzureichende Maßnahmen nach Artikel 5 Abs. 1 Buchst. f, Artikel 24 und 32 der Verordnung (EU) 2016/679 gehaftet wird. ⁶Die Sätze 1 bis 5 gelten entsprechend für die zu den in Satz 1 genannten Stellen gehörenden Hilfs- und Beteiligungsunternehmen. ⁷Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF, das Deutschlandradio und andere Rundfunkveranstalter sowie ihre Verbände und Vereinigungen können sich Verhaltenskodizes geben, die in einem transparenten Verfahren erlassen und veröffentlicht werden. ⁸Den betroffenen Personen stehen nur die in den Absätzen 2 und 3 genannten Rechte zu.

(2) Führt die journalistische Verarbeitung personenbezogener Daten zur Verbreitung von Gegendarstellungen der betroffenen Person oder zu Verpflichtungserklärungen, Beschlüssen oder Urteilen über die Unterlassung der Verbreitung oder über den Widerruf des Inhalts der Daten, so sind diese Gegendarstellungen, Verpflichtungserklärungen und Widerrufe zu den gespeicherten Daten zu nehmen und dort für dieselbe Zeitdauer aufzubewahren wie die Daten selbst sowie bei einer Übermittlung der Daten gemeinsam mit diesen zu übermitteln.

(3) ¹Wird jemand durch eine Berichterstattung in seinem Persönlichkeitsrecht beeinträchtigt, kann die betroffene Person Auskunft über die der Berichterstattung zugrunde liegenden, zu ihrer Person gespeicherten Daten verlangen. ²Die Auskunft kann nach Abwägung der schutzwürdigen Interessen der Beteiligten verweigert werden, soweit

1. aus den Daten auf Personen, die bei der Vorbereitung, Herstellung oder Verbreitung von Rundfunksendungen mitwirken oder mitgewirkt haben, geschlossen werden kann,
2. aus den Daten auf die Person des Einsenders oder des Gewährsträgers von Beiträgen, Unterlagen und Mitteilungen für den redaktionellen Teil geschlossen werden kann oder
3. durch die Mitteilung der recherchierten oder sonst erlangten Daten die journalistische Aufgabe durch Ausforschung des Informationsbestandes beeinträchtigt würde.

³Die betroffene Person kann die unverzügliche Berichtigung unrichtiger personenbezogener Daten im Datensatz oder die Hinzufügung einer eigenen Darstellung von angemessenem Umfang verlangen. ⁴Die weitere Speicherung der personenbezogenen Daten ist rechtmäßig, wenn dies für die Ausübung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Information oder zur Wahrnehmung berechtigter Interessen erforderlich ist.

(4) ¹Für die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF, das Deutschlandradio und private Rundfunkveranstalter sowie zu diesen gehörende Beteiligungs- und Hilfsunternehmen wird die Aufsicht über die Einhaltung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen durch Landesrecht bestimmt. ²Regelungen dieses Staatsvertrages bleiben unberührt.

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

§ 13

Übertragung von Großereignissen

(1) ¹Die Ausstrahlung im Fernsehen von Ereignissen von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung (Großereignisse) in Deutschland verschlüsselt und gegen besonderes Entgelt ist nur zulässig, wenn der Fernsehveranstalter selbst oder ein Dritter zu angemessenen Bedingungen ermöglicht, dass das Ereignis zumindest in einem frei empfangbaren und allgemein zugänglichen Fernsehprogramm in Deutschland zeitgleich oder, sofern wegen parallel laufender Einzelereignisse nicht möglich, geringfügig zeitversetzt ausgestrahlt werden kann. ²Besteht keine Einigkeit über die Angemessenheit der Bedingungen, sollen die Parteien rechtzeitig vor dem Ereignis ein schiedsrichterliches Verfahren nach den §§ 1025 ff. der Zivilprozessordnung vereinbaren; kommt die Vereinbarung eines schiedsrichterlichen Verfahrens aus Gründen, die der Fernsehveranstalter oder der Dritte zu vertreten haben, nicht zustande, gilt die Übertragung nach Satz 1 als nicht zu angemessenen Bedingungen ermöglicht. ³Als allgemein zugängliches Fernsehprogramm gilt nur ein Programm, das in mehr als zwei Drittel der Haushalte tatsächlich empfangbar ist.

(2) ¹Großereignisse im Sinne dieser Bestimmung sind:

1. Olympische Sommer- und Winterspiele,
2. bei Fußball-Europa- und -Weltmeisterschaften alle Spiele mit deutscher Beteiligung sowie unabhängig

von einer deutschen Beteiligung das Eröffnungsspiel, die Halbfinalspiele und das Endspiel,

3. die Halbfinalspiele und das Endspiel um den Vereinspokal des Deutschen Fußball-Bundes,
4. Heim- und Auswärtsspiele der deutschen Fußballnationalmannschaft,
5. Endspiele der europäischen Vereinsmeisterschaften im Fußball (Champions League, Europa League) bei deutscher Beteiligung.

²Bei Großereignissen, die aus mehreren Einzelereignissen bestehen, gilt jedes Einzelereignis als Großereignis. ³Die Aufnahme oder Herausnahme von Ereignissen in diese Bestimmung ist nur durch Staatsvertrag aller Länder zulässig.

(3) Teilt ein Mitgliedstaat der Europäischen Union seine Bestimmungen über die Ausstrahlung von Großereignissen nach Artikel 14 Abs. 2 der Richtlinie 2010/13/EU der Europäischen Kommission mit und erhebt die Kommission nicht binnen drei Monaten seit der Mitteilung Einwände und werden die Bestimmungen des betreffenden Mitgliedstaates im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht, ist die Ausstrahlung von Großereignissen verschlüsselt und gegen Entgelt für diesen Mitgliedstaat nur zulässig, wenn der Fernsehveranstalter nach den im Amtsblatt veröffentlichten Bestimmungen des betreffenden Mitgliedstaates eine Übertragung in einem frei zugänglichen Programm ermöglicht.

(4) ¹Sind Bestimmungen eines Staates, der das **Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen** in der Fassung des Änderungsprotokolls vom 9. September 1998 ratifiziert hat, nach dem Verfahren nach Artikel 9a Abs. 3 des Übereinkommens veröffentlicht, gilt diese Regelung für Veranstalter in Deutschland nach Maßgabe des Satzes 4, es sei denn, die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder versagen der Regelung innerhalb einer Frist von sechs Monaten durch einstimmigen Beschluss die Anerkennung. ²Die Anerkennung kann nur versagt werden, wenn die Bestimmungen des betreffenden Staates gegen das Grundgesetz oder die Europäische Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten verstoßen. ³Die für Veranstalter in Deutschland nach dem vorbezeichneten Verfahren geltenden Bestimmungen sind in den amtlichen Veröffentlichungsblättern der Länder bekannt zu machen. ⁴Mit dem Tag der letzten Bekanntmachung in den Veröffentlichungsblättern der Länder ist die Ausstrahlung von Großereignissen verschlüsselt und gegen Entgelt für diesen betreffenden Staat nur zulässig, wenn der Fernsehveranstalter nach den veröffentlichten Bestimmungen des betreffenden Staates eine Übertragung dort in einem frei zugänglichen Programm ermöglicht.

(5) ¹Verstößt ein Veranstalter gegen die Bestimmungen der Absätze 3 und 4, kann die Zulassung widerrufen werden. ²Statt des Widerrufs kann die Zulassung mit Nebenbestimmungen versehen werden, soweit dies ausreicht, den Verstoß zu beseitigen.

§ 14

Kurzberichterstattung

(1) ¹Das Recht auf unentgeltliche Kurzberichterstattung über Veranstaltungen und Ereignisse, die öffentlich zugänglich und von allgemeinem Informationsinteresse sind, steht jedem in Europa zugelassenen Fernsehveranstalter zu eigenen Sendezwecken zu. ²Dieses Recht schließt die Befugnis zum Zugang, zur kurzzeitigen Direktübertragung, zur Aufzeichnung, zu deren Auswertung zu einem einzigen Beitrag und zur Weitergabe unter den Voraussetzungen der Absätze 2 bis 12 ein.

(2) Anderweitige gesetzliche Bestimmungen, insbesondere solche des Urheberrechts und des Persönlichkeitsschutzes, bleiben unberührt.

(3) Auf die Kirchen und auf andere Religionsgemeinschaften sowie deren Einrichtungen mit entsprechender Aufgabenstellung findet Absatz 1 keine Anwendung.

(4) ¹Die unentgeltliche Kurzberichterstattung ist auf eine dem Anlass entsprechende nachrichtenmäßige Kurzberichterstattung beschränkt. ²Die zulässige Dauer bemisst sich nach der Länge der Zeit, die notwendig ist, um den nachrichtenmäßigen Informationsgehalt der Veranstaltung oder des Ereignisses zu vermitteln. ³Bei kurzfristig und regelmäßig wiederkehrenden Veranstaltungen vergleichbarer Art beträgt die Obergrenze der Dauer in der Regel eineinhalb Minuten. ⁴Werden Kurzberichte über Veranstaltungen vergleichbarer Art zusammengefasst, muss auch in dieser Zusammenfassung der nachrichtenmäßige Charakter gewahrt bleiben.

(5) ¹Das Recht auf Kurzberichterstattung muss so ausgeübt werden, dass vermeidbare Störungen der Veranstaltung oder des Ereignisses unterbleiben. ²Der Veranstalter kann die Übertragung oder die Aufzeichnung einschränken oder ausschließen, wenn anzunehmen ist, dass sonst die Durchführung der Veranstaltung infrage gestellt oder das sittliche Empfinden der Veranstaltungsteilnehmer gröblich verletzt würde. ³Das Recht auf Kurzberichterstattung ist ausgeschlossen, wenn Gründe der öffentlichen Sicherheit

und Ordnung entgegenstehen und diese das öffentliche Interesse an der Information überwiegen.

⁴Unberührt bleibt im Übrigen das Recht des Veranstalters, die Übertragung oder die Aufzeichnung der Veranstaltung insgesamt auszuschließen.

(6) Für die Ausübung des Rechts auf Kurzberichterstattung kann der Veranstalter das allgemein vorgesehene Eintrittsgeld verlangen; im Übrigen ist ihm Ersatz seiner notwendigen Aufwendungen zu leisten, die durch die Ausübung des Rechts entstehen.

(7) ¹Für die Ausübung des Rechts auf Kurzberichterstattung über berufsmäßig durchgeführte Veranstaltungen kann der Veranstalter ein dem Charakter der Kurzberichterstattung entsprechendes billiges Entgelt verlangen. ²Wird über die Höhe des Entgelts keine Einigkeit erzielt, soll ein schiedsrichterliches Verfahren nach den §§ 1025 ff. der Zivilprozessordnung vereinbart werden. ³Das Fehlen einer Vereinbarung über die Höhe des Entgelts oder über die Durchführung eines schiedsrichterlichen Verfahrens steht der Ausübung des Rechts auf Kurzberichterstattung nicht entgegen; dasselbe gilt für einen bereits anhängigen Rechtsstreit über die Höhe des Entgelts.

(8) ¹Die Ausübung des Rechts auf Kurzberichterstattung setzt eine Anmeldung des Fernsehveranstalters bis spätestens zehn Tage vor Beginn der Veranstaltung beim Veranstalter voraus. ²Dieser hat spätestens fünf Tage vor dem Beginn der Veranstaltung den anmeldenden Fernsehveranstaltern mitzuteilen, ob genügend räumliche und technische Möglichkeiten für eine Übertragung oder Aufzeichnung bestehen. ³Bei kurzfristigen Veranstaltungen und bei Ereignissen haben die Anmeldungen zum frühestmöglichen Zeitpunkt zu erfolgen.

(9) ¹Reichen die räumlichen und technischen Gegebenheiten für eine Berücksichtigung aller Anmeldungen nicht aus, haben zunächst die Fernsehveranstalter Vorrang, die vertragliche Vereinbarungen mit dem Veranstalter oder dem Träger des Ereignisses geschlossen haben. ²Darüber hinaus steht dem Veranstalter oder dem Träger des Ereignisses ein Auswahlrecht zu. ³Dabei sind zunächst solche Fernsehveranstalter zu berücksichtigen, die eine umfassende Versorgung des Landes sicherstellen, in dem die Veranstaltung oder das Ereignis stattfindet.

(10) Fernsehveranstalter, die die Kurzberichterstattung wahrnehmen, sind verpflichtet, das Signal und die Aufzeichnung unmittelbar denjenigen Fernsehveranstaltern gegen Ersatz der angemessenen Aufwendungen zur Verfügung zu stellen, die nicht zugelassen werden konnten.

(11) Trifft der Veranstalter oder der Träger eines Ereignisses eine vertragliche Vereinbarung mit einem Fernsehveranstalter über eine Berichterstattung, hat er dafür Sorge zu tragen, dass mindestens ein anderer Fernsehveranstalter eine Kurzberichterstattung wahrnehmen kann.

(12) ¹Die für die Kurzberichterstattung nicht verwerteten Teile sind spätestens drei Monate nach Beendigung der Veranstaltung oder des Ereignisses zu vernichten; die Vernichtung ist dem betreffenden Veranstalter oder Träger des Ereignisses schriftlich mitzuteilen. ²Die Frist wird durch die Ausübung berechtigter Interessen Dritter unterbrochen.

§ 15

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) ¹Fernsehvollprogramme sollen einen wesentlichen Anteil an Eigenproduktionen sowie Auftrags- und Gemeinschaftsproduktionen aus dem deutschsprachigen und europäischen Raum enthalten. ²Das gleiche gilt für Fernsehspartenprogramme, soweit dies nach ihren inhaltlichen Schwerpunkten möglich ist.

(4) ¹Im 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. ²Weitere landesrechtliche Regelungen bleiben unberührt.

§ 16 Auskunftspflicht und zuständige Behörden nach dem Europäischen Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen

(1) ¹Die Rundfunkanstalten des Landesrechts sind verpflichtet, der nach Landesrecht zuständigen Behörde gemäß Artikel 6 Abs. 2 des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen die dort aufgeführten Informationen auf Verlangen zur Verfügung zu stellen. ²Gleiches gilt für private Fernsehveranstalter, die auf Verlangen die Informationen der Landesmedienanstalt des Landes zur Verfügung zu stellen haben, in dem die Zulassung erteilt wurde oder in dem der Fernsehveranstalter im Sinne des § 54 seinen Sitz, Wohnsitz oder in Ermangelung dessen seinen ständigen Aufenthalt hat. ³Diese leitet die Informationen an ihre rechtsaufsichtsführende Behörde weiter.

(2) ¹Die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder bestimmen durch Beschluss eine oder mehrere der in Absatz 1 genannten Behörden, welche die Aufgaben nach Artikel 19 Abs. 2 und 3 des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen wahrnehmen. ²Diesen Behörden sind zur Durchführung ihrer Aufgaben alle erforderlichen Informationen durch die zuständigen Behörden der einzelnen Länder zu übermitteln.

(3) ¹Die Absätze 1 und 2 gelten entsprechend, soweit rechtsverbindliche Berichtspflichten der Länder zum Rundfunk gegenüber zwischenstaatlichen Einrichtungen oder internationalen Organisationen bestehen. ²Satz 1 gilt auch für Teleshoppingkanäle.

2. Unterabschnitt Telemedien

§ 17 Allgemeine Grundsätze, Zulassungs- und Anmeldefreiheit

¹Telemedien sind im Rahmen der Gesetze zulassungs- und anmeldefrei. ²Für die Angebote gilt die verfassungsmäßige Ordnung. ³Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre sind einzuhalten.

§ 18 Informationspflichten und Auskunftsrechte

(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. Name und Anschrift sowie
2. bei juristischen Personen auch Name und Anschrift des Vertretungsberechtigten.

(2) ¹Anbieter 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. ²Werden mehrere Verantwortliche benannt, 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. die Fähigkeit, öffentliche Ämter zu bekleiden, nicht durch Richterspruch verloren hat,
3. unbeschränkt geschäftsfähig ist und
4. unbeschränkt strafrechtlich verfolgt werden kann.

⁴Satz 3 Nr. 3 und 4 gilt nicht für Jugendliche, die Telemedien verantworten, die für Jugendliche bestimmt sind.

(3) ¹Anbieter von Telemedien in sozialen Netzwerken 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. ²Dem Inhalt oder der Mitteilung ist der Hinweis gut lesbar bei- oder voranzustellen, dass dieser oder diese unter Einsatz eines das Nutzerkonto

steuernden Computerprogrammes automatisiert erstellt und versandt wurde. ³Ein 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.

(4) Für Anbieter von Telemedien nach Absatz 2 Satz 1 gilt § 5 entsprechend.

§ 19 Sorgfaltspflichten

(1) ¹Telemedien 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. ²Gleiches gilt für andere geschäftsmäßig angebotene, journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien, in denen regelmäßig Nachrichten oder politische Informationen enthalten sind und die nicht unter Satz 1 fallen. ³Nachrichten sind vom Anbieter vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Inhalt, Herkunft und Wahrheit zu prüfen.

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

(3) ¹Anbieter nach Absatz 1 Satz 2, die nicht der Selbstregulierung durch den Pressekodex und der Beschwerdeordnung des Deutschen Presserates unterliegen, können sich einer nach den Absätzen 4 bis 8 anerkannten Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle anschließen. ²Anerkannte Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle überprüfen die Einhaltung der Pflichten nach den Absätzen 1 und 2 bei den ihnen angeschlossenen Anbietern. ³Sie sind verpflichtet, gemäß ihrer Verfahrensordnung nach Absatz 4 Nr. 4 Beschwerden über die ihnen angeschlossenen Anbieter unverzüglich nachzugehen.

(4) Eine Einrichtung ist als Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle im Sinne des Absatzes 3 anzuerkennen, wenn

1. die Unabhängigkeit und Sachkunde ihrer benannten Prüfer gewährleistet ist und dabei auch Vertreter aus gesellschaftlichen Gruppen berücksichtigt sind, die sich in besonderer Weise mit Fragen des Journalismus befassen,
2. eine sachgerechte Ausstattung sichergestellt ist,
3. Vorgaben für die Entscheidungen der Prüfer bestehen, die in der Spruchpraxis die Einhaltung der Vorgaben der Absätze 1 und 2 zu gewährleisten geeignet sind,
4. eine Verfahrensordnung besteht, die den Umfang und Ablauf der Prüfung sowie mögliche Sanktionen regelt und die Möglichkeit der Überprüfung von Entscheidungen vorsieht,
5. gewährleistet ist, dass die betroffenen Anbieter vor einer Entscheidung gehört werden, die Entscheidung schriftlich begründet und den Beteiligten mitgeteilt wird,
6. eine Beschwerdestelle eingerichtet ist und
7. die Einrichtung für den Beitritt weiterer Anbieter offensteht.

(5) Die Entscheidung über die Anerkennung trifft die zuständige Landesmedienanstalt.

(6) ¹Die Anerkennung kann ganz oder teilweise widerrufen oder mit Nebenbestimmungen versehen werden, wenn die Voraussetzungen für die Anerkennung nachträglich entfallen sind oder die Spruchpraxis der Einrichtung nicht mit den Bestimmungen dieses Staatsvertrages übereinstimmt. ²Eine Entschädigung für Vermögensnachteile durch den Widerruf der Anerkennung wird nicht gewährt.

(7) Die anerkannten Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle sollen sich über die Anwendung der Absätze 1 und 2 abstimmen.

(8) ¹Die zuständige Landesmedienanstalt kann Entscheidungen einer anerkannten Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle, die die Grenzen des Beurteilungsspielraums überschreiten, beanstanden und ihre Aufhebung verlangen. ²Kommt eine anerkannte Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle ihren Aufgaben und Pflichten nicht nach, kann die zuständige Landesmedienanstalt verlangen, dass sie diese erfüllt. ³Eine Entschädigung für hierdurch entstehende Vermögensnachteile wird nicht gewährt.

§ 20 Gegendarstellung

(1) ¹Anbieter von Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen insbesondere vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben werden,

sind verpflichtet, unverzüglich eine Gegendarstellung der Person oder Stelle, die durch eine in ihrem Angebot aufgestellte Tatsachenbehauptung betroffen ist, ohne Kosten für den Betroffenen in ihr Angebot ohne zusätzliches Abrufentgelt aufzunehmen. ²Die Gegendarstellung ist ohne Einschaltungen und Weglassungen in gleicher Aufmachung wie die Tatsachenbehauptung anzubieten. ³Die Gegendarstellung ist so lange wie die Tatsachenbehauptung in unmittelbarer Verknüpfung mit ihr anzubieten. ⁴Wird die Tatsachenbehauptung nicht mehr angeboten oder endet das Angebot vor Aufnahme der Gegendarstellung, ist die Gegendarstellung an vergleichbarer Stelle so lange anzubieten, wie die ursprünglich angebotene Tatsachenbehauptung. ⁵Eine Erwiderung auf die Gegendarstellung muss sich auf tatsächliche Angaben beschränken und darf nicht unmittelbar mit der Gegendarstellung verknüpft werden.

(2) Eine Verpflichtung zur Aufnahme der Gegendarstellung gemäß Absatz 1 besteht nicht, wenn

1. der Betroffene kein berechtigtes Interesse an der Gegendarstellung hat,
2. der Umfang der Gegendarstellung unangemessen über den der beanstandeten Tatsachenbehauptung hinausgeht,
3. die Gegendarstellung sich nicht auf tatsächliche Angaben beschränkt oder einen strafbaren Inhalt hat oder
4. die Gegendarstellung nicht unverzüglich, spätestens sechs Wochen nach dem letzten Tage des Angebots des beanstandeten Textes, jedenfalls jedoch drei Monate nach der erstmaligen Einstellung des Angebots, dem in Anspruch genommenen Anbieter schriftlich und von dem Betroffenen oder seinem gesetzlichen Vertreter unterzeichnet zugeht.

(3) ¹Für die Durchsetzung des vergeblich geltend gemachten Gegendarstellungsanspruchs ist der ordentliche Rechtsweg gegeben. ²Auf dieses Verfahren sind die Vorschriften der Zivilprozessordnung über das Verfahren auf Erlass einer einstweiligen Verfügung entsprechend anzuwenden. ³Eine Gefährdung des Anspruchs braucht nicht glaubhaft gemacht zu werden. ⁴Ein Verfahren zur Hauptsache findet nicht statt.

(4) Eine Verpflichtung zur Gegendarstellung besteht nicht für wahrheitsgetreue Berichte über öffentliche Sitzungen der übernationalen parlamentarischen Organe, der gesetzgebenden Organe des Bundes und der Länder sowie derjenigen Organe und Stellen, bei denen das jeweilige Landespressegesetz eine presserechtliche Gegendarstellung ausschließt.

§ 21

Barrierefreiheit

Anbieter von Telemedien sollen im Rahmen der technischen und ihrer finanziellen Möglichkeiten den barrierefreien Zugang zu Fernsehprogrammen und fernsehähnlichen Telemedien unterstützen.

§ 22

Werbung, Sponsoring, Gewinnspiele

(1) ¹Werbung muss als solche klar erkennbar und vom übrigen Inhalt der Angebote eindeutig getrennt sein. ²In der Werbung dürfen keine unterschweligen Techniken eingesetzt werden. ³Bei Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art muss auf den Werbetreibenden oder Auftraggeber in angemessener Weise deutlich hingewiesen werden; § 10 Abs. 1 Satz 2 gilt entsprechend.

(2) Für Sponsoring bei Fernsehtext gilt § 10 entsprechend.

(3) Für Gewinnspiele in Telemedien nach § 19 Abs. 1 gilt § 11 entsprechend.

§ 23

Datenverarbeitung zu journalistischen Zwecken, Medienprivileg

(1) ¹Soweit die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF, das Deutschlandradio, private Rundfunkveranstalter oder Unternehmen und Hilfsunternehmen der Presse als Anbieter von Telemedien personenbezogene Daten zu journalistischen Zwecken verarbeiten, ist es den hiermit befassten Personen untersagt, diese personenbezogenen Daten zu anderen Zwecken zu verarbeiten (Datengeheimnis). ²Diese Personen sind bei der Aufnahme ihrer Tätigkeit auf das Datengeheimnis zu verpflichten. ³Das Datengeheimnis besteht auch nach Beendigung ihrer Tätigkeit fort.

⁴Im Übrigen finden für die Datenverarbeitung zu journalistischen Zwecken außer den Kapiteln I, VIII, X und XI der Verordnung (EU) 2016/679 nur die Artikel 5 Abs. 1 Buchst. f in Verbindung mit Abs. 2, Artikel 24

und Artikel 32 der Verordnung (EU) 2016/679 Anwendung. ⁵Artikel 82 und 83 der Verordnung (EU) 2016/679 gelten mit der Maßgabe, dass nur für eine Verletzung des Datengeheimnisses gemäß den Sätzen 1 bis 3 sowie für unzureichende Maßnahmen nach Artikel 5 Abs. 1 Buchst. f, Artikel 24 und 32 der Verordnung (EU) 2016/679 gehaftet wird. ⁶Kapitel VIII der Verordnung (EU) 2016/679 findet keine Anwendung, soweit Unternehmen, Hilfs- und Beteiligungsunternehmen der Presse der Selbstregulierung durch den Pressekodex und der Beschwerdeordnung des Deutschen Presserates unterliegen. ⁷Die Sätze 1 bis 6 gelten entsprechend für die zu den in Satz 1 genannten Stellen gehörenden Hilfs- und Beteiligungsunternehmen. ⁸Den betroffenen Personen stehen nur die in den Absätzen 2 und 3 genannten Rechte zu.

(2) ¹Werden personenbezogene Daten von einem Anbieter von Telemedien zu journalistischen Zwecken gespeichert, verändert, übermittelt, gesperrt oder gelöscht und wird die betroffene Person dadurch in ihrem Persönlichkeitsrecht beeinträchtigt, kann sie Auskunft über die zugrunde liegenden, zu ihrer Person gespeicherten Daten verlangen. ²Die Auskunft kann nach Abwägung der schutzwürdigen Interessen der Beteiligten verweigert werden, soweit

1. aus den Daten auf Personen, die bei der Vorbereitung, Herstellung oder Verbreitung mitgewirkt haben, geschlossen werden kann,
2. aus den Daten auf die Person des Einsenders oder des Gewährsträgers von Beiträgen, Unterlagen und Mitteilungen für den redaktionellen Teil geschlossen werden kann oder
3. durch die Mitteilung der recherchierten oder sonst erlangten Daten die journalistische Aufgabe des Anbieters durch Ausforschung des Informationsbestandes beeinträchtigt würde.

³Die betroffene Person kann die unverzügliche Berichtigung unrichtiger personenbezogener Daten im Datensatz oder die Hinzufügung einer eigenen Darstellung von angemessenem Umfang verlangen. ⁴Die weitere Speicherung der personenbezogenen Daten ist rechtmäßig, wenn dies für die Ausübung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Information oder zur Wahrnehmung berechtigter Interessen erforderlich ist. ⁵Die Sätze 1 bis 3 gelten nicht für Angebote von Unternehmen, Hilfs- und Beteiligungsunternehmen der Presse, soweit diese der Selbstregulierung durch den Pressekodex und der Beschwerdeordnung des Deutschen Presserates unterliegen.

(3) Führt die journalistische Verarbeitung personenbezogener Daten zur Verbreitung von Gendarstellungen der betroffenen Person oder zu Verpflichtungserklärungen, Beschlüssen oder Urteilen über die Unterlassung der Verbreitung oder über den Widerruf des Inhalts der Daten, sind diese Gendarstellungen, Verpflichtungserklärungen und Widerrufe zu den gespeicherten Daten zu nehmen und dort für dieselbe Zeitdauer aufzubewahren wie die Daten selbst sowie bei einer Übermittlung der Daten gemeinsam mit diesen zu übermitteln.

§ 24

Telemediengesetz, Öffentliche Stellen

(1) ¹Für Telemedien, die den Bestimmungen dieses Staatsvertrages oder den Bestimmungen der übrigen medienrechtlichen Staatsverträge der Länder unterfallen, gelten im Übrigen die Bestimmungen des Telemediengesetzes in seiner jeweils geltenden Fassung. ²Absatz 2 bleibt unberührt.

(2) Für die öffentlichen Stellen der Länder gelten neben den vorstehenden Bestimmungen die Bestimmungen des Telemediengesetzes in seiner jeweils geltenden Fassung entsprechend.

(3) Die Aufsicht über die Einhaltung der Bestimmungen des Telemediengesetzes richtet sich nach Landesrecht.

§ 25

Notifizierung

Änderungen dieses Unterabschnitts sowie des V. Abschnitts unterliegen der Notifizierungspflicht gemäß der Richtlinie (EU) 2015/1535 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 9. September 2015 über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der technischen Vorschriften und der Vorschriften für die Dienste der Informationsgesellschaft (ABl. L 241 vom 17.9.2015, S. 1).

III. Abschnitt

Besondere Bestimmungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

§ 26 Auftrag

(1) ¹Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. ²Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben in ihren Angeboten einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. ³Sie sollen hierdurch die internationale Verständigung, die europäische Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern. ⁴Ihre Angebote haben der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen. ⁵Sie haben Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten. ⁶Auch Unterhaltung soll einem öffentlich-rechtlichen Angebotsprofil entsprechen.

(2) Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben bei der Erfüllung ihres Auftrags die Grundsätze der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Meinungsvielfalt sowie die Ausgewogenheit ihrer Angebote zu berücksichtigen.

(3) Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten arbeiten zur Erfüllung ihres Auftrages zusammen; die Zusammenarbeit regeln sie in öffentlich-rechtlichen Verträgen.

(4) ¹Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind mit der Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse im Sinne des Artikels 106 Abs. 2 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union auch betraut, soweit sie zur Erfüllung ihres Auftrags gemäß Absatz 1 bei der Herstellung und Verbreitung von Angeboten im Sinne des § 27 zusammenarbeiten. ²Die Betrauung gilt insbesondere für die Bereiche Produktion, Produktionsstandards, Programmrechteerwerb, Programmaustausch, Verbreitung und Weiterverbreitung von Angeboten, Beschaffungswesen, Sendernetzbetrieb, informationstechnische und sonstige Infrastrukturen, Vereinheitlichung von Geschäftsprozessen, Beitragsservice und allgemeine Verwaltung. ³Von der Betrauung nicht umfasst sind kommerzielle Tätigkeiten nach § 40 Abs. 1 Satz 2.

§ 27 Angebote

(1) ¹Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind Rundfunkprogramme (Hörfunk- und Fernsehprogramme) und Telemedienangebote nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und der jeweiligen landesrechtlichen Regelungen. ²Der öffentlich-rechtliche Rundfunk kann programmbegleitend Druckwerke mit programmbezogenem Inhalt anbieten.

(2) Rundfunkprogramme, die über unterschiedliche Übertragungswege zeitgleich verbreitet werden, gelten zahlenmäßig als ein Angebot.

§ 28 Fernsehprogramme

(1) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten veranstalten gemeinsam folgende Fernsehprogramme:

1. das Vollprogramm „Erstes Deutsches Fernsehen (Das Erste)“,
2. zwei Programme als Zusatzangebote nach Maßgabe der als Anlage beigefügten Konzepte, und zwar die Programme
 - a) „tagesschau24“ und
 - b) „EinsFestival“.

(2) Folgende Fernsehprogramme von einzelnen oder mehreren in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten werden nach Maßgabe ihres jeweiligen Landesrechts veranstaltet:

1. die Dritten Fernsehprogramme einschließlich regionaler Auseinandersaltungen, und zwar jeweils
 - a) des Bayerischen Rundfunks (BR),
 - b) des Hessischen Rundfunks (HR),
 - c) des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR),
 - d) des Norddeutschen Rundfunks (NDR),
 - e) von Radio Bremen (RB),

- f) vom Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB),
 - g) des Südwestrundfunks (SWR),
 - h) des Saarländischen Rundfunks (SR) und
 - i) des Westdeutschen Rundfunks (WDR),
2. das Spartenprogramm „ARD-alpha“ mit dem Schwerpunkt Bildung vom BR.
- (3) Das ZDF veranstaltet folgende Fernsehprogramme:
- 1. das Vollprogramm „Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)“,
 - 2. zwei Programme als Zusatzangebote nach Maßgabe der als Anlage beigefügten Konzepte, und zwar die Programme
 - a) „ZDFinfo“ und
 - b) „ZDFneo“.
- (4) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF veranstalten gemeinsam folgende Fernsehprogramme:
- 1. das Vollprogramm „3sat“ mit kulturellem Schwerpunkt unter Beteiligung öffentlich-rechtlicher europäischer Veranstalter,
 - 2. das Vollprogramm „arte – Der Europäische Kulturkanal“ unter Beteiligung öffentlich-rechtlicher europäischer Veranstalter,
 - 3. das Spartenprogramm „PHOENIX – Der Ereignis- und Dokumentationskanal“ und
 - 4. das Spartenprogramm „KI.KA – Der Kinderkanal“.
- (5) Die analoge Verbreitung eines bislang ausschließlich digital verbreiteten Programms ist unzulässig.

§ 29

Hörfunkprogramme

- (1) ¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten veranstalten Hörfunkprogramme einzeln oder zu mehreren für ihr jeweiliges Versorgungsgebiet auf Grundlage des jeweiligen Landesrechts; bundesweit ausgerichtete Hörfunkprogramme finden nicht statt. ²Ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme sind nur nach Maßgabe eines nach § 32 durchgeführten Verfahrens zulässig.
- (2) ¹Die Gesamtzahl der terrestrisch verbreiteten Hörfunkprogramme der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten darf die Zahl der zum 1. April 2004 terrestrisch verbreiteten Hörfunkprogramme nicht übersteigen. ²Das Landesrecht kann vorsehen, dass die jeweilige Landesrundfunkanstalt zusätzlich so viele digitale terrestrische Hörfunkprogramme veranstaltet, wie sie Länder versorgt. ³Das jeweilige Landesrecht kann vorsehen, dass terrestrisch verbreitete Hörfunkprogramme gegen andere terrestrisch verbreitete Hörfunkprogramme, auch gegen ein Kooperationsprogramm, ausgetauscht werden, wenn dadurch insgesamt keine Mehrkosten entstehen und sich die Gesamtzahl der Programme nicht erhöht. ⁴Kooperationsprogramme werden jeweils als ein Programm der beteiligten Anstalten gerechnet. ⁵Regionale Auseinandersetzungen von Programmen bleiben unberührt. ⁶Der Austausch eines in digitaler Technik verbreiteten Programms gegen ein in analoger Technik verbreitetes Programm ist nicht zulässig.
- (3) Das Deutschlandradio veranstaltet folgende Hörfunkprogramme mit den Schwerpunkten in den Bereichen Information, Bildung und Kultur:
- 1. das Programm „Deutschlandfunk“,
 - 2. das Programm „Deutschlandfunk Kultur“,
 - 3. das in digitaler Technik verbreitete Programm „Deutschlandfunk Nova“ nach Maßgabe des als Anlage beigefügten Konzepts, insbesondere unter Rückgriff auf die Möglichkeiten nach § 5 Abs. 2 des [Deutschlandradio-Staatsvertrages](#); die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten kooperieren hierzu mit dem Deutschlandradio,
 - 4. ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme mit Inhalten aus den in den Nummern 1 bis 3 aufgeführten Programmen nach Maßgabe eines nach § 32 durchgeführten Verfahrens.
- (4) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das Deutschlandradio veröffentlichen in den amtlichen Verkündungsblättern der Länder jährlich zum 1. Januar eine Auflistung der von allen Anstalten insgesamt veranstalteten Hörfunkprogramme.

§ 30 Telemedienangebote

(1) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio bieten Telemedienangebote nach Maßgabe des § 2 Abs. 2 Nr. 29 an.

(2) ¹Der Auftrag nach Absatz 1 umfasst insbesondere

1. Sendungen ihrer Programme auf Abruf vor und nach deren Ausstrahlung sowie eigenständige audiovisuelle Inhalte,
2. Sendungen ihrer Programme auf Abruf von europäischen Werken angekaufter Spielfilme und angekaufter Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen sind, bis zu dreißig Tage nach deren Ausstrahlung, wobei die Abrufmöglichkeit grundsätzlich auf Deutschland zu beschränkt ist,
3. Sendungen ihrer Programme auf Abruf von Großereignissen gemäß § 13 Abs. 2 sowie von Spielen der 1. und 2. Fußball-Bundesliga bis zu sieben Tage danach,
4. zeit- und kulturgeschichtliche Archive mit informierenden, bildenden und kulturellen Telemedien.

²Im Übrigen bleiben Angebote nach Maßgabe der §§ 40 bis 44 unberührt.

(3) ¹Durch die zeitgemäße Gestaltung der Telemedienangebote soll allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglicht, Orientierungshilfe geboten, Möglichkeiten der interaktiven Kommunikation angeboten sowie die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten gefördert werden. ²Diese Gestaltung der Telemedienangebote soll die Belange von Menschen mit Behinderungen besonders berücksichtigen, insbesondere in Form von Audiodeskription, Bereitstellung von Manuskripten oder Telemedien in leichter Sprache.

(4) ¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio bieten ihre Angebote in möglichst barrierefrei zugänglichen elektronischen Portalen an und fassen ihre Programme unter elektronischen Programmführern zusammen. ²Soweit dies zur Erreichung der Zielgruppe aus journalistisch-redaktionellen Gründen geboten ist, können sie Telemedien auch außerhalb des dafür jeweils eingerichteten eigenen Portals anbieten. ³Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio sollen ihre Telemedien, die aus journalistisch-redaktionellen Gründen dafür geeignet sind, miteinander vernetzen, insbesondere durch Verlinkung. ⁴Sie sollen auch auf Inhalte verlinken, die Einrichtungen der Wissenschaft und Kultur anbieten und die aus journalistisch-redaktionellen Gründen für die Telemedienangebote geeignet sind.

(5) ¹Nicht zulässig sind in Telemedienangeboten:

1. Werbung mit Ausnahme von Produktplatzierung,
2. das Angebot auf Abruf von angekauften Spielfilmen und angekauften Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen sind mit Ausnahme der in Absatz 2 Satz 1 Nr. 2 genannten europäischen Werke,
3. eine flächendeckende lokale Berichterstattung,
4. die in der Anlage zu diesem Staatsvertrag aufgeführten Angebotsformen.

²Für Produktplatzierung nach Satz 1 Nr. 1 gelten § 8 Abs. 7 und § 38 entsprechend.

(6) ¹Werden Telemedien von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem ZDF oder dem Deutschlandradio außerhalb des von ihnen jeweils eingerichteten eigenen Portals verbreitet, sollen sie für die Einhaltung des Absatzes 5 Satz 1 Nr. 1 Sorge tragen. ²Durch die Nutzung dieses Verbreitungswegs dürfen sie keine Einnahmen durch Werbung und Sponsoring erzielen.

(7) ¹Die Telemedienangebote dürfen nicht presseähnlich sein. ²Sie sind im Schwerpunkt mittels Bewegtbild oder Ton zu gestalten, wobei Text nicht im Vordergrund stehen darf. ³Angebotsübersichten, Schlagzeilen, Sendungstranskripte, Informationen über die jeweilige Rundfunkanstalt und Maßnahmen zum Zweck der Barrierefreiheit bleiben unberührt. ⁴Unberührt bleiben ferner Telemedien, die der Aufbereitung von Inhalten aus einer konkreten Sendung einschließlich Hintergrundinformationen dienen, soweit auf für die jeweilige Sendung genutzte Materialien und Quellen zurückgegriffen wird und diese Angebote thematisch und inhaltlich die Sendung unterstützen, begleiten und aktualisieren, wobei der zeitliche und inhaltliche Bezug zu einer bestimmten Sendung im jeweiligen Telemedienangebot ausgewiesen werden muss. ⁵Auch bei Telemedien nach Satz 4 soll nach Möglichkeit eine Einbindung von Bewegtbild oder Ton erfolgen. ⁶Zur Anwendung der Sätze 1 bis 5 soll von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und den Spitzenverbänden der Presse eine Schlichtungsstelle eingerichtet werden.

§ 31**Satzungen, Richtlinien, Berichtspflichten**

(1) ¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio erlassen jeweils Satzungen oder Richtlinien zur näheren Durchführung ihres jeweiligen Auftrags sowie für das Verfahren zur Erstellung von Konzepten für Telemedienangebote und das Verfahren für neue Telemedienangebote oder wesentliche Änderungen. ²Die Satzungen oder Richtlinien enthalten auch Regelungen zur Sicherstellung der Unabhängigkeit der Gremienentscheidungen. ³Die Satzungen oder Richtlinien sind im Internetauftritt der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF oder des Deutschlandradios zu veröffentlichen.

(2) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio veröffentlichen alle zwei Jahre einen Bericht über die Erfüllung ihres jeweiligen Auftrages, über die Qualität und Quantität der bestehenden Angebote sowie die Schwerpunkte der jeweils geplanten Angebote.

(3) ¹In den Geschäftsberichten der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF und des Deutschlandradios ist auch der Umfang der Produktionen mit von diesen gesellschaftsrechtlich abhängigen und unabhängigen Produktionsunternehmen darzustellen. ²Dabei ist auch darzustellen, in welcher Weise der Protokollerklärung aller Länder zu § 11d Abs. 2 des [Rundfunkstaatsvertrages](#) im Rahmen des 22. ³Rundfunkänderungsstaatsvertrages Rechnung getragen wird.

§ 32**Telemedienkonzepte**

(1) ¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio konkretisieren die inhaltliche Ausrichtung ihrer geplanten Telemedienangebote nach § 30 jeweils in Telemedienkonzepten, die Zielgruppe, Inhalt, Ausrichtung, Verweildauer, die Verwendung internetspezifischer Gestaltungsmittel sowie die Maßnahmen zur Einhaltung des § 30 Abs. 7 Satz 1 näher beschreiben. ²Es sind angebotsabhängige differenzierte Befristungen für die Verweildauern vorzunehmen mit Ausnahme der Archive nach § 30 Abs. 2 Satz 1 Nr. 4, die unbefristet zulässig sind. ³Sollen Telemedien auch außerhalb des eingerichteten eigenen Portals angeboten werden, ist dies zu begründen. ⁴Die insoweit vorgesehenen Maßnahmen zur Berücksichtigung des Jugendmedienschutzes, des Datenschutzes sowie des § 30 Abs. 6 Satz 1 sind zu beschreiben.

(2) Die Beschreibung aller Telemedienangebote muss einer Nachprüfung des Finanzbedarfs durch die Kommission zur Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) ermöglichen.

(3) ¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio legen in den Satzungen oder Richtlinien übereinstimmende Kriterien fest, in welchen Fällen ein neues oder die wesentliche Änderung eines Telemedienangebots vorliegt, das nach dem nachstehenden Verfahren der Absätze 4 bis 7 zu prüfen ist. ²Eine wesentliche Änderung liegt insbesondere vor, wenn die inhaltliche Gesamtausrichtung des Telemedienangebots oder die angestrebte Zielgruppe verändert wird. ³Das Verfahren der Absätze 4 bis 7 bezieht sich bei wesentlichen Änderungen allein auf die Abweichungen von den bisher veröffentlichten Telemedienkonzepten.

(4) ¹Ist ein neues Telemedienangebot nach Absatz 1 oder die wesentliche Änderung eines bestehenden Telemedienangebots nach Absatz 3 geplant, hat die Rundfunkanstalt gegenüber ihrem zuständigen Gremium darzulegen, dass das geplante, neue Telemedienangebot oder die wesentliche Änderung vom Auftrag umfasst ist. ²Es sind Aussagen darüber zu treffen,

1. inwieweit das neue Telemedienangebot oder die wesentliche Änderung den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht,
2. in welchem Umfang durch das neue Telemedienangebot oder die wesentliche Änderung in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beigetragen wird und
3. welcher finanzielle Aufwand für das neue Telemedienangebot oder die wesentliche Änderung erforderlich ist.

³Dabei sind Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Telemedienangebote, die Auswirkungen auf alle relevanten Märkte des geplanten, neuen Telemedienangebots oder der wesentlichen Änderung sowie jeweils deren meinungsbildende Funktion angesichts bereits vorhandener vergleichbarer frei zugänglicher Telemedienangebote, auch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, zu berücksichtigen.

(5) ¹Zu den Anforderungen des Absatzes 4 ist vor Aufnahme eines neuen Telemedienangebots oder einer wesentlichen Änderung durch das zuständige Gremium Dritten in geeigneter Weise, insbesondere im Internet, Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben. ²Die Gelegenheit zur Stellungnahme besteht innerhalb einer Frist von mindestens sechs Wochen nach Veröffentlichung des Vorhabens. ³Das zuständige Gremium der Rundfunkanstalt hat die eingegangenen Stellungnahmen zu prüfen. ⁴Das zuständige Gremium kann zur Entscheidungsbildung gutachterliche Beratung durch unabhängige Sachverständige auf Kosten der jeweiligen Rundfunkanstalt in Auftrag geben; zu den Auswirkungen auf alle relevanten Märkte ist gutachterliche Beratung hinzuzuziehen. ⁵Der Name des Gutachters ist bekanntzugeben. ⁶Der Gutachter kann weitere Auskünfte und Stellungnahmen einholen; ihm können Stellungnahmen unmittelbar übersandt werden.

(6) ¹Die Entscheidung, ob die Aufnahme eines neuen Telemedienangebots oder einer wesentlichen Änderung den Voraussetzungen des Absatzes 4 entspricht, bedarf der Mehrheit von zwei Dritteln der anwesenden Mitglieder, mindestens der Mehrheit der gesetzlichen Mitglieder des zuständigen Gremiums. ²Die Entscheidung ist zu begründen. ³In den Entscheidungsgründen muss unter Berücksichtigung der eingegangenen Stellungnahmen und eingeholten Gutachten dargelegt werden, ob das neue Telemedienangebot oder die wesentliche Änderung vom Auftrag umfasst ist. ⁴Die jeweilige Rundfunkanstalt hat das Ergebnis ihrer Prüfung einschließlich der eingeholten Gutachten unter Wahrung von Geschäftsgeheimnissen in gleicher Weise wie die Veröffentlichung des Vorhabens bekannt zu machen.

(7) ¹Der für die Rechtsaufsicht zuständigen Behörde sind vor der Veröffentlichung alle für eine rechtsaufsichtliche Prüfung notwendigen Auskünfte zu erteilen und Unterlagen zu übermitteln. ²Nach Abschluss des Verfahrens nach den Absätzen 5 und 6 und nach Prüfung durch die für die Rechtsaufsicht zuständige Behörde ist die Beschreibung des neuen Telemedienangebots oder der wesentlichen Änderung im Internetauftritt der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF oder des Deutschlandradios zu veröffentlichen. ³In den amtlichen Verkündungsblättern der betroffenen Länder ist zugleich auf die Veröffentlichung im Internetauftritt der jeweiligen Rundfunkanstalt hinzuweisen.

§ 33

Jugendangebot

(1) ¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF bieten gemeinsam ein Jugendangebot an, das Rundfunk und Telemedien umfasst. ²Das Jugendangebot soll inhaltlich die Lebenswirklichkeit und die Interessen junger Menschen als Zielgruppe in den Mittelpunkt stellen und dadurch einen besonderen Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags nach § 26 leisten. ³Zu diesem Zweck sollen die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF insbesondere eigenständige audiovisuelle Inhalte für das Jugendangebot herstellen oder herstellen lassen und Nutzungsrechte an Inhalten für das Jugendangebot erwerben. ⁴Das Jugendangebot soll journalistisch-redaktionell veranlasste und journalistisch-redaktionell gestaltete interaktive Angebotsformen aufweisen und Inhalte anbieten, die die Nutzer selbst zur Verfügung stellen.

(2) ¹Zur Erfüllung der demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Zielgruppe ist das Jugendangebot inhaltlich und technisch dynamisch und entwicklungs offen zu gestalten und zu verbreiten. ²Dazu soll auch durch eine zielgruppengerechte interaktive Kommunikation mit den Nutzern sowie durch verstetigte Möglichkeiten ihrer Partizipation beigetragen werden.

(3) ¹Andere Angebote der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und des ZDF nach Maßgabe dieses Staatsvertrages sollen mit dem Jugendangebot inhaltlich und technisch vernetzt werden. ²Wird ein eigenständiger Inhalt des Jugendangebots auch in einem anderen Angebot der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten oder des ZDF genutzt, sind die für das andere Angebot geltenden Maßgaben dieses Staatsvertrages einschließlich eines eventuellen Telemedienkonzepts zu beachten.

(4) ¹Die Verweildauer der Inhalte des Jugendangebots ist von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und dem ZDF so zu bemessen, dass sie die Lebenswirklichkeit und die Interessen junger Menschen abbilden und die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der jeweils zur Zielgruppe gehörenden Generationen erfüllen. ²Die Grundsätze der Bemessung der Verweildauer sind von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und dem ZDF regelmäßig zu prüfen. ³Die Verweildauer von angekauften Spielfilmen und angekauften Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen sind, ist zeitlich angemessen zu begrenzen.

(5) ¹Werbung mit Ausnahme von Produktplatzierung nach Maßgabe von § 8 Abs. 7 und § 38, flächendeckende lokale Berichterstattung, nicht auf das Jugendangebot bezogene presseähnliche

Angebote, ein eigenständiges Hörfunkprogramm und die für das Jugendangebot in der Anlage zu diesem Staatsvertrag genannten Angebotsformen sind im Jugendangebot nicht zulässig. ²Ist zur Erreichung der Zielgruppe aus journalistisch-redaktionellen Gründen die Verbreitung des Jugendangebots außerhalb des von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und dem ZDF für das Jugendangebot eingerichteten eigenen Portals geboten, sollen die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF für die Einhaltung der Bedingungen des Satzes 1 Sorge tragen. ³Sie haben für diesen Verbreitungsweg übereinstimmende Richtlinien, insbesondere zur Konkretisierung des Jugendmedienschutzes und des Datenschutzes, zu erlassen. ⁴Das Jugendangebot darf nicht über Rundfunkfrequenzen (Kabel, Satellit, Terrestrik) verbreitet werden.

(6) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF haben gemeinsam in Bezug auf das Jugendangebot in dem nach § 31 Abs. 2 zu veröffentlichenden Bericht insbesondere darzustellen:

1. den besonderen Beitrag des Jugendangebots zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags,
2. das Erreichen der Zielgruppe, die zielgruppengerechte Kommunikation sowie die verstetigten Möglichkeiten der Partizipation der Zielgruppe,
3. das Ergebnis der Prüfung der Verweildauer nach Absatz 4,
4. die Nutzung des Verbreitungswegs außerhalb des für das Jugendangebot eingerichteten eigenen Portals nach Absatz 5 Satz 2 und 3,
5. den jeweiligen Anteil der in Deutschland und in Europa für das Jugendangebot hergestellten Inhalte und
6. den jeweiligen Anteil an Eigenproduktionen, Auftragsproduktionen und erworbenen Nutzungsrechten für angekaufte Spielfilme und angekaufte Folgen von Fernsehserien für das Jugendangebot.

§ 34

Funktionsgerechte Finanzausstattung, Grundsatz des Finanzausgleichs

(1) Die Finanzausstattung hat den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in die Lage zu versetzen, seine verfassungsmäßigen und gesetzlichen Aufgaben zu erfüllen; sie hat insbesondere den Bestand und die Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu gewährleisten.

(2) ¹Der Finanzausgleich unter den Landesrundfunkanstalten ist Bestandteil des Finanzierungssystems der ARD; er stellt insbesondere eine funktionsgerechte Aufgabenerfüllung der Anstalten Saarländischer Rundfunk und Radio Bremen sicher. ²Der Umfang der Finanzausgleichsmasse und ihre Anpassung an den Rundfunkbeitrag bestimmen sich nach dem [Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag](#).

§ 35

Finanzierung

¹Der öffentlich-rechtliche Rundfunk finanziert sich durch Rundfunkbeiträge, Einnahmen aus Rundfunkwerbung und sonstige Einnahmen; vorrangige Finanzierungsquelle ist der Rundfunkbeitrag.

²Programme und Angebote im Rahmen seines Auftrags gegen besonderes Entgelt sind unzulässig; ausgenommen hiervon sind Begleitmaterialien. ³Einnahmen aus dem Angebot von Telefonmehrwertdiensten dürfen nicht erzielt werden.

§ 36

Finanzbedarf des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

(1) Der Finanzbedarf des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wird regelmäßig entsprechend den Grundsätzen von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit, einschließlich der damit verbundenen Rationalisierungspotentiale, auf der Grundlage von Bedarfsanmeldungen der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF und der Körperschaft des öffentlichen Rechts „Deutschlandradio“ durch die unabhängige KEF geprüft und ermittelt.

(2) Bei der Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs sind insbesondere zugrunde zu legen

1. die wettbewerbsfähige Fortführung der bestehenden Rundfunkprogramme sowie die durch Staatsvertrag aller Länder zugelassenen Fernsehprogramme (bestandsbezogener Bedarf),
2. nach Landesrecht zulässige neue Rundfunkprogramme, die Teilhabe an den neuen rundfunktechnischen Möglichkeiten in der Herstellung und zur Verbreitung von Rundfunkprogrammen sowie die Möglichkeit der Veranstaltung neuer Formen von Rundfunk (Entwicklungsbedarf),

3. die allgemeine Kostenentwicklung und die besondere Kostenentwicklung im Medienbereich,
 4. die Entwicklung der Beitragserträge, der Werbeerträge und der sonstigen Erträge,
 5. die Anlage, Verzinsung und zweckbestimmte Verwendung der Überschüsse, die dadurch entstehen, dass die jährlichen Gesamterträge der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF oder des Deutschlandradios die Gesamtaufwendungen für die Erfüllung ihres Auftrags übersteigen.
- (3) Bei der Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs soll ein hoher Grad der Objektivierbarkeit erreicht werden.
- (4) Die Beitragsfestsetzung erfolgt durch Staatsvertrag.

§ 37

Berichterstattung der Rechnungshöfe

¹Der für die Durchführung der Prüfung zuständige Rechnungshof teilt das Ergebnis der Prüfung einer Landesrundfunkanstalt, des ZDF oder des Deutschlandradios einschließlich deren Beteiligungsunternehmen dem jeweils zuständigen Intendanten, den jeweils zuständigen Aufsichtsgremien der Rundfunkanstalt und der Geschäftsführung des geprüften Beteiligungsunternehmens sowie der KEF mit. ²Er gibt dem Intendanten der jeweiligen Rundfunkanstalt und der Geschäftsführung des Beteiligungsunternehmens Gelegenheit zur Stellungnahme zu dem Ergebnis der Prüfung und berücksichtigt die Stellungnahmen. ³Den auf dieser Grundlage erstellten abschließenden Bericht über das Ergebnis der Prüfung teilt der zuständige Rechnungshof den Landtagen und den Landesregierungen der die Rundfunkanstalt tragenden Länder sowie der KEF mit und veröffentlicht ihn anschließend. ⁴Dabei hat der Rechnungshof darauf zu achten, dass die Wettbewerbsfähigkeit des geprüften Beteiligungsunternehmens nicht beeinträchtigt wird und insbesondere Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse gewahrt werden.

§ 38

Zulässige Produktplatzierung

¹Über die Anforderungen nach § 8 Abs. 7 Satz 2 hinaus ist Produktplatzierung in Kinofilmen, Filmen und Serien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung nur dann zulässig,

1. wenn diese nicht vom Veranstalter selbst oder von einem mit dem Veranstalter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurden 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.

²Keine Sendungen der leichten Unterhaltung sind insbesondere Sendungen, die neben unterhaltenden Elementen im Wesentlichen informierenden Charakter haben, und Ratgebersendungen mit Unterhaltungselementen.

§ 39

Dauer der Rundfunkwerbung, Sponsoring

(1) ¹Die Gesamtdauer der Rundfunkwerbung beträgt im Ersten Fernsehprogramm der ARD und im Programm „Zweites Deutsches Fernsehen“ jeweils höchstens 20 Minuten werktätlich im Jahresdurchschnitt. ²Nicht angerechnet werden auf die zulässigen Werbezeiten Sendezeiten mit Produktplatzierungen und Sponsorhinweise. ³Nicht vollständig genutzte Werbezeit darf höchstens bis zu fünf Minuten werktätlich nachgeholt werden. ⁴Nach 20.00 Uhr sowie an Sonntagen und im ganzen Bundesgebiet anerkannten Feiertagen dürfen Werbesendungen nicht ausgestrahlt werden. ⁵§ 46 bleibt unberührt.

(2) In weiteren Fernsehprogrammen von ARD und ZDF sowie in den Dritten Fernsehprogrammen findet Rundfunkwerbung nicht statt.

(3) Im Fernsehen darf die Dauer der Spotwerbung innerhalb eines Zeitraums von einer Stunde 20 vom Hundert nicht überschreiten.

(4) Hinweise der Rundfunkanstalten auf Sendungen, Rundfunkprogramme oder rundfunkähnliche Telemedien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Programmen und Sendungen abgeleitet sind, unentgeltliche Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit einschließlich von Spendenaufrufen zu Wohlfahrtszwecken, gesetzliche Pflichthinweise und neutrale

Einzelbilder zwischen redaktionellen Inhalten und Fernsehwerbe- oder Teleshoppingspots sowie zwischen einzelnen Spots gelten nicht als Werbung.

(5) Die Länder sind berechtigt, den Landesrundfunkanstalten bis zu 90 Minuten werktätlich im Jahresdurchschnitt Werbung im Hörfunk einzuräumen; ein am 1. Januar 1987 in den Ländern abweichender zeitlicher Umfang der Rundfunkwerbung und ihre tageszeitliche Begrenzung kann beibehalten werden.

(6) Sponsoring findet nach 20.00 Uhr sowie an Sonntagen und im ganzen Bundesgebiet anerkannten Feiertagen im Fernsehen nicht statt; dies gilt nicht für das Sponsoring der Übertragung von Großereignissen nach § 13 Abs. 2.

§ 40

Kommerzielle Tätigkeiten

(1) ¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio sind berechtigt, kommerzielle Tätigkeiten auszuüben. ²Kommerzielle Tätigkeiten sind Betätigungen, bei denen Leistungen auch für Dritte im Wettbewerb angeboten werden, insbesondere Werbung und Sponsoring, Verwertungsaktivitäten, Merchandising, Produktion für Dritte und die Vermietung von Senderstandorten an Dritte. ³Diese Tätigkeiten dürfen nur unter Marktbedingungen erbracht werden. ⁴Die kommerziellen Tätigkeiten sind durch rechtlich selbständige Tochtergesellschaften zu erbringen. ⁵Bei geringer Marktrelevanz kann eine kommerzielle Tätigkeit durch die Rundfunkanstalt selbst erbracht werden; in diesem Fall ist eine getrennte Buchführung vorzusehen. ⁶Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio haben sich bei den Beziehungen zu ihren kommerziell tätigen Tochterunternehmen marktkonform zu verhalten und die entsprechenden Bedingungen, wie bei einer kommerziellen Tätigkeit, auch ihnen gegenüber einzuhalten.

(2) ¹Die Tätigkeitsbereiche sind von den zuständigen Gremien der Rundfunkanstalten vor Aufnahme der Tätigkeit zu genehmigen. ²Die Prüfung umfasst folgende Punkte:

1. die Beschreibung der Tätigkeit nach Art und Umfang, die die Einhaltung der marktkonformen Bedingungen begründet (Marktkonformität) einschließlich eines Fremdvergleichs,
2. den Vergleich mit Angeboten privater Konkurrenten,
3. Vorgaben für eine getrennte Buchführung und
4. Vorgaben für eine effiziente Kontrolle.

§ 41

Beteiligung an Unternehmen

(1) ¹An einem Unternehmen, das einen gewerblichen oder sonstigen wirtschaftlichen Zweck zum Gegenstand hat, dürfen sich die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio unmittelbar oder mittelbar beteiligen, wenn

1. dies im sachlichen Zusammenhang mit ihren gesetzlichen Aufgaben steht,
2. das Unternehmen die Rechtsform einer juristischen Person besitzt und
3. die Satzung oder der Gesellschaftsvertrag des Unternehmens einen Aufsichtsrat oder ein entsprechendes Organ vorsieht.

²Die Voraussetzungen nach Satz 1 müssen nicht erfüllt sein, wenn die Beteiligung nur vorübergehend eingegangen wird und unmittelbaren Programmzwecken dient.

(2) ¹Bei Beteiligungsunternehmen haben sich die Rundfunkanstalten in geeigneter Weise den nötigen Einfluss auf die Geschäftsleitung des Unternehmens, insbesondere eine angemessene Vertretung im Aufsichtsgremium, zu sichern. ²Eine Prüfung der Betätigung der Anstalten bei dem Unternehmen unter Beachtung kaufmännischer Grundsätze durch einen Wirtschaftsprüfer ist auszubedingen.

(3) Die Absätze 1 und 2 gelten entsprechend für juristische Personen des Privatrechts, die von den Rundfunkanstalten gegründet werden und deren Geschäftsanteile sich ausschließlich in ihrer Hand befinden.

(4) Die Absätze 1 und 2 gelten entsprechend für Beteiligungen der Rundfunkanstalten an gemeinnützigen Rundfunkunternehmen und Pensionskassen.

§ 42

Kontrolle der Beteiligung an Unternehmen

(1) ¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio haben ein effektives Controlling über ihre Beteiligungen nach § 41 einzurichten. ²Der Intendant hat das jeweils zuständige Aufsichtsgremium der Rundfunkanstalt regelmäßig über die wesentlichen Vorgänge in den Beteiligungsunternehmen, insbesondere über deren finanzielle Entwicklung, zu unterrichten.

(2) ¹Der Intendant hat dem jeweils zuständigen Aufsichtsgremium jährlich einen Beteiligungsbericht vorzulegen. ²Dieser Bericht schließt folgende Bereiche ein:

1. die Darstellung sämtlicher unmittelbarer und mittelbarer Beteiligungen und ihrer wirtschaftlichen Bedeutung für die Rundfunkanstalt,
2. die gesonderte Darstellung der Beteiligungen mit kommerziellen Tätigkeiten und den Nachweis der Erfüllung der staatsvertraglichen Vorgaben für kommerzielle Tätigkeiten und
3. die Darstellung der Kontrolle der Beteiligungen einschließlich von Vorgängen mit besonderer Bedeutung.

³Der Bericht ist den jeweils zuständigen Rechnungshöfen und der rechtsaufsichtsführenden Landesregierung zu übermitteln.

(3) ¹Die für die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio zuständigen Rechnungshöfe prüfen die Wirtschaftsführung bei solchen Unternehmen des Privatrechts, an denen die Anstalten unmittelbar, mittelbar, auch zusammen mit anderen Anstalten oder Körperschaften des öffentlichen Rechts, mit Mehrheit beteiligt sind und deren Gesellschaftsvertrag oder Satzung diese Prüfungen durch die Rechnungshöfe vorsieht. ²Die Anstalten sind verpflichtet, für die Aufnahme der erforderlichen Regelungen in den Gesellschaftsvertrag oder die Satzung des Unternehmens zu sorgen.

(4) Sind mehrere Rechnungshöfe für die Prüfung zuständig, können sie die Prüfung einem dieser Rechnungshöfe übertragen.

§ 43

Kontrolle der kommerziellen Tätigkeiten

(1) ¹Bei Mehrheitsbeteiligungen im Sinne von § 42 Abs. 3 der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF und des Deutschlandradios oder bei Gesellschaften, bei denen ein Prüfungsrecht der zuständigen Rechnungshöfe besteht, sind die Rundfunkanstalten zusätzlich zu den allgemein bestehenden Prüfungsrechten der Rechnungshöfe verpflichtet darauf hinzuwirken, dass die Beteiligungsunternehmen den jährlichen Abschlussprüfer nur im Einvernehmen mit den zuständigen Rechnungshöfen bestellen. ²Die Rundfunkanstalten haben dafür Sorge zu tragen, dass das Beteiligungsunternehmen vom Abschlussprüfer im Rahmen der Prüfung des Jahresabschlusses auch die Marktkonformität seiner kommerziellen Tätigkeiten auf der Grundlage zusätzlicher von den jeweils zuständigen Rechnungshöfen festzulegender Fragestellungen prüfen lässt und den Abschlussprüfer ermächtigt, das Ergebnis der Prüfung zusammen mit dem Abschlussbericht den zuständigen Rechnungshöfen mitzuteilen. ³Diese Fragestellungen werden von dem für die Prüfung zuständigen Rechnungshof festgelegt und umfassen insbesondere den Nachweis der Einhaltung der staatsvertraglichen Vorgaben für kommerzielle Aktivitäten. ⁴Die Rundfunkanstalten sind verpflichtet, für die Aufnahme der erforderlichen Regelungen in den Gesellschaftsvertrag oder die Satzung des Beteiligungsunternehmens zu sorgen. ⁵Die Wirtschaftsprüfer testieren den Jahresabschluss der Beteiligungsunternehmen und berichten den zuständigen Rechnungshöfen auch hinsichtlich der in Satz 2 und 3 genannten Fragestellungen. ⁶Sie teilen das Ergebnis und den Abschlussbericht den zuständigen Rechnungshöfen mit. ⁷Die zuständigen Rechnungshöfe werten die Prüfung aus und können in jedem Einzelfall selbst Prüfmaßnahmen bei den betreffenden Beteiligungsunternehmen ergreifen. ⁸Die durch die ergänzenden Prüfungen zusätzlich entstehenden Kosten tragen die jeweiligen Beteiligungsunternehmen.

(2) ¹Bei kommerziellen Tätigkeiten mit geringer Marktrelevanz nach § 40 Abs. 1 Satz 5 sind die Rundfunkanstalten auf Anforderung des zuständigen Rechnungshofes verpflichtet, für ein dem Absatz 1 Satz 2, 3 und 5 bis 8 entsprechendes Verfahren Sorge zu tragen. ²Werden Verstöße gegen die Bestimmungen zur Marktkonformität bei Prüfungen von Beteiligungsunternehmen oder der Rundfunkanstalten selbst festgestellt, findet auf die Mitteilung des Ergebnisses § 37 Anwendung.

§ 44

Haftung für kommerziell tätige Beteiligungsunternehmen

Für kommerziell tätige Beteiligungsunternehmen dürfen die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio keine Haftung übernehmen.

§ 45 Richtlinien

¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF erlassen Richtlinien zur Durchführung der §§ 8 bis 11, 38 und 39. ²In der Richtlinie zu § 11 sind insbesondere die Bedingungen zur Teilnahme Minderjähriger näher zu bestimmen. ³Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF stellen hierzu das Benehmen mit den Landesmedienanstalten her und führen einen gemeinsamen Erfahrungsaustausch in der Anwendung dieser Richtlinien durch. ⁴In der Richtlinie zu § 8 Abs. 7 und § 38 ist näher zu bestimmen, unter welchen Voraussetzungen, in welchen Formaten und in welchem Umfang unentgeltliche Produktplatzierung stattfinden kann, wie die Unabhängigkeit der Produzenten und Redaktionen gesichert und eine ungebührliche Herausstellung des Produkts vermieden wird. ⁵Die Sätze 1 bis 4 gelten für die Richtlinien des Deutschlandradios zur Durchführung der §§ 8, 11 und 38 entsprechend.

§ 46 Änderung der Werbung

Die Länder können Änderungen der Gesamtdauer der Werbung, der tageszeitlichen Begrenzung der Werbung und ihrer Beschränkung auf Werktage im öffentlich-rechtlichen Rundfunk vereinbaren.

§ 47 Ausschluss von Teleshopping

Teleshopping findet mit Ausnahme von Teleshopping-Spots im öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht statt.

§ 48 Versorgungsauftrag

¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio können ihrem gesetzlichen Auftrag durch Nutzung geeigneter Übertragungswege nachkommen. ²Bei der Auswahl des Übertragungswegs sind die Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit zu beachten. ³Die analoge Verbreitung bisher ausschließlich digital verbreiteter Programme ist unzulässig.

§ 49 Veröffentlichung von Beanstandungen

Die zuständigen Aufsichtsgremien der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF und des Deutschlandradios können vom Intendanten verlangen, dass er bei Rechtsverstößen Beanstandungen der Gremien im Programm veröffentlicht.

IV. Abschnitt Besondere Bestimmungen für den privaten Rundfunk

1. Unterabschnitt Anwendungsbereich, Programmgrundsätze

§ 50 Anwendungsbereich

¹Die §§ 51, 53 bis 68 gelten nur für bundesweit ausgerichtete Angebote. ²Die §§ 52 bis 55 Abs. 1 und § 58 gelten auch für Teleshoppingkanäle. ³Eine abweichende Regelung durch Landesrecht ist nicht zulässig. ⁴Die Entscheidungen der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK, § 104 Abs. 2 Satz 1 Nr. 3) 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.

§ 51 Programmgrundsätze

(1) ¹Für die Rundfunkprogramme gilt die verfassungsmäßige Ordnung. ²Die Rundfunkprogramme haben die Würde des Menschen sowie die sittlichen, religiösen und weltanschaulichen Überzeugungen anderer zu achten. ³Sie sollen die Zusammengehörigkeit im vereinten Deutschland sowie die internationale Verständigung fördern und auf ein diskriminierungsfreies Miteinander hinwirken. ⁴Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre sind einzuhalten.

(2) Die Rundfunkvollprogramme sollen zur Darstellung der Vielfalt im deutschsprachigen und europäischen Raum mit einem angemessenen Anteil an Information, Kultur und Bildung beitragen; die Möglichkeit, Spartenprogramme anzubieten, bleibt hiervon unberührt.

2. Unterabschnitt Zulassung

§ 52 Grundsatz

(1) ¹Private Veranstalter bedürfen zur Veranstaltung von Rundfunkprogrammen einer Zulassung. ²§ 54 bleibt unberührt. ³Die Zulassung eines Veranstalters nicht bundesweit ausgerichteten Rundfunks richtet sich nach Landesrecht. ⁴Für die Zulassung eines Veranstalters bundesweit ausgerichteten Rundfunks gelten die Vorschriften dieses Unterabschnitts; im Übrigen gilt Landesrecht.

(2) ¹Die 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 über das grenzüberschreitende Fernsehen** ratifiziert hat und
2. der Veranstalter sich zu dem Zweck in 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.

²Statt der Versagung oder des Widerrufs der Zulassung kann diese auch mit Nebenbestimmungen versehen werden, soweit dies ausreicht, die Umgehung nach Satz 1 auszuschließen.

§ 53 Erteilung einer Zulassung für Veranstalter von bundesweit ausgerichtetem 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 Deutschland, einem sonstigen Mitgliedstaat der Europäischen Union oder einem anderen Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum hat und gerichtlich verfolgt werden kann und
6. die Gewähr dafür bietet, dass sie unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften und der auf dieser Grundlage erlassenen Verwaltungsakte Rundfunk veranstaltet.

(2) ¹Die Voraussetzungen nach Absatz 1 Nr. 1 bis 3 und Nr. 6 müssen bei juristischen Personen von den gesetzlichen oder satzungsmäßigen Vertretern erfüllt sein. ²Einem 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) ¹Eine 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. ²Gleiches gilt für Unternehmen, die im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens im Sinne des § 15 des Aktiengesetzes zu den in Satz 1 Genannten stehen.

³Die Sätze 1 und 2 gelten für ausländische öffentliche oder staatliche Stellen entsprechend.

§ 54

Zulassungsfreie Rundfunkprogramme

(1) ¹Keiner Zulassung bedürfen Rundfunkprogramme,

1. die nur geringe Bedeutung für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung entfalten, oder
2. die im Durchschnitt von sechs Monaten weniger als 20.000 gleichzeitige Nutzer erreichen oder in ihrer prognostizierten Entwicklung erreichen werden.

²Die zuständige Landesmedienanstalt bestätigt die Zulassungsfreiheit auf Antrag durch Unbedenklichkeitsbescheinigung.

(2) Die Landesmedienanstalten regeln das Nähere zur Konkretisierung der Zulassungsfreiheit nach Absatz 1 durch Satzung.

(3) Vor dem Inkrafttreten dieses Staatsvertrages angezeigte, ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme gelten als zugelassene Programme nach § 52.

(4) ¹Auf zulassungsfreie Rundfunkprogramme finden die Vorschriften der §§ 15, 57 und 68 keine Anwendung. ²§ 53 findet mit Ausnahme seines Absatzes 1 Nr. 1 entsprechende Anwendung. ³Die zuständige Landesmedienanstalt kann von Veranstaltern von Rundfunkprogrammen im Sinne des Absatzes 1 die in den §§ 55 und 56 genannten Informationen und Unterlagen verlangen.

§ 55

Grundsätze für das Zulassungsverfahren

(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 § 62 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 der 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 Sinne des § 62 Beteiligten bestehen und sich auf die gemeinsame Veranstaltung von Rundfunk sowie auf Treuhandverhältnisse und nach den §§ 60 und 62 erhebliche Beziehungen beziehen,
5. eine schriftliche Erklärung des Antragstellers, dass die nach den Nummern 1 bis 4 vorgelegten Unterlagen und Angaben vollständig sind.

(3) ¹Ist für die Prüfung im Rahmen des Zulassungsverfahrens ein Sachverhalt bedeutsam, der sich auf Vorgänge außerhalb des Geltungsbereichs dieses Staatsvertrages bezieht, hat der Antragsteller diesen Sachverhalt aufzuklären und die erforderlichen Beweismittel zu beschaffen. ²Er hat dabei alle für ihn bestehenden rechtlichen und tatsächlichen Möglichkeiten auszuschöpfen. ³Der 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 § 62 beteiligt sind oder zu ihm im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens stehen oder sonstige Einflüsse im Sinne der §§ 60 und 62 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) ¹Die 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. ²Die Absätze 1 bis 5 finden entsprechende Anwendung. ³§ 63 bleibt unberührt.

(7) Unbeschadet anderweitiger Anzeigepflichten sind der Veranstalter und die an ihm unmittelbar oder mittelbar im Sinne von § 62 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 § 62 maßgeblichen Beteiligungs- und Zurechnungstatbeständen eine Veränderung eingetreten ist.

§ 56

Auskunftsrechte und Ermittlungsbefugnisse

(1) ¹Die zuständige Landesmedienanstalt kann alle Ermittlungen durchführen und alle Beweise erheben, die zur Erfüllung ihrer sich aus den §§ 60 bis 67 und 120 ergebenden Aufgaben erforderlich sind. ²Sie bedient sich der Beweismittel, die sie nach pflichtgemäßem Ermessen zur Ermittlung des Sachverhalts für erforderlich hält. ³Sie kann insbesondere

1. Auskünfte einholen,
2. Beteiligte im Sinne des § 13 des Verwaltungsverfahrensgesetzes anhören, Zeugen und Sachverständige vernehmen oder die schriftliche Äußerung von Beteiligten, Sachverständigen und Zeugen einholen,
3. Urkunden und Akten beiziehen,
4. den Augenschein einnehmen.

⁴Andere Personen als die Beteiligten sollen erst dann zur Auskunft herangezogen werden, wenn die Sachverhaltsaufklärung durch die Beteiligten nicht zum Ziel führt oder keinen Erfolg verspricht.

(2) ¹Für Zeugen und Sachverständige besteht eine Pflicht zur Aussage oder zur Erstattung von Gutachten. ²Die Vorschriften der Zivilprozessordnung über die Pflicht, als Zeuge auszusagen oder als Sachverständiger ein Gutachten zu erstatten, über die Ablehnung von Sachverständigen sowie über die Vernehmung von Angehörigen des öffentlichen Dienstes als Zeugen oder Sachverständige gelten entsprechend. ³Die Entschädigung der Zeugen und Sachverständigen erfolgt in entsprechender Anwendung des Justizvergütungs- und -entschädigungsgesetzes.

(3) ¹Zur Glaubhaftmachung der Vollständigkeit und Richtigkeit der Angaben darf die zuständige Landesmedienanstalt die Vorlage einer eidesstattlichen Versicherung von denjenigen verlangen, die nach § 55 Abs. 1 und 4 auskunfts- und vorlagepflichtig sind. ²Eine Versicherung an Eides statt soll nur gefordert werden, wenn andere Mittel zur Erforschung der Wahrheit nicht vorhanden sind, zu keinem Ergebnis geführt haben oder einen unverhältnismäßigen Aufwand erfordern.

(4) ¹Die von der zuständigen Landesmedienanstalt mit der Durchführung der sich aus den §§ 60 bis 67 und § 120 ergebenden Aufgaben betrauten Personen dürfen während der üblichen Geschäfts- und Arbeitszeiten die Geschäftsräume und -grundstücke der in § 55 Abs. 1, 3 und 4 genannten Personen und Personengesellschaften betreten und die in Absatz 5 genannten Unterlagen einsehen und prüfen. ²Das Grundrecht des Artikels 13 des Grundgesetzes wird insoweit eingeschränkt.

(5) ¹Die in § 55 Abs. 1, 3 und 4 genannten Personen oder Personengesellschaften haben auf Verlangen Aufzeichnungen, Bücher, Geschäftspapiere und andere Urkunden, die für die Anwendung der §§ 60 bis 67 und § 120 erheblich sein können, vorzulegen, Auskünfte zu erteilen und die sonst zur Durchführung der Maßnahmen nach Absatz 4 erforderlichen Hilfsdienste zu leisten. ²Vorkehrungen, die die Maßnahmen hindern oder erschweren, sind unzulässig.

(6) Der zur Erteilung einer Auskunft Verpflichtete kann die Auskunft auf solche Fragen verweigern, deren Beantwortung ihn selbst oder einen der in § 383 Abs. 1 Nr. 1 bis 3 der Zivilprozessordnung bezeichneten Angehörigen der Gefahr strafrechtlicher Verfolgung oder eines Verfahrens nach dem Gesetz über Ordnungswidrigkeiten aussetzen würde.

(7) ¹Durchsuchungen dürfen nur aufgrund einer Anordnung des Amtsrichters, in dessen Bezirk die Durchsuchung erfolgen soll, vorgenommen werden. ²Bei Gefahr im Verzug können die in Absatz 4 bezeichneten betrauten Personen während der Geschäftszeit die erforderlichen Durchsuchungen ohne richterliche Anordnung vornehmen. ³An Ort und Stelle ist eine Niederschrift über Grund, Zeit und Ort der Durchsuchung und ihr wesentliches Ergebnis aufzunehmen, aus der sich, falls keine richterliche Anordnung ergangen ist, auch die Tatsachen ergeben, die zur Annahme einer Gefahr im Verzug geführt

haben.

(8) ¹Der Inhaber der tatsächlichen Gewalt über die zu durchsuchenden Räume darf der Durchsuchung beiwohnen. ²Ist er abwesend, soll sein Vertreter oder ein anderer Zeuge hinzugezogen werden. ³Dem Inhaber der tatsächlichen Gewalt über die durchsuchten Räume oder seinem Vertreter ist auf Verlangen eine Durchschrift der in Absatz 7 Satz 3 genannten Niederschrift zu erteilen.

§ 57

Publizitätspflicht und sonstige Vorlagepflichten

(1) ¹Jeder Veranstalter hat unabhängig von seiner Rechtsform jährlich nach Maßgabe der Vorschriften des Handelsgesetzbuches, die für große Kapitalgesellschaften gelten, einen Jahresabschluss samt Anhang und einen Lagebericht spätestens bis zum Ende des neunten auf das Ende des Geschäftsjahres folgenden Monats zu erstellen und bekannt zu machen. ²Satz 1 findet auf an dem Veranstalter unmittelbar Beteiligte, denen das Programm des Veranstalters nach § 62 Abs. 1 Satz 1, und mittelbar Beteiligte, denen das Programm nach § 62 Abs. 1 Satz 2 zuzurechnen ist, entsprechende Anwendung.

(2) Innerhalb derselben Frist hat der Veranstalter eine Aufstellung der Programmbezugsquellen für den Berichtszeitraum der zuständigen Landesmedienanstalt vorzulegen.

§ 58

Vertraulichkeit

Jenseits des Anwendungsbereichs der Verordnung (EU) 2016/679 dürfen Angaben über persönliche und sachliche Verhältnisse einer natürlichen oder juristischen Person oder einer Personengesellschaft sowie Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse, die den Landesmedienanstalten, ihren Organen, ihren Bediensteten oder von ihnen beauftragten Dritten im Rahmen der Durchführung ihrer Aufgaben anvertraut oder sonst bekannt geworden sind, nicht unbefugt offenbart werden.

3. Unterabschnitt

Sicherung der Meinungsvielfalt

§ 59

Meinungsvielfalt, regionale Fenster

(1) ¹Im privaten Rundfunk ist inhaltlich die Vielfalt der Meinungen im Wesentlichen zum Ausdruck zu bringen. ²Die bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Kräfte und Gruppen müssen in den Vollprogrammen angemessen zu Wort kommen; Auffassungen von Minderheiten sind zu berücksichtigen. ³Die Möglichkeit, Spartenprogramme anzubieten, bleibt hiervon unberührt.

(2) Ein einzelnes Programm darf die Bildung der öffentlichen Meinung nicht in hohem Maße ungleichgewichtig beeinflussen.

(3) ¹Im Rahmen des Zulassungsverfahrens soll die Landesmedienanstalt darauf hinwirken, dass an dem Veranstalter auch Interessenten mit kulturellen Programmbeiträgen beteiligt werden. ²Ein Rechtsanspruch auf Beteiligung besteht nicht.

(4) ¹In den beiden bundesweit verbreiteten reichweitenstärksten Fernsehvollprogrammen sind mindestens im zeitlichen und regional differenzierten Umfang der Programmaktivitäten zum 1. Juli 2002 nach Maßgabe des jeweiligen Landesrechts Fensterprogramme zur aktuellen und authentischen Darstellung der Ereignisse des politischen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Lebens in dem jeweiligen Land aufzunehmen. ²Der Hauptprogrammveranstalter hat organisatorisch sicherzustellen, dass die redaktionelle Unabhängigkeit des Fensterprogrammveranstalters gewährleistet ist. ³Dem Fensterprogrammveranstalter ist eine gesonderte Zulassung zu erteilen. ⁴Fensterprogrammveranstalter und Hauptprogrammveranstalter sollen zueinander nicht im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens nach § 62 stehen, es sei denn, zum 31. Dezember 2009 bestehende landesrechtliche Regelungen stellen die Unabhängigkeit in anderer Weise sicher. ⁵Zum 31. Dezember 2009 bestehende Zulassungen bleiben unberührt. ⁶Eine Verlängerung ist zulässig. ⁷Mit der Organisation der Fensterprogramme ist zugleich deren Finanzierung durch den Hauptprogrammveranstalter sicherzustellen. ⁸Die Landesmedienanstalten stimmen die Organisation der Fensterprogramme in zeitlicher und technischer Hinsicht unter Berücksichtigung der Interessen der betroffenen Veranstalter ab.

§ 60

Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen

(1) Ein Unternehmen (natürliche oder juristische Person oder Personenvereinigung) darf in Deutschland selbst oder durch ihm zurechenbare Unternehmen bundesweit im Fernsehen eine unbegrenzte Anzahl von Programmen veranstalten, es sei denn, es erlangt dadurch vorherrschende Meinungsmacht nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen.

(2) ¹Erreichen die einem Unternehmen zurechenbaren Programme im Durchschnitt eines Jahres einen Zuschaueranteil von 30 vom Hundert, so wird vermutet, dass vorherrschende Meinungsmacht gegeben ist. ²Gleiches gilt bei Erreichen eines Zuschaueranteils von 25 vom Hundert, sofern das Unternehmen auf einem medienrelevanten verwandten Markt eine marktbeherrschende Stellung hat oder eine Gesamtbeurteilung seiner Aktivitäten im Fernsehen und auf medienrelevanten verwandten Märkten ergibt, dass der dadurch erzielte Meinungseinfluss dem eines Unternehmens mit einem Zuschaueranteil von 30 vom Hundert im Fernsehen entspricht. ³Bei der Berechnung des nach Satz 2 maßgeblichen Zuschaueranteils kommen vom tatsächlichen Zuschaueranteil zwei Prozentpunkte in Abzug, wenn in dem dem Unternehmen zurechenbaren Vollprogramm mit dem höchsten Zuschaueranteil Fensterprogramme gemäß § 59 Abs. 4 aufgenommen sind; bei gleichzeitiger Aufnahme von Sendezeit für Dritte nach Maßgabe des Absatzes 5 kommen vom tatsächlichen Zuschaueranteil weitere drei Prozentpunkte in Abzug.

(3) Hat ein Unternehmen mit den ihm zurechenbaren Programmen vorherrschende Meinungsmacht erlangt, darf für weitere diesem Unternehmen zurechenbare Programme keine Zulassung erteilt oder der Erwerb weiterer zurechenbarer Beteiligungen an Veranstaltern nicht als unbedenklich bestätigt werden.

(4) ¹Hat ein Unternehmen mit den ihm zurechenbaren Programmen vorherrschende Meinungsmacht erlangt, schlägt die zuständige Landesmedienanstalt durch die KEK dem Unternehmen folgende Maßnahmen vor:

1. das Unternehmen kann ihm zurechenbare Beteiligungen an Veranstaltern aufgeben, bis der zurechenbare Zuschaueranteil des Unternehmens hierdurch unter die Grenze nach Absatz 2 Satz 1 fällt, oder
2. es kann im Falle des Absatzes 2 Satz 2 seine Marktstellung auf medienrelevanten verwandten Märkten vermindern oder ihm zurechenbare Beteiligungen an Veranstaltern aufgeben, bis keine vorherrschende Meinungsmacht nach Absatz 2 Satz 2 mehr gegeben ist, oder
3. es kann bei ihm zurechenbaren Veranstaltern vielfaltssichernde Maßnahmen im Sinne der §§ 64 bis 66 ergreifen.

²Die KEK erörtert mit dem Unternehmen die in Betracht kommenden Maßnahmen mit dem Ziel, eine einvernehmliche Regelung herbeizuführen. ³Kommt keine Einigung zustande oder werden die einvernehmlich zwischen dem Unternehmen und der KEK vereinbarten Maßnahmen nicht in angemessener Frist durchgeführt, sind von der zuständigen Landesmedienanstalt nach Feststellung durch die KEK die Zulassungen von so vielen dem Unternehmen zurechenbaren Programmen zu widerrufen, bis keine vorherrschende Meinungsmacht durch das Unternehmen mehr gegeben ist. ⁴Die Auswahl trifft die KEK unter Berücksichtigung der Besonderheiten des Einzelfalles. ⁵Eine Entschädigung für Vermögensnachteile durch den Widerruf der Zulassung wird nicht gewährt.

(5) ¹Erreicht ein Veranstalter mit einem Vollprogramm oder einem Spartenprogramm mit Schwerpunkt Information im Durchschnitt eines Jahres einen Zuschaueranteil von 10 vom Hundert, hat er binnen sechs Monaten nach Feststellung und Mitteilung durch die zuständige Landesmedienanstalt Sendezeit für unabhängige Dritte nach Maßgabe von § 65 einzuräumen. ²Erreicht ein Unternehmen mit ihm zurechenbaren Programmen im Durchschnitt eines Jahres einen Zuschaueranteil von 20 vom Hundert, ohne dass eines der Vollprogramme oder Spartenprogramme mit Schwerpunkt Information einen Zuschaueranteil von zehn vom Hundert erreicht, trifft die Verpflichtung nach Satz 1 den Veranstalter des dem Unternehmen zurechenbaren Programms mit dem höchsten Zuschaueranteil. ³Trifft der Veranstalter die danach erforderlichen Maßnahmen nicht, ist von der zuständigen Landesmedienanstalt nach Feststellung durch die KEK die Zulassung zu widerrufen. ⁴Absatz 4 Satz 5 gilt entsprechend.

(6) ¹Die Landesmedienanstalten veröffentlichen gemeinsam alle drei Jahre oder auf Anforderung der Länder einen Bericht der KEK über die Entwicklung der Konzentration und über Maßnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk unter Berücksichtigung von

1. Verflechtungen zwischen Fernsehen und medienrelevanten verwandten Märkten,
2. horizontalen Verflechtungen zwischen Rundfunkveranstaltern in verschiedenen Verbreitungsgebieten und

3. internationalen Verflechtungen im Medienbereich.

²Der Bericht soll auch zur Anwendung der §§ 60 bis 66 und zu erforderlichen Änderungen dieser Bestimmungen Stellung nehmen.

(7) ¹Die Landesmedienanstalten veröffentlichen jährlich eine von der KEK zu erstellende Programmliste. ²In die Programmliste sind alle Programme, ihre Veranstalter und deren Beteiligte aufzunehmen.

§ 61

Bestimmung der Zuschaueranteile

(1) ¹Die Landesmedienanstalten ermitteln durch die KEK den Zuschaueranteil der jeweiligen Programme unter Einbeziehung aller deutschsprachigen Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und des bundesweit empfangbaren privaten Rundfunks. ²Für Entscheidungen maßgeblich ist der bei Einleitung des Verfahrens im Durchschnitt der letzten zwölf Monate erreichte Zuschaueranteil der einzubeziehenden Programme.

(2) ¹Die Landesmedienanstalten beauftragen nach Maßgabe einer Entscheidung der KEK ein Unternehmen zur Ermittlung der Zuschaueranteile; die Vergabe des Auftrags erfolgt nach den Grundsätzen von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit. ²Die Ermittlung muss aufgrund repräsentativer Erhebungen bei Zuschauern ab Vollendung des dritten Lebensjahres nach allgemein anerkannten wissenschaftlichen Methoden durchgeführt werden. ³Die Landesmedienanstalten sollen mit dem Unternehmen vereinbaren, dass die anlässlich der Ermittlung der Zuschaueranteile nach Absatz 1 Satz 1 erhobenen Daten vertraglich auch von Dritten genutzt werden können. ⁴In diesem Fall sind die auf die Landesmedienanstalten entfallenden Kosten entsprechend zu mindern.

(3) ¹Die Veranstalter sind bei der Ermittlung der Zuschaueranteile zur Mitwirkung verpflichtet. ²Kommt ein Veranstalter seiner Mitwirkungspflicht nicht nach, kann die Zulassung widerrufen werden.

§ 62

Zurechnung von Programmen

(1) ¹Einem Unternehmen sind sämtliche Programme zuzurechnen, die es selbst veranstaltet oder die von einem anderen Unternehmen veranstaltet werden, an dem es unmittelbar mit 25 vom Hundert oder mehr an dem Kapital oder an den Stimmrechten beteiligt ist. ²Ihm sind ferner alle Programme von Unternehmen zuzurechnen, an denen es mittelbar beteiligt ist, sofern diese Unternehmen zu ihm im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens im Sinne von § 15 des Aktiengesetzes stehen und diese Unternehmen am Kapital oder an den Stimmrechten eines Veranstalters mit 25 vom Hundert oder mehr beteiligt sind. ³Die im Sinne der Sätze 1 und 2 verbundenen Unternehmen sind als einheitliche Unternehmen anzusehen, und deren Anteile am Kapital oder an den Stimmrechten sind zusammenzufassen. ⁴Wirken mehrere Unternehmen aufgrund einer Vereinbarung oder in sonstiger Weise derart zusammen, dass sie gemeinsam einen beherrschenden Einfluss auf ein beteiligtes Unternehmen ausüben können, so gilt jedes von ihnen als herrschendes Unternehmen.

(2) ¹Einer Beteiligung nach Absatz 1 steht gleich, wenn ein Unternehmen allein oder gemeinsam mit anderen auf einen Veranstalter einen vergleichbaren Einfluss ausüben kann. ²Als vergleichbarer Einfluss gilt auch, wenn ein Unternehmen oder ein ihm bereits aus anderen Gründen nach Absatz 1 oder Absatz 2 Satz 1 zurechenbares Unternehmen

1. regelmäßig einen wesentlichen Teil der Sendezeit eines Veranstalters mit von ihm zugelieferten Programmteilen gestaltet oder
2. aufgrund vertraglicher Vereinbarungen, satzungsrechtlicher Bestimmungen oder in sonstiger Weise eine Stellung innehat, die wesentliche Entscheidungen eines Veranstalters über die Programmgestaltung, den Programmeinkauf oder die Programmproduktion von seiner Zustimmung abhängig macht.

(3) Bei der Zurechnung nach den Absätzen 1 und 2 sind auch Unternehmen einzubeziehen, die ihren Sitz außerhalb des Geltungsbereichs dieses Staatsvertrages haben.

(4) ¹Bei der Prüfung und Bewertung vergleichbarer Einflüsse auf einen Veranstalter sind auch bestehende Angehörigenverhältnisse einzubeziehen. ²Hierbei finden die Grundsätze des Wirtschafts- und Steuerrechts Anwendung.

§ 63**Veränderung von Beteiligungsverhältnissen**

¹Jede geplante Veränderung von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen ist bei der zuständigen Landesmedienanstalt vor ihrem Vollzug schriftlich anzumelden. ²Anmeldepflichtig sind der Veranstalter und die an dem Veranstalter unmittelbar oder mittelbar im Sinne von § 62 Beteiligten. ³Die Veränderungen dürfen nur dann von der zuständigen Landesmedienanstalt als unbedenklich bestätigt werden, wenn unter den veränderten Voraussetzungen eine Zulassung erteilt werden könnte. ⁴Wird eine geplante Veränderung vollzogen, die nicht nach Satz 3 als unbedenklich bestätigt werden kann, ist die Zulassung zu widerrufen. ⁵Für den Widerruf gilt § 108 Abs. 2 und 3. ⁶Für geringfügige Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen kann die KEK durch Richtlinien Ausnahmen für die Anmeldepflicht vorsehen.

§ 64**Vielfaltssichernde Maßnahmen**

Stellen die vorgenannten Vorschriften auf vielfaltssichernde Maßnahmen bei einem Veranstalter oder Unternehmen ab, gelten als solche Maßnahmen:

1. die Einräumung von Sendezeit für unabhängige Dritte (§ 65),
2. die Einrichtung eines Programmbeirats (§ 66).

§ 65**Sendezeit für unabhängige Dritte**

(1) ¹Ein Fensterprogramm, das aufgrund der Verpflichtung zur Einräumung von Sendezeit nach den vorstehenden Bestimmungen ausgestrahlt wird, muss unter Wahrung der Programmautonomie des Hauptveranstalters einen zusätzlichen Beitrag zur Vielfalt in dessen Programm, insbesondere in den Bereichen Kultur, Bildung und Information, leisten. ²Die Gestaltung des Fensterprogramms hat in redaktioneller Unabhängigkeit vom Hauptprogramm zu erfolgen.

(2) ¹Die Dauer des Fensterprogramms muss wöchentlich mindestens 260 Minuten, davon mindestens 75 Minuten in der Sendezeit von 19.00 Uhr bis 23.30 Uhr betragen. ²Auf die wöchentliche Sendezeit werden Regionalfensterprogramme bis höchstens 150 Minuten pro Woche mit höchstens 80 Minuten pro Woche auf die Drittsendezeit außerhalb der in Satz 1 genannten Sendezeit angerechnet; bei einer geringeren wöchentlichen Sendezeit für das Regionalfenster vermindert sich die anrechenbare Sendezeit von 80 Minuten entsprechend. ³Die Anrechnung ist nur zulässig, wenn die Regionalfensterprogramme in redaktioneller Unabhängigkeit veranstaltet werden und insgesamt bundesweit mindestens 50 vom Hundert der Fernsehhaushalte erreichen. ⁴Eine Unterschreitung dieser Reichweite ist im Zuge der Digitalisierung der Übertragungswege zulässig.

(3) ¹Der Fensterprogrammanbieter nach Absatz 1 darf nicht in einem rechtlichen Abhängigkeitsverhältnis zum Hauptprogrammveranstalter stehen. ²Rechtliche Abhängigkeit im Sinne von Satz 1 liegt vor, wenn das Hauptprogramm und das Fensterprogramm nach § 62 demselben Unternehmen zugerechnet werden können.

(4) ¹Ist ein Hauptprogrammveranstalter zur Einräumung von Sendezeit für unabhängige Dritte verpflichtet, schreibt die zuständige Landesmedienanstalt nach Erörterung mit dem Hauptprogrammveranstalter das Fensterprogramm zur Erteilung einer Zulassung aus. ²Die zuständige Landesmedienanstalt überprüft die eingehenden Anträge auf ihre Vereinbarkeit mit den Bestimmungen dieses Staatsvertrages sowie der sonstigen landesrechtlichen Bestimmungen und teilt dem Hauptprogrammveranstalter die zulassungsfähigen Anträge mit. ³Sie erörtert mit dem Hauptprogrammveranstalter die Anträge mit dem Ziel, eine einvernehmliche Auswahl zu treffen. ⁴Kommt eine Einigung nicht zustande und liegen der zuständigen Landesmedienanstalt mehr als drei zulassungsfähige Anträge vor, unterbreitet der Hauptprogrammveranstalter der zuständigen Landesmedienanstalt einen Dreivorschlag. ⁵Die zuständige Landesmedienanstalt kann unter Vielfaltsgesichtspunkten bis zu zwei weitere Vorschläge hinzufügen, die sie erneut mit dem Hauptprogrammveranstalter mit dem Ziel, eine einvernehmliche Auswahl zu treffen, erörtert. ⁶Kommt eine Einigung nicht zustande, wählt sie aus den Vorschlägen denjenigen Bewerber aus, dessen Programm den größtmöglichen Beitrag zur Vielfalt im Programm des Hauptprogrammveranstalters erwarten lässt und erteilt ihm die Zulassung. ⁷Bei drei oder weniger Anträgen trifft die zuständige Landesmedienanstalt die Entscheidung unmittelbar.

(5) ¹Ist ein Bewerber für das Fensterprogramm nach Absatz 4 ausgewählt, schließen der Hauptprogrammveranstalter und der Bewerber eine Vereinbarung über die Ausstrahlung des Fensterprogramms im Rahmen des Hauptprogramms. ²In diese Vereinbarung ist insbesondere die Verpflichtung des Hauptprogrammveranstalters aufzunehmen, dem Fensterprogrammveranstalter eine ausreichende Finanzierung seines Programms zu ermöglichen. ³Die Vereinbarung muss ferner vorsehen, dass eine Kündigung während der Dauer der Zulassung nach Absatz 6 nur wegen schwerwiegender Vertragsverletzungen oder aus einem wichtigen Grund mit einer Frist von sechs Monaten zulässig ist.

(6) ¹Auf der Grundlage einer Vereinbarung zu angemessenen Bedingungen nach Absatz 5 ist dem Fensterprogrammveranstalter durch die zuständige Landesmedienanstalt die Zulassung zur Veranstaltung des Fensterprogramms zu erteilen. ²In die Zulassung des Haupt- und des Fensterprogrammveranstalters sind die wesentlichen Verpflichtungen aus der Vereinbarung nach Absatz 5 als Bestandteil der Zulassungen aufzunehmen. ³Eine Entschädigung für Vermögensnachteile durch den teilweisen Widerruf der Zulassung des Hauptprogrammveranstalters wird nicht gewährt. ⁴Die Zulassung für den Fensterprogrammveranstalter ist auf die Dauer von fünf Jahren zu erteilen; sie erlischt, wenn die Zulassung des Hauptprogrammveranstalters endet, nicht verlängert oder nicht neu erteilt wird.

§ 66 Programmbeirat

(1) ¹Der Programmbeirat hat die Programmverantwortlichen, die Geschäftsführung des Programmveranstalters und die Gesellschafter bei der Gestaltung des Programms zu beraten. ²Der Programmbeirat soll durch Vorschläge und Anregungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt und Pluralität des Programms (§ 59) beitragen. ³Mit der Einrichtung eines Programmbeirats durch den Veranstalter ist dessen wirksamer Einfluss auf das Fernsehprogramm durch Vertrag oder Satzung zu gewährleisten.

(2) ¹Die Mitglieder des Programmbeirats werden vom Veranstalter berufen. ²Sie müssen aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu gesellschaftlichen Gruppen in ihrer Gesamtheit die Gewähr dafür bieten, dass die wesentlichen Meinungen in der Gesellschaft vertreten sind.

(3) ¹Der Programmbeirat ist über alle Fragen, die das veranstaltete Programm betreffen, durch die Geschäftsführung zu unterrichten. ²Er ist bei wesentlichen Änderungen der Programmstruktur, der Programminhalte, des Programmschemas sowie bei programmbezogenen Anhörungen durch die zuständige Landesmedienanstalt und bei Programmbeschwerden zu hören.

(4) ¹Der Programmbeirat kann zur Erfüllung seiner Aufgaben Auskünfte von der Geschäftsführung verlangen und hinsichtlich des Programms oder einzelner Beiträge Beanstandungen gegenüber der Geschäftsführung aussprechen. ²Zu Anfragen und Beanstandungen hat die Geschäftsführung innerhalb angemessener Frist Stellung zu nehmen. ³Trägt sie den Anfragen und Beanstandungen zum Programm nach Auffassung des Programmbeirats nicht ausreichend Rechnung, kann er in dieser Angelegenheit einen Beschluss des Kontrollorgans über die Geschäftsführung, sofern ein solches nicht vorhanden ist der Gesellschafterversammlung, verlangen. ⁴Eine Ablehnung der Vorlage des Programmbeirats durch die Gesellschafterversammlung oder durch das Kontrollorgan über die Geschäftsführung bedarf einer Mehrheit von 75 vom Hundert der abgegebenen Stimmen.

(5) ¹Bei Änderungen der Programmstruktur, der Programminhalte oder des Programmschemas oder bei der Entscheidung über Programmbeschwerden ist vor der Entscheidung der Geschäftsführung die Zustimmung des Programmbeirats einzuholen. ²Wird diese verweigert oder kommt eine Stellungnahme binnen angemessener Frist nicht zustande, kann die Geschäftsführung die betreffende Maßnahme nur mit Zustimmung des Kontrollorgans über die Geschäftsführung, sofern ein solches nicht vorhanden ist, der Gesellschafterversammlung, für die eine Mehrheit von 75 vom Hundert der abgegebenen Stimmen erforderlich ist, treffen. ³Der Veranstalter hat das Ergebnis der Befassung des Programmbeirats oder der Entscheidung nach Satz 2 der zuständigen Landesmedienanstalt mitzuteilen.

(6) Handelt es sich bei dem Veranstalter, bei dem ein Programmbeirat eingerichtet werden soll, um ein einzelkaufmännisch betriebenes Unternehmen, gelten die Absätze 4 und 5 mit der Maßgabe, dass der Programmbeirat statt der Gesellschafterversammlung oder des Kontrollorgans über die Geschäftsführung die zuständige Landesmedienanstalt anrufen kann, die über die Maßnahme entscheidet.

§ 67 Richtlinien

¹Die Landesmedienanstalten erlassen gemeinsame Richtlinien zur näheren Ausgestaltung der §§ 59, 65

und 66. ²In den Richtlinien zu § 66 sind insbesondere Vorgaben über Berufung und Zusammensetzung des Programmbeirats zu machen.

§ 68 Sendezeit für Dritte

(1) Den Evangelischen Kirchen, der Katholischen Kirche und den Jüdischen Gemeinden sind auf Wunsch angemessene Sendezeiten zur Übertragung religiöser Sendungen einzuräumen; die Veranstalter können die Erstattung ihrer Selbstkosten verlangen.

(2) ¹Parteien ist während ihrer Beteiligung an den Wahlen zum Deutschen Bundestag gegen Erstattung der Selbstkosten angemessene Sendezeit einzuräumen, wenn mindestens eine Landesliste für sie zugelassen wurde. ²Ferner haben Parteien und sonstige politische Vereinigungen während ihrer Beteiligung an den Wahlen der Abgeordneten aus der Bundesrepublik Deutschland für das Europäische Parlament gegen Erstattung der Selbstkosten Anspruch auf angemessene Sendezeit, wenn mindestens ein Wahlvorschlag für sie zugelassen wurde.

4. Unterabschnitt Finanzierung, Werbung

§ 69 Finanzierung

¹Private Veranstalter können ihre Rundfunkprogramme durch Einnahmen aus Werbung, durch sonstige Einnahmen, insbesondere durch Entgelte der Teilnehmer (Abonnements oder Einzelentgelte), sowie aus eigenen Mitteln finanzieren. ²Eine Finanzierung privater Veranstalter aus dem Rundfunkbeitrag ist unzulässig. ³§ 112 bleibt unberührt.

§ 70 Dauer der Fernsehwerbung

(1) ¹Der Anteil an Sendezeit für Fernsehwerbespots und Teleshopping-Spots darf in den Zeiträumen von 6.00 Uhr bis 18.00 Uhr, von 18.00 Uhr bis 23.00 Uhr sowie von 23.00 Uhr bis 24.00 Uhr jeweils 20 vom Hundert dieses Zeitraums nicht überschreiten. ²Satz 1 gilt nicht für Produktplatzierungen und Sponsorhinweise.

(2) Hinweise des Rundfunkveranstalters auf eigene Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind, oder auf Sendungen, Rundfunkprogramme oder rundfunkähnliche Telemedien anderer Teile derselben Sendergruppe, unentgeltliche Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit einschließlich von Spendenaufrufen zu Wohlfahrtszwecken, 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 § 9 gelten nicht für reine Werbekanäle.

§ 71 Teleshopping-Fenster und Eigenwerbekanäle

(1) ¹Teleshopping-Fenster, die in einem Programm gesendet werden, das nicht ausschließlich für Teleshopping bestimmt ist, müssen eine Mindestdauer von 15 Minuten ohne Unterbrechung haben. ²Sie müssen optisch und akustisch klar als Teleshopping-Fenster gekennzeichnet sein.

(2) ¹Für Eigenwerbekanäle gelten die §§ 8 und 10 entsprechend. ²Die §§ 9 und 70 gelten nicht für Eigenwerbekanäle.

§ 72 Satzungen und Richtlinien

¹Die Landesmedienanstalten erlassen gemeinsame Satzungen oder Richtlinien zur Durchführung der §§ 8 bis 11, 70 und 71; in der Satzung oder Richtlinie zu § 11 sind insbesondere die Ahndung von Verstößen und die Bedingungen zur Teilnahme Minderjähriger näher zu bestimmen. ²Die Landesmedienanstalten stellen hierbei das Benehmen mit den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und

dem ZDF her und führen einen gemeinsamen Erfahrungsaustausch in der Anwendung dieser Richtlinien durch.

§ 73 Ausnahmen für regionale und lokale Fernsehprogramme

Für regionale und lokale Fernsehprogramme können von § 8 Absatz 4 Satz 2, § 9 Absatz 3 und § 70 Absatz 1 nach Landesrecht abweichende Regelungen getroffen werden.

V. Abschnitt Besondere Bestimmungen für einzelne Telemedien

1. Unterabschnitt Rundfunkähnliche Telemedien

§ 74 Werbung, Gewinnspiele

¹Für rundfunkähnliche Telemedien gelten die §§ 8, 10, 11 und 72 entsprechend. ²Für Angebote nach § 2 Abs. 3 und sonstige linear verbreitete fernsehähnliche Telemedien gelten die §§ 3 bis 16 und § 72 entsprechend.

§ 75 Kurzberichterstattung

Für fernsehähnliche Telemedien gilt § 14 entsprechend, wenn die gleiche Sendung von demselben Fernsehveranstalter zeitversetzt angeboten wird.

§ 76 Barrierefreiheit

Für fernsehähnliche Telemedien gilt § 7 entsprechend.

§ 77 Europäische Produktionen

¹Zur 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. ²Satz 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. ³Werke nach Satz 1 sind in den Katalogen herauszustellen. ⁴Die Landesmedienanstalten regeln die Einzelheiten zur Durchführung der Sätze 1 bis 3 durch eine gemeinsame Satzung.

2. Unterabschnitt Medienplattformen und Benutzeroberflächen

§ 78 Anwendungsbereich

¹Die nachstehenden Regelungen gelten für alle Medienplattformen und Benutzeroberflächen. ²Mit Ausnahme der §§ 79, 80, 86 Abs. 1 und § 109 gelten sie nicht für

1. infrastrukturegebundene Medienplattformen mit in der Regel weniger als 10.000 angeschlossenen Wohneinheiten und deren Benutzeroberflächen oder
2. nicht infrastrukturegebundene Medienplattformen und Benutzeroberflächen, die keine Benutzeroberflächen von Medienplattformen nach Nummer 1 sind, mit in der Regel weniger als

20.000 tatsächlichen täglichen Nutzern im Monatsdurchschnitt.

³Die Landesmedienanstalten legen in den Satzungen und Richtlinien nach § 88 unter Berücksichtigung der regionalen und lokalen Verhältnisse Kriterien für die Ermittlung der Schwellenwerte fest.

§ 79

Allgemeine Bestimmungen

(1) ¹Eine infrastrukturegebundene Medienplattform darf nur betreiben, wer den Anforderungen des § 53 Abs. 1 und 2 Satz 1 genügt. ²Im Übrigen hat ein Anbieter einer Medienplattform oder ein Anbieter einer Benutzeroberfläche oder ein von diesem jeweils benannter Bevollmächtigter die Anforderungen des § 53 Abs. 1 und 2 Satz 1 zu erfüllen.

(2) ¹Anbieter, die eine Medienplattform oder Benutzeroberfläche anbieten wollen, müssen dies mindestens einen Monat vor Inbetriebnahme der zuständigen Landesmedienanstalt anzeigen. ²Die Anzeige hat zu enthalten:

1. Angaben nach Absatz 1,
2. Angaben zur technischen und voraussichtlichen Nutzungsreichweite.

³Bei wesentlichen Änderungen gelten die Sätze 1 und 2 entsprechend.

(3) ¹Für die Angebote in Medienplattformen und Benutzeroberflächen gilt die verfassungsmäßige Ordnung. ²Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre sind einzuhalten.

(4) ¹Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen sind für eigene Angebote verantwortlich. ²Bei 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. ³Sind 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.

§ 80

Signalintegrität, Überlagerungen und Skalierungen

(1) Ohne Einwilligung des jeweiligen Rundfunkveranstalters oder Anbieters rundfunkähnlicher Telemedien dürfen dessen Rundfunkprogramme, einschließlich des HbbTV-Signals, rundfunkähnliche Telemedien oder Teile davon

1. inhaltlich und technisch nicht verändert,
2. 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
3. nicht in Angebotspakete aufgenommen oder in anderer Weise entgeltlich oder unentgeltlich vermarktet oder öffentlich zugänglich gemacht

werden.

(2) ¹Abweichend von Absatz 1 Nr. 1 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. ²Abweichend von Absatz 1 Nr. 2 sind Überlagerungen oder Skalierungen zulässig zum Zweck der Inanspruchnahme von Diensten der Individualkommunikation oder wenn sie durch den Nutzer im Einzelfall veranlasst sind.

³Satz 2 gilt nicht für Überlagerung oder Skalierungen zum Zweck der Werbung, es sei denn, es handelt sich um Empfehlungen oder Hinweise auf Inhalte von Rundfunkprogrammen oder rundfunkähnliche Telemedien.

(3) Bei einer Überlagerung oder Skalierung zum Zweck der Werbung finden außer in den Fällen des Absatzes 2 Satz 2 die für das überlagerte oder skalierte Angebot geltenden Beschränkungen entsprechende Anwendung.

§ 81

Belegung von Medienplattformen

(1) Für infrastrukturegebundene Medienplattformen gelten die nachfolgenden Bestimmungen.

(2) ¹Der Anbieter einer Medienplattform

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 bundesweiten gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme sowie für die Dritten Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einschließlich programmbegleitender Dienste zur Verfügung stehen; für 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 § 59 enthalten, einschließlich programmbegleitender Dienste, zur Verfügung stehen; die Fernsehprogramme sind einschließlich der für die jeweilige Region gesetzlich bestimmten Regionalfenster zu verbreiten,
 - 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 den Buchstaben 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, soweit er darin unter Einbeziehung der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer eine Vielzahl von Programmveranstaltern sowie ein vielfältiges Programmangebot an Vollprogrammen, nicht entgeltfinanzierten Programmen, Spartenprogrammen mit Schwerpunkt Nachrichten, sonstigen Spartenprogrammen und Fremdsprachenprogrammen einbezieht sowie Teleshoppingkanäle angemessen berücksichtigt,
3. trifft innerhalb der darüber hinausgehenden technischen Kapazitäten die Entscheidung über die Belegung nach Maßgabe des § 82 Abs. 2 und der allgemeinen Gesetze.

²Reicht 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.

(3) ¹Der Anbieter einer Medienplattform

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
 - a) die erforderlichen Kapazitäten für die in dem jeweiligen Verbreitungsgebiet gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme und programmbegleitenden Dienste des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zur Verfügung stehen,
 - 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. trifft selbst innerhalb einer weiteren technischen Übertragungskapazität im Umfang der Kapazität nach Nummer 1 die Entscheidung über die Belegung mit in digitaler Technik verbreiteten Hörfunkprogrammen und programmbegleitenden Diensten, 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 Kapazitäten die Entscheidung über die Belegung nach Maßgabe des § 82 Abs. 2 und der allgemeinen Gesetze.

²Absatz 2 Satz 2 gilt entsprechend.

(4) Der Anbieter einer Medienplattform ist von den Anforderungen nach den Absätzen 2 und 3 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 §§ 101 oder 102 berücksichtigt wurde.

(5) ¹Programme, die dem Anbieter einer Medienplattform gemäß § 62 zugerechnet werden können oder von ihm exklusiv vermarktet werden, bleiben bei der Erfüllung der Anforderungen nach Absatz 2 Satz 1 Nr. 1 und 2 und Absatz 3 Satz 1 Nr. 1 und 2 außer Betracht. ²Der Anbieter einer Medienplattform hat die Belegung von Rundfunkprogrammen der zuständigen Landesmedienanstalt auf deren Verlangen unverzüglich mitzuteilen. ³Werden die Voraussetzungen der Absätze 2 bis 4 nicht erfüllt, erfolgt die Auswahl der zu verbreitenden Rundfunkprogramme nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des Landesrechts durch die zuständige Landesmedienanstalt. ⁴Zuvor ist dem Anbieter einer Medienplattform eine angemessene Frist zur Erfüllung der gesetzlichen Voraussetzungen zu setzen.

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

§ 82

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 § 19 Abs. 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. Zugangsberechtigungssysteme,
2. Schnittstellen für Anwendungsprogramme,
3. sonstige technische Vorgaben zu den Nummern 1 und 2 auch gegenüber Herstellern digitaler Rundfunkempfangsgeräte,
4. die Ausgestaltung von Zugangsbedingungen, insbesondere Entgelte und Tarife.

(3) ¹Die Verwendung eines Zugangsberechtigungssystems oder einer Schnittstelle für Anwendungsprogramme und die Entgelte hierfür sind der zuständigen Landesmedienanstalt unverzüglich anzuzeigen. ²Satz 1 gilt für Änderungen entsprechend. ³Der zuständigen Landesmedienanstalt sind auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte zu erteilen.

§ 83

Zugangsbedingungen zu Medienplattformen

(1) Die Zugangsbedingungen, insbesondere Entgelte und Tarife, sind gegenüber der zuständigen Landesmedienanstalt offenzulegen.

(2) ¹Entgelte und Tarife sind im Rahmen des Telekommunikationsgesetzes so zu gestalten, dass auch regionale und lokale Angebote zu angemessenen Bedingungen verbreitet werden können. ²Die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt.

(3) ¹Können 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. ²Die zuständige Landesmedienanstalt wirkt unter den Beteiligten auf eine sachgerechte Lösung hin.

§ 84

Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen

(1) Die nachstehenden Regelungen gelten, soweit Benutzeroberflächen Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien und Telemedien nach § 19 Abs. 1, Teile davon oder softwarebasierte Anwendungen, die im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien und Telemedien nach § 19 Abs. 1 dienen, hierzu abbilden oder akustisch vermitteln.

(2) ¹Gleichartige Angebote oder Inhalte dürfen bei der Auffindbarkeit, insbesondere der Sortierung, Anordnung oder Präsentation in Benutzeroberflächen, nicht ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden; die Auffindbarkeit darf nicht unbillig behindert werden. ²Zulässige Kriterien für eine Sortierung oder Anordnung sind insbesondere Alphabet, Genres oder Nutzungsreichweite. ³Alle Angebote müssen mittels einer Suchfunktion diskriminierungsfrei auffindbar sein.

(3) ¹Der in einer Benutzeroberfläche vermittelte Rundfunk hat in seiner Gesamtheit auf der ersten

Auswahlebene unmittelbar erreichbar und leicht auffindbar zu sein. ²Innerhalb des Rundfunks haben die 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 zu sein. ³Werden Rundfunkprogramme abgebildet oder akustisch vermittelt, die Fensterprogramme (§ 59 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 andere Gebiete zugelassen oder gesetzlich bestimmt sind, vorrangig darzustellen.

(4) Die in einer Benutzeroberfläche vermittelten gemeinsamen Telemedienangebote der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, die Telemedienangebote des ZDF sowie des Deutschlandradios oder vergleichbare rundfunkähnliche Telemedienangebote oder Angebote nach § 2 Abs. 2 Nr. 14 Buchst. b 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 der softwarebasierten Anwendungen, die ihrer unmittelbaren Ansteuerung dienen, leicht auffindbar zu sein.

(5) ¹Die privaten Angebote im Sinne des Absatzes 3 Satz 2 und des Absatzes 4 werden durch die Landesmedienanstalten für die Dauer von jeweils drei Jahren bestimmt und in einer Liste im Onlineauftritt der Landesmedienanstalten veröffentlicht. ²In 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.

³Die Landesmedienanstalten bestimmen unverzüglich Beginn und Ende einer Ausschlussfrist, innerhalb derer Anbieter schriftliche Anträge auf Aufnahme in die Liste stellen können. ⁴Beginn 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.

(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 technisch nicht oder nur mit unverhältnismäßigem Aufwand möglich ist.

(8) Die Einzelheiten der Absätze 2 bis 7 regeln die Landesmedienanstalten durch gemeinsame Satzungen und Richtlinien.

§ 85 Transparenz

¹Die einer Medienplattform oder Benutzeroberfläche zugrunde liegenden Grundsätze für die Auswahl von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien und Telemedien nach § 19 Abs. 1 und für ihre Organisation sind vom Anbieter transparent zu machen. ²Dies 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 nach § 80 nicht in ihrer ursprünglichen Form dargestellt werden. ³Informationen hierzu sind den Nutzern in leicht wahrnehmbarer, unmittelbar erreichbarer und ständig verfügbarer Weise zur Verfügung zu stellen.

§ 86 Vorlage von Unterlagen, Zusammenarbeit mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation

(1) ¹Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen sind verpflichtet, die erforderlichen Informationen und Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen unverzüglich vorzulegen. ²Die §§ 55, 56 und 58 gelten entsprechend.

(2) Ob ein Verstoß gegen § 82 Abs. 2 Nr. 1, 2 oder 4 oder § 83 Abs. 2 vorliegt, entscheidet bei Anbietern von Medienplattformen, die zugleich Anbieter der Telekommunikationsdienstleistung sind, die zuständige Landesmedienanstalt im Benehmen mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation.

(3) Anbieter von Medienplattformen oder Benutzeroberflächen haben auf Nachfrage gegenüber Anbietern von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien und Telemedien nach § 19 Abs. 1 die tatsächliche Sortierung, Anordnung und Abbildung von Angeboten und Inhalten, die Verwendung ihrer Metadaten sowie im Rahmen eines berechtigten Interesses Zugangsbedingungen nach § 83 Abs. 1 mitzuteilen.

§ 87

Bestätigung der Unbedenklichkeit

¹Im Hinblick auf die Anforderungen der §§ 81 bis 85 sind Anbieter von Medienplattformen oder Benutzeroberflächen berechtigt, bei der zuständigen Landesmedienanstalt einen Antrag auf Unbedenklichkeit zu stellen. ²Die Bestätigung der Unbedenklichkeit kann mit Nebenbestimmungen versehen werden.

§ 88

Satzungen, Richtlinien

¹Die Landesmedienanstalten regeln durch gemeinsame Satzungen und Richtlinien Einzelheiten zur Konkretisierung der sie betreffenden Bestimmungen dieses Unterabschnitts. ²Dabei 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.

§ 89

Überprüfungsklausel

Die Bestimmungen dieses Unterabschnitts sowie die ergänzenden landesrechtlichen Regelungen werden regelmäßig alle fünf Jahre, erstmals zum 1. Oktober 2025, entsprechend Artikel 114 Abs. 2 der Richtlinie (EU) 2018/1972 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Dezember 2018 über den europäischen Kodex für die elektronische Kommunikation (ABl. L 321 vom 17.12.2018, S.36) überprüft.

§ 90

Bestehende Zulassungen, Zuordnungen, Zuweisungen, Anzeige von bestehenden Medienplattformen oder Benutzeroberflächen

(1) ¹Bestehende Zulassungen, Zuordnungen und Zuweisungen für bundesweite Anbieter gelten bis zu deren Ablauf fort. ²Bestehende Zulassungen und Zuweisungen für Fensterprogrammveranstalter sollen bis zum 31. Dezember 2009 unbeschadet von Vorgaben des § 59 Abs. 4 Satz 4 verlängert werden.

(2) Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen, die bei Inkrafttreten dieses Staatsvertrages bereits in Betrieb aber nicht angezeigt sind, müssen die Anzeige nach § 79 Abs. 2 spätestens sechs Monate nach Inkrafttreten dieses Staatsvertrages vornehmen.

3. Unterabschnitt Medienintermediäre

§ 91

Anwendungsbereich

(1) Die nachstehenden Regelungen gelten auch dann, wenn die intermediäre Funktion in die Angebote Dritter eingebunden wird (integrierter Medienintermediär).

(2) Mit Ausnahme des § 95 gelten sie nicht für Medienintermediäre, die

1. im Durchschnitt von sechs Monaten in Deutschland weniger als eine Million Nutzer pro Monat erreichen oder in ihrer prognostizierten Entwicklung erreichen werden,
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.

§ 92

Inländischer Zustellungsbevollmächtigter

¹Anbieter von Medienintermediären haben im Inland einen Zustellungsbevollmächtigten zu benennen und in ihrem Angebot in leicht erkennbarer und unmittelbar erreichbarer Weise auf ihn aufmerksam zu machen. ²An diese Person können Zustellungen in Verfahren nach § 115 bewirkt werden. ³Das gilt auch für die Zustellung von Schriftstücken, die solche Verfahren einleiten oder vorbereiten.

§ 93

Transparenz

(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,
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) ¹Anbieter von Medienintermediären, die eine thematische Spezialisierung aufweisen, sind dazu verpflichtet, diese Spezialisierung durch die Gestaltung ihres Angebots wahrnehmbar zu machen. ²§ 91 Abs. 2 Nr. 2 bleibt unberührt.

(3) Änderungen der in Absatz 1 genannten Kriterien sowie der Ausrichtung nach Absatz 2 sind unverzüglich in derselben Weise wahrnehmbar zu machen.

(4) Anbieter von Medienintermediären, die soziale Netzwerke anbieten, haben dafür Sorge zu tragen, dass Telemedien im Sinne von § 18 Abs. 3 gekennzeichnet werden.

§ 94

Diskriminierungsfreiheit

(1) Zur Sicherung der Meinungsvielfalt dürfen Medienintermediäre journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote, auf deren Wahrnehmbarkeit sie besonders hohen Einfluss haben, nicht diskriminieren.

(2) Eine Diskriminierung im Sinne des Absatzes 1 liegt vor, wenn ohne sachlich gerechtfertigten Grund von den nach § 93 Abs. 1 bis 3 zu veröffentlichenden Kriterien zugunsten oder zulasten eines bestimmten Angebots systematisch abgewichen wird oder diese Kriterien Angebote unmittelbar oder mittelbar unbillig systematisch behindern.

(3) ¹Ein Verstoß kann nur von dem betroffenen Anbieter journalistisch-redaktioneller Inhalte bei der zuständigen Landesmedienanstalt geltend gemacht werden. ²In offensichtlichen Fällen kann der Verstoß von der zuständigen Landesmedienanstalt auch von Amts wegen verfolgt werden.

§ 95

Vorlage von Unterlagen

¹Anbieter von Medienintermediären sind verpflichtet, die erforderlichen Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen vorzulegen. ²Die §§ 56 und 58 gelten entsprechend.

§ 96

Satzungen und Richtlinien

¹Die Landesmedienanstalten regeln durch gemeinsame Satzungen und Richtlinien Einzelheiten zur Konkretisierung der sie betreffenden Bestimmungen dieses Unterabschnitts. ²Dabei ist die Orientierungsfunktion der Medienintermediäre für die jeweiligen Nutzerkreise zu berücksichtigen.

4. Unterabschnitt Video-Sharing-Dienste

§ 97 Anwendungsbereich

¹Dieser Unterabschnitt gilt für Video-Sharing-Dienste im Sinne von § 2 Abs. 2 Nr. 22. ²Weitere Anforderungen nach dem V. Abschnitt bleiben unberührt.

§ 98 Werbung

(1) Für Werbung in Video-Sharing-Diensten gelten § 8 Abs. 1, Abs. 3 Satz 1 und 2, Abs. 7 und 10 dieses Staatsvertrages sowie § 6 Abs. 2 und 7 des [Jugendmedienschutz-Staatsvertrages](#).

(2) Der Anbieter eines Video-Sharing-Dienstes hat sicherzustellen, dass Werbung, die von ihm vermarktet, verkauft oder zusammengestellt wird, den Vorgaben des Absatzes 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 Vorgaben des Absatzes 1 erfüllt:

1. Aufnahme und Umsetzung von Bestimmungen in seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die zur Einhaltung der Vorgaben des Absatzes 1 verpflichten,
2. Bereitstellung einer Funktion zur Kennzeichnung von Werbung nach § 6 Abs. 3 des Telemediengesetzes.

§ 99 Schlichtungsstelle

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

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

VI. Abschnitt Übertragungskapazitäten, Weiterverbreitung

§ 100 Grundsatz

Die Entscheidung über die Zuordnung, Zuweisung und Nutzung der Übertragungskapazitäten, die zur Verbreitung von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien dienen, erfolgt nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des jeweiligen Landesrechts.

§ 101 Zuordnung von drahtlosen Übertragungskapazitäten

(1) ¹Über die Anmeldung bei der für Telekommunikation zuständigen Regulierungsbehörde für bundesweite Versorgungsbedarfe an nicht leitungsgebundenen (drahtlosen) Übertragungskapazitäten entscheiden die Länder einstimmig. ²Für länderübergreifende Bedarfsanmeldungen gilt Satz 1 hinsichtlich der betroffenen Länder entsprechend.

(2) Über die Zuordnung von Übertragungskapazitäten für bundesweite Versorgungsbedarfe an die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF, das Deutschlandradio oder die Landesmedienanstalten entscheiden die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder durch einstimmigen Beschluss.

(3) ¹Für die Zuordnung gelten insbesondere die folgenden Grundsätze:

1. zur Verfügung stehende freie Übertragungskapazitäten sind den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem ZDF oder dem Deutschlandradio und den Landesmedienanstalten bekannt zu machen;

2. reichen die Übertragungskapazitäten für den geltend gemachten Bedarf aus, sind diese entsprechend zuzuordnen;
3. reichen die Übertragungskapazitäten für den geltend gemachten Bedarf nicht aus, wirken die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder auf eine Verständigung zwischen den Beteiligten hin; Beteiligte sind für private Anbieter die Landesmedienanstalten;
4. kommt eine Verständigung zwischen den Beteiligten nicht zu Stande, entscheiden die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder, welche Zuordnung unter Berücksichtigung der Besonderheiten der Übertragungskapazität sowie unter Berücksichtigung des Gesamtangebots die größtmögliche Vielfalt des Angebotes sichert; dabei sind insbesondere folgende Kriterien zu berücksichtigen:
 - a) Sicherung der Grundversorgung mit Rundfunk und Teilhabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an neuen Techniken und Programmformen,
 - b) Belange des privaten Rundfunks und der Anbieter von Telemedien.

²Die Zuordnung der Übertragungskapazität erfolgt für die Dauer von längstens 20 Jahren.

(4) Der oder die Vorsitzende der Konferenz der Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder ordnet die Übertragungskapazität gemäß der Entscheidung der Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder nach Absatz 2 zu.

(5) ¹Wird eine zugeordnete Übertragungskapazität nach Ablauf von 18 Monaten nach Zugang der Zuordnungsentscheidung nicht für die Realisierung des Versorgungsbedarfs genutzt, kann die Zuordnungsentscheidung durch Beschluss der Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder widerrufen werden; eine Entschädigung wird nicht gewährt. ²Auf Antrag des Zuordnungsempfängers kann die Frist durch Entscheidung der Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder verlängert werden.

(6) Die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder vereinbaren zur Durchführung der Absätze 2 bis 5 Verfahrensregelungen.

§ 102

Zuweisung von drahtlosen Übertragungskapazitäten an private Anbieter durch die zuständige Landesmedienanstalt

(1) Übertragungskapazitäten für drahtlose bundesweite Versorgungsbedarfe privater Anbieter können Rundfunkveranstaltern, Anbietern von Telemedien oder Anbietern von Medienplattformen durch die zuständige Landesmedienanstalt zugewiesen werden.

(2) ¹Werden den Landesmedienanstalten Übertragungskapazitäten zugeordnet, bestimmen sie unverzüglich Beginn und Ende einer Ausschlussfrist, innerhalb der schriftliche Anträge auf Zuweisung von Übertragungskapazitäten gestellt werden können. ²Beginn und Ende der Antragsfrist, das Verfahren und die wesentlichen Anforderungen an die Antragstellung, insbesondere wie den Anforderungen dieses Staatsvertrages zur Sicherung der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt genügt werden kann, sind von den Landesmedienanstalten zu bestimmen und in geeigneter Weise zu veröffentlichen (Ausschreibung).

(3) ¹Kann nicht allen Anträgen auf Zuweisung von Übertragungskapazitäten entsprochen werden, wirkt die zuständige Landesmedienanstalt auf eine Verständigung zwischen den Antragstellern hin. ²Kommt eine Verständigung zustande, legt sie diese ihrer Entscheidung über die Aufteilung der Übertragungskapazitäten zu Grunde, wenn nach den vorgelegten Unterlagen erwartet werden kann, dass in der Gesamtheit der Angebote die Vielfalt der Meinungen und Angebotsvielfalt zum Ausdruck kommt.

(4) ¹Lässt sich innerhalb der von der zuständigen Landesmedienanstalt zu bestimmenden angemessenen Frist keine Einigung erzielen oder entspricht die vorgesehene Aufteilung voraussichtlich nicht dem Gebot der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt, weist die zuständige Landesmedienanstalt dem Antragsteller die Übertragungskapazität zu, der am ehesten erwarten lässt, dass sein Angebot

1. die Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt fördert,
2. auch das öffentliche Geschehen, die politischen Ereignisse sowie das kulturelle Leben darstellt und
3. bedeutsame politische, weltanschauliche und gesellschaftliche Gruppen zu Wort kommen lässt.

²In die Auswahlentscheidung ist ferner einzubeziehen, ob das Angebot wirtschaftlich tragfähig erscheint sowie Nutzerinteressen und -akzeptanz hinreichend berücksichtigt. ³Für den Fall, dass die Übertragungskapazität einem Anbieter einer Medienplattform zugewiesen werden soll, ist des Weiteren zu berücksichtigen, inwieweit sichergestellt ist, dass das Angebot den Vorgaben der §§ 82 und 83 genügt.

(5) ¹Die Zuweisung von Übertragungskapazitäten erfolgt für die Dauer von zehn Jahren. ²Eine einmalige

Verlängerung um zehn Jahre ist zulässig. ³Die Zuweisung ist sofort vollziehbar. ⁴Wird eine zugewiesene Übertragungskapazität nach Ablauf von zwölf Monaten nach Zugang der Zuweisungsentscheidung nicht genutzt, kann die zuständige Landesmedienanstalt die Zuweisungsentscheidung nach § 108 Abs. 2 Nr. 2 Buchst. b widerrufen. ⁵Auf Antrag des Zuweisungsempfängers kann die Frist verlängert werden.

§ 103 Weiterverbreitung

(1) ¹Die 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 oder in einem Staat, der das **Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen** ratifiziert hat, und nicht Mitglied der Europäischen Union ist, in Übereinstimmung mit den Bestimmungen des **Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen** veranstaltet werden, ist zulässig. ²Die 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, die Weiterverbreitung der in Satz 1 genannten Angebote aus einem Staat, der das **Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen** ratifiziert hat, und nicht Mitglied der Europäischen Union ist, nur in Übereinstimmung mit den Bestimmungen des **Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen** ausgesetzt werden.

(2) ¹Veranstalter 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. ²Die Anzeige kann auch der Anbieter einer Medienplattform vornehmen. ³Die Anzeige muss die Nennung eines Programmverantwortlichen, eine Beschreibung des Programms und die Vorlage einer Zulassung oder eines vergleichbaren Dokuments beinhalten. ⁴Die Weiterverbreitung ist dem Anbieter einer Medienplattform 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) ¹Landesrechtliche Regelungen zur analogen Kanalbelegung für Rundfunk sind zulässig, soweit sie zur Erreichung klar umrissener Ziele von allgemeinem Interesse erforderlich sind. ²Sie können insbesondere zur Sicherung einer pluralistischen, am Angebot der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt orientierten Medienordnung getroffen werden. ³Einzelheiten, 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 unter Wahrung der sonstigen Regelungen ihres Artikels 4 gegen den Mediendienstanbieter ergriffen werden, der der Rechtshoheit eines anderen Mitgliedstaats unterworfen ist und einen audiovisuellen Mediendienst erbringt, der ganz oder vorwiegend auf Deutschland ausgerichtet ist, soweit die Bundesrepublik Deutschland im öffentlichen Interesse liegende ausführlichere oder strengere Bestimmungen nach Artikel 4 Absatz 1 der Richtlinie 2010/13/EU erlassen hat.

VII. Abschnitt Medienaufsicht

§ 104 Organisation

(1) ¹Soweit nichts anderes bestimmt ist, überprüft die zuständige Landesmedienanstalt die Einhaltung der Bestimmungen nach diesem Staatsvertrag. ²Sie trifft entsprechend den Bestimmungen dieses Staatsvertrages die jeweiligen Entscheidungen. ³Satz 1 und 2 gelten nicht für Angebote der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF und des Deutschlandradios.

(2) ¹Zur Erfüllung der Aufgaben nach § 105 und nach den Bestimmungen des **Jugendmedienschutz-Staatsvertrages** bestehen:

1. die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK),
2. die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK),
3. die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) und
4. die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM).

²Diese dienen der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt als Organe bei der Erfüllung ihrer Aufgaben

nach § 105.

(3) ¹Die Landesmedienanstalten entsenden jeweils den nach Landesrecht bestimmten gesetzlichen Vertreter in die ZAK; eine Vertretung im Fall der Verhinderung ist durch den ständigen Vertreter zulässig.

²Die Tätigkeit der Mitglieder der ZAK ist unentgeltlich.

(4) ¹Die GVK setzt sich zusammen aus dem jeweiligen Vorsitzenden des plural besetzten Beschlussgremiums der Landesmedienanstalten; eine Vertretung im Fall der Verhinderung durch den stellvertretenden Vorsitzenden ist zulässig. ²Die Tätigkeit der Mitglieder der GVK ist unentgeltlich.

(5) ¹Die KEK besteht aus

1. sechs Sachverständigen des Rundfunk- und des Wirtschaftsrechts, von denen drei die Befähigung zum Richteramt haben müssen, und
2. sechs nach Landesrecht bestimmten gesetzlichen Vertretern der Landesmedienanstalten.

²Die Mitglieder nach Satz 1 Nr. 1 der KEK und zwei Ersatzmitglieder für den Fall der Verhinderung eines dieser Mitglieder werden von den Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder für die Dauer von fünf Jahren einvernehmlich berufen. ³Von der Mitgliedschaft nach Satz 2 ausgeschlossen sind Mitglieder und Bedienstete der Institutionen der Europäischen Union, der Verfassungsorgane des Bundes und der Länder, Gremienmitglieder und Bedienstete von Landesrundfunkanstalten der ARD, des ZDF, des Deutschlandradios, des Europäischen Fernsehkanals „arte“, der Landesmedienanstalten, der privaten Rundfunkveranstalter und Anbieter einer Medienplattform sowie Bedienstete von an ihnen unmittelbar oder mittelbar im Sinne von § 62 beteiligten Unternehmen. ⁴Scheidet ein Mitglied nach Satz 2 aus, berufen die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder einvernehmlich ein Ersatzmitglied oder einen anderen Sachverständigen für den Rest der Amtsdauer als Mitglied; Entsprechendes gilt, wenn ein Ersatzmitglied ausscheidet. ⁵Die Mitglieder nach Satz 2 erhalten für ihre Tätigkeit eine angemessene Vergütung und Ersatz ihrer notwendigen Auslagen. ⁶Das Vorsitzland der Rundfunkkommission schließt die Verträge mit diesen Mitgliedern. ⁷Der Vorsitzende der KEK und sein Stellvertreter sind aus der Gruppe der Mitglieder nach Satz 1 Nr. 1 zu wählen. ⁸Die sechs Vertreter der Landesmedienanstalten und zwei Ersatzmitglieder für den Fall der Verhinderung eines dieser Vertreter werden durch die Landesmedienanstalten für die Amtszeit der KEK gewählt.

(6) Ein Vertreter der Landesmedienanstalten darf nicht zugleich der KEK und der KJM angehören; Ersatzmitgliedschaft oder stellvertretende Mitgliedschaft sind zulässig.

(7) Die Landesmedienanstalten bilden für die Organe nach Absatz 2 Satz 1 eine gemeinsame Geschäftsstelle.

(8) ¹Die Mitglieder der ZAK, der GVK und der KEK sind bei der Erfüllung ihrer Aufgaben nach diesem Staatsvertrag an Weisungen nicht gebunden. ²§ 58 gilt für die Mitglieder der ZAK und GVK entsprechend.

³Die Verschwiegenheitspflicht nach § 58 gilt auch im Verhältnis der Mitglieder der Organe nach Absatz 2 Satz 1 zu anderen Organen der Landesmedienanstalten.

(9) ¹Die Organe nach Absatz 2 Satz 1 fassen ihre Beschlüsse mit der Mehrheit ihrer gesetzlichen Mitglieder. ²Bei Beschlüssen der KEK entscheidet im Fall der Stimmgleichheit die Stimme des Vorsitzenden, bei seiner Verhinderung die Stimme des stellvertretenden Vorsitzenden. ³Die Beschlüsse sind zu begründen. ⁴In der Begründung sind die wesentlichen tatsächlichen und rechtlichen Gründe mitzuteilen. ⁵Die Beschlüsse sind gegenüber den anderen Organen der zuständigen Landesmedienanstalt bindend. ⁶Die zuständige Landesmedienanstalt hat die Beschlüsse im Rahmen der von den Organen nach Absatz 2 Satz 1 gesetzten Fristen zu vollziehen.

(10) ¹Die Landesmedienanstalten stellen den Organen nach Absatz 2 Satz 1 die notwendigen personellen und sachlichen Mittel zur Verfügung. ²Die Organe erstellen jeweils einen Wirtschaftsplan nach den Grundsätzen der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit. ³Die Kosten für die Organe nach Absatz 2 Satz 1 werden aus dem Anteil der Landesmedienanstalten nach § 10 des [Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages](#) gedeckt. ⁴Näheres regeln die Landesmedienanstalten durch übereinstimmende Satzungen.

(11) ¹Von den Verfahrensbeteiligten sind durch die zuständigen Landesmedienanstalten Kosten in angemessenem Umfang zu erheben. ²Näheres regeln die Landesmedienanstalten durch übereinstimmende Satzungen.

(12) Den Organen nach Absatz 2 Satz 1 stehen die Verfahrensrechte nach den §§ 55 und 56 zu.

§ 105 Aufgaben

(1) ¹Die ZAK ist für folgende Aufgaben zuständig:

1. Aufsichtsmaßnahmen gegenüber privaten bundesweiten Veranstaltern, soweit nicht die KEK nach Absatz 3 zuständig ist,
2. Aufsichtsmaßnahmen gegenüber privaten bundesweiten Anbietern nach den §§ 18 bis 22 sowie nach den §§ 74 bis 77,
3. Anerkennung von Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle nach § 19 Abs. 4 sowie Rücknahme oder Widerruf der Anerkennung nach § 19 Abs. 6,
4. Aufsicht über Entscheidungen der Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle nach § 19 Abs. 8,
5. Zulassung, Rücknahme oder Widerruf der Zulassung bundesweiter Veranstalter nach §§ 53, 108 Abs. 1 Nr. 1 und Abs. 2 Nr. 1,
6. Entscheidungen über ein Zulassungserfordernis im Falle des § 54 Abs. 1,
7. Feststellung des Vorliegens der Voraussetzungen für Regionalfensterprogramme nach § 59 Abs. 4 Satz 1 und für Sendezeit für Dritte nach § 65 Abs. 2 Satz 4,
8. Anzeige des Betriebs einer Medienplattform oder Benutzeroberfläche nach § 79 Abs. 2,
9. Aufsicht über Medienplattformen und Benutzeroberflächen nach den §§ 79 bis 87 sowie § 103 Abs. 1 und 2, soweit nicht die GVK nach Absatz 2 zuständig ist,
10. Aufsicht über Medienintermediäre nach den §§ 92 bis 94,
11. Aufsicht über Video-Sharing-Dienste nach § 98,
12. Wahrnehmung der Aufgaben nach § 101 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 und 3,
13. Zuweisung von Übertragungskapazitäten für bundesweite Versorgungsbedarfe und deren Rücknahme oder Widerruf nach §§ 102 und 108 Abs. 1 Nr. 2 und Abs. 2 Nr. 2, soweit die GVK nicht nach Absatz 2 zuständig ist,
14. Befassung mit Mitteilungen nach § 109 Abs. 5.

²Die ZAK kann Prüfausschüsse für die Aufgaben nach Satz 1 Nr. 1 und 2 einrichten. ³Die Prüfausschüsse entscheiden jeweils bei Einstimmigkeit anstelle der ZAK. ⁴Zu Beginn der Amtsperiode der ZAK wird die Verteilung der Verfahren von der ZAK festgelegt. ⁵Das Nähere ist in der Geschäftsordnung der ZAK festzulegen.

(2) ¹Die GVK ist zuständig für Auswahlentscheidungen bei den Zuweisungen von Übertragungskapazitäten nach § 102 Abs. 4 und für die Entscheidung über die Belegung von Plattformen nach § 81 Abs. 5 Satz 3.

²Die ZAK unterrichtet die GVK fortlaufend über ihre Tätigkeit. ³Sie bezieht die GVK in grundsätzlichen Angelegenheiten, insbesondere bei der Erstellung von Satzungen und Richtlinienentwürfen, ein.

(3) ¹Die KEK ist zuständig für die abschließende Beurteilung von Fragestellungen der Sicherung von Meinungsvielfalt im Zusammenhang mit der bundesweiten Veranstaltung von Fernsehprogrammen. ²Sie ist im Rahmen des Satzes 1 insbesondere zuständig für die Prüfung solcher Fragen bei der Entscheidung über eine Zulassung oder Änderung einer Zulassung, bei der Bestätigung von Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen als unbedenklich und bei Maßnahmen nach § 60 Abs. 4. ³Für Fälle, die für die Sicherung von Meinungsvielfalt nur geringe Bedeutung entfalten können, legt die KEK fest, unter welchen Voraussetzungen auf eine Vorlage nach § 107 Abs. 1 verzichtet werden kann. ⁴Auf Anforderung einer Landesmedienanstalt ist sie zur Prüfung von Einzelfällen verpflichtet. ⁵Die KEK ermittelt die den Unternehmen jeweils zurechenbaren Zuschaueranteile.

(4) ¹Die Auswahl und Zulassung von Regionalfensterprogrammveranstaltern nach § 59 Abs. 4 und Fensterprogrammveranstaltern nach § 65 Abs. 4 sowie die Aufsicht über diese Programme obliegen dem für die Zulassung nicht bundesweiter Angebote zuständigen Organ der zuständigen Landesmedienanstalt.

²Bei Auswahl und Zulassung der Veranstalter nach Satz 1 ist zuvor das Benehmen mit der KEK herzustellen.

§ 106

Zuständige Landesmedienanstalt

(1) ¹Soweit nachfolgend nichts anderes bestimmt ist, ist für bundesweit ausgerichtete Angebote die Landesmedienanstalt des Landes zuständig, in dem der betroffene Veranstalter, Anbieter, Bevollmächtigte nach § 79 Abs. 1 Satz 2 oder Verantwortliche nach § 18 Abs. 2 seinen Sitz, Wohnsitz oder in Ermangelung dessen seinen ständigen Aufenthalt hat. ²Sind nach Satz 1 mehrere Landesmedienanstalten zuständig oder hat der Veranstalter oder Anbieter seinen Sitz im Ausland, entscheidet die Landesmedienanstalt, die zuerst mit der Sache befasst worden ist.

(2) ¹Zuständig in den Fällen des § 105 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1, 7, 9 und 14 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; im Übrigen gilt Absatz 1. ²Zuständig im Fall des § 105 Abs. 1 Satz 1 Nr. 10 ist die Landesmedienanstalt des Landes, in dem der Zustellungsbevollmächtigte nach § 92 seinen Sitz hat. ³Solange kein Zustellungsbevollmächtigter benannt worden ist, gilt Absatz 1. ⁴Die zuständige Landesmedienanstalt legt die Sache unverzüglich zur Prüfung und Entscheidung der ZAK vor. ⁵Zuständig ist in den Fällen des § 105 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 und 4 die Landesmedienanstalt des Landes, in dem die Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle ihren Sitz hat. ⁶Ergibt sich danach keine Zuständigkeit, ist diejenige Landesmedienanstalt zuständig, bei der der Antrag auf Anerkennung gestellt wurde.

(3) Im Übrigen richtet sich die Zuständigkeit nach Landesrecht.

§ 107

Verfahren bei Zulassung, Zuweisung und Anzeige

(1) Geht ein Antrag oder eine Anzeige nach § 105 Abs. 1 Satz 1 Nr. 5, 6, 8 oder 13 bei der zuständigen Landesmedienanstalt ein, legt der nach Landesrecht bestimmte gesetzliche Vertreter unverzüglich den Antrag oder die Anzeige sowie die vorhandenen Unterlagen der ZAK und in den Fällen des § 105 Abs. 1 Satz 1 Nr. 5 zusätzlich der KEK vor.

(2) Kann nicht allen Anträgen nach § 105 Abs. 1 Satz 1 Nr. 13 entsprochen werden, entscheidet die GVK.

(3) Absatz 1 gilt entsprechend für die Beurteilung von Fragestellungen der Sicherung von Meinungsvielfalt durch die KEK im Rahmen ihrer Zuständigkeit in anderen Fällen als dem der Zulassung eines bundesweiten privaten Veranstalters.

§ 108

Rücknahme, Widerruf von Zulassungen und Zuweisungen

(1) Die Zulassung nach § 53 oder die Zuweisung nach § 102 werden jeweils zurückgenommen, wenn

1. bei der Zulassung eine Zulassungsvoraussetzung gemäß § 53 Abs. 1 oder 2 nicht gegeben war oder eine Zulassungsbeschränkung gemäß § 53 Abs. 3 nicht berücksichtigt wurde oder
2. bei der Zuweisung die Vorgaben gemäß § 102 Abs. 4 nicht berücksichtigt wurden

und innerhalb eines von der zuständigen Landesmedienanstalt bestimmten Zeitraums keine Abhilfe erfolgt.

(2) Zulassung und Zuweisung werden jeweils widerrufen, wenn

1. im Fall der Zulassung
 - a) nachträglich eine Zulassungsvoraussetzung gemäß § 53 Abs. 1 oder 2 entfällt oder eine Zulassungsbeschränkung gemäß § 53 Abs. 3 eintritt und innerhalb des von der zuständigen Landesmedienanstalt bestimmten angemessenen Zeitraums keine Abhilfe erfolgt oder
 - b) der Rundfunkveranstalter gegen seine Verpflichtungen aufgrund dieses Staatsvertrages oder des **Jugendmedienschutz-Staatsvertrages** wiederholt schwerwiegend verstoßen und die Anweisungen der zuständigen Landesmedienanstalt innerhalb des von ihr bestimmten Zeitraums nicht befolgt hat;
2. im Fall der Zuweisung
 - a) nachträglich wesentliche Veränderungen des Angebots eingetreten und vom Anbieter zu vertreten sind, nach denen das Angebot den Anforderungen des § 102 Abs. 4 nicht mehr genügt und innerhalb des von der zuständigen Landesmedienanstalt bestimmten Zeitraums keine Abhilfe erfolgt oder
 - b) das Angebot aus Gründen, die vom Anbieter zu vertreten sind, innerhalb des dafür vorgesehenen Zeitraums nicht oder nicht mit der festgesetzten Dauer begonnen oder fortgesetzt wird.

(3) ¹Der Anbieter wird für einen Vermögensnachteil, der durch die Rücknahme oder den Widerruf nach den Absätzen 1 oder 2 eintritt, nicht entschädigt. ²Im Übrigen gilt für die Rücknahme und den Widerruf das Verwaltungsverfahrensgesetz des Sitzlandes der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt.

§ 109

Maßnahmen bei Rechtsverstößen

(1) ¹Stellt die zuständige Landesmedienanstalt einen Verstoß gegen die Bestimmungen dieses

Staatsvertrages mit Ausnahme von § 17, § 18 Abs. 2 und 4, § 20 und § 23 Abs. 2 fest, trifft sie die erforderlichen Maßnahmen. ²Maßnahmen sind insbesondere Beanstandung, Untersagung, Sperrung, Rücknahme und Widerruf. ³Die Bestimmungen des **Jugendmedienschutz-Staatsvertrages** bleiben unberührt. ⁴Satz 1 gilt nicht für Verstöße gegen § 19 Abs. 1 und 2 von Anbietern,

1. im Sinne des § 19 Abs. 1 Satz 1,
2. die der Selbstregulierung durch den Pressekodex und der Beschwerdeordnung des deutschen Presserates unterliegen oder
3. die einer anerkannten Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle im Sinne des § 19 Abs. 3 angeschlossen sind.

(2) ¹Eine Untersagung darf nicht erfolgen, wenn die Maßnahme außer Verhältnis zur Bedeutung des Angebots für den Anbieter und die Allgemeinheit steht. ²Eine Untersagung darf nur erfolgen, wenn ihr Zweck nicht in anderer Weise erreicht werden kann. ³Die Untersagung ist, soweit ihr Zweck dadurch erreicht werden kann, auf bestimmte Arten und Teile von Angeboten oder zeitlich zu beschränken. ⁴Bei 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. ⁵Die Befugnisse der Aufsichtsbehörden zur Durchsetzung der Vorschriften der allgemeinen Gesetze und der gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre bleiben unberührt.

(3) ¹Erweisen sich Maßnahmen gegenüber dem Veranstalter oder Anbieter als nicht durchführbar oder nicht Erfolg versprechend, können Maßnahmen zur Sperrung von Angeboten nach Absatz 1 auch gegen Dritte unter Beachtung der Vorgaben des Telemediengesetzes gerichtet werden, sofern eine Sperrung technisch möglich und zumutbar ist. ²§ 7 Abs. 2 des Telemediengesetzes bleibt unberührt.

(4) ¹Der Abruf von Angeboten im Rahmen der Aufsicht ist unentgeltlich. ²Diensteanbieter haben dies sicherzustellen. ³Der Anbieter darf seine Angebote nicht gegen den Abruf durch die zuständige Aufsichtsbehörde sperren.

(5) ¹Jede Landesmedienanstalt kann der zuständigen Landesmedienanstalt mitteilen, dass ein bundesweit ausgerichtetes Angebot gegen die Bestimmungen dieses Staatsvertrages verstößt. ²Geht eine Mitteilung nach Satz 1 bei der zuständigen Landesmedienanstalt ein, legt der nach Landesrecht bestimmte gesetzliche Vertreter unverzüglich die Mitteilung sowie die vorhandenen Unterlagen dem nach den §§ 104 und 105 zuständigen Organ vor.

§ 110 Vorverfahren

Bei Rechtsmitteln gegen Entscheidungen nach § 104 Abs. 2 und § 105 findet ein Vorverfahren nach § 68 Abs. 1 der Verwaltungsgerichtsordnung nicht statt.

§ 111 Zusammenarbeit mit anderen Behörden

(1) ¹Die Landesmedienanstalten arbeiten im Rahmen der Erfüllung ihrer Aufgaben mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und mit dem Bundeskartellamt zusammen. ²Die Landesmedienanstalten haben auf Anfrage der Regulierungsbehörde für Telekommunikation oder des Bundeskartellamtes Erkenntnisse zu übermitteln, die für die Erfüllung von deren Aufgaben erforderlich sind.

(2) Absatz 1 gilt für die Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten mit den Landeskartellbehörden und den Glücksspielaufsichtsbehörden entsprechend.

§ 112 Finanzierung besonderer Aufgaben

(1) ¹Der 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.

²Mittel aus dem Anteil nach Satz 1 können 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 und
2. Formen der nichtkommerziellen Veranstaltung von lokalem und regionalem Rundfunk und Projekte zur Förderung der Medienkompetenz.

(2) Das Recht des Landesgesetzgebers, der Landesmedienanstalt nur einen Teil des Anteils nach Absatz 1 zuzuweisen, bleibt unberührt.

(3) ¹Soweit der Anteil nach Absatz 1 nicht in Anspruch genommen wird, steht er den jeweiligen Landesrundfunkanstalten zu. ²Eine landesgesetzliche Zweckbestimmung ist zulässig.

§ 113

Datenschutzaufsicht bei Telemedien

¹Die nach den allgemeinen Datenschutzgesetzen des Bundes und der Länder zuständigen Aufsichtsbehörden überwachen für ihren Bereich die Einhaltung der allgemeinen Datenschutzbestimmungen und des § 23. ²Die für den Datenschutz im journalistischen Bereich beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk und bei den privaten Rundfunkveranstaltern zuständigen Stellen überwachen für ihren Bereich auch die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen für journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote bei Telemedien. ³Eine Aufsicht erfolgt, soweit Unternehmen, Hilfs- und Beteiligungsunternehmen der Presse nicht der Selbstregulierung durch den Pressekodex und der Beschwerdeordnung des Deutschen Presserates unterliegen.

VIII. Abschnitt

Revision, Ordnungswidrigkeiten

§ 114

Revision zum Bundesverwaltungsgericht

In einem gerichtlichen Verfahren kann die Revision zum Bundesverwaltungsgericht auch darauf gestützt werden, dass das angefochtene Urteil auf der Verletzung der Bestimmungen dieses Staatsvertrages beruhe.

§ 115

Ordnungswidrigkeiten

(1) ¹Ordnungswidrig handelt, wer als Veranstalter von bundesweit ausgerichtetem privaten Rundfunk vorsätzlich oder fahrlässig

1. entgegen § 1 Abs. 9 die nach Landesrecht zuständige Stelle nicht über alle Änderungen informiert, die die Feststellung der Rechtshoheit nach § 1 Abs. 3 und 4 berühren könnten,
2. entgegen § 4 Abs. 1 die dort genannten Informationen im Rahmen des Gesamtangebots nicht leicht, unmittelbar und ständig zugänglich macht,
3. entgegen § 8 Abs. 3 Satz 2 in der Werbung Techniken zur unterschwelligem Beeinflussung einsetzt,
4. entgegen § 8 Abs. 3 Satz 3 Rundfunkwerbung oder Teleshopping nicht dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Sendungsteilen absetzt,
5. entgegen § 8 Abs. 4 Satz 1 eine Teilbelegung des ausgestrahlten Bildes mit Rundfunkwerbung vornimmt, ohne die Werbung vom übrigen Programm eindeutig optisch zu trennen und als solche zu kennzeichnen,
6. entgegen § 8 Abs. 5 Satz 2 eine Dauerwerbesendung nicht zu Beginn als Dauerwerbesendung ankündigt oder während ihres gesamten Verlaufs als solche kennzeichnet,
7. entgegen § 8 Abs. 6 Satz 1 virtuelle Werbung in Sendungen einfügt,
8. entgegen § 8 Abs. 7 Satz 1 Schleichwerbung, Themenplatzierung oder entsprechende Praktiken betreibt,
9. entgegen § 8 Abs. 7 Satz 2 Produktplatzierung in Nachrichtensendungen, Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Regionalfensterprogrammen nach § 59 Abs. 4, Fensterprogrammen nach § 65, Sendungen religiösen Inhalts oder Kindersendungen betreibt,
10. entgegen § 8 Abs. 7 Satz 4 oder 5 auf eine Produktplatzierung nicht eindeutig hinweist oder sie nicht zu Beginn und zum Ende einer Sendung oder bei deren Fortsetzung nach einer Werbeunterbrechung

oder im Hörfunk durch einen gleichwertigen Hinweis angemessen kennzeichnet,

11. entgegen § 8 Abs. 9 Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art verbreitet,
12. entgegen § 9 Abs. 1 Übertragungen von Gottesdiensten oder Sendungen für Kinder durch Rundfunkwerbung oder Teleshopping unterbricht,
13. entgegen den in § 9 Abs. 3 genannten Voraussetzungen Filme mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentarfilmen sowie Kinofilme und Nachrichtensendungen durch Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbricht,
14. entgegen § 10 Abs. 1 Satz 1 nicht eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung hinweist oder nicht eindeutig zu Beginn oder am Ende der gesponserten Sendung auf den Sponsor hinweist,
15. entgegen § 10 Abs. 3 und 4 unzulässig gesponserte Sendungen verbreitet,
16. entgegen § 13 Abs. 1 oder 3 Großereignisse verschlüsselt und gegen besonderes Entgelt ausstrahlt,
17. entgegen § 16 Abs. 1 Satz 2 der Informationspflicht nicht nachkommt,
18. entgegen § 52 Abs. 1 Satz 1 ohne Zulassung ein Rundfunkprogramm veranstaltet,
19. entgegen § 52 Abs. 1 Satz 1 in Verbindung mit § 53 ein zulassungspflichtiges, aber nicht zulassungsfähiges Rundfunkprogramm veranstaltet,
20. entgegen § 54 Abs. 4 Satz 2 in Verbindung mit § 53 ein Rundfunkprogramm veranstaltet,
21. entgegen § 57 Abs. 2 in Verbindung mit Abs. 1 nicht fristgemäß die Aufstellung der Programmbezugsquellen für den Berichtszeitraum der zuständigen Landesmedienanstalt vorlegt,
22. entgegen § 70 Abs. 1 Satz 1 die zulässige Dauer der Werbung überschreitet,
23. entgegen § 71 Abs. 1 Satz 1 Teleshopping-Fenster verbreitet, die keine Mindestdauer von 15 Minuten ohne Unterbrechung haben oder entgegen § 71 Abs. 1 Satz 2 Teleshopping-Fenster verbreitet, die nicht optisch und akustisch klar als solche gekennzeichnet sind oder
24. entgegen § 120 Absatz 1 Satz 2 die bei ihm vorhandenen Daten über Zuschaueranteile auf Anforderung der KEK nicht zur Verfügung stellt.

² Ordnungswidrig handelt auch, wer

1. entgegen § 18 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,
2. entgegen § 18 Abs. 3 bei Telemedien die erforderliche Kenntlichmachung nicht vornimmt,
3. entgegen § 22 Abs. 1 Satz 1 Werbung nicht als solche klar erkennbar macht oder nicht eindeutig vom übrigen Inhalt der Angebote trennt,
4. entgegen § 22 Abs. 1 Satz 2 in der Werbung unterschwellige Techniken einsetzt,
5. entgegen § 22 Abs. 1 Satz 3 bei Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art auf den Werbetreibenden oder Auftraggeber nicht in angemessener Weise deutlich hinweist,
6. entgegen § 55 Abs. 6 eine Änderung der maßgeblichen Umstände nach Antragstellung oder nach Erteilung der Zulassung nicht unverzüglich der zuständigen Landesmedienanstalt mitteilt,
7. entgegen § 55 Abs. 7 nicht unverzüglich nach Ablauf eines Kalenderjahres der zuständigen Landesmedienanstalt gegenüber eine Erklärung darüber abgibt, ob und inwieweit innerhalb des abgelaufenen Kalenderjahres bei den nach § 62 maßgeblichen Beteiligungs- und Zurechnungstatbeständen eine Veränderung eingetreten ist,
8. entgegen § 57 Abs. 1 seinen Jahresabschluss samt Anhang und Lagebericht nicht fristgemäß erstellt oder bekannt macht,
9. entgegen § 63 Satz 1 es unterlässt, eine geplante Veränderung von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen bei der zuständigen Landesmedienanstalt vor ihrem Vollzug schriftlich anzumelden,
10. einer Satzung nach § 72 Satz 1 in Verbindung mit § 11 zuwiderhandelt, soweit die Satzung für einen bestimmten Tatbestand auf diese Bußgeldvorschrift verweist,
11. entgegen § 74 Satz 1 oder 2 in Verbindung mit § 8 Abs. 3 Satz 2 in der Werbung Techniken zur unterschweligen Beeinflussung einsetzt,
12. entgegen § 74 Satz 1 oder 2 in Verbindung mit § 8 Abs. 3 Satz 3 Rundfunkwerbung entsprechende Werbung oder Teleshopping nicht dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Angebotsteilen absetzt,
13. entgegen § 74 in Verbindung mit § 8 Abs. 4 das verbreitete Bewegtbildangebot durch die Einblendung von Rundfunkwerbung entsprechender Werbung ergänzt, ohne die Werbung eindeutig optisch zu trennen und als solche zu kennzeichnen,

14. entgegen § 74 Satz 1 oder 2 in Verbindung mit § 8 Abs. 5 Satz 2 ein Bewegtbildangebot nicht zu Beginn als Dauerwerbesendung ankündigt oder während ihres gesamten Verlaufs als solche kennzeichnet,
15. entgegen § 74 Satz 1 oder 2 in Verbindung mit § 8 Abs. 6 Satz 1 virtuelle Werbung in seine Angebote einfügt,
16. entgegen § 74 Satz 1 oder 2 in Verbindung mit § 8 Abs. 7 Satz 1 Schleichwerbung, Themenplatzierung oder entsprechende Praktiken betreibt,
17. entgegen § 74 Satz 1 oder 2 in Verbindung mit § 8 Abs. 7 Satz 2 Produktplatzierung in Nachrichtensendungen, Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Regionalfensterprogrammen nach § 59 Abs. 4, Fensterprogrammen nach § 65, Sendungen religiösen Inhalts oder Kindersendungen betreibt,
18. entgegen § 74 Satz 1 oder 2 in Verbindung mit § 8 Abs. 7 Satz 4 oder 5 auf eine Produktplatzierung nicht eindeutig hinweist oder sie nicht zu Beginn und zum Ende einer Sendung oder bei deren Fortsetzung nach einer Werbeunterbrechung oder im Hörfunk durch einen gleichwertigen Hinweis angemessen kennzeichnet,
19. entgegen § 74 Satz 1 oder 2 in Verbindung mit § 8 Abs. 9 Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art verbreitet,
20. entgegen § 74 Satz 1 oder 2 in Verbindung mit § 9 Abs. 1 das Bewegtbildangebot eines Gottesdienstes oder ein Bewegtbildangebot für Kinder durch Rundfunkwerbung entsprechende Werbung oder durch Teleshopping unterbricht,
21. entgegen den in § 74 Satz 1 oder 2 in Verbindung mit § 9 Abs. 3 genannten Voraussetzungen Filme mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentarfilmen sowie Kinofilme und Nachrichtensendungen durch Fernsehwerbung entsprechende Werbung oder durch Teleshopping unterbricht,
22. entgegen § 74 Satz 1 oder 2 in Verbindung mit § 10 Abs. 1 Satz 1 bei einem gesponserten Bewegtbildangebot nicht eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung hinweist oder nicht eindeutig zu Beginn oder am Ende der gesponserten Sendung auf den Sponsor hinweist,
23. entgegen § 74 Satz 1 oder 2 in Verbindung mit § 10 Abs. 3 und 4 unzulässig gesponserte Bewegtbildangebote verbreitet,
24. entgegen § 79 Abs. 2 Satz 1 oder 2 den Betrieb einer Medienplattform oder Benutzeroberfläche nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig anzeigt oder entgegen § 79 Abs. 2 Satz 3 in Verbindung mit Satz 1 oder 2 eine wesentliche Änderung nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig anzeigt,
25. entgegen § 80 Abs. 1 in Verbindung mit Abs. 2 Rundfunkprogramme, einschließlich des HbbTV-Signals, rundfunkähnliche Telemedien oder Teile davon inhaltlich oder 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 diesem Zweck skaliert oder einzelne Rundfunkprogramme oder Inhalte in Angebotspakete aufnimmt oder in anderer Weise entgeltlich oder unentgeltlich vermarktet oder öffentlich zugänglich macht,
26. entgegen § 81 Abs. 2 bis 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 § 81 Abs. 5 Satz 2 auf Verlangen der zuständigen Landesmedienanstalt die Belegung nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig anzeigt,
27. entgegen § 82 Abs. 2 Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien und Telemedien nach § 19 Abs. 1 beim Zugang zu Medienplattformen unmittelbar oder mittelbar unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Angeboten ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt,
28. entgegen § 82 Abs. 3 Satz 1 oder 2 die Verwendung oder Änderung eines Zugangsberechtigungssystems oder einer Schnittstelle für Anwendungsprogramme und die Entgelte hierfür der zuständigen Landesmedienanstalt nicht unverzüglich anzeigt oder entgegen § 82 Abs. 3 Satz 3 der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte nicht erteilt,
29. entgegen § 83 Abs. 1 Zugangsbedingungen nicht oder nicht vollständig gegenüber der zuständigen Landesmedienanstalt offenlegt,
30. entgegen § 83 Abs. 2 Entgelte oder Tarife nicht so gestaltet, dass auch regionale und lokale Angebote zu angemessenen Bedingungen verbreitet werden können,
31. entgegen § 84 Abs. 2 Satz 1 und 2 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 entgegen § 84 Abs. 2 Satz 3 nicht alle Angebote mittels einer Suchfunktion diskriminierungsfrei auffindbar macht, soweit der Nachweis nach § 84 Abs. 7 nicht erbracht ist,

32. entgegen § 84 Abs. 3 Satz 1 den in einer Benutzeroberfläche vermittelten Rundfunk nicht in seiner Gesamtheit auf der ersten Auswahlebene unmittelbar erreichbar und leicht auffindbar macht, soweit der Nachweis nach § 84 Abs. 7 nicht erbracht ist,
33. entgegen § 84 Abs. 3 Satz 2 die 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, nicht leicht auffindbar macht, soweit der Nachweis nach § 84 Abs. 7 nicht erbracht ist,
34. entgegen § 84 Abs. 3 Satz 3 Hauptprogramme mit Fensterprogramm nicht gegenüber dem ohne Fensterprogramm ausgestrahlten Hauptprogramm und gegenüber den Fensterprogrammen, die für andere Gebiete zugelassen oder gesetzlich bestimmt sind, vorrangig darstellt, soweit der Nachweis nach § 84 Abs. 7 nicht erbracht ist,
35. entgegen § 84 Abs. 4 in einer Benutzeroberfläche vermittelte gemeinsame Telemedienangebote der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, Telemedienangebote des ZDF sowie des Deutschlandradios oder vergleichbare rundfunkähnliche Telemedienangebote oder Angebote nach § 2 Abs. 2 Nr. 14 Buchst. b privater Anbieter, die in besonderem Maß einen Beitrag zur Meinungs- und Angebotsvielfalt im Bundesgebiet leisten, oder softwarebasierte Anwendungen, die ihrer unmittelbaren Ansteuerung dienen, im Rahmen der Präsentation rundfunkähnlicher Telemedien oder der softwarebasierten Anwendungen, die ihrer mittelbaren Ansteuerung dienen, nicht leicht auffindbar macht, soweit der Nachweis nach § 84 Abs. 7 nicht erbracht ist,
36. entgegen § 84 Abs. 6 nicht dafür Sorge trägt, dass die Sortierung oder Anordnung von Angeboten oder Inhalten auf einfache Weise und dauerhaft durch den Nutzer individualisiert werden kann, soweit der Nachweis nach § 84 Abs. 7 nicht erbracht ist,
37. entgegen § 85 Satz 1 die einer Medienplattform oder Benutzeroberfläche zugrunde liegenden Grundsätze für die Auswahl von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien und Telemedien nach § 19 Abs. 1 und für ihre Organisation nicht transparent macht oder entgegen § 85 Satz 3 Informationen hierzu den Nutzern nicht in leicht wahrnehmbarer, unmittelbar erreichbarer und ständig verfügbarer Weise zur Verfügung stellt,
38. entgegen § 86 Abs. 1 Satz 1 der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen die erforderlichen Unterlagen nicht unverzüglich vorlegt,
39. entgegen § 86 Abs. 3 auf Nachfrage gegenüber Anbietern von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 19 Abs. 1 die tatsächliche Sortierung, Anordnung und Abbildung von Angeboten und Inhalten, die Verwendung ihrer Metadaten sowie im Rahmen eines berechtigten Interesses Zugangsbedingungen nach § 83 Abs. 1 nicht mitteilt,
40. entgegen § 90 Abs. 2 nicht spätestens sechs Monate nach Inkrafttreten dieses Staatsvertrags die Anzeige nach § 79 Abs. 2 vornimmt, soweit die Medienplattform oder Benutzeroberfläche bei Inkrafttreten dieses Staatsvertrages bereits in Betrieb aber nicht angezeigt ist,
41. entgegen § 92 Satz 1 als Anbieter eines Medienintermediärs keinen Zustellungsbevollmächtigten im Inland benennt,
42. entgegen § 93 Abs. 1 als Anbieter eines Medienintermediärs die erforderlichen Informationen nicht oder nicht in der vorgeschriebenen Weise verfügbar hält,
43. entgegen § 93 Abs. 2 als Anbieter eines Medienintermediärs, der eine thematische Spezialisierung aufweist, diese Spezialisierung durch die Gestaltung seines Angebots nicht wahrnehmbar macht,
44. entgegen § 93 Abs. 3 als Anbieter eines Medienintermediärs Änderungen nicht unverzüglich in derselben Weise wahrnehmbar macht,
45. entgegen § 93 Abs. 4 als Anbieter eines Medienintermediärs, der soziale Netzwerke anbietet, nicht dafür Sorge trägt, dass Telemedien im Sinne von § 18 Abs. 3 gekennzeichnet werden,
46. entgegen § 94 Abs. 1 als Anbieter eines Medienintermediärs journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote, auf deren Wahrnehmbarkeit er besonders hohen Einfluss hat, diskriminiert,
47. entgegen § 95 als Anbieter eines Medienintermediärs die erforderlichen Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen nicht vorlegt,
48. entgegen § 103 Abs. 2 Satz 1 oder 3 die Weiterverbreitung von Fernsehprogrammen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig bei der Landesmedienanstalt, in deren Geltungsbereich die Programme verbreitet werden sollen, anzeigt soweit die Anzeige nicht nach § 103 Abs. 2 Satz 2 durch den Anbieter einer Medienplattform vorgenommen wird,
49. entgegen einer vollziehbaren Anordnung durch die zuständige Aufsichtsbehörde nach § 109 Abs. 1 Satz 2, auch in Verbindung mit Abs. 4 Satz 1 ein Angebot nicht sperrt oder
50. entgegen § 109 Abs. 4 Satz 3 Angebote gegen den Abruf durch die zuständige Aufsichtsbehörde

sperrt.

³Weitere landesrechtliche Bestimmungen über Ordnungswidrigkeiten bleiben unberührt.

(2) Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße von bis zu 500.000 Euro, im Falle des Absatzes 1 Satz 2 Nr. 1 mit einer Geldbuße bis zu 50.000 Euro und im Falle des Absatzes 1 Satz 2 Nr. 49 und 50 mit einer Geldbuße bis zu 250.000 Euro geahndet werden.

(3) ¹Zuständige Verwaltungsbehörde im Sinne des § 36 Abs. 1 Nr. 1 des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten ist die nach § 106 zuständige Landesmedienanstalt. ²Über die Einleitung eines Verfahrens hat die zuständige Verwaltungsbehörde die übrigen Landesmedienanstalten unverzüglich zu unterrichten. ³Soweit 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) ¹Die Landesmedienanstalt, die einem Veranstalter eines bundesweit ausgerichteten Rundfunkprogramms die Zulassung erteilt hat, kann bestimmen, dass Beanstandungen nach einem Rechtsverstoß gegen Regelungen dieses Staatsvertrages sowie rechtskräftige Entscheidungen in einem Verfahren wegen Ordnungswidrigkeiten nach Absatz 1 von dem betroffenen Veranstalter in seinem Rundfunkprogramm verbreitet werden. ²Inhalt und Zeitpunkt der Bekanntgabe sind durch diese Landesmedienanstalt nach pflichtgemäßem Ermessen festzulegen. ³Absatz 3 Satz 2 und 3 gilt entsprechend.

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

IX. Abschnitt Übergangs- und Schlussvorschriften

§ 116 Kündigung

(1) ¹Dieser Staatsvertrag gilt für unbestimmte Zeit. ²Der Staatsvertrag kann von jedem der vertragschließenden Länder zum Schluss des Kalenderjahres mit einer Frist von einem Jahr gekündigt werden. ³Die Kündigung kann erstmals zum 31. Dezember 2022 erfolgen. ⁴Wird der Staatsvertrag zu diesem Termin nicht gekündigt, kann die Kündigung mit gleicher Frist jeweils zu einem zwei Jahre späteren Termin erfolgen. ⁵Die Kündigung ist gegenüber der oder dem Vorsitzenden der Konferenz der Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder schriftlich zu erklären. ⁶Kündigt ein Land diesen Staatsvertrag, kann es zugleich den **Rundfunkbeitragsstaatsvertrag** und den **Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages** zum gleichen Zeitpunkt kündigen; jedes andere Land kann daraufhin innerhalb von sechs Monaten nach Eingang der Kündigungserklärung dementsprechend ebenfalls zum gleichen Zeitpunkt kündigen. ⁷Zwischen den übrigen Ländern bleiben diese Staatsverträge in Kraft.

(2) ¹Im Falle der Kündigung verbleibt es bei der vorgenommenen Zuordnung der Satellitenkanäle, solange für diese Kanäle noch Berechtigungen bestehen. ²Die §§ 27 bis 30 bleiben im Falle der Kündigung einzelner Länder unberührt.

(3) ¹§ 13 Abs. 1 und 2 kann von jedem der vertragschließenden Länder auch gesondert zum Schluss des Kalenderjahres mit einer Frist von einem Jahr gekündigt werden. ²Die Kündigung kann erstmals zum 31. Dezember 2022 erfolgen. ³Wird § 13 Abs. 1 und 2 zu diesem Zeitpunkt nicht gekündigt, kann die Kündigung mit gleicher Frist jeweils zu einem zwei Jahre späteren Zeitpunkt erfolgen. ⁴Die Kündigung ist gegenüber der oder dem Vorsitzenden der Konferenz der Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder schriftlich zu erklären. ⁵Kündigt ein Land, kann jedes Land innerhalb von drei Monaten nach Eingang der Kündigungserklärung § 13 Abs. 1 und 2 zum gleichen Zeitpunkt kündigen. ⁶Die Kündigung eines Landes lässt die gekündigten Bestimmungen dieses Staatsvertrages im Verhältnis der übrigen Länder zueinander unberührt.

(4) ¹§ 34 Abs. 2 kann von jedem der vertragschließenden Länder auch gesondert zum Schluss des Kalenderjahres mit einer Frist von einem Jahr gekündigt werden. ²Die Kündigung kann erstmals zum 31. Dezember 2022 erfolgen. ³Wird § 34 Abs. 2 zu diesem Zeitpunkt nicht gekündigt, kann die Kündigung mit gleicher Frist jeweils zu einem zwei Jahre späteren Zeitpunkt erfolgen. ⁴Die Kündigung ist gegenüber der oder dem Vorsitzenden der Konferenz der Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder schriftlich zu erklären. ⁵Kündigt ein Land, kann jedes Land innerhalb von drei Monaten nach Eingang der Kündigungserklärung den **Rundfunkstaatsvertrag**, den **ARD-Staatsvertrag**, den **ZDF-Staatsvertrag**, den **Staatsvertrag über die Körperschaft des öffentlichen Rechts „Deutschlandradio“**, den

Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag und den Rundfunkbeitragsstaatsvertrag zum gleichen Zeitpunkt kündigen. ⁶Die Kündigung eines Landes lässt die gekündigten Bestimmungen dieses Staatsvertrages und die in Satz 5 aufgeführten Staatsverträge im Verhältnis der übrigen Länder zueinander unberührt.

(5) ¹§ 39 Abs. 1, 2 und 5 kann von jedem der vertragsschließenden Länder auch gesondert zum Schluss des Kalenderjahres, das auf die Ermittlung des Finanzbedarfs des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gemäß § 36 folgt, mit einer Frist von sechs Monaten gekündigt werden, wenn der Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag nicht nach der Ermittlung des Finanzbedarfs gemäß § 36 aufgrund einer Rundfunkbeitragserhöhung geändert wird. ²Die Kündigung kann erstmals zum 31. Dezember 2022 erfolgen. ³Wird § 39 Abs. 1, 2 und 5 zu einem dieser Termine nicht gekündigt, kann die Kündigung mit gleicher Frist jeweils zu einem zwei Jahre späteren Termin erfolgen. ⁴Die Kündigung ist gegenüber der oder dem Vorsitzenden der Konferenz der Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder schriftlich zu erklären. ⁵Kündigt ein Land, kann jedes Land innerhalb von drei Monaten nach Eingang der Kündigungserklärung den Rundfunkbeitragsstaatsvertrag und den Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag zum gleichen Zeitpunkt kündigen. ⁶In diesem Fall kann jedes Land außerdem innerhalb weiterer drei Monate nach Eingang der Kündigungserklärung nach Satz 5 die §§ 36 und 46 hinsichtlich einzelner oder sämtlicher Bestimmungen zum gleichen Zeitpunkt kündigen. ⁷Zwischen den übrigen Ländern bleiben die gekündigten Bestimmungen dieses Staatsvertrages und die in Satz 5 aufgeführten Staatsverträge in Kraft.

§ 117

Übergangsbestimmung für Produktplatzierungen

§ 8 Abs. 7 und § 38 gelten nicht für Sendungen, die vor dem 19. Dezember 2009 produziert wurden.

§ 118

Übergangsbestimmung für Telemedienkonzepte

Die zum 1. Mai 2019 nach § 32 Abs. 7 veröffentlichten Telemedienkonzepte bleiben unberührt.

§ 119

Übergangsbestimmung für Zulassungen und Anzeigen

(1) ¹Bei Zulassungen, die vor Inkrafttreten dieses Staatsvertrages erteilt wurden, und Zulassungsverlängerungen bleibt die zulassungserteilende Landesmedienanstalt zuständig. ²Gleiches gilt für Medienplattformen und Benutzeroberflächen, die vor Inkrafttreten dieses Staatsvertrages angezeigt wurden.

(2) Absatz 1 gilt nur für bundesweit ausgerichtete Angebote.

§ 120

Übergangsbestimmung zur Bestimmung der Zuschaueranteile

(1) ¹Bis zur ersten Bestimmung der Zuschaueranteile nach § 61 sind für die Beurteilung von Fragestellungen der Sicherung der Meinungsvielfalt in Zusammenhang mit der bundesweiten Veranstaltung von Fernsehprogrammen die vorhandenen Daten über Zuschaueranteile zugrunde zu legen. ²Die Veranstalter sind verpflichtet, bei ihnen vorhandene Daten über Zuschaueranteile auf Anforderung der KEK zur Verfügung zu stellen. ³Die Landesmedienanstalten haben durch Anwendung verwaltungsverfahrenrechtlicher Regelungen unter Beachtung der Interessen der Beteiligten sicherzustellen, dass Maßnahmen nach diesem Staatsvertrag, die aufgrund von Daten nach Satz 1 ergehen, unverzüglich an die sich aufgrund der ersten Bestimmung der Zuschaueranteile nach § 61 ergebende Sach- und Rechtslage angepasst werden können.

(2) Absatz 1 gilt nur für bundesweit ausgerichtete Angebote.

§ 121

Übergangsbestimmung für Benutzeroberflächen

§ 84 Abs. 3 bis 6 gilt ab dem 1. September 2021.

§ 122 Regelung für Bayern

¹Der Freistaat Bayern ist berechtigt, eine Verwendung des Anteils am Rundfunkbeitrag nach § 112 zur Finanzierung der landesgesetzlich bestimmten Aufgaben der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien im Rahmen der öffentlich-rechtlichen Trägerschaft vorzusehen. ²Im Übrigen finden die für private Veranstalter geltenden Bestimmungen dieses Staatsvertrages auf Anbieter nach bayerischem Recht entsprechende Anwendung. ³Abweichende Regelungen zu § 8 Absatz 9 Satz 1 1. Variante zur Umsetzung von Vorgaben der Landesverfassung sind zulässig.

Anlage (zu § 30 Abs. 5 Satz 1 Nr. 4 des Medienstaatsvertrages)

Negativliste öffentlich-rechtlicher Telemedien

1. Anzeigenrubriken, Anzeigen oder Kleinanzeigen,
2. Branchenregister und -verzeichnisse,
3. Preisvergleichsrubriken sowie Berechnungsprogramme (z. B. Preisrechner, Versicherungsrechner),
4. Rubriken für die Bewertung von Dienstleistungen, Einrichtungen und Produkten,
5. Partner-, Kontakt-, Stellen-, Tauschbörsen,
6. Ratgeberrubriken ohne Bezug zu Sendungen,
7. Business-Networks,
8. Telekommunikationsdienstleistungen im Sinne von § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes,
9. Wetten im Sinne von § 762 des Bürgerlichen Gesetzbuches,
10. Softwareangebote, soweit nicht zur Wahrnehmung des eigenen Angebots erforderlich,
11. Routenplaner,
12. Verlinkungen ohne redaktionelle Prüfung und Verlinkungen, die unmittelbar zu Kaufaufforderungen führen mit der Ausnahme von Verlinkungen auf eigene audiovisuelle Inhalte kommerzieller Tochtergesellschaften,
13. Musikdownload von kommerziellen Fremdproduktionen; dies gilt nicht soweit es sich um ein zeitlich befristetes aktionsbezogenes Angebot zum Download von Musiktiteln handelt,
14. Spieleangebote ohne Bezug zu einer Sendung,
15. Fotodownload ohne Bezug zu einer Sendung,
16. Veranstaltungskalender (auf eine Sendung bezogene Hinweise auf Veranstaltungen sind zulässig),
17. Foren, Chats ohne Bezug zu Sendungen und redaktionelle Begleitung; Foren, Chats unter Programm- oder Sendermarken sind zulässig. Foren und Chats dürfen nicht inhaltlich auf Angebote ausgerichtet sein, die nach den Nummern 1 bis 16 unzulässig sind.

Anlage (zu § 33 Abs. 5 Satz 1 des Medienstaatsvertrages)

Negativliste Jugendangebot

1. Anzeigenrubriken, Anzeigen oder Kleinanzeigen,
2. Branchenregister und -verzeichnisse,
3. Preisvergleichsrubriken sowie Berechnungsprogramme (zum Beispiel Preisrechner, Versicherungsrechner),
4. Rubriken für die Bewertung von Dienstleistungen, Einrichtungen und Produkten,
5. Partner-, Kontakt-, Stellen-, Tauschbörsen,
6. Ratgeberrubriken ohne journalistisch-redaktionellen Bezug zum Jugendangebot,
7. Business-Networks,
8. Telekommunikationsdienste im Sinne von § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes,
9. Wetten im Sinne von § 762 des Bürgerlichen Gesetzbuches,
10. Softwareangebote, soweit nicht zur Wahrnehmung des eigenen Angebots erforderlich,
11. Routenplaner,
12. Verlinkungen ohne redaktionelle Prüfung und Verlinkungen, die unmittelbar zu Kaufaufforderungen

führen,

13. Musikdownload von kommerziellen Fremdproduktionen, soweit es sich um ein zeitlich unbefristetes nicht-aktionsbezogenes Angebot zum Download von Musiktiteln handelt,
14. Spieleangebote ohne journalistisch-redaktionellen Bezug zum Jugendangebot,
15. Fotodownload ohne journalistisch-redaktionellen Bezug zum Jugendangebot,
16. Veranstaltungskalender ohne journalistisch-redaktionellen Bezug zum Jugendangebot,
17. Foren und Chats ohne redaktionelle Begleitung. Im Übrigen dürfen Foren und Chats nicht inhaltlich auf Angebote ausgerichtet sein, die nach den Nummern 1 bis 16 unzulässig sind.

fortgeltende Anlagen¹

-
- 1 entsprechend Artikel 2 Nummer 2 des [Staatsvertrages zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland](#) vom 28. April 2020 (SächsGVBl. S. 381, 419) gelten folgende Anlage fort:
Die [Anlage \(zu § 11b Abs. 1 Nr. 2 des Rundfunkstaatsvertrages\)](#) gilt als Anlage (zu § 28 Abs. 1 Nr. 2 des Medienstaatsvertrages), die [Anlage \(zu § 11b Abs. 3 Nr. 2 des Rundfunkstaatsvertrages\)](#) gilt als Anlage (zu § 28 Abs. 3 Nr. 2 des Medienstaatsvertrages) und die [Anlage \(zu § 11c Abs. 3 Nr. 3 des Rundfunkstaatsvertrages\)](#) als Anlage (zu § 29 Abs. 3 Nr. 3 des Medienstaatsvertrages) fort.