

§ 6: TELEMEDIEN

Das gesetzliche Medienrecht (§ 2 Abs. 1 Satz 3 MStV) kennt eine dritte Kategorie, die Telemedien („tele“ = griech.: fern). Ein klassischer Beispielfall ist die elektronische Presse. Es handelt sich um Onlineangebote, die wie die Printmedien und der Rundfunk ebenfalls medienrechtlichen Maßstäben unterliegen, wenn sie in eigener redaktioneller Verantwortung erstellt wurden beziehungsweise – um mit den Worten des Gesetzgebers zu sprechen – „journalistisch-redaktionell gestaltet“ sind, § 19 Abs. 1 Satz 1 MStV. Solche Telemedien sind beispielsweise zur journalistischen Sorgfalt verpflichtet (§ 19 Abs. 1 Satz 3 MStV) und fallen unter das medienrechtliche Datenschutzprivileg, § 23 MStV. Sie sind etwas anderes als

- Rundfunk im gesetzlichen Sinne, weil sie die besondere mediale Bedeutung des Rundfunks nicht erreichen und mit anderen Informations- oder Nutzungsverhalten verbunden sind. Insbesondere machen sie typischerweise keine linearen Informationsangebote.
- als Printmedien, weil sie nicht gedruckt, sondern „elektronisch“ beziehungsweise online übermittelt werden.
- digitale Dienste im Sinne des DSA, weil sie ihre Inhalte selbst nach journalistisch-redaktionellen Maßstäben auswählen, bearbeiten und öffentlich machen. Ihr Anliegen ist es gerade nicht, Nutzern das Onlinestellen beliebiger Inhalte ohne weitere Überprüfung zu ermöglichen.

A. Verfassungsrecht

Wer sich auf einer Internetseite äußert, kann sich auf die Meinungsfreiheit und **Art. 5 Abs. 1 Satz 1 Alt. 1 GG** berufen. Die Meinungsfreiheit erfasst alle Äußerungen mit meinungsbildendem Inhalt und neben der Äußerung in Wort, Schrift und Bild auch alle sonstigen Ausdrucksformen, die eine Meinung transportieren können.

Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG ist zeitlich vor dem Entstehen des Internet und der Telemedien in Kraft getreten. Die Vorschrift nennt die Telemedien nicht, sondern allein Presse, Rundfunk und Film. Damit stellt sich die Frage, ob die Vorschrift auch die Telemedien erfasst.

I. Allgemeine Anforderungen, öffentliche Aufgabe

Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG soll die Voraussetzungen dafür gewährleisten, dass die Medien ihre Aufgabe im Kommunikationsprozess erfüllen können. Presse und Rundfunk nehmen durch ihre „massenkommunikative Vermittlungsfunktion“ ein öffentliche Aufgabe (siehe § 1 der Vorlesung) wahr. Sie werden deshalb in ihrer institutionellen Eigenständigkeit von der Beschaffung der Informationen bis zum Verbreiten von Nachrichten und Meinungen geschützt, z.B. BVerfG vom 12.3.2003 (Frontal), BVerfGE 107, 299, 329.

Derselbe grundrechtliche Schutz steht allen Massenmedien zu, die wie Presse und Rundfunk zur Sicherung von öffentlicher Information, öffentlicher Kontrolle

und öffentlichem Dialog beitragen. Sie müssen dafür meinungsrelevante Inhalte durch Massenkommunikation öffentlich machen und sich auf den öffentlichen Meinungsbildungsprozess beziehen. Der Gesetzgeber spricht insoweit von Telemedien, die journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote machen, z.B. § 19 Abs. 1 Satz 1 MStV.

Telemedien, die keinen journalistisch-redaktionellen Zuschnitt haben, fallen nicht unter Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG.

Soziale Netzwerke (Art. 3 lit. i DSA spricht von „Online-Plattformen“, Fechner/Mayer, Medienrecht, Vorschriftensammlung, 19. Auflage 2025/26, Nr. 31) wählen Inhalte nicht selber aus, sondern speichern im Auftrag eines Nutzers Informationen und verbreiten diese öffentlich.

Die Vermittlung rein kommerzieller Inhalte ohne meinungsbildenden Gehalt reicht nicht aus. Unternehmen, die zum Beispiel eine Verkaufsplattform betreiben, genießen für diese Tätigkeit zwar gegebenenfalls Meinungsfreiheit, aber keinen medienfunktionalen Schutz.

Telemedien, die ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen (§ 18 Abs. 1 MStV), werden ebenfalls nicht erfasst.

II. Presse oder Rundfunk

Für die grundrechtliche Beurteilung ist es weiterhin wichtig, ob für Telemedien die presse- oder die rundfunkrechtlichen oder nochmals andere Maßstäbe gelten. Das BVerfG hat für Presse und Rundfunk unterschiedliche Regeln entwickelt.

Pressefreiheit setzt auf Liberalität, auf die Entscheidungen und Initiativen von Individuen. Sie basiert auf der Einschätzung, dass der Meinungsfreiheit und öffentlichen Meinungsvielfalt gedient ist, wenn der Staat möglichst wenig in die Angelegenheiten der Presse eingreift und es dem Einzelnen überlässt, ob er zum Beispiel eine Zeitung verlegt, was in seinen Erzeugnissen veröffentlicht wird, wie sie inhaltlich ausgerichtet sind und wie sie finanziert werden. Pressefreiheit bedeutet Zulassungsfreiheit, Tendenzfreiheit, Außenpluralität.

Rundfunkfreiheit setzt auf staatliche Regulierung und will das „freie Spiel der Kräfte“ gerade verhindern. Es steht dem Einzelnen nicht frei, nach eigener Entscheidung Rundfunk zu betreiben. Rundfunkfreiheit bedeutet staatliche Zulassungspflicht, staatliche Vorgaben für Programminhalte, Pflicht zur Binnenpluralität.

Es ist umstritten, wie journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien im Rahmen von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG einzuordnen sind.

- Manche verteidigen die traditionellen Abgrenzungskriterien und stellen auf die Art der Informationsvermittlung ab. Danach sind gedruckte/verkörperte Informationsformen Presse und elektronische Medien Rundfunk. Zugleich werden die Telemedien verfassungsrechtlich aber als eine Sonderkategorie angesehen, die den speziellen, für den traditionellen Rundfunk entwickelten Besonderheiten möglicherweise nur eingeschränkt oder gar nicht unterliegt.

Die körperliche Vermittlungsweise von Informationen, die nach dem traditionellen Verständnis das zentrale Kriterium für die Abgrenzung von Presse und Rundfunk war, hat durch die technische Entwicklung ihre

ursprüngliche Berechtigung verloren. Für die Unterscheidung zwischen Print- und Telemedien würde das Kriterium zu willkürlich anmutenden Ergebnissen führen. Nach dem traditionellen Verständnis soll es auf die Körperlichkeit zum Zeitpunkt der Übermittlung ankommen. Danach ginge es folglich um Presse, wenn der Leser bedrucktes Papier in den Händen hält, und um Rundfunk, wenn er ein Tablett benutzt. Die Unterscheidung ist inzwischen rein technischer Natur und kann eine unterschiedliche medienrechtliche Behandlung nicht rechtfertigen.

- Das BVerfG hat sich bislang nur sehr zurückhaltend positioniert. Nach seiner Ansicht ist aber die elektronische Verbreitung von Informationen kein zwingendes Kriterium für die Einordnung, BVerfG vom 21.12.2016 (Ziemlich beste Freunde), NJW 2017, 1537, 1538 Rn. 16; BVerfG vom 6.11.2019 (Recht auf Vergessen I), BVerfGE 152, 152, 193 f. Rn. 95.

Es ist vorzugswürdig, nach Art der Telemedien und im Hinblick auf die jeweilige Sachfrage zu unterscheiden. Maßgebend muss eine sozusagen medienfunktionale Einordnung sein, die danach fragt, welcher Maßstab im Hinblick auf die Eigenheiten und Wirkungen der jeweiligen Medien sachgerecht ist. Für die Abgrenzung ist grundsätzlich auf die Art der Rezeption durch den Nutzer abzustellen. Die Wirkungen von Informationen hängen davon ab, ob sie in Bildern transportiert und sinnlich wahrgenommen werden oder ob es sich um bloße Textmeldungen handelt, *Beater*, Medienrecht, 3. Auflage 2025, Rdnr. 288 f.

Telemedien sind verfassungsrechtlich Rundfunk, wenn sie **hauptsächlich durch Anschauen insbesondere bewegter Bilder und durch Hören genutzt** werden, *Gersdorf AfP* 2010, 421, 424 f.; *Grabenwarter* in: Dürig/Herzog/Scholz, Art. 5 Abs. I, II GG Rn. 651 f. Diese Informationsweise begünstigt in einem besonderen Maße Suggestivkraft, Authentizitätsanmutung und Unterhaltungswert. Sie ermöglicht einen Informationscharakter, der für den Rundfunk typisch und den Printmedien verschlossen ist. Die unmittelbaren und eindringlichen Wirkungen, die bewegte Bilder sowie Originalbilder und -töne gegenüber Lesetexten haben, verleihen solchen Telemedien das Potenzial für mediale Breiteneffekte, um derentwillen die speziellen rundfunkverfassungsrechtlichen Anforderungen gerade entwickelt worden sind.

Öffentlich-rechtliche Telemedien, die „im Schwerpunkt mittels Bewegtbild oder Ton“ informieren (§ 30 Abs. 7 Satz 2 MStV), sind daher verfassungsrechtlich Rundfunk. Die grundrechtsausfüllende Gesetzgebung (§ 27 Abs. 1 Satz 1 MStV) begreift sie als Teil des Rundfunkauftrags und ordnet beispielsweise an, dass sie grundsätzlich nicht über den Markt finanziert werden dürfen.

Telemedien sind dagegen verfassungsrechtlich Presse, wenn sie **hauptsächlich gelesen** werden müssen, also mit Texten und vornehmlich mit stehenden Bildern oder Grafiken arbeiten, *Gersdorf AfP* 2010, 421, 425; *Grabenwarter* in: Dürig/Herzog/Scholz, Art. 5 Abs. I, II GG Rn. 252 f. So unterfällt insbesondere die „elektronische Presse“ der Pressefreiheit, zum Beispiel wenn ein im Internet veröffentlichter Artikel mit einem gedruckten Beitrag im Wesentlichen inhaltsgleich ist und diesen ergänzt oder wenn ein Zeitungsartikel in ein Onlinearchiv eingestellt wird, BVerfG vom 21.12.2016 (Ziemlich beste

Freunde), NJW 2017, 1537, 1538 Rn. 16; BVerfG vom 6.11.2019 (Recht auf Vergessen I), BVerfGE 152, 152, 193 f. Rn. 95.

B. Journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien

Auf gesetzlicher Ebene unterliegen Onlineangebote den Regelungen des MStV, wenn und soweit sie journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien sind. Der MStV regelt die „inhalts- und vielfaltsbezogenen Anforderungen“ (§ 1 Abs. 2 Satz 1 DDG) an solche Medien, also beispielsweise die Pflicht zur journalistischen Sorgfalt oder den Auskunftsanspruch.

Der allgemeine Begriff der „*Telemedien*“ ist in § 2 Abs. 1 Satz 3 MStV denkbar weit definiert. Er erfasst alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, die weder Telekommunikationsdienste im Sinne von § 3 Nr. 61, Nr. 63 TKG noch Rundfunk im Sinne von § 2 Abs. 1 Satz 1 MStV sind. Darunter können also auch Angebote fallen, die überhaupt keine mediale Bedeutung haben, weil sie zum Beispiel ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, § 18 Abs. 1 MStV.

Medienrechtlich relevant sind Telemedien, die „*journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote*“ machen, sich also „in eigener redaktioneller Verantwortung“ (*Amtliche Begründung zum MStV* vom 29.4.2020, LT-Drucks. Bayern 18/7640, S. 1, 79) zur öffentlichen Information, zur öffentlichen Kontrolle und zum öffentlichen Dialog beitragen. Sie folgen journalistischen Zielsetzungen und werden in den §§ 17 ff., 74 ff. MStV in einem unterschiedlichen Ausmaß den Maßstäben unterworfen, die auch für Printmedien oder Rundfunk gelten. Im Einzelnen hängt der Umfang der einzelnen Rechte und Pflichten von weiteren Unterscheidungen ab. So wie es im Presserecht unterschiedliche Kategorien von Druckwerken gibt, so gibt auch verschiedene Kategorien von Telemedien.

I. Elektronische Presse

Die §§ 18 Abs. 2 Satz 1, 19 Abs. 1 Satz 1, 20 Abs. 1 Satz 1 MStV regeln die sogenannte „elektronische Presse“ und unterwirft sie weitgehend presserechtsähnlichen Maßstäben.

1. Begriff, Voraussetzungen

Der wichtigste und gesetzlich speziell angesprochene Fall von elektronischer Presse sind Telemedien, in denen „*vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben werden*“. Dafür ist entscheidend, dass der angebotene Inhalt vollständig oder teilweise einem periodischen Druckwerk (§ 6 Abs. 1, Abs. 4 PresseG) entnommen wurde. Das anbietende Telemedium selbst braucht keinen periodischen Charakter zu haben.

Der Gesetzeswortlaut („*insbesondere*“) gibt zu erkennen, dass auch Telemedien, die keine periodischen Printmeldungen wiedergeben, elektronische Presse sein können. Danach sind solche Wiedergaben bloß eine besonders typische

Erscheinungsform der elektronischen Presse, aber kein zwingendes Kriterium für die rechtliche Einordnung. Als Anwendungsfall kommen etwa E-Journals in Betracht, die kein Printgegenstück haben und originär online publizieren. Sie sind elektronische Presse, wenn

- sie „*journalistisch-redaktionell gestaltet*“ sind. Es gilt derselbe Maßstab wie im Rahmen des Rundfunkbegriffs. Die präsentierten Inhalte müssen also insbesondere nach dem Maßstab der gesellschaftlichen Relevanz ausgewählt, gewichtet und für den Nutzer aufgearbeitet sein, OLG Bremen vom 14.1.2011 (Vorabmitteilung), ZUM 2011, 416, 418. Die Anforderungen sind insgesamt nicht sehr hoch, siehe § 5 der Vorlesung.

Eine reine Übermittlung von erhobenen Daten an Nutzer in Form einer automatischen Auflistung von Beiträgen reicht nicht aus, BGH vom 23.6.2009 (www.spickmich.de), BGHZ 181, 328, 335 Rn. 21 zu § 41 Abs. 1 BDSG. Es fehlt an der erforderlichen publizistischen Auswahl oder Gewichtung und an einem Mindestmaß an gedanklicher Auseinandersetzung. Dasselbe gilt für Datenbanken, in denen Inhalte Dritter komplett und unverändert aufgenommen werden, zum Beispiel Urteilsdatenbanken oder Gesetzessammlungen. Die Auswahl nach dem Maßstab gesellschaftlicher Relevanz fehlt grundsätzlich auch bei Suchmaschinen.

Kommerzielle Kommunikation beziehungsweise reine Werbe- und Verkaufsplattformen werden mangels einer Auswahl, die sich an der gesellschaftlichen Relevanz orientiert, nicht erfasst; VGH Mannheim vom 25.3.2014, NJW 2014, 2667, 2668.

- sie außerdem ihrem Wesen oder ihrer Struktur nach dem klassischen Angebot von Verlagen entsprechen, *Amtliche Begründung zum MStV* vom 29.4.2020, LT-Drucks. Bayern 18/7640, S. 1, 90. Sie müssen also „zeitungsähnlich“ sein.

Der Gesetzeswortlaut deutet das Erfordernis nur indirekt an, indem er die periodischen Druckerzeugnisse und damit das wichtigste Beispiel („insbesondere“) für ein klassisches Verlagsangebot nennt. Die Voraussetzung ergibt sich im Wege der systematischen Auslegung, da **§ 19 Abs. 1 Satz 2 MStV** noch „andere“ journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien kennt und anordnet, dass diese Telemedien „*nicht unter Satz 1 fallen*“, ähnlich *Heins/Lefeldt* MMR 2021, 126, 129.

2. Rechte und Pflichten (Überblick)

Die elektronische Presse unterliegt denselben allgemeinen medienrechtlichen Regeln, die auch für Printmedien und Rundfunk gelten. Diese Telemedien

- unterliegen einer gesteigerten Impressumspflicht und müssen einen „*Verantwortlichen*“ benennen, **§ 18 Abs. 2 Satz 1 MStV**.
- haben gegenüber Behörden ein Recht auf Auskunft, **§§ 5, 18 Abs. 4 MStV**.
- müssen den anerkannten journalistischen Grundsätzen entsprechen, **§ 19 Abs. 1 Satz 1 MStV**. Dazu zählt zum Beispiel, Informationen wahrheitsgetreu wiederzugeben und unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen als solche kenntlich zu machen, *Amtliche Begründung zum MStV* vom 29.4.2020, LT-Drucks. Bayern 18/7640, S. 1, 90. Die elektronische Presse unterliegt insbesondere der Sorgfaltspflicht, **§ 19 Abs. 1 Satz 3 MStV**.

- müssen unter den Voraussetzungen von **§ 20 MStV** Gegendarstellungen aufnehmen.
- werden datenschutzrechtlich privilegiert, soweit sie personenbezogene Daten zu journalistischen Zwecken bearbeiten, **§ 23 Abs. 1 Satz 4 ff. MStV**.
- werden vor Diskriminierung durch Medienintermediäre geschützt, **§ 94 MStV**.

II. Andere journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien

§ 19 Abs. 1 Satz 2 MStV regelt „andere“ Telemedien, die zwar ebenfalls publizistische Relevanz haben, aber von der elektronischen Presse unterschieden werden, weil sie dem Wesen oder der Struktur nach nicht dem klassischen Angebot von Verlagen entsprechen, *Amtliche Begründung zum MStV* vom 29.4.2020, LT-Drucks. Bayern 18/7640, S. 1, 90. Die Vorschrift erfordert keine Verlags- oder verlagsähnlichen Angebote und setzt damit ebenso wie die Voraussetzung einer journalistisch-redaktionellen Gestaltung nicht unbedingt eine berufsmäßig journalistische Tätigkeit voraus. Sie kann folglich – anders als **§ 19 Abs. 1 Satz 1 MStV** – auch den Laien-Journalismus erfassen, *Amtliche Begründung zum MStV* vom 29.4.2020, LT-Drucks. Bayern 18/7640, S. 1, 81. Die Bestimmung soll dadurch eine Lücke schließen und auch sonstige Meinungsmultiplikatoren erfassen, sofern diese die übrigen Voraussetzungen erfüllen, *Amtliche Begründung zum MStV* vom 29.4.2020, LT-Drucks. Bayern 18/7640, S. 1, 90. In Betracht kommen zum Beispiel kleine Nachrichtenportale ohne große presseähnliche Redaktionen, News-Blogger, Influencer und YouTuber, *Heins/Lefeldt MMR* 2021, 126, 129.

- Das Erfordernis der „*journalistisch-redaktionellen Gestaltung*“ beurteilt sich abermals nach den allgemeinen Maßstäben. Es ist beispielsweise nicht erfüllt, wenn Personen in privaten tagebuchartigen Inhalten aus ihrem Leben berichten. Solche Angaben sind nicht nach der gesellschaftlichen Relevanz ausgewählt. Es wäre wegen des privaten Charakters auch unangemessen, sie der journalistischen Sorgfaltspflicht zu unterwerfen.
- Die Telemedien müssen „*geschäftsmäßig*“, also nachhaltig im Sinne einer auf gewisse Dauer angelegten Tätigkeit angeboten werden, *Amtliche Begründung zum MStV* vom 29.4.2020, LT-Drucks. Bayern 18/7640, S. 1, 90. Eine direkte wirtschaftliche Betätigung oder eine Gewinnerzielungsabsicht ist nicht erforderlich. Sind sie gegeben, so ist aber Geschäftsmäßigkeit anzunehmen. Dasselbe gilt, wenn das Angebot kommerziell ausgestaltet ist, also dem Vertrieb von Produkten dient oder Werbung enthält, *Amtliche Begründung zum MStV* vom 29.4.2020, LT-Drucks. Bayern 18/7640, S. 1, 90.
- Es müssen regelmäßig Nachrichten oder politische Informationen enthalten sein. Unter „*Nachrichten*“ sind wie in **§ 19 Abs. 1 Satz 3 MStV** Tatsachenangaben zu verstehen.

Andere journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien werden häufig von Einzelpersonen angeboten und haben typischerweise nicht die personellen und finanziellen Ressourcen klassischer Medienunternehmen. Der Gesetzgeber

nimmt diese Telemedien im Hinblick auf ihre publizistische Relevanz zu Recht stärker in die Pflicht als Privatpersonen und bindet sie wie die elektronische Presse an die anerkannten journalistischen Grundsätze („Gleiches“, § 19 Abs. 1 Satz 2 MStV) und an die journalistische Sorgfaltspflicht („Nachrichten“, § 19 Abs. 1 Satz 3 MStV). Dagegen sind bestimmte weitere Regelungen (erweiterte Informationspflicht, Auskunftsrecht, Gegendarstellung) auf die elektronische Presse beschränkt und gelten für die anderen journalistisch-redaktionell gestalteten Telemedien nicht.

III. Rundfunkähnliche Telemedien

„Rundfunkähnliche“ Telemedien sind in **§ 2 Abs. 2 Nr. 13 MStV** definiert. Sie liegen vor, wenn die angebotenen Inhalte

- „nach Form und Gestaltung *hörfunk- oder fernsehähnlich*“ sind, also vornehmlich durch Sehen und/oder Hören wahrgenommen werden und zum Empfang durch einen wesentlichen Teil der Allgemeinheit bestimmt sind, *Amtliche Begründung zum 13. RÄStV* vom 25.11.2009, LT-Drucks. Bayern 16/2736, S. 1, 14. In Betracht kommen Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung, insbesondere Spielfilme, Serien, Reportagen, Dokumentationen, Unterhaltungs-, Informations- oder Kindersendungen.
- „aus einem von einem Anbieter festgelegten Katalog“ bereitgestellt werden. Der Anbieter muss also eine redaktionelle Verantwortung (Art. 1 Abs. 1 lit. a i) RL 2010/13/EU) für die Zusammenstellung der einzelnen Sendungen übernommen haben, so dass sein Angebot inhaltlich einem Rundfunkprogramm entspricht, *Amtliche Begründung zum MStV* vom 29.4.2020, LT-Drucks. Bayern 18/7640, S. 1, 83. Als mögliche Beispiele werden im Schrifttum die Online-Videotheken bei Netflix, Sky und Amazon genannt.

Nicht rundfunkähnlich sind *Video-Sharing-Dienste*. Das sind Telemedien, deren wesentliche Funktion darin besteht, Sendungen mit bewegten Bildern oder nutzergenerierte Videos, für die der Anbieter keine redaktionelle Verantwortung trägt, der Allgemeinheit bereitzustellen und bei denen die gezeigten Inhalte auch mit automatischen Mitteln oder Algorithmen organisiert werden, **§ 2 Abs. 2 Nr. 22 MStV**.

- die Inhalte „zum individuellen Abruf zu einem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt“ bereitgestellt werden.

Die betreffenden Telemedien sind aufgrund ihrer Rundfunkähnlichkeit keine elektronische Presse und aufgrund der fehlenden Linearität kein Rundfunk. Sie unterliegen daher grundsätzlich denselben medienrechtlichen Regeln, die für Telemedien im Sinne von **§ 19 Abs. 1 Satz 2 MStV** gelten. Die rundfunkähnlichen Telemedien müssen darüber hinaus aber nach **§ 74 Satz 1 MStV** spezielle rundfunkrechtliche Werberegeln beachten, weil ihre Angebote in direkter Konkurrenz zu denen des klassischen Rundfunks stehen. Es sollen deshalb gleiche Wettbewerbs- beziehungsweise Werbebedingungen herrschen, *Amtliche Begründung zum MStV* vom 29.4.2020, LT-Drucks. Bayern 18/7640, S. 1, 100. Anbieter sollen den rundfunkwerbrechtlichen Anforderungen nicht allein dadurch ausweichen können, dass sie sich auf ein nichtlineares Angebot verlegen.

IV. Lineare fernsehähnliche Telemedien

Für Telemedien, die einen linearen Charakter haben und fernsehähnlich, aber gleichwohl kein Rundfunk sind, gelten nach **§ 74 Satz 2 MStV** nochmals andere Regeln. Erfasst werden Angebote, die entweder Sendungen jeweils gegen Einzelentgelt freigeschaltet und daher auf individualisierte Nutzungen zielen (§ 2 Abs. 3 MStV) oder die aus sonstigen Gründen kein Rundfunk sind, zum Beispiel weil es an einem Sendeplan fehlt, *Amtliche Begründung zum MStV* vom 29.4.2020, LT-Drucks. Bayern 18/7640, S. 1, 100.

Der Gesetzgeber hält die linearen fernsehähnlichen Telemedien in ähnlicher Weise wie das Fernsehen besonders meinungsrelevant, weil ihre medialen Wirkungen denen des klassischen Fernsehens nahekommen können. Er unterwirft sie daher speziellen Anforderungen. Diese Telemedien sind zwar ebenfalls zulassungsfrei und für ihr Programm nicht zur Meinungsvielfalt verpflichtet. Sie unterliegen aber denselben allgemeinen Rechten und Pflichten wie der Rundfunk (§§ 3 – 16 MStV) und müssen namentlich den speziellen Informations- und Sorgfaltspflichten nachkommen sowie die strengen Werbe-, Sponsoring- und Gewinnspielregeln beachten.

C. Öffentlich-rechtliche Telemedien

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten kommen ihrem Auftrag, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken (§ 26 Abs. 1 Satz 1 MStV), auch durch Telemedienangebote nach, **§ 27 Satz 1 MStV**. Solche telemedialen Angebote sind gleichwohl nur in Grenzen zulässig. Die Rundfunkanstalten dürfen weder elektronische Presse betreiben noch sollen ihnen aufgrund ihrer Finanzierung durch den Rundfunkbeitrag unzulässige Wettbewerbsvorteile gegenüber der Presse und den sonstigen privaten Onlineanbietern entstehen, die sich über den Markt finanzieren müssen.

Die öffentlich-rechtlichen Telemedien können Bild, Ton, Bewegtbild, Text und internetspezifische Gestaltungsmittel enthalten und diese miteinander verbinden und müssen journalistisch-redaktionell veranlasst und gestaltet sein, **§ 2 Abs. 2 Nr. 29 MStV**. Eine solche Veranlassung ist zum Beispiel gegeben, wenn der behandelte Gegenstand öffentliche Relevanz hat, *Amtliche Begründung zum 12. RÄStV* vom 21.1.2009, LT-Drucks. Bayern 16/260, S. 1, 16. Eine journalistisch-redaktionelle Gestaltung liegt vor, wenn das ausgewählte Material in eigenständiger Weise in Text, Bild oder Ton geformt wird, *Amtliche Begründung zum 12. RÄStV* vom 21.1.2009, LT-Drucks. Bayern 16/260, S. 1, 16. Zufällige Ansammlungen, nicht bearbeitete Wiedergaben oder nicht gewichtete Inhalte reichen nicht aus. Die öffentlich-rechtlichen Telemedien müssen im Übrigen denselben inhaltlichen Ausgewogenheits- und Vielfaltsanforderungen genügen wie die klassischen öffentlich-rechtlichen Rundfunkprogramme, *Amtliche Begründung zum 12. RÄStV* vom 21.1.2009, LT-Drucks. Bayern 16/260, S. 1, 16.

§ 30 Abs. 2 MStV regelt beispielhaft („insbesondere“), welche Telemedienangebote den Rundfunkanstalten im Einzelnen erlaubt sind. Zulässig sind – mit gewissen Unterschieden – das Anbieten von Sendungen ihrer Programme auf Abruf vor und/oder nach deren Ausstrahlung (Nr. 1 Alt. 1, Nr. 2, Nr. 3), eigenständige audiovisuelle Inhalte (Nr. 1 Alt. 2) sowie bestimmte zeit- und kulturgeschichtliche Archive (Nr. 4).

Es gibt weiterhin einen umfangreichen Katalog nicht zulässiger Angebote, **§ 30 Abs. 5 MStV**. Die Verbote erklären sich vielfach aus Wettbewerbsüberlegungen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk erhält – sehr üppig: über 9 Milliarden pro Jahr – Einnahmen aus dem Rundfunkbeitrag, während sich die privaten Medien allein über den Markt finanzieren müssen. Er darf die Beitragsmittel nicht zu Zwecken verwenden, die über seinen Auftrag hinausgehen, und den privaten Anbietern nicht auf diese Weise unlautere Konkurrenz machen.

- Werbung ist unzulässig (Nr. 1), weil die öffentlich-rechtlichen Telemedien allein über den Rundfunkbeitrag finanziert werden und keine zusätzliche Einnahmequelle eröffnen sollen.
- Das Angebot von angekauften Spielfilmen und angekauften Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen sind, ist unzulässig (Nr. 2 MStV), weil die öffentlich-rechtlichen Angebote nicht mit kommerziellen Video-on-Demand-Angeboten oder Videotheken in Konkurrenz treten sollen, *Amtliche Begründung zum 12. RÄStV* vom 21.1.2009, LT-Drucks. Bayern 16/260, S. 1, 17.
- Eine flächendeckende lokale Berichterstattung ist untersagt (Nr. 3), weil sie eine Domäne der Presse ist und es nach dem Willen des Gesetzgebers „zum Schutz lokaler Zeitungen“ auch bleiben soll, *Amtliche Begründung zum 22. RÄStV* vom 26.11.2018, LT-Drucks. Bayern 18/15, S. 1, 12.
- Ebenso unzulässig sind schließlich Angebote (Nr. 4), denen der Gesetzgeber keine Relevanz für die öffentliche und individuelle Meinungsbildung beilegt und die primär für Erwerbszwecke kommerzieller Anbieter relevant sind, *Amtliche Begründung zum 12. RÄStV* vom 21.1.2009, LT-Drucks. Bayern 16/260, S. 1, 17. Es geht beispielsweise um Anzeigenportale, Branchenregister und –verzeichnisse, Partner-, Kontakt-, Stellen- und Tauschbörsen sowie diverse Angebote ohne Sendungsbezug, **Anlage zu § 30 Abs. 5 Satz 1 Nr. 4 MStV**.

Eine wichtige Regelung ist, dass die Angebote nicht presseähnlich sein dürfen, **§ 30 Abs. 7 Satz 1 MStV**. Der Auftrag der öffentlich-rechtlichen Anstalten umfasst Rundfunkprogramme und Telemedienangebote nach Maßgabe des MStV (§ 27 Abs. 1 Satz 1 MStV), aber eben keine Presse. Ein Angebot war nach einer früheren Definition (§ 2 Abs. 2 Nr. 20 RStV) „*presseähnlich*“, wenn es journalistisch-redaktionell gestaltet war und nach Gestaltung und Inhalt Zeitungen oder Zeitschriften entsprach. Der MStV führt diese Definition indirekt weiter, indem er positiv umschreibt, dass die Telemedien im Schwerpunkt mittels Bewegtbild oder Ton zu gestalten sind und der Text nicht im Vordergrund stehen darf.

Telemedien, die der Aufbereitung von Inhalten einer konkreten Sendung dienen, sind erlaubt, werden aber an inhaltliche Anforderungen gebunden

und sollen Ton und Bewegtbild einbinden (§ 30 Abs. 7 Satz 4 f. MStV), um die Presseähnlichkeit möglichst zu vermeiden.

D. Exkurs: Digitale Vermittlungsdienste

Die für Medien geltenden Sonderregeln sind bewusst auf die journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote beschränkt. Onlineangebote, die nicht journalistisch-redaktionell gestaltet sind, unterliegen anderen Regeln. Der deutsche Gesetzgeber hat für diesen Bereich die Bezeichnung „Telemedien“ aufgegeben und spricht nun von digitalen Diensten beziehungsweise von Digitalen Vermittlungsdiensten. Diese sind im **DDG** (Fechner/Mayer, Medienrecht, Vorschriftenammlung, 19. Auflage 2025/26, Nr. 34) und im **DSA** (Fechner/Mayer, Medienrecht, Vorschriftenammlung, 19. Auflage 2025/26, Nr. 31) geregelt.

Digitale Vermittlungsdienste machen Inhalte, die Nutzer eingestellt haben, rein technisch ohne eigenen Einfluss öffentlich, sind kommerziell ausgerichtet und erfüllen bestimmte weitere Anforderungen, § 1 Abs. 4 Nr. 1 DDG; Artt. 3 lit. a, lit. g DSA. Es kann sich zum Beispiel um soziale Netzwerke, Suchmaschinen, Bewertungsportale oder Diskussionsforen handeln. Sie bieten keine Gewähr für das Unterstützen des öffentlichen Meinungsbildungsprozesses durch relevante und korrekte Informationen. Die eingangs beschriebene öffentliche Aufgabe können sie nicht erfüllen.

I. Keine journalistisch/redaktionelle Auswahl

Soziale Netzwerke ermöglichen es den Nutzern, „beliebige“ (§ 1 Abs. 1 Satz 1 NetzDG = Fechner/Mayer, Medienrecht, Vorschriftenammlung, 19. Auflage 2025/26, Nr. 33) Informationen öffentlich zu machen. Dadurch kann alles, was irgendjemand als mitteilenswert ansieht, auch öffentlich werden. Es gibt keine inhaltlich-journalistische Auswahl.

- Das Fehlen einer inhaltlichen Auswahl und Überprüfung ermöglicht Information, Vielfalt und Öffentlichkeit ohne Grenzen. Das kann Authentizität begünstigen, weil sich jeder – von der unbekanntem Privatperson bis zum amerikanischen Präsidenten – in eigener unverfälschter Diktion öffentlich äußern kann, ohne einen medialen Flaschenhals passieren zu müssen. Ebenso kann die weltweite Zugänglichkeit von besonderem Wert sein, wenn etwa ein diktatorisches Regime versucht, Informationen zu unterdrücken. Das Internet ermöglicht in einem besonderen Maße etwa Preisvergleiche, Hilfe bei Alltagsfragen und Informationen über die Vor- und Nachteile von und Erfahrungen mit Produkten, Unternehmen oder Behörden.
- An die Stelle der journalistischen Auswahl tritt der Einsatz von Algorithmen. Sie dienen in der Hauptsache dazu, eingestellte Angaben kommerziell zu nutzen und individuell an Nutzer zu adressieren. Diese Auswahl orientiert sich nicht an der gesellschaftlichen Relevanz, den journalistischen Grundsätzen oder der Unabhängigkeit, Sachlichkeit und Sorgfalt von Inhalten. Soziale Netzwerke und Suchmaschinen sind typischerweise Werbeunternehmen und arbeiten nach ökonomischen Regeln. Ihre Algorithmen sollen Rezipienten insbesondere zum ausgedehnten „Surfen“ animieren. So können die Diensteanbieter umfassende Daten über den Lebenszuschnitt, die persönlichen und

wirtschaftlichen Verhältnisse und Interessen jedes einzelnen Nutzers erlangen, aus denen sie dann vermarktbar Informationen für die Werbeindustrie gewinnen, *Beater Greif* Recht Heft 32, April 2024, 31, 32 f. Die Algorithmen zielen vor allem auf den Aufmerksamkeitswert von Inhalten, die menschliche Neugier und die individuellen Interessen des einzelnen Nutzers. Unter dem Strich begünstigt die werbeökonomische Ausrichtung Vereinfachung, Skandalisierung und Polemisierung, etwa in Form von plakativen Kurzangaben, Übertreibungen und Sensationen, vermeintlichen Skandalen und menschlichem Unglück. Die präsentierten Inhalte haben wegen ihres Aufmerksamkeitswerts typischerweise ein hohes Verletzungspotenzial.

II. Keine Sorgfaltspflicht

Digitale Dienste unterliegen – anders als Medienunternehmen – nicht der journalistischen Sorgfalt. Sie sind nicht verpflichtet, die von ihnen öffentlich zugänglich gemachten Informationen vorab auf Richtigkeit zu überprüfen, **Art. 8 DSA**. Sie bieten also keine Gewähr für die Richtigkeit der von ihnen vermittelten Inhalte.

Nach BVerfG vom 20.7.2021 (Staatsvertrag Rundfunkfinanzierung), BVerfGE 158, 389, 419 f. Rn. 81 führt das Aufkommen der digitalen Dienste dazu, „dass es schwieriger wird, zwischen Fakten und Meinung, Inhalt und Werbung zu unterscheiden, sowie zu neuen Unsicherheiten hinsichtlich der Glaubwürdigkeit von Quellen und Wertungen“; Erw. 4 EMFA spricht davon, dass die Geschäftsmodelle von Vermittlungsdiensten dazu neigen, „polarisierende Inhalte und Desinformation zu verstärken“.

Die Negativfolgen werden noch dadurch vertieft, dass Meldungen vielfach anonym eingestellt werden. Das beseitigt soziale Schutzmechanismen und begünstigt aggressive Kommentare und verbale Pöbeleien. Die sozialen Netzwerke sind ein Tummelplatz für Hassrede und Desinformation.