



RECHTLICHE EINORDNUNG VON AUDIOSYSTEMEN UND SPRACHASSISTENTEN MIT DEM FOKUS AUTO

Rechtsgutachten im Auftrag
der Landesanstalt für Medien NRW, Oktober 2022

Ralf Müller-Terpitz

INHALTSVERZEICHNIS

EXECUTIVE SUMMARY 04

A. UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND 08

B. RECHTLICHE UNTERSUCHUNG 10

I. WAS CHARAKTERISIERT BENUTZEROBERFLÄCHEN IM SINNE DES MEDIENSTAATSVERTRAGS? 10

1. Gegenstand und Ziel der Benutzeroberflächenregulierung 10

2. Begriff der Benutzeroberfläche 10

a) Gesetzliche Begriffsmerkmale einer Benutzeroberfläche 11

b) Wichtige Begriffsmerkmale in der Detailbetrachtung 11

aa) Textlich, bildlich oder akustisch vermittelte Übersichten 11

bb) Angebote oder Inhalte einzelner oder mehrerer Medienplattformen 12

(1) Bezugspunkt der Benutzeroberfläche: die Medienplattform 12

(2) Begriff der Medienplattform 13

(3) Zentrales Begriffsmerkmal der Medienplattform: das Gesamtangebot 13

cc) Matrix zur Abgrenzung einer Medienplattform von einem Medienintermediär 14

3. Rechtliche Behandlung von Mischangeboten und -oberflächen 17

4. (Unstreitige) Beispiele für Medienplattformen und Benutzeroberflächen 17

a) Medienplattformen 18

b) Benutzeroberflächen 18

II. KÖNNEN AUDIOSYSTEME IN KRAFTFAHRZEUGEN ALS MEDIENPLATTFORMEN ODER 19

BENUTZEROBERFLÄCHEN IM SINNE DES MEDIENSTAATSVERTRAGS BEHANDELT WERDEN?

1. Integrierte Audiosysteme 19

a) Linearer Radioempfang 19

aa) Analoges Radioempfang 19

bb) Digitaler Radioempfang 21

cc) Anbieter der Benutzeroberfläche 21

b) Nicht-lineare Audiostreamingdienste 21

c) Audio-Aggregatoren 22

2. Nicht-integrierte Audiosysteme 23

3. Zwischenergebnis 24

III. KÖNNEN SPRACHASSISTENTEN ALS MEDIENPLATTFORMEN ODER BENUTZEROBERFLÄCHEN	25
IM SINNE DES MEDIENSTAATSVERTRAGS BEHANDELT WERDEN?	
1. Sprachassistenten als Benutzeroberflächen	25
a) Sprachassistenten als akustisch vermittelte Übersichten	25
b) Sprachassistenten als eigentliche Auswahlinstanz	26
2. Sprachassistenten als Medienplattformen?	27
3. Zwischenergebnis	27
IV. WELCHE REGULATORISCHEN SCHLUSSFOLGERUNGEN SIND HIERAUS ZU ZIEHEN?	29
1. Anwendbarkeit der Benutzeroberflächenregulierung	29
2. Grundanforderungen der Benutzeroberflächenregulierung	29
3. Transparenzvorgaben	30
C. ZUSAMMENFASSUNG DER ZENTRALEN ERGEBNISSE UND FAZIT	31
Impressum	32

EXECUTIVE SUMMARY

UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND

1. Der Nutzung von Hörfunkinhalten über Audiosysteme von Kraftfahrzeugen kommt mit Blick auf deren Reichweite, Nutzungsdauer und Refinanzierung eine zentrale Bedeutung zu. Gleichzeitig erfordert die Fahrsituation eine möglichst einfache und intuitive Bedienung des fahrzeugeigenen Audiosystems.
2. Um sich im Umfeld einer steigenden Zahl konkurrierender linearer wie nicht-linearer Audioangebote zu behaupten und hierdurch einen wichtigen Beitrag für die publizistische Vielfaltssicherung zu leisten, ist die leichte Auffindbarkeit von Hörfunkangeboten von erheblicher Bedeutung.
3. Vor diesem Hintergrund widmet sich die Untersuchung der Frage, ob Info- und Entertainmentsysteme (Audiosysteme) sowie Sprachassistenten mit dem Fokus Auto als Benutzeroberflächen im Sinne der medienstaatsvertraglichen Bestimmungen zu qualifizieren und welche regulatorischen Schlussfolgerungen hieraus zu ziehen sind. Sie fokussiert sich darauf, Richtlinien für eine Betrachtung des Einzelfalls zu entwickeln, ohne jeden Einzelfall abschließend bewerten zu können.

WAS CHARAKTERISIERT BENUTZEROBERFLÄCHEN IM SINNE DES MEDIENSTAATS- VERTRAGS?

4. Die Benutzeroberflächenregulierung dient der Auffindbarkeits-Sicherung medialer Inhalte und ist als solche Ausdruck des verfassungsrechtlichen Gebots der positiven Vielfaltssicherung.
5. Was eine Benutzeroberfläche ist, wird in § 2 Abs. 2 Nr. 15 MStV legal definiert. § 84 Abs. 1 MStV erweitert oder beschränkt diese Definition nicht.
6. Vereinfacht ausgedrückt, ist unter einer Benutzeroberfläche die Anzeige- und Steuerungsebene im Sinne einer Darstellungs-, Orientierungs- und Auswahlebene von und für Medienplattformen zu verstehen. Anbieter dieser Anzeige- und Steuerungsebene ist, wer für ihre Konzeption und Gestaltung die Entscheidungsmacht besitzt.
7. Benutzeroberflächen sind deshalb zwingend auf eine Medienplattform im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 14 MStV bezogen. Medienplattformen hinwiederum sind dadurch gekennzeichnet, dass sie – im Unterschied zu Medienintermediären (§ 2 Abs. 2 Nr. 16 MStV) – bestimmte mediale Inhalte zu einem vom Anbieter bestimmten Gesamtangebot zusammenfassen. Laut den Gesetzesmaterialien zum Medienstaatsvertrag muss der Anbieter einer Medienplattform deshalb „selbst und abschließend“ über die angebotenen Inhalte entscheiden. Dies ist aus einer verobjektivierten Nutzerperspektive anhand der Umstände des Einzelfalls mit Blick auf die Gestaltung, den Inhalt, den Empfängerkreis sowie die technische Struktur des Gesamtangebots zu bewerten.
8. Anhand dieser Oberkriterien (Gestaltung, Inhalt, Empfängerkreis, technische Struktur) hat die Untersuchung eine Matrix von Zuordnungskriterien erarbeitet, mittels derer bestimmt werden kann, ob ein Dienst als Gesamtangebot (und damit als Medienplattform als Voraussetzung für eine Benutzeroberfläche) zu qualifizieren ist. Diese Matrix enthält starke und schwache Zuordnungskriterien: Die starken Zuordnungskriterien sind dadurch gekennzeichnet, dass ihre Bejahung im Regelfall eine Zuordnung zu der einen oder anderen Kategorie (Medienplattform/Medienintermediär bzw. keine Medienplattform) erlaubt. Bei den schwachen Kriterien handelt es sich um reine Indizien (Verdachtsgründe), die im Regelfall erst im Zusammenwirken mit anderen Indizien sowie bei wertender Betrachtung die Zuordnung des Dienstes erlauben.
9. In der Praxis sind häufig Mischangebote und -oberflächen anzutreffen. Diese sind dadurch gekennzeichnet, dass sie sich aus unterschiedlich regulierten Diensten (etwa einem rundfunkähnlichen Telemediendienst und einer

Medienplattform) zusammensetzen. In diesen Fällen bleiben die regulatorischen Vorgaben für Medienplattformen und Benutzeroberflächen auf denjenigen Teil des Dienstes bzw. Geräts beschränkt, der die insoweit relevanten begriffsdefinitorischen Voraussetzungen erfüllt. Aus diesem Grund ist es möglich, dass das Audiosystem eines Kraftfahrzeugs bzw. einzelne seiner Funktionselemente (wie z. B. ein Sprachassistent) nur partiell der Regulierung für Benutzeroberflächen unterliegt.

10. Bei Mischangeboten und -oberflächen kann es allerdings vorkommen, dass die Regulierung aus tatsächlichen Gründen nicht auf bestimmte Funktionen einer Benutzeroberfläche beschränkt werden kann, da diese untrennbar mit einem nicht regulierten Funktionsbereich verwoben sind. In diesen Fällen können die regulatorischen Vorgaben „reflexartig“ auf andere, nicht regulierte Bereiche eines Audiosystems ausstrahlen und deshalb auch die Darstellung bzw. Nutzerführung solcher Dienste beeinflussen.

KÖNNEN AUDIOSYSTEME IN KRAFTFAHRZEUGEN ALS MEDIENPLATTFORMEN ODER BENUTZEROBERFLÄCHEN IM SINNE DES MEDIENSTAATSVERTRAGS BEHANDELT WERDEN?

11. Audiosysteme in Kraftfahrzeugen sind multifunktionale Geräte. Sie bedürfen deshalb einer Betrachtung, die nach ihren jeweiligen Funktionen differenziert. Zudem lassen sich integrierte und nicht-integrierte Audiosysteme unterscheiden: Integrierte Systeme sind dadurch gekennzeichnet, dass ihre Funktionalitäten vom Fahrzeughersteller „ab Werk“ geliefert werden. Nicht-integrierte Systeme ermöglichen über Geräteschnittstellen die Nutzung mobiler, nicht im Fahrzeug fest verbauter Endgeräte wie insbesondere Smartphones.
12. Integrierte KFZ-Audiosysteme verfügen über die Möglichkeit des linearen UKW-, DAB+- sowie Internet-Radioempfangs und erlauben den Abruf nicht linearer Audiostreamingdienste. Demgegenüber sind unter nicht integrierten Audiosystemen softwarebasierte App-Connect-Programme zu verstehen, die eine drahtlose oder drahtgebundene Verbindung (Bluetooth, USB) zwischen dem Infotainmentsystem eines Fahrzeugs und einem anderen mobilen Endgerät (z. B. Smartphone) ermöglichen.
13. *Linearer Radioempfang im integrierten Audiosystem*
 - a) Beim analogen linearen Radioempfang (UKW) spricht eine Gesamtbetrachtung für die Annahme, dass es sich bei dieser Funktionalität mangels geschlossenem System im Regelfall nicht um ein Gesamtangebot handelt; insoweit ist für die Bedienoberfläche des KFZ-Audiosystems auch nicht vom Vorliegen einer Benutzeroberfläche auszugehen.
 - b) Anders zu bewerten ist dies jedoch für den linearen digitalen Radioempfang (DAB+). Dieser wird über Multiplexe realisiert, bei denen es sich um infrastrukturgebundene Medienplattformen handelt. Soweit Inhalte dieser Medienplattformen im Audiosystem der Fahrzeughersteller abgebildet werden, stellen diese Übersichten medienplattformunabhängige Benutzeroberflächen im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 15 S. 2 Buchstabe b MStV dar.
 - c) Da UKW- und DAB+-fähige Audiosysteme mehrheitlich beide Empfangswege gemeinsam in einer Listung abbilden, folgt hieraus zugleich eine „reflexhafte“ Wirkung der Regulierung des digitalen Radioempfangs für den analogen UKW-Bereich. Hinzu kommt, dass die Bedeutung von UKW in den nächsten Jahren stetig abnehmen dürfte.
 - d) Anbieter der im Audiosystem des Fahrzeugs integrierten Benutzeroberfläche ist kraft werk- oder kaufvertraglicher Verantwortungsübernahme sowie entgeltlicher Vermarktung der Fahrzeughersteller.

14. Nicht-lineare Audiostreamingdienste im integrierten Audiosystem

Bei nicht-linearen Audiostreamingdiensten (wie z. B. Deezer oder Spotify) handelt es sich um rundfunkähnliche Telemedien im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 13 MStV, da sie nach ihrer Form und Gestaltung hörfunkähnliche Inhalte (Hörspiele, Informationsbeiträge, Musik etc.) aus einem vom Anbieter festgelegten Katalog zum individuellen Abruf bereitstellen. Ob es sich bei diesen Angeboten daneben („soweit“) auch um Medienplattformen und Benutzeroberflächen handelt – etwa weil sie mediale Fremdangebote (z. B. in Gestalt von Podcasts) zur Verfügung stellen –, hängt von einer Prüfung des Einzelfalls ab. Hier dürfte vor allem die Gestaltung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) zwischen dem Anbieter eines solchen nicht linearen Dienstes und den aktiven Nutzern, die über diesen Dienst ihre Inhalte verbreiten (Business-to-Business [B2B]), eine wichtige Rolle spielen. Entscheidende Bedeutung kommt insoweit der Frage zu, ob nicht-lineare Audiodienste Fremdinhalte nur unter bestimmten Voraussetzungen „mitnehmen“ oder es praktisch jedermann möglich ist, dort Inhalte zu platzieren. Sollte hiernach vom Vorliegen einer Benutzeroberfläche auszugehen sein, wäre der Fahrzeughersteller als deren Anbieter zu qualifizieren.

15. Audio-Aggregatoren

Bei Audio-Aggregatoren handelt es sich um Angebote, die über eine App oder Internet-Seite lineare Radioinhalte zum Streaming sowie Podcasts zum Abruf zur Verfügung stellen. Dabei sind selbstständige Angebote wie Radio-player.de, Radio.de oder Tuneln von Angeboten zu unterscheiden, die in größere Plattformen, d. h. in umfassende Audiostreamingdienste integriert sind, wie z. B. bei Deezer. Ungeachtet einer auch hier gebotenen Einzelfallbetrachtung kann grundsätzlich festgestellt werden, dass einige dieser Plattformen als Medienplattformen und entsprechend die Audiosysteme der Fahrzeughersteller als Benutzeroberflächen zu qualifizieren sind.

16. Nicht-integrierte Audiosysteme

App-Connect-Programme „spiegeln“ lediglich die Inhalte und Angebote von Smartphones im Infotainmentsystem des Fahrzeugs. Von daher begründen nicht-integrierte Audiosysteme im Regelfall keine Anbietereigenschaft der Automobilhersteller. Als Regulierungsadressaten kommen hier primär die Anbieter der Medienplattformen mit ihren Angebots- und Programmübersichten im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 15 S. 2 Buchstabe a MStV selbst in Betracht.

KÖNNEN SPRACHASSISTENTEN ALS MEDIENPLATTFORMEN ODER BENUTZEROBERFLÄCHEN IM SINNE DES MEDIENSTAATSVERTRAGS BEHANDELT WERDEN?

17. Bei der Einordnung von Sprachassistenten kann ein unproblematischer von einem problematischen Funktionsbereich unterschieden werden: Als unproblematisch ist derjenige Bereich zu bewerten, in dem Sprachassistenten die Funktion einer akustisch vermittelten Übersicht zur Orientierung und Auswahl medialer Angebote übernehmen. Sofern es sich bei der in Rede stehenden Infrastruktur um eine Benutzeroberfläche im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 15 MStV handelt, unterfällt auch der in diese Infrastruktur integrierte Sprachassistent der Auffindbarkeitsregulierung aus § 84 MStV.
18. Als rechtlich problematisch erweisen sich demgegenüber diejenigen Fälle, in denen der Sprachassistent selbst eine Auswahl und Gewichtung des medialen Angebots vornimmt – entweder weil das System so voreingestellt ist oder weil sich der Nutzer auf generische Sprachbefehle („Spiele Musik!“, „Spiele Radio!“) beschränkt. Allerdings erfasst die Regulierung von Benutzeroberflächen (und nicht von Medienplattformen) auch diejenigen Fälle einer Sprachassistenten, in denen das System auf Befehl des Nutzers aus dem Gesamtangebot einer Medienplattform einen Vorschlag generiert und zu Gehör bringt. Neben grammatischen und genetischen Argumenten spricht hierfür insbesondere das Telos des § 84 MStV: Der Gesetzgeber hat Sprachassistenten als Gatekeeper identifiziert, die auf die Auswahl von Angeboten und damit auf die Meinungsvielfalt Einfluss nehmen. Deshalb sollen sie einer besonderen Auffindbarkeitsregulierung unterworfen werden. Wenn aber schon die Übersicht über eine Vielzahl von Angeboten dieser Regulierung unterliegt, muss dies erst recht für den Fall gelten, wenn die Benutzeroberfläche auf der Grundlage eigener Parameter (Algorithmen) aus den Optionen und Inhalten des Gesamtangebots eine

Auswahl trifft und damit Vielfalt verengt. Gerade hier muss sich der Schutzzweck des § 84 MStV (Sicherstellung eines „Shall-be-found“) bewähren.

19. Von daher sind insbesondere die proprietären Sprachassistenten der Automobilhersteller als von diesen zu verantwortende Benutzeroberflächen zu qualifizieren. Aber auch bei externen Sprachassistenzsystemen (z. B. Amazon Alexa, OK Google oder Siri), die den Inhalte-Zugriff über App-Connect-Programme oder direkt über ein Endgerät (z. B. Smartphone, Smart Speaker) ermöglichen, handelt es sich um Benutzeroberflächen im Sinne des Gesetzes. Allerdings sind diese im Regelfall durch den Anbieter des externen Systems (also insbesondere durch Amazon, Apple und Google) und nicht durch den Fahrzeug- oder sonstigen Gerätehersteller zu verantworten.

WELCHE REGULATORISCHEN SCHLUSSFOLGERUNGEN SIND HIERAUS ZU ZIEHEN?

20. Da nach der Analyse des Gutachtens KFZ-Audiosysteme von Fahrzeugherstellern sowie Sprachassistenzsysteme prinzipiell als Benutzeroberflächen eingestuft werden können, unterfallen sie im Grundsatz den Kernbestimmungen der Benutzeroberflächenregulierung aus § 84 MStV (Auffindbarkeitsvorgaben) und § 85 MStV (Transparenz).
21. Diese Kernbestimmungen finden allerdings nur dann Anwendung, wenn der *De-minimis*-Schwellenwert nach § 78 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 MStV überschritten wird. Soweit es um eine Regulierung der Automobilhersteller als Anbieter von Benutzeroberflächen und Sprachassistenzsystemen geht, richtet sich dies nach der Zahl der auf dem Markt befindlichen Fahrzeuge eines bestimmten Herstellers. Bei Herstellern mit nur geringen Stückzahlen (etwa im ausländischen Luxussegment) könnte diese *De-minimis*-Grenze Bedeutung erlangen mit der Folge, dass diese Unternehmen lediglich den allgemeinen Bestimmungen aus § 79 Abs. 2 bis 4 MStV (Anzeigepflicht, Beachtung der verfassungsmäßigen Ordnung, Verantwortlichkeit), der Signalintegritätsbestimmung aus § 80 MStV sowie der Informationspflicht nach § 86 Abs. 1 MStV unterfielen.

FAZIT

22. Insgesamt hat der Gesetzgeber mit der Schaffung unterschiedlicher Dienstekategorien (Benutzeroberflächen, Medienplattformen, Medienintermediäre, rundfunkähnliche Telemedien) ein komplexes Regulierungssystem implementiert, dessen Umsetzung in der Praxis Probleme bereitet. Grund hierfür sind einerseits unpräzise Rechtsbegriffe (wie insbesondere der Begriff des Gesamtangebots), welche die trennscharfe Abgrenzung der Kategorien zueinander erschweren, und andererseits dynamische technische Entwicklungen, die einer zweifelsfreien sowie rechtssicheren Kategorisierung von Dienstangeboten entgegenstehen können.
23. Statt auf die Art der Tätigkeit eines Diensteanbieters (wie z. B. die Zusammenfassung von Inhalten zu einem Gesamtangebot) abzustellen, sollte der Gesetzgeber stärker die Art des Inhalts (journalistisch-redaktionelle Inhalte und Angebote, sonstige Inhalte und Angebote) in den regulatorischen Blick nehmen. Dies gilt insbesondere für die Regulierung von Benutzeroberflächen, bei der generell die diskriminierungsfreie bzw. privilegierte Auffindbarkeit medialer Inhalte im Vordergrund stehen sollte. Ob diese Oberflächen Bestandteil einer Medienplattform sind oder sich auf eine solche beziehen, erscheint demgegenüber zweitrangig. Zu erwägen ist deshalb, ob die nach der jetzigen Gesetzessystematik zwingende Verknüpfung der Benutzeroberflächen- mit der Medienplattformregulierung in Zukunft aufgegeben wird. Um eine Abgrenzung der Medienplattform- und Benutzeroberflächenregulierung von der Medienintermediärsregulierung zu gewährleisten, könnte es zudem ausreichen, auf den Schwerpunkt des inhaltlichen Angebots abzustellen: Liegt dieser typischerweise auf der Auffindbarkeit und Zugänglichmachung journalistisch-redaktioneller Inhalte und Angebote (dann Medienplattform bzw. Benutzeroberfläche) oder umgekehrt auf der Auffindbarkeit und Zugänglichmachung sonstiger nicht medialer Inhalte und Angebote (dann Medienintermediär)? Bei einer solchen inhaltebezogenen und zugleich quantitativen Schwerpunktbetrachtung könnte auf das schwierige qualitative Abgrenzungskriterium des Gesamtangebots verzichtet werden.

A. UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND

In Anknüpfung an und Fortsetzung des Gutachtens „Auffindbarkeit lokaler und regionaler Audioangebote – Sicherung und Steigerung“ von *Jan Christopher Kalbhenn* (2021) soll nachstehend untersucht werden, was unter einer Benutzeroberfläche im Sinne des Medienstaatsvertrags (MStV) zu verstehen ist. Dabei soll insbesondere der Frage nachgegangen werden, ob Info- und Entertainmentsysteme (Audiosysteme) sowie Sprachassistenten mit dem Fokus Auto als Benutzeroberflächen im Sinne der medienstaatsvertraglichen Bestimmungen zu qualifizieren und welche regulatorischen Schlussfolgerungen hieraus zu ziehen sind.

Für private Anbieter journalistisch-redaktioneller Hörfunkangebote ist die Nutzung solcher Oberflächen im Auto zwecks Erzielung hoher Reichweiten und langer Nutzungsdauern – und damit für eine erfolgreiche Refinanzierung ihres Angebots durch Werbung – von entscheidender Bedeutung. Denn in der mobilen Nutzung von Hörfunkinhalten kommt sog. „InCar-Audiosystemen“¹ eine besondere Bedeutung zu, da heutzutage bei allen Automodellen das Radio in den jeweiligen fahrzeugeigenen Infotainmentsystemen fest integriert ist. Laut einer von VAUNET in Auftrag gegebenen Studie ermöglichen diese Systeme in den untersuchten Fahrzeugmodellen und -klassen zu 100 % einen UKW-Empfang, weit überwiegend den Empfang von DAB+-Radio (87,5 %) und ca. hälftig (50 %) den Empfang von Hörfunk über ein fest integriertes Internet-Radio. Der Empfang, nicht aber zwingend die Auffindbarkeit linearer Hörfunkprogramme, ist folglich sichergestellt. Vergleichbares gilt für nicht-lineare Angebote: Bei allen untersuchten InCar-Audiosystemen, war es möglich, eine Verbindung zum Smartphone herzustellen. Apple CarPlay (91,7%), Android Auto (79,2%) und MirrorLink (25,0%) waren hierfür die verbreitetsten Applikationen. In rund einem Drittel der Infotainmentsysteme waren zudem bereits Dienste für Musikstreaming (Amazon Music, Deezer, Napster, Spotify etc.) integriert.²

Im Auto wird die Auffindbarkeit medialer Angebote stark durch die Notwendigkeit zur Konzentration auf den Straßenverkehr beeinflusst. Die Fahr situation erfordert eine möglichst einfache und intuitive Bedienung des Audiosystems, welches deshalb über leicht erreichbare und große visuelle Auswahlmöglichkeiten oder über eine einfach anzuwendende Sprachsteuerung verfügen muss. Diese besonderen Umstände vermögen grundsätzlich die Auffindbarkeit solcher medialer Angebote einzuschränken, die nicht „direkt“, sondern erst an nachrangiger Stelle präsentiert oder angesteuert werden können.³

Die Hörfunkangebote laufen deshalb Gefahr, mit ihren linearen und nicht linearen Angeboten in den Audiosystemen der Kraftfahrzeuge nicht mehr angemessen auffindbar zu sein. Eine stetig steigende Zahl konkurrierender linearer wie nicht linearer Audioangebote könnte sukzessive die gerade aufgrund ihres hohen Anteils journalistisch-redaktioneller Arbeit in der Produktion besonders kostenintensiven Hörfunkangebote zunehmend verdrängen und hierdurch zu einer Gefahr für die publizistische Vielfalt werden. Von daher kam im Rahmen des von der Landesanstalt für Medien NRW federführend betreuten Public-Value-Bestimmungsverfahrens die Frage auf, ob Infotainmentsysteme im Auto als Benutzeroberflächen zu qualifizieren sind, welche in Zukunft die von den Medienanstalten veröffentlichten Public-Value-Listen umzusetzen haben.

Vor dieser Hintergrund sollen im Weiteren folgende Fragen untersucht und beantwortet werden:

- Was charakterisiert Benutzeroberflächen im Sinne des Medienstaatsvertrags? (B. I.)
- Können Audiosysteme in Kraftfahrzeugen als Medienplattformen oder Benutzeroberflächen im Sinne des Medienstaatsvertrags behandelt werden? (B. II.)
- Können Sprachassistenten als Medienplattformen oder Benutzeroberflächen im Sinne des Medienstaatsvertrags behandelt werden? (B. III.)
- Welche regulatorischen Schlussfolgerungen sind hieraus zu ziehen? (B. IV.)

Diese Fragen beziehen sich auf komplexe Realbereiche, die durch eine dynamische technische Entwicklung charakterisiert werden, welche sich der auf Abgrenzung angelegten Kategorienbildung des Gesetzes mitunter entzieht oder

1 So die Formulierung im Titel der VAUNET-Studie „Switch-On: InCar-Audiosysteme 2021“.

2 Switch-On: InCar-Audiosysteme 2021, S. 7.

3 Kalbhenn, Auffindbarkeit lokaler und regionaler Audioangebote – Sicherung und Steigerung, 2021, S. 6.

diese jedenfalls erheblich erschwert.⁴ Hinzu kommt, dass die anzuwendenden Rechtsnormen abstrakte und zum Teil unscharfe Tatbestandsmerkmale enthalten, die eine Abgrenzung des jeweils anwendbaren Rechtsregimes auf komplexe und dynamische Lebenssachverhalte erschweren.⁵ Die Subsumtion der wenig trennscharfen Rechtsbegriffe wird zudem dadurch verkompliziert, dass es auf empirischer Ebene häufig an frei verfügbaren Informationen (etwa über die vertragliche Ausgestaltung von Geschäftsbeziehungen zwischen den jeweiligen Akteuren) und damit an Transparenz mangelt. Von daher fokussiert sich die nachstehende Untersuchung darauf, Richtlinien für eine Betrachtung des Einzelfalls zu entwickeln, ohne jeden davon abschließend bewerten zu können. Viele einzelfallbezogene Aussagen bleiben zudem Momentaufnahmen, da sie sich auf den gegenwärtigen Status quo beziehen, ohne die Dynamik der kommenden Jahre antizipieren zu können.

Zudem beschränkt sich das Gutachten auf eine Analyse der geltenden Rechtslage. Ausgeblendet wird demgegenüber die Frage, inwiefern diese Rechtslage unionsrechtskonform ist bzw. inwiefern das einschlägige Satzungsrecht mit den höherrangigen Normen des Medienstaatsvertrags in Einklang steht. Auch auf rechtspolitische Fragen wird nur am Rande eingegangen.⁶ Fragen der praktischen Umsetzung des Regulierungsregimes können allenfalls gestreift, mangels eigener praxisbezogener Expertise aber nicht vertieft oder gar zu Handlungsempfehlungen konkretisiert werden.

4 Als plakatives Beispiel sei insoweit auf die bisweilen untrennbar miteinander verschmolzene gemeinsame Darstellung von UKW- und DAB+-Radiosendern verwiesen, die sich regulatorisch nicht auseinanderdividieren lässt.

5 In diesem Sinne auch *Ory*, Medienintermediäre, Medienplattformen, Benutzeroberflächen?, ZUM 2021, 472 (480): „Die Anwendung der Normen ist herausfordernd, denn die Lebenssachverhalte sind komplex.“

6 Zu Letzteren s. *Kalbhenn*, Auffindbarkeit lokaler und regionaler Audioangebote – Sicherung und Steigerung, 2021, S. 32 ff.

B. RECHTLICHE UNTERSUCHUNG

I. WAS CHARAKTERISIERT BENUTZEROBERFLÄCHEN IM SINNE DES MEDIEN-STAATSVERTRAGS?

1. Gegenstand und Ziel der Benutzeroberflächenregulierung

Benutzeroberflächen haben erstmalig durch den Medienstaatsvertrag eine Regulierung in § 84 MStV erfahren. Diese statuiert ein. allgemeines Diskriminierungsverbot hinsichtlich der Auffindbarkeit gleichartiger Inhalte und Angebote unter Einschluss zulässiger Sortierungskriterien (§ 84 Abs. 2 MStV) und enthält Vorgaben zur privilegierten Auffindbarkeit bestimmter medialer Angebote unter Einschluss des Rundfunks (§ 84 Abs. 3 bis 5 MStV).

Der Gesetzgeber hat § 84 MStV mit Blick auf die wachsende Bedeutung der *Auffindbarkeit* medialer Angebote, die sich zunehmend ausdifferenzieren und über unterschiedliche Ausspielwege und „Plattformen“ zugänglich gemacht werden, geschaffen. Diese Auffindbarkeitsregulierung ergänzt die Regulierung von Medienplattformen (§§ 79–83 MStV), welche im Interesse eines vielfältigen Angebots die *Verbreitung* medialer Angebote über Plattformen sicherstellen will. Zur Sicherung der Meinungsvielfalt werden deshalb medienspezifische Vorgaben für beide Arten von „Gatekeepern“ statuiert, da diese nicht nur die Verbreitung, sondern auch die Auffindbarkeit von Inhalten steuern.⁷ Die Regulierung von Benutzeroberflächen kann dabei als Ausprägung einer „Shall-be-found“-Regulierung und von daher – wie im Übrigen auch die Medienplattformregulierung – als ein Beitrag zur positiven Vielfaltssicherung qualifiziert werden.⁸ Der Gesetzgeber kommt hierdurch seiner aus Art. 5 Abs. 1 S. 2 Grundgesetz fließenden verfassungsrechtlichen Pflicht nach, eine „positive Ordnung“ auszugestalten, die publizistische Vielfalt schützt und fördert.⁹

2. Begriff der Benutzeroberfläche

Im Rahmen des Anwendungsbereichs der Benutzeroberflächenregulierung (§ 78 MStV) erklärt § 84 Abs. 1 MStV die spezifischen oberflächenbezogenen Vorgaben für maßgeblich, „soweit Benutzeroberflächen Rundfunk, rundfunkähnliche 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.“ *Prima vista* scheint diese Bestimmung dafür zu streiten, dass auch Bedienoberflächen von KFZ-Audiosystemen als regulierte Benutzeroberflächen einzustufen sind, da sie die von § 84 Abs. 1 MStV genannte Abbildungs- bzw. Vermittlungsfunktion für die dort erwähnten linearen und nicht linearen Medieninhalte erfüllen.

Die zitierte Bestimmung findet allerdings nur dann Anwendung, wenn es sich bei dem Abbildungs- bzw. Vermittlungsdienst um eine „Benutzeroberfläche“ handelt. Was eine Benutzeroberfläche ist, wird durch § 2 Abs. 2 Nr. 15 MStV legaldefiniert. Die Regelung in § 84 Abs. 1 MStV definiert den Begriff der Benutzeroberfläche mithin nicht, sondern setzt deren Existenz vielmehr voraus, um sie im Weiteren einer Regulierung nach den Absätzen 2 bis 8 zu unterwerfen.¹⁰ Um die hier zu analysierende Frage nach dem Charakter einer Benutzeroberfläche zu beantworten, bedarf es folglich einer Analyse der Begriffsdefinition in § 2 MStV.

7 Ähnlich *Schult*, Plattformregulierung im Audibereich – Mittendrin statt nur dabei?, MMR 2020, 448 (451), der zufolge der Gesetzgeber einen zweistufigen Regulierungsansatz gewählt habe, welcher sich auf Zugangs- (Plattformen) und Auffindbarkeitsfragen (Benutzeroberflächen) fokussiere und diese zugleich miteinander verknüpfe.

8 Vgl. Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 116 f. S. ferner *Schult*, Plattformregulierung im Audibereich – Mittendrin statt nur dabei?, MMR 2020, 448 (451). Als „Must-be-found“ bezeichnet diese Regulierung *Löw*, Medienplattformen und Benutzeroberflächen vor den Herausforderungen der neuen Medienregulierung, MMR 2022, 637 (639). Allerdings erlaubt § 84 Abs. 6 MStV eine Individualisierung der Benutzeroberfläche, sodass schon von Gesetzes wegen ein „Must-be-found“ nicht garantiert wird.

9 Vgl. erneut Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 117, 159; *Gummer/Atamanczuk*, in: Gersdorf/Paal (Hrsg.), BeckOK InfoMedienR, 34. Ed. 1.2.2022, MStV § 84 Rn. 24 f.

10 Entsprechend führen die Gesetzesmaterialien zu § 84 Abs. 1 MStV aus, dass „(d)ie Regelung (...) insofern nur der Klarstellung (diene) und (...) keine weiteren Einschränkungen gegenüber der Definition der ‚Benutzeroberfläche‘“ nach § 2 Abs. 2 Nr. 15 enthielte, Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 159. Neben dieser rein klarstellenden Funktion kommt der Regelung allerdings auch eine normative Bedeutung zu. Auf diese wird unter B.1.3. weiter eingegangen.

a) Gesetzliche Begriffsmerkmale einer Benutzeroberfläche

§ 2 Abs. 2 Nr. 15 S. 1 MStV definiert eine Benutzeroberfläche als „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.“ § 2 Abs. 2 Nr. 15 S. 2 MStV konkretisiert diese Legaldefinition in Gestalt von nicht abschließenden Regelbeispielen.¹¹ Nach dieser Bestimmung sind „Benutzeroberflächen (...) 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“. Worin neben den Buchstaben a) und b) die eigenständige Bedeutung dieses letzten Regelbeispiels liegen soll, bleibt allerdings unklar.¹² Auch wenn sich die funktionale Bezugnahme auf Satz 1 explizit nur in Buchstabe c) findet, folgt schon aus dem gesetzgebungsseitig angenommenen Regelbeispielcharakter der Konkretisierungen, dass alle in den Buchstaben a bis c aufgeführten Varianten einer Benutzeroberfläche die Grundbedingungen des § 2 Abs. 2 Nr. 15 S. 1 MStV zu erfüllen haben.¹³

Anbieter einer Benutzeroberfläche ist gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 20 MStV, „wer über die Gestaltung der Übersicht abschließend entscheidet“. Anbieter ist mithin derjenige, der die finale Entscheidung über die Konzeption der Benutzeroberfläche und der Darstellung der medialen Angebote oder Inhalte unter Einschluss der Frage ihrer Individualisierbarkeit trifft. Wie § 2 Abs. 2 Nr. 15 S. 2 Buchstabe a MStV zeigt, wird der Anbieter einer Medienplattform häufig auch der Anbieter der zur Bedienung der Medienplattform erforderlichen Benutzeroberfläche sein – und zwar unabhängig davon, ob es sich um eine gerätegebundene oder softwarebasierte Medienplattform handelt. Wie die weiteren Buchstaben b und c verdeutlichen, können die Funktionen und Verantwortlichkeiten jedoch auch auseinanderfallen, die Anbieter einer Medienplattform und einer Benutzeroberfläche mithin personenverschieden sein.¹⁴ Gerade für Audiosysteme in Kraftfahrzeugen ist Letzteres von Bedeutung.

Zusammenfassend und vereinfacht ausgedrückt, ist eine Benutzeroberfläche deshalb die „Anzeige- und Steuerungsebene“ im Sinne einer Darstellungs-, Orientierungs- und Auswahlebene „von und für Medienplattformen“.¹⁵ Anbieter dieser Anzeige- und Steuerungsebene ist, wer für deren Konzeption und Gestaltung die Entscheidungsmacht besitzt.

b) Wichtige Begriffsmerkmale in der Detailbetrachtung

aa) Textlich, bildlich oder akustisch vermittelte Übersichten

Bei einer Benutzeroberfläche muss es sich zunächst um eine „textlich, bildlich oder akustisch vermittelte Übersicht“ handeln. Das Gesetz reagiert mit der Formulierung „textlich“ und „bildlich“ auf die (noch) vorherrschende Art der Orientierung über Angebote und Inhalte, bezieht über das Merkmal „akustisch“ allerdings schon jetzt die Sprachassistenzsysteme ausdrücklich mit ein.¹⁶ Wegen der Besonderheiten der Teilnahme am Straßenverkehr¹⁷ dürfte deren Bedeutung in Zukunft stark steigen.

Laut amtlicher Begründung ist das Merkmal „Übersicht“ funktional zu verstehen und weder auf die zeitgleiche noch auf die visuelle Darstellung aller Angebote oder Inhalte einer Medienplattform begrenzt. Vielmehr umfasse es alle Formen einer Präsentation, die den Nutzer bei der Orientierung und Selektion unterstützen. Unerheblich sei daher, ob eine Übersicht alle Angebote oder Inhalte einer Medienplattform vollständig und zeitgleich, etwa in Form von Listen, vermittele oder nur einzelne Angebote oder Inhalte aus einem Gesamtangebot präsentiere. Erfasst seien des-

11 Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 126. Ob es sich tatsächlich um Regelbeispiele handelt, erscheint mit Blick auf den dezisionistischen Wortlaut der Norm („Benutzeroberflächen sind insbesondere (...)“) jedoch fraglich.

12 Ebenso *Siara*, Medienstaatsvertrag und die „neuen“ Medien, MMR 2020, 523 (525).

13 In diesem Sinne auch *Martini*, in: Gersdorf/Paal (Hrsg.), BeckOK InfoMedienR, 36. Ed. 1.2.2021, § 2 MStV Rn. 112, der die Definitionsmerkmale des Satzes 1 „als Grundanforderung an alle Benutzeroberflächen“ qualifiziert; *Siara*, Medienstaatsvertrag und die „neuen“ Medien, MMR 2020, 523 (525).

14 Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 127 f.

15 Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 125.

16 Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 126. Eine Gestensteuerung wird demgegenüber nicht erfasst. Zu Letzterer vgl. Switch-On: InCar-Audiosysteme 2021, S. 15.

17 S. oben A.

halb auch Sprachassistenten bzw. akustische Navigatoren, sofern sie die Funktion einer Benutzeroberfläche erfüllen.¹⁸ Dieses Begriffsverständnis wird zudem durch das Telos der Auffindbarkeitsregulierung nahegelegt, welches im Interesse einer Sicherung der Meinungsvielfalt Diskriminierungen von journalistisch-redaktionellen Angeboten verhindern und bestimmte Public-Value-Inhalte hinsichtlich ihrer Auffindbarkeit privilegieren will. Die Gefahr einer meinungsvielfaltsverengenden Auffindbarkeitssteuerung durch den Anbieter einer Benutzeroberfläche ist allerdings dort am größten, wo dieser aufgrund der technischen Gegebenheiten (akustische Wiedergabe) lediglich ein Suchergebnis zeitgleich präsentieren kann.

Wie bereits hervorgehoben, dient die textlich, bildlich oder akustisch vermittelte Übersicht nicht nur der Darstellung bzw. Orientierung, sondern zugleich unmittelbar („mit einem Klick oder Touch“) der Auswahl, d. h. Ansteuerung von Angeboten, Inhalten oder softwarebasierten Anwendungen. Benutzeroberflächen erlauben deshalb den direkten Zugriff auf die über eine Medienplattform verbreiteten Inhalte, welche in vollständigen Angeboten (linearer Rundfunk im Sinne des § 2 Abs. 1 MStV oder nicht-lineare rundfunkähnliche Telemedien im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 13 MStV) oder Teilen davon (etwa einzelne Sendungen oder Videos auf Abruf) bestehen können.¹⁹ Auch softwarebasierte Anwendungen (wie z. B. die Apps von Joyn oder Zattoo) kommen als Angebote bzw. Inhalte von Medienplattformen in Betracht, sofern sie „im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 19 Abs. 1 MStV (sog. „Online-Presse“) dienen“²⁰; die Ansteuerung der medialen Angebote und Inhalte muss hier jedoch nicht unmittelbar möglich sein.

bb) Angebote oder Inhalte einzelner oder mehrerer Medienplattformen

(1) Bezugspunkt der Benutzeroberfläche: die Medienplattform

Die von Benutzeroberflächen textlich, bildlich oder akustisch vermittelte Übersicht muss sich gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 15 MStV allerdings auf Angebote oder Inhalte einzelner oder mehrere Medienplattformen beziehen. Entsprechend heben die Gesetzesmaterialien hervor, dass die Benutzeroberfläche „(z)wingend (...) in Bezug zu einer Medienplattform (steht), d. h. zu einem Gesamtangebot, dem eine abschließende Entscheidung über die verfügbaren Inhalte zugrunde liegt.“²¹ Hierin liegt die vorstehend bereits erwähnte Verknüpfung beider Regulierungsansätze.²²

Über den Grund für diese Verknüpfung und die aus ihr resultierende Einschränkung der Benutzeroberflächenregulierung schweigen sich die Gesetzesmaterialien jedoch aus. Er dürfte zum einen in der vielfaltsrelevanten Bedeutung von Plattformen für die Verbreitung medialer Angebote und dem damit verbundenen Einflusspotenzial auf deren inhaltliche Gestaltung, Auffindbarkeit und Refinanzierung liegen: Medienplattformen bieten zwar Voraussetzungen und zusätzliche Möglichkeiten für die Verbreitung und Auffindbarkeit medialer Inhalte, dadurch eröffnen sich aber zugleich Einflusspotentiale auf deren Gestaltung und Finanzierung bzw. auf das hierfür gewählte Geschäftsmodell. Zudem haben Plattformen Einfluss auf die Auffindbarkeit und Erreichbarkeit der Angebote durch den Nutzer.²³ Besonders evident ist dies bei sog. „infrastrukturgebundenen Medienplattformen“²⁴ wie etwa Kabelnetzbetreibern, denen mit Blick auf die inhaltliche Gestaltung, Auffindbarkeit und Refinanzierung medialer Inhalte aufgrund der technisch endlichen Übertragungskapazität sowie der Notwendigkeit, jedem Angebot ein Trägersignal zuzuweisen, das größte Einflusspotenzial unter den Medienplattformen zukommt und die deshalb in Form gesetzlich verbindlicher Belegungsvorgaben („Must-Carry“) der besonders strengen Zugangs- und Verbreitungsregulierung nach § 81 MStV unterliegen.²⁵ Aber auch nicht infrastrukturgebundene Medienplattformen, d. h. solche, die mediale Angebote über

18 Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 126.

19 Vgl. insoweit auch § 10 Abs. 1 S. 2 f. der Satzung zur Konkretisierung der Bestimmungen des Medienstaatsvertrags über Medienplattformen und Benutzeroberflächen v. 17.3.2021 (MB-Satzung), in der Angebote als einzelne Rundfunkprogramme, rundfunkähnliche Telemedien, Telemedien nach § 19 Abs. 1 MStV sowie im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung der vorgenannten Angebote dienende, softwarebasierte Anwendungen in ihrer Vollständigkeit und Inhalte als abgrenzbare, insbesondere separat benannte oder wahrnehmbare Teile von Angeboten wie beispielsweise Sendungen qualifiziert werden.

20 Vgl. Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 126.

21 Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 126. Diesen Nexus ebenfalls betonend *Kalbhenn*, Auffindbarkeit lokaler und regionaler Audioangebote – Sicherung und Steigerung, 2021, S. 11, 38, der in dieser Anknüpfung des Benutzeroberflächenbegriffs an das Vorliegen einer Medienplattform eine deutliche sowie von ihm kritisierte Verkleinerung des Anwendungsbereichs des Auffindbarkeitsrechts sieht.

22 S. oben bei Fn. 7.

23 *Gummer*, in: Gersdorf/Paal (Hrsg.), BeckOK InfoMedienR, 36. Ed. 1.2.2022, § 78 MStV Rn. 12. S. ferner *Siara*, Medienstaatsvertrag und die „neuen“ Medien, MMR 2020, 523 (524).

24 Vgl. §§ 78 Abs. 1 S. 2 Nr. 1, 81 MStV i.V.m. § 1 Abs. 3 MB-Satzung.

25 *Gummer*, in: Gersdorf/Paal (Hrsg.), BeckOK InfoMedienR, 36. Ed. 1.2.2022, § 78 MStV Rn. 13. Kritisch insoweit *Löw*, Medienplattformen und Benutzeroberflächen vor den Herausforderungen der neuen Medienregulierung, MMR 2022, 637 (639), der zufolge knappe Übertragungskapazitäten heute *de facto* keine Rolle mehr spielten, weshalb sich der Fokus von der Übertragung zur Auffindbarkeit von Inhalten verschoben habe.

frei zugängliche Infrastrukturen (wie das Internet) verbreiten, nehmen für die Anbieter und Nutzer von Medien eine wichtige Bündelungsfunktion wahr und stellen deshalb einen bedeutsamen Gatekeeper bei der Zugänglichmachung und Auffindbarkeit solcher Inhalte dar. Besonders offensichtlich ist dies für große und kommerziell erfolgreiche Bezahlplattformen, die für die Verbreitung medialer Angebote, deren Reichweite und Vermarktung essenziell sind.²⁶

Durch die Bezugnahme auf Medienplattformen grenzt der Gesetzgeber zum anderen die Benutzeroberflächen- von der Medienintermediärsregulierung ab. Entsprechend weisen die Gesetzesmaterialien darauf hin, dass Übersichten über Inhalte, die im Internet frei verfügbar oder in „offenen Angeboten“ wie sozialen Medien bzw. Suchdiensten enthalten seien, von der Benutzeroberflächenregulierung nicht erfasst würden.²⁷ Auf solche „offenen Angebote“ findet folglich lediglich die Regulierung von Medienintermediären (§§ 91 ff. MStV) Anwendung. Im Unterschied zu diesen sind Medienplattformen auf Rundfunk, rundfunkähnliche Inhalte sowie die „Online-Presse“ und nicht allgemein auf alle Arten von Inhalten unter Einschluss nicht geschäftsmäßig erbrachter journalistischer Angebote fokussiert. Dies erklärt auch ihre intensivere Regulierung (Schutz der Signalintegrität – § 80 MStV, Entgeltregulierung – § 83 MStV, Belegungs- und Auffindbarkeitsregulierung – §§ 81, 84 MStV etc.), wohingegen für Medienintermediäre neben einer Transparenzverpflichtung (§ 93 MStV) lediglich ein allgemeines Diskriminierungsverbot (§ 94 MStV) greift.²⁸

(2) Begriff der Medienplattform

Dies leitet über zu der Frage, was unter einer Medienplattform zu verstehen ist. Der Medienstaatsvertrag enthält hierzu eine technologie neutrale, d. h. verbreitungsweg- und anbieterunabhängige sowie entwicklungs offene Begriffsbestimmung in § 2 Abs. 2 Nr. 14 MStV²⁹: Hiernach ist unter einer Medienplattform „jedes Telemedium (zu verstehen), soweit es Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien oder Telemedien nach § 19 Abs. 1 zu einem vom Anbieter bestimmten Gesamtangebot zusammenfasst. Die 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.“ § 2 Abs. 2 Nr. 14 S. 3 MStV nimmt hiervon bestimmte Inhalte explizit aus: Neben den vorliegend irrelevanten Angeboten, die analog über eine Kabelanlage verbreitet werden (Buchstabe a), gehört hierzu vor allem „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, steht“. Damit angesprochen sind die sog. „Mediatheken“ öffentlicher oder private Anbieter³⁰, die laut Gesetzesmaterialien deshalb auch folgerichtig vom Anwendungsbereich der Benutzeroberflächenregulierung ausgenommen werden.³¹ Anbieter einer Medienplattform ist im Übrigen, wer die Verantwortung für die Auswahl der Angebote einer Medienplattform trägt (§ 2 Abs. 2 Nr. 19 MStV), d. h. die Angebote bündelt oder sonst über die Zusammensetzung des Gesamtangebots entscheidet.³²

(3) Zentrales Begriffsmerkmal der Medienplattform: das Gesamtangebot

Zentrales Begriffsmerkmal der Medienplattform ist, dass sie Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien oder Telemedien nach § 19 Abs. 1 MStV „zu einem vom Anbieter bestimmten Gesamtangebot zusammenfasst“ (§ 2 Abs. 2 Nr. 14 MStV). Laut Gesetzesmaterialien soll durch dieses Definitionselement klargestellt werden, dass nur solche Angebote vom Medienplattformbegriff erfasst werden, bei denen der Anbieter „selbst und abschließend“ über die bereitgestellte Auswahl entscheidet.³³ Dieses Merkmal fungiert zugleich als entscheidendes Abgrenzungskriterium zu den in § 2 Abs. 2 Nr. 16 MStV definierten Medienintermediären. Welches Angebot ein einheitliches Gesamtangebot bildet, soll jeweils „anhand der Umstände des Einzelfalls, insbesondere mit Blick auf dessen Gestaltung, Inhalt, Empfängerkreis und technische Struktur zu bestimmen“ sein.³⁴ Ein vom Anbieter bestimmtes Gesamtangebot soll laut Gesetzesmaterialien jedenfalls dann *nicht* vorliegen, wenn der Plattformanbieter ohne spezifische Eingrenzung Dritter die

26 Gummer, in: Gersdorf/Paal (Hrsg.), BeckOK InfoMedienR, 36. Ed. 1.2.2022, § 78 MStV Rn. 14.

27 Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 126.

28 Diesen Unterschied ebenfalls betonend *Beaujean*, Plattform- und Medienintermediärsregulierung nach neuem MStV, MMR 2022, 633 (635 f.).

29 Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 124; *Martini*, in: Gersdorf/Paal (Hrsg.), BeckOK InfoMedienR, 36. Ed. 1.2.2021, § 2 MStV Rn. 102.

30 Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 124; *Martini*, in: Gersdorf/Paal (Hrsg.), BeckOK InfoMedienR, 36. Ed. 1.2.2021, § 2 MStV Rn. 104.

31 Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 126: „Ebenso wenig erfasst sind Bedienoberflächen von Mediatheken, die nicht der Regulierung als Medienplattformen unterfallen.“

32 *Martini*, in: Gersdorf/Paal (Hrsg.), BeckOK InfoMedienR, 36. Ed. 1.2.2021, § 2 MStV Rn. 109.

33 Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 125.

34 Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 125.

Möglichkeit zur Präsentation von Angeboten eröffnet, wie dies typischerweise bei sozialen Medien, Video-Sharing-Plattformen oder App-Stores mit reiner Funktionskontrolle der Fall ist. Aber auch Angebote wie Suchmaschinen, die lediglich der Orientierung über relevante Inhalte dienen, denen jedoch keine Entscheidung über die Auswahl der Inhalte zugrunde liege, könnten nicht als ein einheitliches Gesamtangebot qualifiziert werden.³⁵ Schlagwortartig lässt sich der Unterschied zwischen Medienplattformen und Medienintermediären deshalb dahingehend umreißen, dass Letztere in „offenen Systemen“ agieren, während Medienplattformen über ihr Gesamtangebot eine abgeschlossene Auswahl von Inhalten zur Verfügung stellen.³⁶

cc) Matrix zur Abgrenzung einer Medienplattform von einem Medienintermediär

Die nachstehende Matrix soll helfen, vom Anbieter bestimmte Gesamtangebote im Sinne einer Medienplattform von Medienintermediären oder anderen regulierten bzw. nicht regulierten Diensten abzugrenzen.

Im Ausgangspunkt folgt die Matrix den von den Gesetzesmaterialien skizzierten Abgrenzungskriterien, wonach nur solche Angebote vom Medienplattformbegriff erfasst werden, bei denen der Anbieter „selbst und abschließend“ über die angebotene Auswahl entscheidet, was „insbesondere mit Blick auf dessen Gestaltung, Inhalt, Empfängerkreis und technische Struktur zu bestimmen“ sein soll.³⁷ Diese Begriffe werden im Folgenden unter Heranziehung der Hinweise aus den Gesetzesmaterialien, dem „Merkblatt: Abgrenzung von Medienplattformen und Medienintermediären“ des Fachausschusses Netze, Technik, Konvergenz der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten vom 10.11.2021³⁸, Ansätzen in der rechtswissenschaftlichen Literatur³⁹ sowie eigenen Überlegungen konkretisiert.

Die sich hieraus ergebende Matrix enthält starke und schwache Zuordnungskriterien: Die starken Zuordnungskriterien sind dadurch gekennzeichnet, dass ihre Bejahung im Regelfall eine Zuordnung zu der ein oder anderen Kategorie (Medienplattform/Medienintermediär bzw. keine Medienplattform) erlaubt. Bei schwachen Kriterien hingegen handelt es sich um reine Indizien (Verdachtsgründe), die im Regelfall erst im Zusammenwirken mit anderen Indizien sowie bei wertender Betrachtung die Zuordnung des Dienstes erlauben. In jedem Fall gilt, dass eine solche Zuordnung am Maßstab der Umstände des Einzelfalls zu erfolgen hat, wobei die Kriterien aus einer verobjektivierten Nutzerperspektive zu beurteilen sind.⁴⁰ Zu beachten ist ferner, dass eine trennscharfe Abgrenzung zwischen den Kriterien z. T. schwierig ist und Überschneidungen daher mithin nicht ausgeschlossen werden können.

Gestaltung

In Abgrenzung zu den anderen Merkmalen (Inhalt, Empfängerkreis, technische Struktur) geht es hier um die äußere Gestaltung des Dienstes. Zu diesem Oberbegriff zählen insbesondere folgende Kriterien, denen allesamt nur ein Indizcharakter zukommt:

Maß der Integration: In welchem Maße sind Einzelangebote in ein übergeordnetes Telemedium integriert? Kriterien für diese Integration können sein: graphische Gestaltung des Dienstes; Verwendung einer übergeordneten Marke; Zusammenfassung von Angeboten zu Paketen, die zu spezifischen Entgelten vermarktet werden; Art und Weise der Bewerbung des übergeordneten Dienstes.⁴¹

Variabilität des Angebots: Wie variabel ist ein Dienst? In der Tendenz spricht die statische Abgeschlossenheit oder Viskosität eines Dienstes für das Vorliegen einer Medienplattform, seine Dynamik und Flexibilität hingegen für das Vorliegen eines Medienintermediärs.⁴²

35 Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 125. S. i. Ü. ebd. S. 127: „ohne wesentliche Hindernisse“.

36 *Hönig d'Orville*, Die Perspektive der Länder: AVMD-Richtlinie, der 22. Rundfunkänderungsstaatsvertrag und der »Medienstaatsvertrag« – Angemessene Instrumente für die Regulierungsherausforderungen?, ZUM 2019, 104 (106).

37 S. vorstehend B. I. 2. bb) (3).

38 Dieses Merkblatt wählt eine andere Systematisierung, indem es u. a. nach der Anbieter-, Nutzer- und Vorhersehbarkeitsperspektive differenziert. Vorliegend soll indes der Kategorisierung anhand der Gesetzesmaterialien gefolgt werden, da diese sehr wahrscheinlich in einem Rechtsstreit zur Grundlage der Entscheidungsfindung gemacht würde.

39 S. dazu die nachstehend Zitierten.

40 *Ory*, Medienintermediäre, Medienplattformen, Benutzeroberflächen?, ZUM 2021, 472 (478).

41 *Siará*, Medienstaatsvertrag und die „neuen“ Medien, MMR 2020, 523 (524), der insoweit auch stark auf voluntative Elemente des Anbieters (Wille, die Einzelangebote zum Teil eines eigenen übergreifenden Telemediendienstes zu machen, um so deren Verbreitung zu fördern) abstellt. Letztlich können solche voluntativen Elemente aber nicht entscheidend sein, da es – wie gesehen – auf die verobjektivierte Nutzerperspektive ankommt.

42 Kritisch insoweit allerdings *Ory*, Medienintermediäre, Medienplattformen, Benutzeroberflächen?, ZUM 2021, 472 (478), da es auf Medienplattformen zu Änderungen im Angebot kommen könne. Allerdings dürften diese voraussetzungsvoller und seltener sein als bei den nicht antizipierbaren Suchabfragen oder Zustellungen über Medienintermediäre (s. ferner unten „Technische Struktur“).

- **(Un-)Entgeltlichkeit:** Wird für den Dienst ein Entgelt erhoben oder umgekehrt an den Inhabeanbieter gezahlt⁴³, dürfte dies eher für das Vorliegen einer Medienplattform sprechen. Bei diesem Indiz ist allerdings Zurückhaltung geboten, da auch die Nutzung der gängigen Medienintermediäre letztlich nicht unentgeltlich erfolgt; die Nutzer zahlen hier durch Preisgabe ihrer (personenbezogenen) Daten. Zudem geht der Medienstaatsvertrag sowohl für
- Medienplattformen als auch für Medienintermediäre davon aus, dass für beide entgeltliche wie „unentgeltliche“ Geschäftsmodelle in Betracht kommen.⁴⁴ Dessen ungeachtet kann aufgrund des derzeitigen Marktdesigns die Entgeltlichkeit, d. h. der direkte Zahlungsfluss vom Nutzer an den Diensteanbieter, als ein schwaches Indiz für das Vorliegen einer Medienplattform herangezogen werden. Hierfür spricht auch die medienplattformbezogene Regelung in § 83 Abs. 1 MStV.⁴⁵

Inhalt

Das Merkmal „Inhalt“ bezieht sich auf den Inhalt des Dienstes als solchen. Es geht mithin um die Frage, welche Inhalte dem Nutzer über den Dienst angeboten werden sollen.⁴⁶

- **„Offenes“ vs. „geschlossenes“ System:** Nimmt der Plattformbetreiber eine Eingrenzung (Auswahl) der zur Verfügung gestellten medialen Angebote nach inhaltlichen oder qualitativen Kriterien⁴⁷ vor, die nicht von jedem Inhabeanbieter erreicht werden können? Inwiefern erfolgt also eine gewillkürte inhaltliche oder qualitative Eingrenzung des Angebots durch den Plattformbetreiber, die dem Dienst den Charakter eines von ihm zu verantwortenden Gesamtangebots (inhaltliche Zusammenstellung, Kuratierung) verleiht? (starkes Kriterium)
- **Art des Inhalts:** Vermittelt der Dienst vorrangig professionell bzw. geschäftsmäßig produzierte mediale Inhalte oder allgemein Inhalte aus offen zugänglichen Quellen (Internet)? Medienplattformen sind im Unterschied zu Medienintermediären auf Rundfunk, rundfunkähnliche Inhalte sowie auf die sog. „Online-Presse“ und nicht allgemein auf alle Arten von Angeboten und Inhalten (unter Einschluss von User Generated Content [UCG]) fokussiert. Dies erklärt und rechtfertigt ihre intensivere Regulierung (Signalintegrität, Entgelte, Belegungs- und Auffindbarkeitsvorgaben etc.), wohingegen Medienintermediäre „nur“ einer Transparenz- und Antidiskriminierungsregulierung unterliegen.⁴⁸ (Indiz)
- **Orientierung vs. Präsentation:** In Ergänzung dazu: Dient die Plattform primär der Orientierung über professionelle mediale Inhalte oder der Präsentation allgemeiner Inhalte unter Einschluss von UCG? (Indiz)

Empfängerkreis

Beim Empfängerkreis ist zwischen den Inhabeanbietern (aktiven Nutzern) und den Nutzern der über eine Plattform vermittelten Inhalte (passiven Nutzern/Konsumenten) zu unterscheiden.⁴⁹ Zum Teil ergeben sich hier Überschneidungen zum Oberkriterium „Inhalt“.

- **Aktive Nutzer**
„Offenes“ vs. „geschlossenes“ System: Für die aktiven Nutzer steht die Frage im Vordergrund, ob grundsätzlich jeder Teil des Dienstes nach allgemein vorbestimmten und im Regelfall leicht zu erfüllenden Kriterien (Indexierung, Registrierung, Rechtmäßigkeit, Altersgrenzen, Übereinstimmung mit den Zielen und Community Stan-

43 Vgl. insoweit die Pressemitteilung der Landesmedienanstalten v. 25.11.2021: ZAK qualifiziert Google News Showcase als Medienplattform und Benutzeroberfläche.

44 Vgl. § 80 Abs. 1 Nr. 3 MStV sowie Aml. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 127, wo es in Bezug auf Medienintermediäre heißt: „Eine Registrierung, unerheblich, ob kostenpflichtig oder nicht, oder eine Personalisierung stehen dem (d. h. der allgemeinen Zugänglichkeit der Präsentation von Ergebnissen – d. Verf.) in der Regel nicht entgegen.“ Vgl. insoweit auch das Merkblatt „Abgrenzung von Medienplattformen und Medienintermediären“ des Fachausschusses Netze, Technik, Konvergenz der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten vom 10.11.2021 sub Ziff. 2.4 („Zugang durch die Nutzenden `Wer kann das Angebot nutzen?`“).

45 „Die Zugangsbedingungen, insbesondere Entgelte und Tarife, sind gegenüber der zuständigen Landesmedienanstalt offenzulegen“ (Hervorhebung nur hier).

46 So schon das Merkblatt „Abgrenzung von Medienplattformen und Medienintermediären“ des Fachausschusses Netze, Technik, Konvergenz der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten vom 10.11.2021 sub Ziff. 2.2 („Was soll den Nutzenden angeboten werden?“), das dort auch von einer „(i)nhaltliche(n) Kuratierung des Angebots“ spricht.

47 Welche Inhalte in welcher Qualität (z. B. Aktualisierungsfrequenz von Inhalten) – s. erneut Pressemitteilung der Landesmedienanstalten v. 25.11.2021: ZAK qualifiziert Google News Showcase als Medienplattform und Benutzeroberfläche.

48 Vgl. insoweit auch das Merkblatt „Abgrenzung von Medienplattformen und Medienintermediären“ des Fachausschusses Netze, Technik, Konvergenz der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten vom 10.11.2021 sub 2.5 („Nutzerperspektive `Wie wird das Angebot beworben?`“).

dards einer Plattform etc.) angeboten werden kann (offenes System) oder ob der Plattformbetreiber eine Auswahlentscheidung anhand inhaltlicher bzw. qualitativer Zugangs- und Verbleibvoraussetzungen trifft, mithin die Auswahl vorprägt und steuert⁵⁰, oder gar rein gewillkürt auswählt⁵¹ (geschlossenes System). Hierzu zählt des Weiteren, dass der Diensteanbieter die Zugangs- und Verbleibkriterien jederzeit einseitig ändern kann, ohne insoweit auf substantielle juristische oder faktische Grenzen Rücksicht nehmen zu müssen. (starkes Kriterium)

▪ *Passive Nutzer (Konsumenten)*

Art des Inhalts: Richtet sich das Angebot an Nutzer allgemeiner Inhalte, die eben auch, aber nicht nur journalistisch-redaktionelle Inhalte umfassen können, oder steht die Vermittlung professioneller medialer Inhalte im Sinne des Medienstaatsvertrags im Vordergrund? (Indiz)

Art der Partizipation: Ist die Partizipation durch die Nutzer auf eine aktive Teilhabe ausgerichtet (Eingabe von Suchbegriffen, Hochladen von UGC) oder bleibt sie eher passiv (Auswahl voreingestellter bzw. vorgegebener Inhalte)?⁵² In Ergänzung dazu: Wie wird Einfluss auf die Meinungsbildung genommen: eher einseitig vom Diensteanbieter her oder zweiseitig unter aktiver Beteiligung des Nutzers? (Indiz)

Technische Struktur

Bei dem Kriterium „technische Struktur“ steht die Frage im Vordergrund, wie der in Rede stehende Dienst dem Nutzer Angebote und Inhalte auf einer technischen Ebene zugänglich macht.

- **Art der Inhalteselektion und -präsentation:** Erfolgt die Inhalte-Darstellung rein automatisiert auf der Grundlage von Aggregations-, Selektions- und Präsentationsalgorithmen in Interaktion mit dem allgemeinen und individuellen Nutzungsverhalten der (passiven) Nutzer oder geht sie auf eine gezielte Vorselektion und Steuerung der Inhalte durch den Plattformbetreiber zurück? (Indiz)
- **Vorhersehbarkeit der Inhalte:** Führt die Art der Inhalteselektion und -präsentation zu einer fehlenden (exakten) Vorhersehbarkeit der dargestellten Inhalte im Moment der Nutzung?⁵³ (Indiz)
- **Definition der Kriterien für die Zusammenstellung des Inhalts:** Wer gibt die Kriterien für die Zusammenstellung des Inhalts vor und wer kann sie ändern – nur der Gatekeeper oder auch der Nutzer? Bei multilateralen Nutzungskontexten: Bei wem liegt der Schwerpunkt der Definitionsmacht? Hat, soweit man diese Unterscheidung bei nicht linearen Diensten überhaupt treffen kann, der Dienst eher einen „Push“- oder einen „Pull“-Charakter? D.h. „pusht“ er ein statisches Angebot zum Nutzer oder muss dieser den Gegenstand des Angebots erst durch seine aktive Mitwirkung (z. B. durch die Eingabe eines Suchbegriffs) selbst generieren („pullen“). (Indiz)

49 Zu dieser Unterscheidung vgl. etwa Ralf Müller-Terpitz, Filter als Gefahr für die Meinungspluralität? – Verfassungsrechtliche Erwägungen zum Einsatz von Filtertechnologien, ZUM 2020, 365 (368 f., 370). Das Merkblatt „Abgrenzung von Medienplattformen und Medienintermediären“ des Fachausschusses Netze, Technik, Konvergenz der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten vom 10.11.2021 thematisiert diesen Gesichtspunkt unter der Frage „Zugang für Veranstalter und Anbieter ‘Wer kann Teil des Angebots werden?’“ (Ziff. 2.1) und „Nutzerperspektive ‘Wie wird das Angebot beworben?’“ (Ziff. 2.5).

50 Gummer, in: Gersdorf/Paal (Hrsg.), BeckOK InfoMedienR, 36. Ed. 1.2.2022, § 78 MStV Rn. 18. Diese Vorprägung und Steuerung ist es gerade, die die Medienplattformen regulierungsbedürftig machen (s. oben B. I. 2. b) aa); Ory, Medienintermediäre, Medienplattformen, Benutzeroberflächen?, ZUM 2021, 472 (478). Die Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 127 spricht insofern davon, ob Inhalte „ohne wesentliche Hindernisse“ auf einer Plattform erscheinen können unter der Frage „Zugang für Veranstalter und Anbieter ‘Wer kann Teil des Angebots werden?’“ (Ziff. 2.1) und „Nutzerperspektive ‘Wie wird das Angebot beworben?’“ (Ziff. 2.5).

51 Vgl. erneut Pressemitteilung der Landesmedienanstalten v. 25.11.2021: ZAK qualifiziert Google News Showcase als Medienplattform und Benutzeroberfläche („Google Ireland Ltd. hat also die Letztentscheidung über den Zugang von Inhalten zum Dienst.“).

52 Vgl. Merkblatt „Abgrenzung von Medienplattformen und Medienintermediären“ des Fachausschusses Netze, Technik, Konvergenz der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten v. 10.11.2021 sub 2.5 („Nutzerperspektive ‘Wie wird das Angebot beworben?’“). S. ferner Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 125 („Gleiches gilt auch für Angebote, die lediglich eine Orientierung über relevante Inhalte bieten, aber denen keine Entscheidung über die Auswahl der Inhalte zugrunde liegt [bspw. Suchmaschinen.]“) und Ory, Medienintermediäre, Medienplattformen, Benutzeroberflächen?, ZUM 2021, 472 (478 f.) („Wenn der Nutzer die Kriterien vorgibt, nach denen ihm ein Angebot zusammengestellt wird, ist das kein Gesamtangebot des Gatekeepers.“).

53 Dieses Kriterium wurde dem Merkblatt „Abgrenzung von Medienplattformen und Medienintermediären“ des Fachausschusses Netze, Technik, Konvergenz der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten vom 10.11.2021 entnommen, welches diesen Gesichtspunkt unter der Frage „Vorhersehbarkeit durch den Anbieter ‘Was wird den Nutzenden präsentiert?’“ (Ziff. 2.3) thematisiert.

- **Funktionskontrolle vs. inhaltliche Prüfung:** Findet beim Einstellen von Inhalten auf einer Plattform lediglich eine „reine“ Funktionskontrolle statt oder wird nur „mitgenommen“, wer spezifische, vom Plattformbetreiber definierte inhaltliche bzw. qualitative Kriterien für den Zugang zur und den Verbleib auf der Plattform erfüllt? (Indiz)
- **Infrastrukturgebundenheit:** Handelt es sich um einen infrastrukturgebundenen, technisch begrenzten Dienst (dann im Regelfall Medienplattform wegen der aus Kapazitätsgründen zwingend erforderlichen Auswahlentscheidung – starkes Kriterium) oder um einen offenen, d. h. nicht infrastrukturgebundenen Dienst (dann vorstehende Indizien)?

3. Rechtliche Behandlung von Mischangeboten und -oberflächen

In der Praxis sind häufig Mischangebote und darauf aufbauende Mischoberflächen anzutreffen. Diese vermitteln dem Nutzer nicht nur einen Überblick über die Inhalte von Medienplattformen, sondern auch über Angebote anderer Dienste, wie insbesondere Mediatheken, oder enthalten Übersichten, die nicht als Benutzeroberflächen im Sinne des §§ 2 Abs. 2 Nr. 15, 84 MStV zu qualifizieren sind.

Der Medienstaatsvertrag beschränkt seine regulatorischen Vorgaben indes auf denjenigen Teil des Dienstes, der die Voraussetzungen für eine Benutzeroberfläche erfüllt. Wie bereits erwähnt⁵⁴, führt § 84 Abs. 1 MStV aus, dass die Vorgaben zur Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen nur gelten, „soweit“ die jeweilige Benutzeroberfläche die dort genannten Medieninhalte abbilden oder akustisch vermitteln. Auch § 2 Abs. 2 Nr. 14 S. 1 MStV beschränkt den Begriff der Medienplattform auf Telemedien, „soweit“ diese bestimmte Medieninhalte zu einem Gesamtangebot zusammenfassen. Entsprechend führen die Gesetzesmaterialien aus, dass unterschiedliche, d. h. abgrenzbare Funktionen eines Dienstes verschiedener Rechtsfolgen (etwa in Gestalt der Regulierung als Medienplattform oder als Medienintermediär) nach sich ziehen können.⁵⁵ Da – wie gesehen⁵⁶ – der Benutzeroberflächenbegriff an die Existenz einer Medienplattform gekoppelt ist, begrenzt dieses „soweit“ zugleich auch die Regulierungsreichweite für Auffindbarkeitsdienste.⁵⁷

Aus diesem Grund kann es vorkommen, dass die Audiosysteme von Kraftfahrzeugen bzw. einzelne seiner Funktionselemente (wie z. B. ein Sprachassistent) nur partiell der Regulierung für Benutzeroberflächen unterliegen.⁵⁸ Eine andere Frage ist freilich, inwieweit diese Regulierung tatsächlich auf bestimmte Funktionen einer Benutzeroberfläche beschränkt bleiben kann oder inwieweit sie „reflexartig“ auf andere, nicht regulierte Bereiche des Infotainment-Systems ausstrahlt und deshalb auch die Darstellung bzw. Nutzerführung von Diensten beeinflusst, bei denen es sich nicht um eine Medienplattform handelt.⁵⁹

4. (Unstreitige) Beispiele für Medienplattformen und Benutzeroberflächen

Zum besseren Verständnis der bislang abstrakten Ausführungen sollen nachstehend einige unstreitige Beispiele für Medienplattformen und Benutzeroberflächen skizziert werden. Die Darstellung beginnt bewusst mit den Medienplattformen (a), da deren Existenz Grundbedingung für das Vorliegen einer Benutzeroberfläche (b) ist. In einem zweiten und dritten Schritt werden sodann die Audiosysteme von Kraftfahrzeugen (B. II.) und Sprachassistentensysteme (B. III.) einer näheren Betrachtung unterzogen.

54 S. oben B. I. 2.

55 Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 125.

56 S. oben B. I. 2. b) bb) (1).

57 In diesem Sinne schon *Gummer/Atamanczuk*, in: Gersdorf/Paal (Hrsg.), BeckOK InfoMedienR, 34. Ed. 1.2.2022, MStV § 84 Rn. 9.

58 Für weitere Beispiele aus anderen Bereichen (On-Demand-Angebote, App-Stores, News-Aggregatoren) s. *Beaujean*, Plattform- und Medienintermediärregulierung nach neuem MStV, MMR 2022, 633 (636); *Enaux/Wüsthof*, Der neue Medienstaatsvertrag – Was gilt für Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediäre?, K&R 2020, 469 (471, 475). S. ferner *Gerecke/Stark*, Ein neues Medienrecht für Deutschland, GRUR 2021, 816 (817).

59 Kritisch und skeptisch insoweit *Enaux/Wüsthof*, Der neue Medienstaatsvertrag – Was gilt für Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediäre?, K&R 2020, 469 (471, 475), die für die Praxis Unklarheit hinsichtlich einer rechtssicheren Abgrenzung der funktional unterschiedlichen Angebotstypen innerhalb einheitlich konzipierter und wahrgenommener Angebote (Medienplattform, Benutzeroberfläche) befürchten.

a) Medienplattformen

Nach dem vorstehend dargestellten Begriffsverständnis sind unter Medienplattformen zunächst die infrastrukturgebundenen Verteilnetzbetreiber, wie insbesondere die Kabelnetzbetreiber (DVB-C/Coax) und Betreiber von IPTV-, DAB+- oder Satellitennetzen, zu subsumieren.⁶⁰ Ferner zählen hierzu nicht infrastrukturgebundene OTT-Anbieter wie Joyn, Sky Q oder Zattoo, die für ihre Angebote eine fremde Infrastruktur (das „offene“ Internet) nutzen.⁶¹

Reine Online-Videotheken oder -Musikdatenbanken (wie z. B. Netflix oder Spotify) fallen demgegenüber nicht unter den Medienplattform-Begriff, da es sich bei ihnen um rundfunkähnliche Telemedien im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 13 MStV handelt⁶² und sie zudem gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 14 Buchstabe b MStV vom Begriff der Medienplattform explizit ausgenommen werden.⁶³ Gleiches gilt für „reine“ Mediatheken von Rundfunkveranstaltern. Solche rundfunkähnlichen Telemedien sind folglich keine Medienplattformen, sondern Inhalte, die über Medienplattformen vermittelt und über Benutzeroberflächen angesteuert werden.

b) Benutzeroberflächen

Unter den Begriff der Benutzeroberfläche sollen insbesondere Electronic Program Guides (EPG) fallen. Hierzu zählen vor allem diejenigen Übersichten, die beim Aktivieren eines Smart-TV-Geräts, einer Set-Top-Box oder eines sonstigen Hardware-Empfangsgeräts, wie z. B. einem Streaming-Stick, die Ansteuerung des dem Nutzer zur Verfügung stehenden Angebots (Rundfunk, Mediatheken, rundfunkähnliche Dienste etc.) ermöglichen.⁶⁴ Wie bereits ausgeführt⁶⁵, können darüber hinaus grundsätzlich auch Sprachsteuerungssysteme unter den Begriff der Benutzeroberfläche subsumiert werden, sofern sie akustisch einen Überblick über die Inhalte einer Medienplattform bieten und den Zugriff hierauf ermöglichen.⁶⁶ Nicht hingegen unter den Begriff der Benutzeroberfläche fallen solche Steuerungsmenüs, die Nutzern ausschließlich von ihnen zuvor selbst ausgewählte Inhalte präsentieren⁶⁷ oder – wie ggf. Online-Übersichten von Programmzeitschriften – keine unmittelbare Ansteuerung medialer Inhalte ermöglichen.

60 Vgl. insoweit auch die Liste der Anbieter infrastrukturgebundener Medienplattformen nach § 2 Abs. 2 Nr. 14 MStV der Landesmedienanstalten, abrufbar unter: <https://www.die-medienanstalten.de/themen/plattformregulierung>.

61 S. die Liste der Anbieter nicht infrastrukturgebundener Medienplattformen nach § 2 Abs. 2 Nr. 14 MStV der Landesmedienanstalten, abrufbar unter: <https://www.die-medienanstalten.de/themen/plattformregulierung>. Zum Vorstehenden auch *Martini*, in: Gersdorf/Paal (Hrsg.), BeckOK InfoMedienR, 34. Ed. 1.2.2021, MStV § 2 Rn. 102, 109.

62 Aus gesetzessystematischen Gründen kann ein rundfunkähnliches Telemedium nicht zugleich vollständig identisch mit einer Medienplattform sein, da jenes Inhalt dieser Plattform sein muss. Dies ist aber nur möglich, wenn es einen Unterschied zwischen einem rundfunkähnlichen Telemedium und einer Medienplattform gibt. I. Ü. ergibt nur so die getrennte Regulierung beider Arten von Diensten einen Sinn.

63 Vgl. Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 123. A. A. *Gerecke/Stark*, Ein neues Medienrecht für Deutschland, GRUR 2021, 816 (817), die Netflix als Medienplattform charakterisieren. Für Netflix wie hier demgegenüber *Kalbhenn*, Auffindbarkeit lokaler und regionaler Audioangebote – Sicherung und Steigerung, 2021, S. 12. Amazon Prime nimmt eine Zwischenstellung ein, da über diese Plattform auch lineare Rundfunkangebote zugänglich gemacht werden. Sie ist deshalb jedenfalls *insoweit* (s. § 2 Abs. 2 Nr. 14 MStV sowie oben B. I. 3.) nicht nur als rundfunkähnlicher Telemediendienst, sondern auch als Medienplattform und die Ansteuerungsfunktion auf Amazon Prime *insoweit* als Benutzeroberfläche zu qualifizieren. So i. Erg. auch *Kalbhenn*, ebd., S. 12.

64 Vgl. Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 125 f.; *Gerecke/Stark*, Ein neues Medienrecht für Deutschland, GRUR 2021, 816 (818); *Martini*, in: Gersdorf/Paal (Hrsg.), BeckOK InfoMedienR, 36. Ed. 1.2.2021, § 2 MStV Rn. 113; *Ory*, Der Medienstaatsvertrag – Neuer Wein in neuen Schläuchen?, ZUM 2019, 139 (144), der dies sogar auf „alle Darstellungen auf Endgeräten, die der Angebotsauswahl dienen“, bezieht; *ders.*, Medienintermediäre, Medienplattformen, Benutzeroberflächen?, ZUM 2021, 472 (479); *Siara*, Medienstaatsvertrag und die „neuen“ Medien, MMR 2020, 523 (524 f.).

65 S. oben B. I. 2. b) aa).

66 *Gerecke/Stark*, Ein neues Medienrecht für Deutschland, GRUR 2021, 816 (818). Vgl. zudem *Schult*, Plattformregulierung im Audiobereich – Mittendrin statt nur dabei?, MMR 2020, 448 (451).

67 *Gerecke/Stark*, Ein neues Medienrecht für Deutschland, GRUR 2021, 816 (818).

II. KÖNNEN AUDIOSYSTEME IN KRAFTFAHRZEUGEN ALS MEDIENPLATTFORMEN ODER BENUTZEROBERFLÄCHEN IM SINNE DES MEDIENSTAATSVERTRAGS BEHANDELT WERDEN?

Audiosysteme in Kraftfahrzeugen sind multifunktionale Geräte. Sie bedürfen deshalb einer Betrachtung, die nach ihren jeweiligen Funktionen differenziert. Insoweit lassen sich integrierte und nicht-integrierte Audiosysteme unterscheiden: Integrierte Systeme sind dadurch gekennzeichnet, dass ihre Funktionalitäten vom Fahrzeughersteller „ab Werk“ geliefert werden, sprich vom Hersteller im Gerät fest verbaut bzw. „vorprogrammiert“ sind (1.). Demgegenüber ermöglichen nicht-integrierte Systeme über Geräteschnittstellen die Nutzung mobiler, nicht im Fahrzeug fest verbauter Endgeräte wie insbesondere Smartphones (2.).

1. Integrierte Audiosysteme

Für integrierte Systeme lassen sich folgende Funktionalitäten unterscheiden:

a) Linearer Radioempfang

Bei dieser Funktion bzw. Angebotsform geht es um den „gerätegebundenen“ klassischen UKW-, DAB+- oder linearen Internet-Radioempfang als fest integrierter Bestandteil des KFZ-Infotainmentsystems. Sie wird auf einem Touch-Display zumeist durch eine eigene Menü-Kachel (Radio/Audio/Media) kenntlich und zugänglich gemacht oder ist über einen „Hardkey“ am Lenkrad bzw. Armaturenbrett des Fahrzeugs ansteuerbar.

Ob es sich bei diesen Ansteuerungsmöglichkeiten um eine Benutzeroberfläche handelt, bedarf einer Einzelfallbetrachtung des jeweils im KFZ verbauten Audiosystems. Dessen ungeachtet lassen sich auf einer typisierenden Ebene mit Hilfe der vorstehend entwickelten Matrix folgende Aussagen zum Vorliegen bzw. Nichtvorliegen einer gerätegebundenen Medienplattform und damit einer Benutzeroberfläche treffen:

aa) Analoges Radioempfang

Analoger Hörfunk wird terrestrisch über UKW-Frequenzen verbreitet. Wie gesehen (A.), sind alle Kraftfahrzeuge in der Lage, dieses Angebot zu empfangen. Von daher handelt es sich beim UKW-Empfang um den nach wie vor wichtigsten Verbreitungs- und Empfangsweg für Radioinhalte.⁶⁸

Gestaltung

- Das analoge Hörfunkangebot ist in ein übergeordnetes Telemedium des KFZ-Herstellers integriert, was allgemein durch seine Einfügung in das Audiosystem des Fahrzeugs und speziell durch das Herstelleremblem auf dem Display bzw. Lenkrad zum Ausdruck kommt. Die elektronische Übersicht über das Angebot der analogen Radiosender ist als ein Telemedium im Sinne des § 2 Abs. 1 S. 3 MStV zu interpretieren, da es sich bei dieser grafischen oder akustischen Darstellung um einen elektronischen Informations- und Kommunikationsdienst handelt, der weder als Telekommunikationsdienst bzw. telekommunikationsgestützter Dienst⁶⁹ noch als Rundfunk⁷⁰ qualifiziert werden kann.
- Das über das Infotainmentsystem zugänglich gemachte analoge Radioangebot ist wenig variabel, da es den jeweiligen Status quo des Bestands an lokalen, regionalen und bundesweiten Radiosendern abbildet.
- Für dieses Infotainmentsystem und seine Darstellung zahlt der Kunde ein im Fahrzeugpreis enthaltenes Entgelt.

Inhalt

- Prinzipiell erfüllt das KFZ-Audiosystem mit seiner Art des Inhalts (linearer Hörfunk) die Anforderungen an eine Medienplattform. Auch dient es der Orientierung über diese professionellen medialen Inhalte.

⁶⁸ Switch-On: InCar-Audiosysteme 2021, S. 8.

⁶⁹ Vgl. insoweit die Definitionen in § 3 Nr. 24 und 25 TKG a.F. bzw. § 3 Nr. 61 und 63 TKG n.F.

⁷⁰ Vgl. § 2 Abs. 1 S. 1 und 2 MStV.

- Als problematisch erweist sich hier jedoch das starke Kriterium eines geschlossenen Systems und damit eines Gesamtangebots. So dürfte es im Regelfall an einer Eingrenzung des linearen Hörfunkangebots mittels inhaltlicher oder qualitativer Kriterien fehlen, da ein KFZ-Infotainmentsystem geräteseitig typischerweise alle frei verfügbaren analogen Radioprogramme abzubilden versucht. Evident ist dies, wenn bei Hinzutreten neuer Radiostationen eine automatisierte Anpassung des Audiosystems (Senderabgleich) erfolgt. Aber selbst wenn hierfür ein herstellerseitiges Update erforderlich sein sollte, steht zu vermuten, dass sich dieses – vergleichbar zu App-Stores – auf eine (technische) Funktionsanpassung ohne inhaltliche bzw. qualitative Kontrollmaßnahmen beschränkt. Für das Fehlen einer solchen inhaltebezogenen Kontrolle spricht, dass es sich beim analogen Hörfunk um ein von den Medienanstalten lizenziertes Angebot handelt und im Empfangsgerät keine infrastrukturbedingte Knappheitssituation herrscht. Die Fahrzeughersteller haben deshalb kein Interesse daran, das Angebot durch eigene inhaltliche bzw. qualitative Entscheidungen zu steuern, sondern wollen seinen Empfang aus den allgemein zugänglichen UKW-Quellen ermöglichen. Beim analogen Radioempfang wird man deshalb im Regelfall von einem „offenen Angebot“ und damit vom Fehlen einer Medienplattform ausgehen müssen. In der Folge kann es sich bei der Menüführung des KFZ-Audiosystems auch nicht um eine Benutzeroberfläche, sondern allenfalls um einen Medienintermediär im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 16 MStV handeln.⁷¹

Empfängerkreis

- Aus Sicht des passiven Nutzers (Konsumenten) streitet die Art des Inhalts (linearer Hörfunk) sowie die Art der Partizipation (Auswahl voreingestellter Inhalte) für das Vorliegen einer Medienplattform und damit einer Benutzeroberfläche.
- Aus Sicht des aktiven Nutzers (Radiostation) ist jedoch entscheidend, ob er nach allgemein zu erfüllenden Kriterien (Lizenzierung durch eine Landesmedienanstalt) auf die Plattform aufgenommen wird (offenes System) oder ob insoweit eine inhaltliche bzw. qualitative Entscheidung des Anbieters der Plattform vorgeschaltet ist (geschlossenes System). Diese Bewertung läuft parallel zum vorstehend Ausgeführten („Inhalt“), weshalb im Regelfall von einem offenen System (und damit von einem medienintermediären Angebot) auszugehen ist.

Technische Struktur

Unter dem Gesichtspunkt der technischen Struktur lassen sich ebenfalls Argumente für und gegen das Vorliegen einer Medienplattform bzw. Benutzeroberfläche formulieren:

- Einerseits sind die abrufbaren Inhalte durch das System voreingestellt und damit vorhersehbar, was für das Vorliegen einer Medienplattform bzw. Benutzeroberfläche spricht. Das Kriterium für die Zusammenstellung (Selektionskriterium „Radio“) wird vom Fahrzeughersteller und nicht vom passiven Nutzer vorgegeben. Der Vorgang trägt einen Push-, jedoch keinen Pull-Charakter.
- Andererseits erfolgt keine inhaltliche Prüfung für die Aufnahme von Inhalten, sondern allenfalls eine technische Funktionsanpassung (s. oben sub „Inhalt“). Zudem herrscht keine infrastrukturbedingte Knappheitssituation, weshalb grundsätzlich jedes lizenzierte Angebot „mitgenommen“ wird.

Obschon einige Indizien für das Vorliegen einer Medienplattform streiten, spricht eine Gesamtbetrachtung für die Annahme, dass es sich bei der Funktionalität „Empfang analoges lineares Radio“ im Regelfall nicht um einen solchen Dienst handelt; entsprechend kann auch nicht vom Vorliegen einer Benutzeroberfläche ausgegangen werden. Insofern fehlt dem KFZ-Audiogerät der Charakter eines geschlossenen Systems. Nach der gesetzlichen Systematik löst es deshalb auch keine Regulierungsbedürftigkeit aus.

⁷¹ In welchem Umfang insoweit die Medienintermediärsregulierung greift, hängt davon ab, ob ihr Anwendungsbereich gemäß § 91 Abs. 2 Nr. 1 MStV (eine Million und mehr Nutzer im Durchschnitt von sechs Monaten) eröffnet ist. Dies wiederum richtet sich nach der Verbreitung einer KFZ-Marke auf dem deutschen Automarkt.

bb) Digitaler Radioempfang

Anders zu bewerten ist dies jedoch für den digitalen Radioempfang. Dieser wird über DAB+-Multiplexe realisiert, bei denen es sich um infrastrukturgebundene Medienplattformen handelt.⁷² Soweit Inhalte dieser Medienplattformen im Audiosystem der Fahrzeughersteller abgebildet werden, stellen diese Übersichten deshalb Benutzeroberflächen im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 15 S. 2 Buchstabe b MStV (medienplattformunabhängige Benutzeroberfläche) dar.

Da – wie gesehen (A.) – UKW- und DAB+-fähige Audiosysteme mehrheitlich beide Empfangswege gemeinsam in einer Liste darstellen⁷³, ergibt sich hieraus zugleich eine „reflexhafte“ Regulierungswirkung auch für den UKW-Radioempfang. Hinzu kommt, dass die Bedeutung von UKW in den nächsten Jahren stetig abnehmen wird, weshalb die Hörfunk-Übersichten von KFZ-Infotainmentsystemen, die aufgrund gesetzlicher Vorgabe seit dem 21.12.2020 eine DAB+-Empfangsmöglichkeit anbieten müssen, zunehmend und umfassend zum Gegenstand der Benutzeroberflächenregulierung werden.

cc) Anbieter der Benutzeroberfläche

Dieses Ergebnis führt zu der weiteren Frage, wer Anbieter der Benutzeroberfläche im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 20 MStV ist, d. h. „wer über die Gestaltung der Übersicht abschließend entscheidet“. In Betracht kommen hierfür der Fahrzeughersteller oder der Zulieferer des Audiosystems.

Zwar dürfte die Mehrheit der Automobilhersteller ihre KFZ-Audiosysteme von Drittanbietern beziehen, dieser Umstand hat aber nicht zur Folge, dass die Hersteller von Kraftfahrzeugen hierdurch ihre Anbietereigenschaft verlieren. Zwischen ihnen und den Zulieferern von Audiosystemen dürfte zumeist eine werkvertragliche Beziehung mit der Folge bestehen, dass den Fahrzeugherstellern als Auftraggebern des Werks der maßgebliche Einfluss auf die Gestaltung der Benutzeroberflächen zukommt. Durch den Abschluss des Werkvertrags beauftragen sie den Zulieferer mit der Herstellung eines Infotainmentsystems, das ihren Spezifikationen und Wünschen entspricht; damit übernehmen die Hersteller die Verantwortung für die Gestaltung des Geräts und seiner Betriebssoftware.

Selbst wenn die Fahrzeughersteller in der Praxis auf die Gestaltung des Infotainmentsystems keinen oder nur marginalen Einfluss nehmen bzw. die Audiogeräte lediglich kaufvertraglich, d. h. als bereits vorgefertigte Einheiten erwerben sollten, machen sie sich diese zu eigen und vermarkten sie entgeltlich als unselbständigen Bestandteil ihrer Fahrzeuge und Automarke. Damit tragen sie für diesen Bestandteil auch die zivil- und strafrechtliche Verantwortung und treten aus der verobjektivierten Nutzerperspektive als derjenige Akteur in Erscheinung, der über die Gestaltung der Benutzeroberfläche maßgeblich entscheidet.⁷⁴

b) Nicht-lineare Audiostreamingdienste

Neben linearen Radioinhalten können moderne InCar-Audiosysteme zunehmend auch nicht-lineare Inhalte in Form von Sendungen auf Abruf, Podcasts und gestreamter Musik wiedergeben. Zu den meistverbreiteten Diensten, die diese Funktionalität ermöglichen, gehören Amazon Music, Deezer, Napster und Spotify.⁷⁵

Bei diesen nicht linearen Audiostreamingdiensten handelt es sich um rundfunkähnliche Telemedien im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 13 MStV, da sie nach ihrer Form und Gestaltung mit dem Hörfunk vergleichbare Inhalte (Hörspiele, Informationsbeiträge, Musik etc.) aus einem vom Anbieter festgelegten Katalog zum individuellen Abruf bereitstellen. Ob es sich bei diesen Angeboten daneben („soweit“) auch um Medienplattformen und Benutzeroberflächen handelt, hängt erneut von einer Prüfung des Einzelfalls ab. Hier dürfte vor allem die Gestaltung der Allgemeinen Geschäftsbe-

72 Vgl. hierzu die Feststellungen der Landesmedienanstalten zum 1. und 2. bundesweiten DAB+-Multiplex von Media Broadcast GmbH (<https://www.die-medienanstalten.de/themen/plattformregulierung>) sowie § 81 Abs. 4 Nr. 2 MStV. Der Internet-Radioempfang im IP-Stream, der laut Switch-On: InCar-Audiosysteme 2021, S. 10, in 50 % der untersuchten Infotainmentsysteme bereits fest integriert ist, d. h. nicht von der Koppelung eines Smartphones abhängt, wird regelmäßig über Aggregatoren oder sonstige Internet-Plattformen wie Deezer, Radio.de oder Tuneln realisiert. Diese Anwendungen werden unten (c) gesondert betrachtet.

73 Switch-On: InCar-Audiosysteme 2021, S. 19.

74 Die Richtigkeit der vorstehenden Überlegung wird i. Ü. durch einen Vergleich zu anderen Fahrzeugkomponenten nahegelegt: Bei einem Motor oder einer Bremsanlage handelt es sich ebenfalls um Bestandteile eines KFZ, für die – auch bei Zulieferung – der Fahrzeughersteller die (rechtliche) Verantwortung zu tragen hat. Vgl. ferner § 4 Abs. 1 S. 2 ProdHaftG, wo es heißt: „Als Hersteller gilt auch jeder, der sich durch das Anbringen seines Namens, seiner Marke oder eines anderen unterscheidungskräftigen Kennzeichens als Hersteller ausgibt.“

75 Switch-On: InCar-Audiosysteme 2021, S. 11.

dingungen (AGB) zwischen dem Anbieter eines solchen nicht linearen Dienstes und den aktiven Nutzern, die über diesen Dienst ihre Inhalte verbreiten wollen (Business-to-Business [B2B]), eine wichtige Rolle spielen.

Um dies an einem Beispiel zu exemplifizieren: Amazon Music stellt unter der Rubrik „Podcasts“ nicht-lineare Audiobeiträge mit unterschiedlichem Inhalt (Bildung, Comedy, Gesellschaft, Kultur, Nachrichten, Sport, Wirtschaft etc.) zur Verfügung. Unter diesen Inhalten finden sich auch Fremdangebote (etwa einer überregionalen Tageszeitung), bei denen es sich ihrerseits um rundfunkähnliche Telemedien im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 13 MStV handelt. Insoweit könnte Amazon Music die Voraussetzungen einer Medienplattform und der Fahrzeughersteller sowie folglich die eines Benutzeroberflächenanbieters im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 15 S. 1 Var. 2 (softwarebasierte Anwendung) i. V. m. S. 2 Buchstabe b erfüllen. Dies wiederum hängt von der Frage ab, ob dieses Podcast-Angebot die Kriterien eines Gesamtangebots erfüllt.

Um diese Frage abschließend beurteilen zu können, bedarf es einer Analyse der B2B-Geschäftsbedingungen zwischen den (aktiven) Inhalteanbietern und den Anbietern der rundfunkähnlichen Telemedien. Frei zugängliche Informationen hierzu existieren nicht. Über das Internet ließ sich insoweit jedoch recherchieren, dass die Audio-Podcasts wohl bestimmte Voraussetzungen erfüllen müssen, um auf der Amazon Music-Plattform „mitgenommen“ zu werden: So sollen sie keine (Fremd-)Werbung enthalten und keine Kritik an Amazon und seinen Diensten äußern dürfen.⁷⁶ Hierbei handelt es sich um inhaltliche Kriterien, was auf ein „geschlossenes“ System und damit auf eine Gesamtangebotsfunktion von Amazon Music hindeutet. Daneben werden viele andere Indizien der Matrix (Maß der Integration, geringe Variabilität des Angebots, professioneller journalistischer Inhalt, Orientierungsfunktion der Plattform, geringe Partizipationsmöglichkeiten der passiven Nutzer, Vorhersehbarkeit des Inhalts etc.) für das Vorliegen einer Medienplattform erfüllt.⁷⁷ Die Angebotsübersichten der Fahrzeughersteller wären folglich in Bezug auf dieses Angebot („insoweit“) als Benutzeroberflächen zu qualifizieren.

Auch der Audiostreamingdienst Spotify bietet eine solche Rubrik an, unter der beispielsweise Podcasts des Deutschlandfunks, des SWR oder der FAZ abgerufen werden können. Möglicherweise erfüllt dieses Angebot, wie im Übrigen auch dasjenige von Deezer und Napster, die Voraussetzungen für das Vorliegen einer Medienplattform und die Fahrzeughersteller entsprechen der Eigenschaft als Benutzeroberflächen-Anbieter.⁷⁸ Dies bedarf jedoch einer Prüfung im Detail, für die sich die Landesmedienanstalten die erforderlichen Vertragsunterlagen von den Audiostreamingdiensten vorlegen lassen könnten.⁷⁹

c) Audio-Aggregatoren

Zuletzt soll für die integrierten Systeme noch ein Blick auf sog. „Audio-Aggregatoren“ geworfen werden, die über eine App oder Internet-Seite lineare Radioinhalte zum Streaming, aber auch Podcasts auf Abruf zur Verfügung stellen. Dabei sind selbstständige Angebote wie Radioplayer.de, Radio.de oder TuneIn von solchen zu unterscheiden, die in größere Plattformen, d. h. in umfassende Audiostreamingdienste integriert sind, wie z. B. bei Deezer.⁸⁰

Ungeachtet einer auch hier gebotenen Einzelfallbetrachtung kann grundsätzlich festgestellt werden, dass einige dieser Plattformen als Medienplattformen und das Audiosystem entsprechend als Benutzeroberfläche der Fahrzeughersteller zu qualifizieren sind: So lässt sich beispielsweise das Angebot Radioplayer.de als eine solche Medienplattform einstufen, da es entgeltlich zur Verfügung gestellt wird und der Verbleib auf der Plattform von dem qualitativen Kriterium abhängt, dass die Angebote aktualisiert und nicht in Dauerschleife gesendet werden, um den Charakter möglichst originaler (und professionell produzierter) Radioinhalte zu gewährleisten. Zudem behält sich

76 So jedenfalls das Online-Portal „ifun“ in einer Mitteilung vom 11.8.2020, abrufbar unter: <https://www.ifun.de/mit-auflagen-amazon-bereitet-podcast-verzeichnis-vor-157966/>.

77 Für Amazon Prime Video gehen die Landesmedienanstalten i. Ü. vom Vorliegen einer nicht infrastrukturgebundenen Medienplattform aus (s. dort den Eintrag Amazon Instant Video Germany GmbH unter <https://www.die-medienanstalten.de/themen/plattformregulierung/>); i. Erg. ebenso *Kalbhenn*, Auffindbarkeit lokaler und regionaler Audioangebote – Sicherung und Steigerung, 2021, S. 12.

78 Zurückhaltend *Kalbhenn*, Auffindbarkeit lokaler und regionaler Audioangebote – Sicherung und Steigerung, 2021, S. 12, der darauf hinweist, dass es jedermann möglich sei, Podcast-Inhalte bei Spotify einzustellen, was für ein offenes System spräche und damit eher für die Funktion eines Medienintermediärs.

79 Anknüpfungspunkt hierfür wäre § 86 Abs. 1 MStV oder jedenfalls § 95 MStV.

80 Ob diese Plattformen mit integrierten Angeboten ihrerseits im Hintergrund auf Aggregatoren zugreifen, bedarf demgegenüber keiner rechtlichen Vertiefung, da das Angebot nach außen als ein solches der Plattformen in Erscheinung tritt. Dementsprechend tragen die Audiostreamingdienste dafür auch die Verantwortung.

die Plattform das Recht vor, jederzeit einseitig die Zugangs- und Verbleibbedingungen zu ändern und damit insoweit eine gewillkürte (d. h. einseitige) Entscheidung zu treffen. Der Zugang zur und der Verbleib auf der Plattform hängen folglich von nicht ohne Weiteres zu erfüllenden qualitativen und sonstigen Kriterien ab, was dem Dienst des Aggregators das Gepräge eines Gesamtangebots verleiht.

Für Tuneln dürfte Vergleichbares gelten, da diese Plattform ihr Angebot auf „nur ausgewählte Dienste“ beschränkt und sich das Recht vorbehält, Inhalte und Funktionalitäten jederzeit zu ändern.⁸¹ Die Entscheidung über die Aufnahme und den Verbleib eines linearen bzw. nicht linearen Hörfunkangebots hängt damit allein von der gewillkürten Entscheidung des Plattformbetreibers ab. Mangels der Beeinflussbarkeit durch den Inhalteanbieter verleiht dies dem Dienst den Charakter eines geschlossenen Systems. Audiogeräte von Fahrzeugherstellern, die diesen Aggregator abbilden, erweisen sich „insoweit“ folglich als Anbieter einer Benutzeroberfläche.⁸²

Ein ähnlicher Schluss lässt sich für die Radio-Funktion des Audiostreamingdienstes Deezer ziehen, über die Live-Streams von verschiedenen Radiosendern (Antenne Bayern, Hit Radio FFH, WDR 2, 1Live etc.) angesteuert werden können. Nach den „Inhaltsrichtlinien“ von Deezer⁸³ können beliebige Anfragen von Radiosendern über ein Formular an Deezer eingereicht werden. Hierzu müssen lediglich formale inhaltliche und technische Anforderungen (Name, kurze Beschreibung des Radiosenders, Adresse und Herkunft, Sprache, Genre(s), Logo, Livestream URLs und Bitrate [128, 192 oder 320 Kbps]) erklärt und die Musikrechte geklärt sein. Wenn freigegeben, werden die Inhalte für den aktiven Nutzer kostenfrei innerhalb von 7 bis 10 Werktagen hinzugefügt, sodass sie über Deezer auffindbar sind. Deezer garantiert aber ausdrücklich nicht die Annahme dieser Anfragen, wobei keine näheren inhaltlichen Details zu den Gründen einer Ablehnung mitgeteilt werden. Deezer behält sich damit für die Aufnahme (und für den Verbleib) des Hörfunkangebots in seinen eigenen Dienst eine autonome Entscheidung vor, die nicht von jedem aktiven Nutzer erfüllt zu werden vermag und dem Angebot deshalb das Gepräge einer gesteuerten Auswahl und eines Gesamtangebots verleiht.⁸⁴

Als Gegenbeispiel mag insoweit Radio.de fungieren: Da dieses keine spezifische Eingrenzung anhand inhaltlicher oder qualitativer Kriterien vornimmt, sondern letztlich jeder aktive Nutzer (Radiostation) auf der Plattform „mitgenommen“ und zugänglich gemacht wird, liegt ein offenes System vor, welches nicht die Anforderungen an eine Medienplattform erfüllt. Entsprechend kann auch das Infotainmentsystem des Fahrzeugherstellers „insoweit“ nicht als Benutzeroberfläche charakterisiert werden.⁸⁵ Der Dienst erfüllt vielmehr die Voraussetzungen eines Medienintermediärs.

2. Nicht-integrierte Audiosysteme

Unter nicht integrierten Audiosystemen werden hier softwarebasierte App-Connect-Möglichkeiten verstanden, die eine drahtlose oder drahtgebundene Verbindung (Bluetooth, USB) zwischen dem Infotainmentsystem eines Fahrzeugs und einem anderen mobilen Endgerät, im Regelfall einem Smartphone, ermöglichen. Ziel dieser Verbindung ist es, über das mobile Endgerät eines Fahrzeuginsassen (und nicht unmittelbar über das Infotainmentsystem des Fahrzeugs) Zugang zu linearen und nicht linearen Audio-Inhalten zu erlangen. Typische App-Connect-Programme,

81 <https://cms.tunein.com/policies/?lang=de>. Tendenziell anders Ory, Medienintermediäre, Medienplattformen, Benutzeroberflächen?, ZUM 2021, 472 (480), da Tuneln möglichst viele Audio-Anbieter mitnehmen möchte und ein System etabliert habe, mit dem sich Radiostationen anmelden könnten. Das spreche gegen ein Gesamtangebot und für die Annahme eines Medienintermediärs. Differenzierend Kalbhenn, Auffindbarkeit lokaler und regionaler Audioangebote – Sicherung und Steigerung, 2021, S. 12, der für die Podcast-Rubrik von Tuneln von einem offenen Angebot, also einem Medienintermediär, und für den linearen Radiobereich von einer Medienplattform ausgeht.

82 Freilich bedeutet dies nicht, dass die Fahrzeughersteller damit auch für die Übersichten des Aggregatoren-Dienstes verantwortlich sind. Ihre Anbietereigenschaft beschränkt sich vielmehr auf die Gestaltung der Kacheln ihres Audiosystems als softwarebasierte Anwendung im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 15 S. 1 MStV, nicht aber auf die Gestaltung der durch diese Kacheln ansteuerbaren medialen Inhalte. Für diese sind die Anbieter der jeweiligen Aggregatoren (Deezer, Radio.de etc.) verantwortlich. Von daher wird es häufig eines doppelten Ansatzes der Benutzeroberflächenregulierung bedürfen (Problem hintereinandergeschalteter Benutzeroberflächen).

83 <https://support.deezer.com/hc/de/articles/360001363909-Wie-du-deinen-Radiosender-auf-Deezer-verf%C3%BCgbar-machst>

84 Soweit hingegen Amazon Music auf seiner Startseite unter der Rubrik „angesagte Radiosender“ über Kacheln verschiedene Musiksammlungen zugänglich macht, handelt es sich dabei nicht um eine Medienplattform, weil sich hinter diesen Kacheln ein eigenes Angebot im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 13, aber – entgegen dem Wortlaut – kein linearer Radio-Stream verbirgt. Es wird lediglich ein Radio im Sinne eines endlosen Streams algorithmisch kompilierter Musik aus der Amazon Music-Datenbank simuliert, aber kein von diesem Diensteanbieter unabhängiger Radiosender zugänglich gemacht.

85 Allerdings steht auch hier zu vermuten, dass die zumindest partielle Regulierungsbedürftigkeit des KFZ-Audiosystems reflexhaft auf diesen nicht durch § 84 MStV erfassten Dienst ausstrahlt.

die derartige Verbindungen ermöglichen, sind Android Auto, Apple CarPlay oder MirrorLink. Sie gehören mittlerweile zur Standardausstattung vieler Fahrzeuge.⁸⁶

Sofern App-Connect-Programme die Inhalte und Angebote des Smartphones lediglich im Infotainmentsystem des Fahrzeugs „spiegeln“, gelten die vorstehenden Ausführungen zu den jeweiligen Angeboten entsprechend. Allerdings sind in diesem Fall nicht die Fahrzeughersteller Anbieter der Benutzeroberflächen, sondern die Anbieter der gespiegelten Dienste (Amazon Music, Deezer⁸⁷, Spotify etc.) selbst. Die bloße technische Verlängerung und Hörbarmachung dieser Angebote dürfte im Regelfall keine abschließende Gestaltungsmacht und eine damit korrespondierende Anbietereigenschaft der Fahrzeughersteller begründen.⁸⁸ Spiegelt das Infotainmentsystem die Smartphone-Inhalte allerdings nicht bloß, sondern nimmt eine eigenständige Gestaltung der Übersicht gekoppelter Inhalte vor, so könnte auch der Fahrzeughersteller als Anbieter einer Benutzeroberfläche und folglich als Regulierungsadressat in Betracht zu ziehen sein. Erneut bedarf es deshalb einer Bewertung des Einzelfalls.

3. Zwischenergebnis

Als Zwischenergebnis lässt sich festhalten, dass bei den integrierten Audiosystemen der Fahrzeughersteller Anknüpfungspunkte für eine Regulierung ihrer Benutzeroberflächen bestehen.⁸⁹ Dies gilt nicht für den analogen UKW-Bereich; genauso wenig wie ein klassisches UKW-Radio der Benutzeroberflächenregulierung unterfällt, scheidet dies mangels des Vorliegens einer Medienplattform für die elektronische Ansteuerung analoger Hörfunkprogramme aus. Andere Dienste des Audiosystems (DAB+-Radio, nicht-lineare Audiostreamingdienste, Audio-Aggregatoren) fallen jedoch grundsätzlich in den Anwendungsbereich der Medienplattform- und Benutzeroberflächenregulierung⁹⁰; hieraus kann sich zudem eine „reflexhafte“ Regulierungswirkung auf den nicht regulierten Bereich (wie insbesondere den UKW-Radioempfang) ergeben. Die Automobilhersteller sind insoweit auch als Anbieter von Benutzeroberflächen zu qualifizieren. Freilich bedürfen die vorstehend skizzierten Grundzüge einer genauen Analyse des jeweiligen Einzelfalls, bei der besonderes Augenmerk auf die Vertragsbeziehungen zwischen den jeweiligen Akteuren zu legen ist.

Bei nicht integrierten Audiosystemen dürfte es demgegenüber im Regelfall an einer Anbietereigenschaft der Automobilhersteller fehlen. Als Regulierungsadressaten kommen hier primär die Anbieter der Medienplattformen mit ihren Angebots- und Programmübersichten im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 15 S. 2 Buchstabe a MStV selbst in Betracht.

⁸⁶ Switch-On: InCar-Audiosysteme 2021, S. 12.

⁸⁷ S. hierzu auch <https://support.deezer.com/hc/de/articles/115003867945-Deezer-verbundene-Ger%C3%A4te-Autos>.

⁸⁸ Der Smartphone-Hersteller hinwiederum dürfte im Regelfall ebenfalls nicht als Anbieter einer Medienplattform und Benutzeroberfläche zu qualifizieren sein, da er mit seinen Apps kein geschlossenes Gesamtangebot zur Verfügung stellt, sondern sein Gerät gerade darauf ausgelegt ist, vom Nutzer individuell gestaltet und bespielt zu werden. Entsprechend kann es sich auch bei den App-Connect-Programmen, welche lediglich den Inhalt von Smartphones auf dem Display des Autos sichtbar machen sollen, im Regelfall nicht um eine Medienplattform bzw. Benutzeroberfläche handeln.

⁸⁹ So wohl auch *Kalbhenn*, Auffindbarkeit lokaler und regionaler Audioangebote – Sicherung und Steigerung, 2021, S. 13, der Audiosysteme als „gerätegebundene Medienplattformen“ bezeichnet, in der Sache aber wahrscheinlich eine Benutzeroberfläche im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 15 S. 2 Buchstabe a MStV meint.

⁹⁰ So i. Erg. auch *Kalbhenn*, Auffindbarkeit lokaler und regionaler Audioangebote – Sicherung und Steigerung, 2021, S. 6, 13, der ebenfalls davon ausgeht, dass generell im Nutzerumfeld des Autos die neuen Auffindbarkeitsregeln gelten.

III. KÖNNEN SPRACHASSISTENTEN ALS MEDIENPLATTFORMEN ODER BENUTZER-OBERFLÄCHEN IM SINNE DES MEDIENSTAATSVERTRAGS BEHANDELT WERDEN?

Audiosysteme in Fahrzeugen können per Touch-Steuerung, über die „Hardkeys“ des Multifunktionslenkrads bzw. Armaturenbretts oder per Sprachsteuerung⁹¹ bedient werden. Dabei lassen sich auch hier integrierte, d. h. automarken-eigene und nicht-integrierte Sprachassistenzsysteme (wie Amazon Alexa, OK Google oder Siri) unterscheiden. Diese nicht integrierten Sprachassistenten werden bislang allerdings nicht von allen Fahrzeugherstellern unterstützt, da diese stark auf proprietäre Systeme setzen.⁹²

Außerhalb des Autobereichs finden überwiegend die Sprachassistenten Amazon Alexa, Google Home oder Siri Anwendung. Hinzu kommen sog. „Smart Speaker“, d. h. sprachgesteuerte Lautsprecher, bei denen der Sprachassistent in das Gerät (Lautsprecher) integriert ist. Vorstellbar ist auch eine Integration solcher Assistenten in andere Endgeräte wie insbesondere Smart-TVs.

1. Sprachassistenten als Benutzeroberflächen

Bei der Einordnung von Sprachassistenten kann ein unproblematischer (a) von einem problematischen Funktionsbereich (b) unterschieden werden:

a) Sprachassistenten als akustisch vermittelte Übersichten

Als *a limine* unproblematisch ist derjenige Funktionsbereich zu bewerten, in dem Sprachassistenten die Funktion einer akustisch vermittelten Übersicht zur Orientierung und Auswahl medialer Angebote zukommt. Hiermit gemeint ist derjenige Funktionsbereich, bei dem der Sprachassistent in Ergänzung zu einer textbasierten oder visuellen Darstellung die Ansteuerung konkreter Inhalte unterstützt, etwa indem er nach visueller Darstellung eines Angebots dessen akustischen Aufruf („Spiele Radio XY“) ermöglicht. Gleiches gilt für den Fall, wenn die Sprachsteuerung nach entsprechender Aufforderung akustisch einen Überblick über das verfügbare Medienangebot vermittelt, sprich dieses dem Nutzer „vorliest“ und ihm zugleich Interventionsmöglichkeiten („Spiele Radio YZ“) eröffnet.⁹³

Sofern es sich bei der in Rede stehenden Infrastruktur um eine Benutzeroberfläche im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 15 MStV handelt, unterfällt auch die in diese Infrastruktur integrierte Sprachassistentenfunktion der Auffindbarkeitsregulierung des § 84 MStV.⁹⁴ Das Sprachassistenzsystem des KFZ-Audiosystems, welches nach der vorstehenden Analyse (II.) sowohl in Bezug auf das DAB+-Radio als auch in Bezug auf zahlreiche nicht lineare Applikationen als (potenzielle) Benutzeroberfläche identifiziert werden konnte, unterläge deshalb ebenso der Auffindbarkeitsregulierung wie die textlich bzw. bildlich gestalteten Übersichten dieser Oberflächen. Gleiches gilt für nicht-integrierte Systeme oder generell für Medienplattformen mit einer eigenen Benutzeroberfläche im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 15 S. 2 Buchstabe a MStV, die über proprietäre oder externe Sprachassistenzsysteme gesteuert werden können. Dass derartige Sprachassistenten nach dem Willen des Gesetzgebers in den Anwendungsbereich der Benutzeroberflächenregulierung fallen, wurde oben⁹⁵ bereits herausgearbeitet.

Für die Frage der Anbietereigenschaft kann ebenfalls auf die vorstehenden Ausführungen⁹⁶ verwiesen werden: Bei integrierten, proprietären Sprachassistenzsystemen des Fahrzeugherstellers trägt dieser die letztverantwortliche Entscheidungsbefugnis und ist folglich als ihr Anbieter zu qualifizieren. Für die nicht integrierten Medienplattformen werden Anbieter der Benutzeroberfläche regelmäßig die Betreiber der Medienplattform sein, zumal, wenn die Sprachassistentenfunktion aus Nutzerperspektive als ein integraler Bestandteil des Plattformdienstes erscheint. Zu einer anderen Bewertung wird man jedoch dort kommen können, wo – für den Nutzer erkennbar – die Plattformbetreiber externe Sprachsoftware (z.B. OK Google) technisch und ohne jede Möglichkeit der Einflussnahme mit ihren Platt-

91 Allg. zur Funktionsweise eines Sprachassistenten *Schult*, Plattformregulierung im Audiobereich – Mittendrin statt nur dabei?, MMR 2020, 448 (449 f.).

92 Switch-On: InCar-Audiosysteme 2021, S. 15.

93 *Schult*, Plattformregulierung im Audiobereich – Mittendrin statt nur dabei?, MMR 2020, 448 (451), spricht insoweit von einer „rein akustische(n) Steuerung bzw. Präsentation von Angeboten oder Inhalten aus einem ‚Fremdangebot‘“.

94 I. Erg. so auch *Enaux/Wüsthof*, Der neue Medienstaatsvertrag – Was gilt für Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediäre?, K&R 2020, 469 (472 f.): „für die unterstützende Sprachsteuerung von visuellen Benutzeroberflächen noch nachvollziehbar“.

95 B. I. 2. b) aa).

96 B. II. 1. a) cc).

formdiensten verknüpfen bzw. den Zugriff dieser Software auf ihre Angebote gestatten. In solchen Konstellationen wird der Betreiber dieses externen Sprachassistenzsystems als Anbieter der Benutzeroberfläche in Betracht zu ziehen sein.⁹⁷

b) Sprachassistenten als eigentliche Auswahlinstanz

Als rechtlich problematisch erweisen sich indes diejenigen (und in der Praxis womöglich relevanteren) Fälle, in denen der Sprachassistent selbst eine Auswahl und Gewichtung des medialen Angebots vornimmt, entweder, weil das System so voreingestellt ist oder weil der Nutzer sich auf generische Sprachbefehle („Spiele Musik!“, „Spiele Radio!“) beschränkt. In diesen Fällen entscheidet der Sprachassistent nicht nur über die Auffindbarkeit und Präsentation von Inhalten, sondern auch über deren Vermittlung und damit über deren Zugang zum passiven Nutzer.⁹⁸

Vor diesem Hintergrund wird im rechtswissenschaftlichen Schrifttum die Frage erörtert, ob derartige Sprachassistenzsysteme als Benutzeroberflächen einzuordnen sind. Vereinzelt wird dies mit dem Argument angezweifelt, dass die Vorschriften für die Auflistung und Sortierung von Inhalten in § 84 MStV auf visuelle Schnittstellen abstellen und für den Anbieter eines akustischen Sprachdienstes nicht in gleicher Form praktisch umsetzbar seien. Während bei einer visuellen Darbietung die Informationen über verschiedene Inhalte gleichzeitig angezeigt, aufgelistet und vermittelt würden, sei dies bei einer akustischen Vermittlung nicht in gleicher Weise möglich.⁹⁹ Sprachassistenten – so die dahinterliegende Annahme – dienen in solchen Konstellationen gar nicht der Orientierung über einzelne mediale Angebote und Inhalte bzw. ihrer Auswahl durch die jeweiligen Nutzer. Da das Sprachsteuerungssystem in diesen Fällen die Zusammenfassung von eigenen und fremden Inhalten sowie die Auswahl und Gewichtung aus diesem Gesamtangebot eigenständig und anbieterseitig vornähme, sei es zweifelsfrei weder als Medienplattform noch als Benutzeroberfläche einzuordnen.¹⁰⁰ Zum Teil wird aus diesen Beobachtungen auch der Schluss gezogen, dass Sprachassistenten die Rolle von Medienintermediären einnehmen.¹⁰¹

Wie bereits ausgeführt¹⁰², findet sich jedoch sowohl im Gesetzeswortlaut als auch in den Gesetzesmaterialien der Hinweis, dass akustische Sprachdienste, die den Zugang zu audiovisuellen Inhalten vermitteln, ebenfalls von der Definition der Benutzeroberfläche erfasst sind. Das Gesetz lässt damit keinen Zweifel, dass Sprachassistenten grundsätzlich in den Anwendungsbereich der Benutzeroberflächenregulierung fallen sollen.¹⁰³ Zwar soll laut Definition des § 2 Abs. 2 Nr. 15 MStV die Benutzeroberfläche eine Übersicht zum Gegenstand haben, die dem Nutzer als Orientierung dient und ihm eine Auswahl von Angeboten ermöglicht. *Prima facie* könnten hieran Zweifel bestehen, wenn das Sprachsteuerungssystem (und nicht der Nutzer) eine Auswahl unter mehreren in Betracht kommenden Angeboten bzw. Inhalten trifft; insoweit könnte es an einer orientierenden Übersicht sowie an der Möglichkeit einer Auswahl durch den Nutzer fehlen. Allerdings betonen die Gesetzesmaterialien, dass das Merkmal der Übersicht nicht wörtlich, sondern funktional zu verstehen und – wie sich schon aus dem insoweit eindeutigen Gesetzeswortlaut („akustische Übersicht“) ergibt – weder auf die zeitgleiche noch auf die visuelle Darstellung aller Angebote oder Inhalte beschränkt ist. Umfasst sind deshalb alle Formen der Präsentation, die den Nutzer bei der Orientierung und Selektion unterstützen, insbesondere auch dann, wenn nur einzelne Angebote oder Inhalte aus einem Gesamtangebot präsentiert werden. Damit sind auch diejenigen Fälle einer Sprachassistenz erfasst, in denen das System auf Befehl des Nutzers aus dem Gesamtangebot einer Medienplattform einen Vorschlag generiert und ihm zu Gehör bringt. Auch

97 Greift die Medienplattform jedoch nur im Hintergrund auf ein externes Sprachassistenzsystem zurück, ohne dass dies für den Nutzer erkennbar ist, macht sich die Medienplattform dieses Angebot zu eigen und trägt in der Folge für dieses die Verantwortung.

98 Schult, Plattformregulierung im Audiobereich – Mittendrin statt nur dabei?, MMR 2020, 448 (451), die insoweit zu Recht darauf hinweist, dass in dieser Konstellation die Sprachassistenten eine Auswahl und Gewichtung aus einem Gesamtangebot eigenständig und anbieterseitig vornähmen.

99 Enaux/Wüsthof, Der neue Medienstaatsvertrag – Was gilt für Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediäre?, K&R 2020, 469 (472 f.).

100 Schult, Plattformregulierung im Audiobereich – Mittendrin statt nur dabei?, MMR 2020, 448 (451), die aufgrund der skizzierten Besonderheiten von Sprachassistenten ebd. S. 452 allerdings eine mittelbare Anwendung der Belegungspflichten (§ 81 Abs. 3 MStV) für sprachbasierte Audiodienste, -systeme und -endgeräte in Betracht zieht. Was genau damit gemeint ist, bleibt indes unklar, zumal die Verf. selbst erkennt, dass mangels Regelungslücke eine analoge Anwendung dieser Belegungsregelungen ausscheidet. Stattdessen begründet sie die Normtransposition mit einem „Erstrecht-Schluss“. Letztlich kann dieser seine Rechtfertigung jedoch nur in der von der Verf. selbst abgelehnten Analogie (Vergleichbarkeit der Interessenlage) finden und vermag nicht darüber hinwegzuhelfen, dass der Gesetzgeber mit § 81 MStV bzw. § 84 MStV getrennte Regulierungsansätze kodifiziert (§ 81 Abs. 3 MStV: zu vermittelnder Hörfunk, § 84 Abs. 1 MStV: tatsächlich vermittelter Hörfunk) und für die Auffindbarkeit von Rundfunk in Benutzeroberflächen zudem eine eigene Regelung vorgesehen hat.

101 Weidmüller/Etzrodt/Löcherbach/Möller/Engesser, Gutachten zur Medienvielfalt und Transparenz bei Sprachassistenten (nicht veröffentlicht), S. 6. 102 S. oben B. I. 2. b) aa).

103 Dies ebenfalls einräumend Schult, Plattformregulierung im Audiobereich – Mittendrin statt nur dabei?, MMR 2020, 448 (451), wonach „der Regulierungsansatz des MStV Sprachsteuerungssysteme offenkundig bei den Benutzeroberflächen verortet.“

dies ist eine Orientierung über und Auswahl von Angeboten, zumal Letztere nach der Begriffsbestimmung in § 2 Abs. 2 Nr. 15 MStV nicht zwingend durch den Nutzer selbst erfolgen muss. Dem Nutzer bleibt zudem die Möglichkeit, bei Nichtgefallen des Auswahlergebnisses seinen Sprachbefehl zu modifizieren, um ein anderes Angebot oder einen anderen Inhalt anzusteuern.

Neben diesen grammatischen und genetischen Argumenten spricht im Übrigen das Telos des § 84 MStV für eine Einbeziehung solcher Sprachassistentenfunktionen in die Benutzeroberflächenregulierung: So hat der Gesetzgeber Sprachassistenten als neue Gatekeeper identifiziert, die auf die Auswahl von Angeboten und damit auf die Meinungsvielfalt Einfluss nehmen. Deshalb sollen sie einer besonderen Auffindbarkeitsregulierung unterworfen werden. Wenn aber schon die Übersicht über eine Vielzahl von Angeboten dieser Regulierung unterliegt, muss dies „erst recht“ für den Fall gelten, wenn die Benutzeroberfläche auf der Grundlage eigener Parameter (Algorithmen) aus den Angeboten und Inhalten des Gesamtangebots eine Auswahl trifft und damit Vielfalt verengt. Gerade hier muss sich der Schutzzweck des § 84 MStV (Sicherstellung eines „Shall-be-found“) bewähren. Sprachassistentensysteme bzw. Smart Speaker oder Teile ihrer Funktionen können deshalb auch dann als akustische Übersichten eine Benutzeroberfläche im Sinne des Medienstaatsvertrags qualifiziert werden, wenn sie aufgrund generischer Sprachbefehle eine „eigenständige“ Auswahl unter den zur Verfügung stehenden Angeboten und Inhalten treffen. Vor diesem Hintergrund beschreiben Kritiker einer solchen Einordnung lediglich das Problem der praktischen Umsetzbarkeit von Regulierungsvorgaben für Sprachassistenten, ohne dass diese Problembeschreibung jedoch der Einordnung solcher Systeme als Benutzeroberflächen prinzipiell entgegenstehe.¹⁰⁴

2. Sprachassistenten als Medienplattformen?

Des Weiteren stellt sich die Frage, ob Sprachassistentensysteme auch als (nicht infrastrukturebundene) Medienplattformen zu qualifizieren sind. Für eine solche Qualifikation wird geltend gemacht, dass Sprachassistenten durch Algorithmen über den Zugang und die Auffindbarkeit von Audioinhalten entscheiden. Hierdurch kuratieren sie anhand selbst aufgestellter Regeln sowie intransparenter Auswahlkriterien eigenständig Audioangebote.¹⁰⁵

Nach dieser Beschreibung ähnelt der Sprachassistent aber ebenfalls einem Medienintermediär. Für sich genommen ermöglicht sie also noch keine Einordnung von Sprachassistentensystemen als Gegenstand der Medienplattformregulierung oder anderer regulierter Dienste. Ferner kommt Sprachassistenten die Funktion zu, den Zugang zu bestimmten medialen Angeboten und Inhalten zu vermitteln, indem sie diese ansteuerbar machen. Dies entspricht indes der Funktion einer Benutzeroberfläche und nicht derjenigen einer Medienplattform, über die Inhalte verbreitet werden sollen. Beides zugleich – Medienplattform und Benutzeroberfläche – kann ein Sprachassistentensystem jedoch nicht sein, da die Benutzeroberfläche schon rein begrifflich eine Medienplattform voraussetzt, auf die sich ihr Dienstangebot bezieht. Zwar kann der Sprachassistent mit einer Medienplattform software- oder gerätebasiert verknüpft sein, eine vollständige rechtliche Identität beider Dienste scheidet indessen aus.

Die rechtliche Zuordnung von Sprachassistenten zum Regulierungsbereich der Benutzeroberflächen wird des Weiteren durch den Umstand belegt, dass nur dort, nicht aber bei den Medienplattformen die akustisch vermittelte Übersicht in den Begriffsdefinitionen des § 2 Abs. 2 Nr. 14 und 15 MStV explizite Erwähnung findet. Entsprechend gehen – wie gesehen – die Gesetzesmaterialien auf Sprachassistentensysteme auch nur im Zusammenhang mit Benutzeroberflächen, nicht aber Medienplattformen ein. Der Gesetzgeber wollte sie damit ganz offensichtlich der Benutzeroberflächen- statt der Medienplattformregulierung unterwerfen.¹⁰⁶

3. Zwischenergebnis

Sofern Sprachassistenten in eine Medienplattform integriert oder mit dieser technisch verknüpft sind, gelten sie als Benutzeroberflächen im Sinne des Medienstaatsvertrags und unterfallen damit grundsätzlich der Regulierung nach § 84 Abs. 1 MStV. Dies gilt auch für den Fall, dass Sprachassistentensysteme nicht nur eine akustisch vermittelte Übersicht über den Inhalt von Medienplattformen ermöglichen, sondern selbst nach Maßgabe generischer Sprach-

¹⁰⁴ Vielmehr ist es Aufgabe der Regulierungspraxis, hierauf Antworten zu entwickeln, etwa über eine entsprechende Auslegung des Kriteriums „leichte Auffindbarkeit“. Auch könnte insoweit die Regulierungsschranke des § 84 Abs. 7 MStV (technische Unmöglichkeit oder Unverhältnismäßigkeit) an Bedeutung gewinnen.

¹⁰⁵ *Schult*, Plattformregulierung im Audiobereich – Mittendrin statt nur dabei?, MMR 2020, 448 (450).

¹⁰⁶ So i. Erg. auch *Martini*, in: Gersdorf/Paal (Hrsg.), BeckOK InfoMedienR, 36. Ed. 1.2.2021, § 2 MStV Rn. 103, der die Sprachassistenten bei § 2 Abs. 2 Nr. 15 S. 2 Buchstabe c MStV einordnet, sowie *Schult*, oben Fn. 103.

befehle („Spiele Radio!“) eine algorithmenbasierte Auswahl unter verschiedenen Angeboten und Inhalten treffen. Vor diesem Hintergrund sind insbesondere die proprietären Sprachassistenten der Automobilhersteller als von diesen zu verantwortende Benutzeroberflächen zu qualifizieren. Aber auch bei externen Sprachassistenzsystemen (Amazon Alexa, OK Google oder Siri), die den Inhalte-Zugriff über App-Connect-Programme oder direkt über das Endgerät (z. B. Smartphone, Smart Speaker) ermöglichen, handelt es sich um Benutzeroberflächen im Sinne des Gesetzes. Allerdings sind diese im Regelfall durch den Anbieter des externen Systems (also insbesondere durch Amazon, Apple und Google) und nicht durch den Fahrzeug- oder sonstigen Gerätehersteller zu verantworten.

IV. WELCHE REGULATORISCHEN SCHLUSSFOLGERUNGEN SIND HIERAUS ZU ZIEHEN?

Abschließend soll noch kurz der Frage nachgegangen werden, welche regulatorischen Schlussfolgerungen aus den vorstehend gewonnenen Ergebnissen zu ziehen sind.

1. Anwendbarkeit der Benutzeroberflächenregulierung

Sofern nach hier vertretener Auffassung Audiosysteme von Kraftfahrzeugen unter Einschluss ihrer Sprachassistenten als Benutzeroberflächen im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 15 Buchstabe b MStV eingestuft werden können, unterfallen sie grundsätzlich der in den §§ 78 ff. MStV statuierten Benutzeroberflächenregulierung. Dies führt zu der weiteren Frage, ob der Anwendungsbereich dieser Regulierung eröffnet ist. Von Interesse könnte insoweit die *De-minimis*-Regelung in § 78 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 MStV sein. Nach dieser Bestimmung gelten die §§ 79 ff. MStV mit Ausnahme der §§ 79, 80, 86 Abs. 1 und § 109 MStV nicht für „nicht infrastrukturegebundene Medienplattformen und Benutzeroberflächen, die keine Benutzeroberflächen nach Nummer 1 sind, mit in der Regel weniger als 20.000 tatsächlichen täglichen Nutzern im Monatsdurchschnitt.“

Auf die nicht integrierten großen Medienplattformen mit ihren Benutzeroberflächen und Sprachassistenten (Amazon Music, Deezer etc.) dürfte diese *De-minimis*-Einschränkung im Regelfall nicht zutreffen, sodass prinzipiell eine Regulierungsmöglichkeit gemäß § 84 MStV bestünde. Soweit es demgegenüber um integrierte Audiosysteme, sprich um eine Regulierung der Automobilhersteller als Anbieter von Benutzeroberflächen und Sprachassistentensystemen geht, richtet sich die Anwendbarkeit des § 84 MStV letztlich nach der Zahl der auf dem Markt befindlichen Fahrzeuge eines bestimmten Herstellers.¹⁰⁷ Bei Herstellern mit nur geringen Stückzahlen (etwa im ausländischen Luxussegment) könnte diese *De-minimis*-Regelung deshalb von Belang sein mit der Folge, dass diese Unternehmen lediglich den allgemeinen Bestimmungen aus § 79 Abs. 2 bis 4 MStV (Anzeigepflicht, Beachtung der verfassungsmäßigen Ordnung, Verantwortlichkeit), der Signalintegritätsbestimmung aus § 80 MStV sowie der Informationspflicht nach § 86 Abs. 1 MStV unterfielen, nicht indessen den Kernbestimmungen der Benutzeroberflächenregulierung aus § 84 MStV (Auffindbarkeitsvorgaben) und § 85 MStV (Transparenz).

2. Grundanforderungen der Benutzeroberflächenregulierung

Sofern der *De-minimis*-Schwellenwert des § 78 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 MStV überschritten wird, haben die Anbieter von Benutzeroberflächen die Auffindbarkeitsanforderungen aus § 84 MStV als unmittelbar bindendes Recht zu beachten. Insoweit rückt zunächst die Bestimmung des § 84 Abs. 3 MStV in den Fokus, welche eine sog. „Basisauffindbarkeit“ von linearem Rundfunk in seiner Gesamtheit¹⁰⁸, also auch von „klassischen“ Hörfunkprogrammen (nicht aber von Apps, die ihrerseits erst wieder Rundfunkinhalte vermitteln), sicherzustellen versucht. Ziel dieser Regelung ist es, den Rundfunk „unmittelbar erreichbar und leicht auffindbar“¹⁰⁹ zu halten, wobei diese Auffindbarkeitsvorgaben jedoch nur für solche Rundfunkangebote greifen, die im Gesamtangebot der Medienplattform tatsächlich enthalten sind.¹¹⁰ Die Basisauffindbarkeit der Hörfunkprogramme ist dabei auf der „ersten Auswahlebene“, d. h. auf der „Startseite“ oder der ersten Ebene der Menüführung zu gewährleisten. Diesem Erfordernis scheinen die Audiosysteme der Fahrzeughersteller Rechnung zu tragen, wenn sie für den linearen Hörfunk als Mittel der Ansteuerung einen eigenen „Hardkey“ (Lenkrad, Armaturenbrett) oder eine eigene Menükachel mit der Aufschrift „Radio“, „Medien“ bzw. „Audio“ vorhalten.

Da es allerdings ein großes lineares Hörfunkangebot gibt, stellt sich im Weiteren die Frage, wie dieses Angebot und seine Inhalte im Verhältnis zueinander auf den Benutzeroberflächen abzubilden sind. Hierauf gibt § 84 Abs. 3 S. 2 MStV eine Antwort, indem er anordnet, dass „(i)nnnerhalb des Rundfunks (...) die gesetzlich bestimmten beitragsfinanzierten Programme (...) sowie die privaten Programme, die im besonderen Maß einen Beitrag zur Meinungs-

¹⁰⁷ Vgl. insoweit auch § 1 Abs. 5 Nr. 5 MB-Satzung: „Soweit keine Angaben zu den tatsächlichen täglichen Nutzern gemacht werden können, wird bei Benutzeroberflächen die Anzahl der verkauften Geräte zugrunde gelegt“. Die Geräte, die hiernach in die regulatorische Betrachtung einbezogen werden, müssen zwar nicht zu derselben Automarke bzw. KFZ-Bezeichnung eines Herstellers gehören, wohl aber funktional vergleichbar sein.

¹⁰⁸ Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 159.

¹⁰⁹ Zum Begriff der leichten Auffindbarkeit s. die Konkretisierungen in § 10 Abs. 5 MB-Satzung.

¹¹⁰ Amtl. Begr., NRW LT-Drs. 17/9052, S. 159. Durch die Auffindbarkeitsregulierung wird also keine Pflicht statuiert, bestimmte Angebote oder Inhalte über die Benutzeroberfläche zugänglich zu machen. Hierfür gelten vielmehr die allgemeinen Zugangsregeln nach § 81 MStV. Kritisch insoweit *Beaujean*, Plattform- und Medienintermediärregulierung nach neuem MStV, MMR 2022, 633 (634).

und Angebotsvielfalt im Bundesgebiet leisten, leicht auffindbar zu sein“ haben.¹¹¹ Innerhalb des Hörfunks werden bei der leichten Auffindbarkeit also die öffentlich-rechtlichen und privaten Public-Value-Hörfunkprogramme privilegiert. Gemäß § 84 Abs. 4 MStV gilt Gleiches für die Mediatheken des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und privater Public-Value-Anbieter, auch wenn diese nicht auf der ersten Auswahlebene unmittelbar erreichbar sein müssen.¹¹²

Da folglich eine Vielzahl von Hörfunkangeboten privilegiert auffindbar zu machen ist, stellt sich im Weiteren die Frage, wie sich dies auf die Präsentation dieser Angebote auf der Benutzeroberfläche auswirkt. Auf diese Frage gibt zwar nicht der Medienstaatsvertrag, wohl aber § 9 Abs. 3 der Satzung zur Durchführung der Vorschriften gemäß § 84 Abs. 8 MStV zur leichten Auffindbarkeit von privaten Angeboten (Public-Value-Satzung) vom 24. Juni 2021 (PV-Satzung) eine Antwort: Hiernach legt die Kommission für Kommission für Zulassung und Aufsicht als Organ der zuständigen Landesmedienanstalt für die Public-Value-Listen eine Reihenfolge fest, die sich aus der gemäß §§ 7 und 8 PV-Satzung vorgenommenen Gesamtschau ergeben muss (§ 9 Abs. 3 S. 1 PV-Satzung): „Sofern und soweit der Anbieter einer Benutzeroberfläche bei der Sortierung und Anordnung der Angebote eine Reihenfolge abbildet, dienen die Listen der Umsetzung durch die Anbieter von Benutzeroberflächen“ (§ 9 Abs. 3 S. 2 PV-Satzung). Dementsprechend sollten die Anbieter von Benutzeroberflächen unter den zuletzt genannten Bedingungen (die bei Audiosystemen in Kraftfahrzeugen häufig erfüllt sein dürften) die sich aus der „Empfehlung für die Reihenfolgen-Listungen zur Umsetzung durch die Anbieter von Benutzeroberflächen für Bewegtbild-, Audio- und Telemedienangebote“¹¹³ ergebende Sortierung beachten.¹¹⁴ Gleiches gilt für Sprachassistenzsysteme, da diese schon aus Gründen der geordneten Informationsvermittlung zwingend eine Reihung vornehmen müssen. Deren Beachtung hätte zur Folge, dass bei Verwendung eines generischen Sprachbefehls („Spiele Radio!“) dem Nutzer zunächst der auf Platz Eins dieser Liste stehende Radiosender vorgespielt würde.¹¹⁵ Für sonstige nicht-lineare Medienplattform-Angebote (Amazon Music, Deezer etc.) greift demgegenüber das allgemeine Diskriminierungsverbot nach § 84 Abs. 2 MStV, welches durch § 10 Abs. 3 MB-Satzung konkretisiert wird.¹¹⁶

3. Transparenzvorgaben

Schließlich verpflichtet § 85 MStV die Anbieter von Benutzeroberflächen zu Transparenz. Hierfür müssen sie die der Benutzeroberfläche zugrunde liegenden Grundsätze für die Auswahl von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien und Telemedien nach § 19 Abs. 1 MStV sowie für ihre Organisation offenlegen (Satz 1). Dies umfasst die Kriterien, nach denen Inhalte sortiert, angeordnet und präsentiert werden, wie diese Sortierung und Anordnung individualisiert werden können und Informationen, nach welchen grundlegenden Kriterien Empfehlungen erfolgen (Satz 2). Gerade Letzteres ist mit Blick auf Sprachassistenzsysteme, die infolge generischer Befehle eine algorithmenbasierte Auswahl treffen, von hervorgehobener Bedeutung.

Die insoweit angebotenen Informationen sind den Nutzern in leicht wahrnehmbarer, unmittelbar erreichbarer und ständig verfügbarer Weise zur Verfügung zu stellen (Satz 3).¹¹⁷ Diesen innerhalb des Telemediums „Benutzeroberfläche“ zu verwirklichenden Verpflichtungen könnte beispielweise durch Kacheln mit der Aufschrift „Info“ oder „Transparenz“ sowie durch das Programmieren entsprechender Sprachbefehle Rechnung getragen werden.

111 Zum für den Hörfunk nicht passenden Kriterium des Bundesgebiets überzeugend *Beaujean*, Plattform- und Medienintermediärsregulierung nach neuem MStV, MMR 2022, 633 (634).

112 Gegenwärtig scheint beabsichtigt zu sein, alle privaten Hörfunkangebote in Deutschland zu Public-Value-Angeboten im Sinne des § 84 Abs. 3 S. 2 und Abs. 4 zu erklären. Mit § 84 Abs. 5 MStV ist dies vereinbar, sofern die dort genannten Public-Value-Kriterien von allen Hörfunkanbietern erfüllt werden. Allg. zum Public-Value-Verfahren *Beaujean*, Plattform- und Medienintermediärsregulierung nach neuem MStV, MMR 2022, 633 (634); *Löw*, Medienplattformen und Benutzeroberflächen vor den Herausforderungen der neuen Medienregulierung, MMR 2022, 637 (640).

113 <https://www.die-medienanstalten.de/public-value>.

114 Vgl. hierzu auch *Löw*, Medienplattformen und Benutzeroberflächen vor den Herausforderungen der neuen Medienregulierung, MMR 2022, 637 (641).

115 Ob diese Reihung durch eine am Nutzerverhalten orientierte, algorithmenbasierte Individualisierung eigenmächtig durch das Sprachassistenzsystem verändert werden darf, erscheint demgegenüber fraglich. Denn § 84 Abs. 6 MStV fordert eine Individualisierung „durch den Nutzer“ und nicht durch den Anbieter des Sprachassistenzsystems.

116 Mit Blick auf die regulatorischen Anforderungen des § 84 MStV könnte sich in der Praxis zudem die Frage stellen, inwiefern der Benutzeroberflächen-Anbieter bei deren Gestaltung auf eine technische Vorleistung durch den Medienplattform-Anbieter angewiesen ist. Soweit diese Gestaltung nur in einem Zusammenwirken beider Diensteanbieter möglich sein sollte, wäre ein konzertiertes regulatorisches Vorgehen erforderlich.

117 Zu den gleichlautenden gesetzlichen Vorgaben nach § 93 Abs. 1 MStV ausführlich *Müller-Terpitz*, Algorithmen-Transparenz von Medienintermediären, UFITA 2021, 70 (82 ff.).

C. ZUSAMMENFASSUNG DER ZENTRALEN ERGEBNISSE UND FAZIT

Bei einer Benutzeroberfläche handelt es sich um die Anzeige- und Steuerungsebene im Sinne einer Darstellungs-, Orientierungs- und Auswahlenebene von und für Medienplattformen; Anbieter dieser Anzeige- und Steuerungsebene ist, wer für ihre Konzeption und Gestaltung die Entscheidungsmacht besitzt.

Bei den integrierten Audiosystemen der Fahrzeughersteller bestehen Anknüpfungspunkte für eine Regulierung ihrer Benutzeroberflächen. Dies gilt nicht für den analogen UKW-Bereich; genauso wenig wie ein klassisches UKW-Radio der Benutzeroberflächenregulierung unterfällt, scheidet dies mangels des Vorliegens einer Medienplattform für die elektronische Ansteuerung analoger Hörfunkprogramme aus. Andere Dienste des integrierten Audiosystems (DAB+-Radio, nicht-lineare Audiostreamingdienste, Audio-Aggregatoren) fallen jedoch grundsätzlich in den Anwendungsbereich der Medienplattform- und Benutzeroberflächenregulierung; hieraus kann zudem eine „reflexhafte“ Regulierungswirkung für den nicht regulierten Bereich (wie insbesondere den UKW-Radioempfang) resultieren. Die Automobilhersteller sind insoweit auch als Anbieter von Benutzeroberflächen zu qualifizieren. Freilich bedürfen die vorstehend skizzierten Grundzüge einer genauen Analyse des jeweiligen Einzelfalls, bei der besonderes Augenmerk auf die Vertragsbeziehungen zwischen den jeweiligen Akteuren zu legen ist.

Bei nicht integrierten Audiosystemen dürfte es demgegenüber im Regelfall an einer Anbietereigenschaft der Automobilhersteller fehlen. Als Regulierungsadressaten kommen hier primär die Anbieter der Medienplattformen mit ihren Angebots- und Programmübersichten im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 15 S. 2 Buchstabe a MStV selbst in Betracht.

Sofern Sprachassistenten in eine Medienplattform integriert oder mit dieser technisch verknüpft sind, sind sie als Benutzeroberflächen im Sinne des Medienstaatsvertrags einzustufen und unterfallen damit grundsätzlich der Regulierung nach § 84 Abs. 1 MStV. Dies gilt auch für den Fall, wenn Sprachassistentensysteme nicht nur eine akustisch vermittelte Übersicht über den Inhalt von Medienplattformen ermöglichen, sondern selbst nach Maßgabe generischer Sprachbefehle („Spiele Radio!“) eine algorithmenbasierte Auswahl aus verschiedenen Angeboten und Inhalten treffen. Vor diesem Hintergrund sind insbesondere die proprietären Sprachassistenten der Automobilhersteller als von diesen zu verantwortende Benutzeroberflächen zu qualifizieren. Aber auch bei externen Sprachassistentensystemen (Amazon Alexa, OK Google oder Siri), die den Inhalte-Zugriff auf die Medienplattform über App-Connect-Programme oder direkt über das Endgerät (z.B. Smartphone, Smart Speaker) ermöglichen, handelt es sich um Benutzeroberflächen im Sinne des Gesetzes. Allerdings sind diese im Regelfall durch den Anbieter des externen Systems (also insbesondere durch Amazon, Apple und Google) und nicht durch den Fahrzeug- oder sonstigen Gerätehersteller zu verantworten.

Insgesamt hat der Gesetzgeber mit der Schaffung unterschiedlicher Dienstekategorien (Benutzeroberflächen, Medienplattformen, Medienintermediäre, rundfunkähnliche Telemedien) ein komplexes Regulierungssystem implementiert, dessen Umsetzung in der Praxis Probleme bereitet. Grund hierfür sind einerseits unklare Rechtsbegriffe (wie insbesondere der Begriff des Gesamtangebots), welche die trennscharfe Abgrenzung der Kategorien zueinander erschweren und andererseits dynamische technische Entwicklungen, die einer zweifelsfreien sowie rechtssicheren Kategorisierung von Dienstangeboten entgegenstehen können. Statt auf die Art der Tätigkeit eines Diensteanbieters (wie z. B. die Zusammenfassung von Inhalten zu einem Gesamtangebot) abzustellen, sollte der Gesetzgeber stärker die Art des Inhalts (journalistisch-redaktionelle Inhalte und Angebote, sonstige Inhalte und Angebote) in den regulatorischen Blick nehmen. Dies gilt insbesondere für die Regulierung von Benutzeroberflächen, bei der generell die diskriminierungsfreie bzw. privilegierte Auffindbarkeit medialer Inhalte im Vordergrund stehen sollte. Ob diese Oberflächen Bestandteil einer Medienplattform sind oder sich auf eine solche beziehen, erscheint demgegenüber zweitrangig. Zu erwägen ist deshalb, ob die nach der jetzigen Gesetzessystematik zwingende Verknüpfung der Benutzeroberflächen mit der Medienplattformregulierung in Zukunft aufgegeben wird. Um eine Abgrenzung der Medienplattform- und Benutzeroberflächenregulierung von der Medienintermediärsregulierung zu gewährleisten, könnte es ausreichend sein, auf den Schwerpunkt des inhaltlichen Angebots abzustellen: Liegt dieser typischerweise auf der Auffindbarkeit und Zugänglichmachung journalistisch-redaktioneller Inhalte und Angebote (dann Medienplattform bzw. Benutzeroberfläche) oder umgekehrt auf der Auffindbarkeit und Zugänglichmachung sonstiger nicht medialer Inhalte und Angebote (dann Medienintermediär)? Bei einer solchen inhaltebezogenen und zugleich quantitativen Schwerpunktbetrachtung könnte auf das schwierige qualitative Abgrenzungskriterium des Gesamtangebots verzichtet werden.

IMPRESSUM

Herausgeberin:

Landesanstalt für Medien NRW
Zollhof 2
D-40221 Düsseldorf

info@medienanstalt-nrw.de
www.medienanstalt-nrw.de

Verantwortlich:

Sabrina Nennstiel (Leiterin Kommunikation)
Dr. Meike Isenberg (Leiterin Forschung)

Autor:

Ralf Müller-Terpitz

Gestaltung:

Merten Durth (disegno kommunikation GbR)

Diese Publikation wird unter der Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht
(CC BY-SA 4.0).

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de>