



202 Rundfunk

Nicole Zorn / Nina Dietrich



Freie Journalistenschule

Modul 202: Rundfunk

Autoren: Nicole Zorn / Nina Dietrich

Legende

→ Aufzählung

↘ Lernziel

★ Definition

⊙ Aufgabe / Übungen

❖ Schlagwort

© 2021 Freie Journalistenschule. Alle Rechte vorbehalten.

Der gesamte Inhalt des vorliegenden Lehrmoduls (Texte, Bilder, Grafiken, Design usw.) und jede Auswahl davon unterliegt dem Urheberrecht und anderen Gesetzen zum Schutze geistigen Eigentums der Freien Journalistenschule oder anderer Eigentümer. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Eigentümers unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Zuwiderhandlungen werden zivil- und strafrechtlich verfolgt.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Text berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften. Sämtliche verwendete Handelsmarken oder Markenzeichen sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber.

Die Freie Journalistenschule und ihre Dozenten und Autoren haben höchste Sorgfalt bei der Erstellung des vorliegenden Lehrmoduls angewandt. Dennoch übernehmen sie keinerlei Verantwortung oder Haftung für Richtigkeit oder Vollständigkeit, eventuelle Fehler oder Versäumnisse innerhalb des Lehrmoduls. Die Inhalte und Materialien werden unter Ausschluss jeglicher Gewährleistung zur Verfügung gestellt. Insbesondere erfolgt die Anwendung von im Lehrmodul dargestellten Erkenntnissen auf Gefahr des Teilnehmers.

Verlag: Freie Journalistenschule, Berlin
www.freie-journalistenschule.de
Druck: MKM Media, Kleinmachnow
Made in Germany.

Inhalt

1.	Grundlagen	10
1.1	Klassischer Rundfunk: Hörfunk und Fernsehen	10
1.2	Die Entwicklung des Rundfunkbegriffs bis heute	11
1.3	Neuere Erscheinungsformen und ihre Einordnung: Mediendienste – Teledienste – Telemedien-Medienplattform, Benutzeroberfläche, Medienintermediär	15
1.4	Die Digitalisierung des Rundfunks	19
1.5	Funktion und Bedeutung des Rundfunks im Mediensystem	21
1.6	Rundfunksysteme und Begriffsbestimmungen nach dem Medienstaatsvertrag	22
1.7	Weitere Neuerungen durch den MStV	26
1.8	Übertragungswege und -technik	30
1.9	Die Bedeutung der Konvergenz	31
2.	Rechtliche Rahmenbedingungen	34
2.1	Verfassungsrecht	34
2.2	Die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts	35
2.3	Die einfachgesetzliche Ausgestaltung	36
2.4	Rundfunkrechtliche Staatsverträge	36
2.5	Länderrecht	38
3.	Rundfunksysteme: Die duale Rundfunkordnung in Deutschland	40
3.1	Der öffentlich-rechtliche Rundfunk	40
3.1.1	Grundversorgungsauftrag	40
3.1.2	Programmgrundsätze	43
3.1.3	Organe der Rundfunkanstalten	44
3.1.4	Rundfunkfinanzierung	46
3.1.5	Der Rundfunkbeitrag	46
3.1.6	Von der Rundfunkgebühr zum Rundfunkbeitrag	47

3.1.7	Beitragsfestsetzungsverfahren	50
3.1.8	Beitragseinzug	52
3.1.9	Beitragsverteilung	52
3.2	Der private Rundfunk	53
3.2.1	Zulassung und Aufsicht	53
3.2.2	Programmgrundsätze	56
3.2.3	Finanzierung	56
3.2.4	Sicherung der Meinungsvielfalt	56
3.2.5	Übertragungskapazitäten	59
3.2.6	Bezahlfernsehen/Pay-TV	61
3.3	Staatsrundfunk	61
3.4	Offener Kanal/Bürgermedien	62
4.	Rundfunklandschaft in Deutschland	65
4.1	Die ARD	65
4.2	Das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF)	66
4.3	Weitere Programme von ARD und ZDF	66
4.4	Deutsche Welle (DW)	68
4.5	Deutschlandfunk und Deutschlandradio	69
4.6	Der private Fernsehmarkt	70
4.6.1	RTL Gruppe/Bertelsmann	70
4.6.2	ProSiebenSat.1 Media SE	70
4.6.3	Sky Deutschland AG	71
5.	Jugendschutz und Rundfunk	73
5.1	Verfassungsrechtliche Verankerung	73
5.2	Jugendmedienschutzstaatsvertrag (JMStV)	73
5.2.1	Einschränkungen für bestimmte Angebote	73
5.2.2	Aufsichts- und Kontrollinstanzen	74
5.2.3	Werbung	75
5.2.4	Jugendschutzbeauftragter	75
5.2.5	Änderungen durch den Medienstaatsvertrag	75
5.3	Das Jugendschutzgesetz (JuSchG)	76

6.	Rundfunk im europäischen Rahmen	78
6.1	Recht der Europäischen Union	78
6.1.1	Rundfunk im Europarecht	78
6.1.2	Die Unionsgrundrechte	80
6.1.3	Wettbewerbsrecht	80
6.2	Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie)	81
6.3	Weitere Organisationen	85
7.	Werbung, Sponsoring und Produktplatzierung – „kommerzielle Kommunikation“ im Rundfunk	88
7.1	Allgemeine Regelungen	88
7.2	Werbung und Teleshopping	89
7.3	Sponsoring	89
7.4	Produktplatzierung, Themenplatzierung, Schleichwerbung	90
7.5	Gewinnspiele	90
8.	Besondere aktuelle Rundfunkthemen	91
8.2	Gerichtsberichterstattung – Rundfunk aus dem Gerichtssaal	94
8.3	Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	95
8.4.	Die letzten Änderungen der Rundfunkstaatsverträge (seit 2020: Medienstaatsverträge)	96
	Anhang	102
	Antworten zu den Selbstkontrollaufgaben	124
	Literatur	127
	Über die Autorinnen	130
	Ihre Notizen	131

Allgemeine Lernziele:

- **Ziel dieses Moduls ist es, Ihnen einen Überblick über das deutsche Rundfunksystem zu geben. Sie lernen die verschiedenen Erscheinungsformen von Rundfunk und Telemedien kennen und einzuordnen.**
- **Der rechtliche Rahmen der Rundfunkordnung sowie die Rundfunklandschaft in Deutschland werden dargestellt und das duale Rundfunksystem erläutert.**
- **Sie lernen die wesentlichen Rundfunkanbieter und ihre Besonderheiten kennen.**
- **Sie erfahren, welchen Einfluss die europäischen Regelungen auf den Rundfunk in Deutschland haben.**
- **Mit dem Grundwissen über das deutsche Rundfunksystem werden Sie in der Lage sein, aktuelle Themen einzuordnen und neue Entwicklungen mit den notwendigen Hintergrundinformationen fachmännisch zu verfolgen.**

1. Grundlagen

Lernziele:

- **Im ersten Kapitel geht es um die grundlegenden Begrifflichkeiten und Definitionen. Gerade im Medienbereich werden viele Begriffe uneinheitlich verwendet. Eine präzise Definition ist jedoch wichtig, da sich aus der jeweiligen Erscheinungsform die rechtliche Einordnung und die daraus folgenden Konsequenzen und Möglichkeiten ergeben.**
- **Sie erfahren, worum es bei einzelnen Erscheinungsformen geht und worin die wesentlichen Unterschiede zwischen Rundfunk und Telemedien liegen. Sie lernen die neuen Erscheinungsformen und Adressaten im Medienstaatsvertrag kennen.**
- **Wir erörtern die Entwicklung des Rundfunkbegriffs und die Definition im Medienstaatsvertrag. Die Änderungen in der gesetzlichen Definition und die Veränderungen, die sich auch durch die neue Definition des Rundfunkbegriffs ergeben haben, zu verstehen, ist Voraussetzung zur richtigen Einordnung verschiedener Sachverhalte und Erscheinungsformen.**
- **Sie erlangen Kenntnisse über die wichtigsten gesetzlichen Änderungen im Medienstaatsvertrag.**

Verschiedene Ereignisse werden als Beginn der Geschichte des Rundfunks angeführt. Eines der frühesten war der Nachweis von elektromagnetischen Schwingungen, die sich mit sehr hoher Geschwindigkeit in der Luft verbreiten, durch den deutschen Physikprofessor Heinrich Hertz im Jahre 1887.

Der Rundfunk entwickelte sich dann im Laufe der Zeit aus dem ursprünglichen Verfahren der drahtlosen Telegrafie. Während beim „Sprechfunk“ die Information nur zielgerichtet von einem Sender an einen Empfänger gerichtet war, suchte man bald nach wirtschaftlicheren Möglichkeiten, den Empfängerkreis zu erweitern, um an viele Empfänger gleichzeitig „rund“ zu funken.¹

1.1 Klassischer Rundfunk: Hörfunk und Fernsehen

Der *Hörfunk* war das erste elektronische Massenmedium. Am 29. Oktober 1923 wurde in Berlin die erste einstündige Radiosendung im regulären Sendebetrieb in Deutschland ausgestrahlt. Insgesamt neun Rundfunk AGs wurden in den Jahren 1923 und 1924 in verschiedenen Teilen Deutschlands gegründet sowie die „Deutsche Welle“ als GmbH. 1932 erfolgte die Verstaatlichung der Sendegesellschaften durch eine Rundfunkreform. Der Rundfunk wurde organisatorisch dem Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda unterstellt und – geleitet von Dr. Joseph Goebbels – zum wichtigsten Propagandainstrument der nationalsozialistischen Diktatur. 1935 begannen erste Fernsehausstrahlungen, die allerdings mangels Empfangsgeräten noch keine wirkliche Bedeutung hatten.

7. Werbung, Sponsoring und Produktplatzierung – „kommerzielle Kommunikation“ im Rundfunk

Lernziele:

- **Werbung und andere kommerzielle Tätigkeiten sind für die Finanzierung des privaten Rundfunks essenziell. Im Rahmen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind sie stärkeren Einschränkungen unterworfen und immer wieder auf dem Prüfstand.**
- **In diesem Kapitel erhalten Sie einen Überblick über die unterschiedlichen Formen kommerzieller Kommunikation im Rundfunk, über die grundlegenden Prinzipien, die die Zulässigkeit von werblichen Inhalten bestimmen sowie über die besonderen Regelungen, die für bestimmte Formen oder in bestimmten Medien gelten.**
- **Mit Hilfe dieser Grundlagen können Sie nachvollziehen, welche Unterschiede diesbezüglich im dualen System bestehen und welche Erscheinungsformen im Rundfunk zulässig sind und welche nicht.**

7.1 Allgemeine Regelungen

Regelungen zur Werbung und anderen Formen sogenannter kommerzieller Kommunikation sind zum einen im Medienstaatsvertrag für den öffentlich-rechtlichen wie auch für den privaten Rundfunk festgelegt. Darüber hinaus sind diese Regelungen in Werberichtlinien von ARD und ZDF und den Landesmedienanstalten näher konkretisiert.

Die verschiedenen Erscheinungsformen sind im § 2 Absatz 2 Nummer 7–12 MStV definiert. Die allgemeinen Regelungen im ersten Unterabschnitt des zweiten Abschnitts des Medienstaatsvertrages gelten sowohl für den öffentlich-rechtlichen als auch für den privaten Rundfunk. In den §§ 8ff. MStV sind allgemeine Grundsätze und Kennzeichnungspflichten (für Rundfunkwerbung, Teleshopping, Produktplatzierung und Sponsoring) geregelt. Außerdem werden Vorgaben für besondere Werbeformen wie Teilbelegung des Bildes, Dauerwerbesendungen und virtuelle Werbung und die Art und Weise der Einfügung von Werbung und Teleshopping gemacht. Der dritte bzw. vierte Abschnitt des Medienstaatsvertrages enthält besondere Regelungen, die jeweils nur für den öffentlich-rechtlichen bzw. für den privaten Rundfunk gelten.

Das Rundfunkrecht unterscheidet zwischen den zulässigen Erscheinungsformen „Werbung“ bzw. „Rundfunkwerbung“, „Sponsoring“ und „Teleshopping“. Die sogenannte „Produktplatzierung“ ist grundsätzlich gestattet, außer in Nachrichtensendungen, Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, bestimmten Regional- und Fensterprogrammen, Sendungen religiösen Inhalts und Kindersendungen. Zudem müssen sie weitere Voraussetzungen erfüllen. Die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit müssen unbeeinträchtigt bleiben, das Produkt darf nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht anregen und nicht zu stark herausgestellt werden. Auf Produktplatzierungen ist eindeutig hinzuweisen. Themenplatzierungen und Schleichwerbung sind hingegen unzulässig.

Über die Autorinnen

Nicole Zorn

Nicole Zorn ist Geschäftsführerin des Mainzer Medieninstituts und hierbei u. a. auch verantwortlich für die Organisation des Masterstudiengangs Medienrecht. Zuvor war sie bereits als juristische Referentin und wissenschaftliche Mitarbeiterin am Mainzer Medieninstitut und als Lehrbeauftragte an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz für Medienrecht tätig.

Studium der Rechtswissenschaften sowie Europarecht (Schwerpunkte Europäisches Medienrecht und Menschenrechte) an der Universität des Saarlandes, Saarbrücken. Referendariat am Landgericht Lübeck (Stationen u. a. Deutsche Botschaft Washington D. C., Gruner und Jahr AG Hamburg). Zweites Juristisches Staatsexamen.

Nina Dietrich

Dipl.-Jur. Nina Dietrich ist seit Anfang 2021 als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Mainzer Medieninstitut tätig.

Tätigkeitsschwerpunkte: Vorbereitung von Veranstaltungen auf dem Gebiet des Medienrechts, Aufbereitung und Anfertigung von medienrechtlichen Themenbeiträgen mit aktuellem Bezug, Mitarbeit an Veröffentlichungen mit rundfunkrechtlichem Schwerpunkt.

Studium der Rechtswissenschaften an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz 2015–2020 (Schwerpunkte Medienrecht und Familien- und Erbrecht). Erstes Juristisches Staatsexamen 2020.