

Berlin, 27.03.2018

Checkliste zur Einordnung von Streaming-Angeboten im Internet

Wer im Internet streamt, sollte wissen, ob er hierfür eine Rundfunkzulassung („Lizenz“) benötigt.

Grundsätzlich gilt:
Jedes Angebot muss einzeln geprüft werden.

Die folgenden Fragen dienen der ersten Orientierung und rechtlichen Einordnung:

1. Was ist Rundfunk?

Was Rundfunk ist, legt § 2 Absätze 1 und 3 des Rundfunkstaatsvertrages fest. Dabei wird nicht unterschieden zwischen klassischen Angeboten, wie Fernsehen, und neueren Erscheinungsformen, wie Streams im Internet.



Nach den derzeit geltenden gesetzlichen Regelungen handelt es sich um Rundfunk, wenn ein Angebot zeitgleich entlang eines Sendepfades verbreitet und journalistisch-redaktionell gestaltet wird.

Zulassungsfrei sind Videos auf Abruf („on-Demand“), bei denen die Nutzer einen individuellen Startzeitpunkt bestimmen. Dies ist derzeit beispielsweise bei den meisten Videos auf YouTube, Vimeo oder Facebook der Fall.

Auch Internetradios sind als reine Audio-Streaming-Angebote nicht zulassungspflichtig. Diese sind bei der zuständigen Landesmedienanstalt verpflichtend anzuzeigen, wenn diese über 500 und mehr Ports verbreitet werden. Bei einer Verbreitung über weniger als 500 Ports kann eine Anzeige freiwillig vorgenommen werden. Weitere Informationen sowie ein Formular zur Anzeige eines Internetradios finden Sie hier:

<http://www.die-medienanstalten.de/themen/radio>



2. Verbreiten Sie Ihr Angebot live oder bestimmen Sie zumindest den Zeitpunkt des Sendestarts (lineare Verbreitung)?

Können Nutzer nicht selbst bestimmen, wann das Angebot startet oder endet, wird das Angebot linear verbreitet. Live bedeutet darüber hinaus, dass das Angebot zeitgleich zum realen Geschehen empfangen werden kann.

Als **Faustregel** gilt: Angebote auf Abruf („on-Demand“), wie Videos auf YouTube, gelten rechtlich als Telemedien und bedürfen keiner Rundfunkzulassung.



3. Ist Ihr Angebot journalistisch-redaktionell gestaltet?



Das Verbreiten von Bewegtbild ohne jede weitere Bearbeitung ist keine journalistisch-redaktionelle Gestaltung (z. B. unkommentierte Live-Cam-Übertragungen). Eine journalistisch-redaktionelle Gestaltung ist in der Regel anzunehmen, wenn Ihr Angebot bereits inhaltlich als journalistisch-redaktionell zu bewerten ist und/oder Bestandteile von klassischen Rundfunkangeboten enthält (z. B. der Einsatz von mehreren Kameras, Auswahl von Bildausschnitten mittels Zooms und Schwenks oder eine Kommentierung des Geschehens).



6. An wen können Sie sich bei Fragen wenden?

Wenn Sie zu dem Ergebnis kommen, dass Sie für Ihr Angebot eine Rundfunkzulassung benötigen oder planen, Ihr Angebot zum Rundfunk zu entwickeln oder sich bei der Selbsteinschätzung unsicher sind, wenden Sie sich bitte an die für Ihr Bundesland zuständige Landesmedienanstalt. Dort erhalten Sie eine Bewertung Ihres Angebotes und erfahren, was Sie ggf. tun müssen, um eine Rundfunkzulassung

(Lizenz) zu beantragen bzw. wie Sie Ihr Angebot so anbieten, dass es die Schwelle zum zulassungspflichtigen Rundfunk nicht überschreitet. Die Veranstaltung von Rundfunk ohne eine Zulassung stellt eine Ordnungswidrigkeit dar.

Diese Beratung ist für Sie kostenlos.

Eine Liste der Landesmedienanstalten finden Sie hier: <http://www.die-medienanstalten.de/ueber-uns/landesmedienanstalten>

4. Verbreiten Sie Ihr Angebot entlang eines Sendeplans?

Kriterien für die Annahme eines sog. Sendeplans sind Regelmäßigkeit, Häufigkeit oder Aktualität. Weitere Kriterien sind zudem eine vorherige Ankündigung Ihrer Streams über soziale Netzwerke, sodass Ihre Zuschauer wissen, wann Ihr nächster Stream stattfindet, oder eine direkte Kommunikation mit dem Publikum. Darüber hinaus können auch eine Adressierung der Zuschauer, der vorherige Erwerb von Rechten oder ob Ihr Angebot auf Fortsetzung angelegt ist dafür sprechen, dass es sich um einen Sendeplan handelt.

Diese Kriterien müssen nicht alle zusammen vorliegen. Auch bei Vorlage einzelner Kriterien kann das Merkmal eines Sendeplans bereits erfüllt sein.

Die lediglich einmalige oder sporadische Verbreitung eines Angebots (z. B. eine einmalige Live-Übertragung) ist in der Regel nicht als Sendeplan zu werten.



5. Richtet sich Ihr Angebot an mindestens 500 potentielle Nutzer gleichzeitig?



Die Zulassungspflicht entfällt, wenn Sie Ihr Angebot jedenfalls weniger als 500 möglichen Nutzern zum zeitgleichen Empfang anbieten. Es spielt keine Rolle, wie viele Personen Ihr Angebot tatsächlich nutzen. Bei einem großen Teil der Angebote, wie YouTube, Twitch, Periscope und Facebook, ist eine Beschränkung auf unter 500 mögliche Nutzer technisch nicht möglich, sodass dieser Ausschlussgrund hier nicht greift.

Impressum:

die medienanstalten
Gemeinsame Geschäftsstelle
Friedrichstraße 60, 10117 Berlin

Telefon: +49 (0)30 2064690-0
Mail: info@die-medienanstalten.de
URL: www.die-medienanstalten.de

