



ARBEITSGEMEINSCHAFT
PRIVATER RUNDFUNK

Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk Friedrichstraße 22 | 80801 München

Herrn Referatsleiter
MinR Dr. Thorsten Käseberg LL.M.
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
Scharnhorststraße 34-37
10115 Berlin
Per E-Mail buero-ib1@bmwe.bund.de

apr@privatfunk.de
www.privatfunk.de
Tel.: 0 89/45 555 855

19.06.2026
HP/ru

GWB-Sonderregelungen für Rundfunk **Hier: Stellungnahme der APR**

Sehr geehrter Herr Dr. Käseberg,

mit E-Mail vom 5. Juni 2026 wurde der Referentenentwurf des BMW für die 12. Novelle des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen zur Kenntnis gegeben und mit der Möglichkeit zur Stellungnahme übermittelt.

Hier nun die Stellungnahme der Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk:

Die deutsche Medienbranche insgesamt befindet sich in einem dramatischen Veränderungs- und Transformationsprozess. Tektonische Verschiebungen, insbesondere in den Werbe- und Refinanzierungsmärkten der Medien durch den Markteintritt von internationalen Tech-Konzernen haben dies bewirkt. Zu Recht beschreibt der aktuelle Koalitionsvertrag daher die Notwendigkeit, diese massiven Marktveränderungen durch internationale Plattformen, digitale Gatekeeper und den Rückgang klassischer Werberlöse auch durch Anpassungen im GWB anzuerkennen und entsprechend zu reagieren.

Daher ist es notwendig, die besonderen Herausforderung des privaten Rundfunks auch bei der Reform des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen in den Fokus zu nehmen.

Im vorliegenden Entwurf ist dies aus unserer Sicht jedoch weitgehend unberücksichtigt geblieben und wir bitten – im Einklang mit den Vorgaben im Koalitionsvertrag und den medienpolitischen Überlegungen der Bundesländer (Beschluss der Rundfunkkommission vom 4. März 2026 zur GWB-Novelle) – um Abhilfe unter Einbeziehung nachfolgender Argumente:

§ 38 Abs. 3 GWB sieht bei der Berechnung von Umsatzerlösen für den Fall von Zusammenschlüssen vor, dass bei der Presse das Vierfache, beim Rundfunk das Achtfache in Ansatz zu bringen ist. Gerade hier zeigt die Historie der unterschiedlichen Gesetzesfassungen, dass gleiche Bewertungsmaßstäbe



ARBEITSGEMEINSCHAFT
PRIVATER RUNDFUNK

gewollt waren, zuletzt derjenige bei der Presse geändert wurde, ohne dass ersichtlich wäre, dass gerade hierfür im Gegensatz zum Rundfunk ein besonderer Sachgrund vorläge.

Wir regen an, die Regelung für den Rundfunk (Programm und Absatz von Werbezeiten) den für die Presse geltende Regelung anzugleichen, d.h. eine Reduzierung auf das „Vierfache der Umsatzerlöse“ statt des Achtfachen bzw. ggfs. diese Norm vollumfänglich zu streichen.

§ 30 Abs. 2b GWB beinhaltet Sonderregelungen für die verlagswirtschaftliche Zusammenarbeit, soweit dies den Beteiligten ermöglicht, ihre wirtschaftliche Basis für den intermediären Wettbewerb zu stärken. Diese Aspekte gelten auch für die Rundfunkunternehmen, die die APR vertritt. Es handelt sich um Radioveranstalter mit vorwiegend landesweiten oder regionalen/lokalen Angeboten. Diese Unternehmen sehen sich zunehmend dem Wettbewerb mit internationalen digitalen Medienintermediären (Plattformen) ausgesetzt, die – wie bei der Presse – in die lokalen und regionalen Märkte durch Werbung eindringen, die nicht nur zielgruppengerichtet, sondern mit Geotargeting auch regional ausgerichtet ist. Wir verweisen in diesem Zusammenhang auf die Untersuchungen des Bundeskartellamts zum Online-Werbemarkt. Da Audioangebote zu einem großen Anteil zwischenzeitlich nicht mehr nur über klassische terrestrische Rundfunkwege verbreitet werden, sondern über IP wie etwa im Fall von Smartspeakern oder zeitversetzt in Form von Podcasts den Weg zum Hörer finden, ist ein intermediales Wettbewerbsverhältnis entstanden, in dem sich kleine und mittlere Unternehmen gegen große internationale Unternehmen behaupten müssen.

Die für § 30 Abs. 2b GWB geltenden Argumente im Printbereich sind auf Radio (Audio) und Lokal-TV übertragbar. Die audiovisuellen Medien müssen hier gleichbehandelt werden, d.h. die Norm in § 30 UWG ist entsprechend auch auf den Rundfunk bzw. audiovisuelle Dienste anzuwenden.

Was fehlt aus Sicht der APR:

Das zentrale medienpolitische Defizit aus Sicht der APR im Entwurf ist das gänzliche **Fehlen kartellrechtlicher Kooperationserleichterungen für audiovisuelle Medien** — weder für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk noch für private Medienanbieter.

Für diese Erleichterung haben wir seit Jahren gekämpft; zuletzt verstärkt gemeinsam mit der ARD. Der Koalitionsvertrag hatte an dieser Stelle eine klare Verpflichtung formuliert: Die Zusammenarbeit im öffentlich-rechtlichen Rundfunk solle nach den Reformen der Länder zur Regel werden, weshalb eine wettbewerbsrechtliche Bereichsausnahme geschaffen werden sollte; daneben sollten auch Kooperationen privater Medienhäuser erleichtert werden. Auch der einschlägige [Beschluss der Rundfunkkommission](#) bleibt ohne Niederschlag im Entwurf.

Aus Sicht der APR bedarf es hier einer Nachbesserung in dem Sinne, dass die kartellrechtliche Ausnahmevorschrift des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) in das deutsche Kartellrecht übernommen wird (konkret die Übernahme des Art. 106 Abs. 2 AEUV) – zumindest



ARBEITSGEMEINSCHAFT
PRIVATER RUNDFUNK

soweit es die Zusammenarbeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit Privaten betrifft, führt eine Klarstellung bzw. entsprechende Bereichsausnahme zur Rechtssicherheit. Entsprechende Kooperationsüberlegungen zwischen den Beteiligten sind gesellschaftlich und politisch erwünscht und werden von den Beteiligten angestrebt.

Dies würde konkret die Einführung eines neuen Paragraphen 185 Abs. 1 AGB mit sich bringen, in der Formulierung wie folgt:

„Die Vorschriften des ersten bis dritten Teils dieses Gesetzes gelten für Unternehmen, die durch Landesrecht mit Dienstleistungen von allgemein wirtschaftlichem Interesse betraut sind (Art. 106 Abs. 2 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union), soweit die Anwendung dieser Vorschriften nicht die Erfüllung, der Ihnen übertragenen besonderen Aufgaben rechtlich oder tatsächlich verhindert.“

Wenn man des Weiteren sieht und anerkennt, dass unsere Branche und deren Unternehmen im Wettbewerb mit globalen Plattformkonzernen wie Google, Meta, Amazon, Spotify oder TikTok stehen, die über eine Marktmacht und einen Datenzugang verfügen, der mit klassischen Wettbewerbsmaßstäben kaum noch vergleichbar ist, bedarf es bei den bestehenden **Mechanismen der Wettbewerbsregulierung und deren Kontrolle im GWB** (und im UWG) einer gewissen Nachschärfung.

Wir regen daher folgendes an:

- Aufnahme/Festschreibung des § 19a GWB als gesetzlicher Verbotstatbestand, § 19a Abs. 2 Nr. 7 GWB als generelles Verbot bei Intermediärsmacht auch unter Marktbeherrschung in § 20 GWB.
- Möglichkeiten der erweiterten Klagebefugnis im Wettbewerb, d.h. bspw. Aufnahme von Datenmissbrauch als Wettbewerbs-/Marktverhaltensregelung auch im GWB/UWG (Stichwort: Vorsprung durch Rechtsbruch), durchsetzbar durch die Mitbewerber.
- Verbandsklage auf Vorteilsabschöpfung gemäß § 34a GWB für Verbände nach § 33 Abs. 4 GWB.
- Angleichung von § 34a GWB an § 10 Abs. 5 und 6 UWG.

Mit Hilfe solcher „Werkzeuge“ und Mechanismen würde die Möglichkeit verbessert, dass sich klassische Medienunternehmen und deren Verbände auch auf dem Prozesswege gegen Ungleichbehandlungen und Wettbewerbsverletzungen durch BigTech zur Wehr setzen könnten.

Zusammenfassend bitten wir daher zu ermöglichen, dass:

- Kooperationen privater Rundfunkveranstalter ausdrücklich erleichtert werden,
- damit gemeinsame Vermarktungs-, Technologie- und Datenplattformen kartellrechtlich besser abgesichert werden und



ARBEITSGEMEINSCHAFT
PRIVATER RUNDFUNK

- publizistische Kooperationen zwischen privaten Rundfunkanbietern ermöglicht werden,
- die besonderen Marktbedingungen regionaler Medien bei kartellrechtlichen Bewertungen stärker berücksichtigt werden und
- für private Rundfunkveranstalter vergleichbare Rahmenbedingungen geschaffen werden, wie sie bereits für Presseverlage existieren oder vorgesehen sind, etwa in § 38 Abs. 3 GWB.

Deutschland verfügt über den vielfältigsten privaten Rundfunkmarkt in Europa. Gerade deshalb ist es elementar, dass die Zukunftsfähigkeit dieser Mediengattung nicht durch überholte wettbewerbsrechtliche Rahmenbedingungen gefährdet wird und zukunftsfähig bleibt.

Die APR vertritt bundesweit die Interessen von über 240 privaten Radio- und Fernsehsendern aus Deutschland und setzt sich insbesondere für die Förderung der Vielfalt, Qualität und der wirtschaftlichen Interessen des privaten Rundfunks ein. Damit ist die APR der mitgliederstärkste Hörfunkverband in Deutschland; die Medienprodukte der APR-Mitgliedsunternehmen erreichen täglich über 50 Millionen Menschen in ganz Deutschland.

Der Vorstand der APR steht Ihnen gerne für weitere Erläuterungen auch im persönlichen Gespräch zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen


Prof. Dr. Holger Paesler
Geschäftsführer