



FAQ für Medienintermediäre in Sachen Transparenz

Durch das Inkrafttreten des Medienstaatsvertrags am 7. November 2020 wurde die Medienregulierung in Deutschland modernisiert. Seither gibt es erstmals ausdifferenzierte Vorgaben für sogenannte Medienintermediäre als wesentliche Mittler zwischen Nutzenden und Inhabern, um auch dort eine Vielfalt an Inhalten sicherzustellen. Eine zentrale Säule der Vorgaben ist die Verpflichtung, alle für die Zusammenstellung der Angebote wesentlichen Kriterien transparent zu machen. Sprich: Nutzer:innen zu erklären, weshalb sie welche Inhalte (nicht) angezeigt bekommen und Inhabern aufzuklären, nach welchen Kriterien ihre Inhalte erfolgreich ausgespielt werden – oder auch nicht.



Unsere Erfahrungen aus knapp drei Jahren Regulierungspraxis und das Inkrafttreten des Digital Services Act (DSA) nehmen wir zum Anlass, mittels FAQ zusätzliche Orientierung bei der Umsetzung der maßgeblichen Vorgaben anzubieten. Denn im Interesse aufgeklärter Nutzer:innen und vielfältiger Inhalte sind weitere Anstrengungen in Sachen Transparenz dringend erforderlich. Daher führen wir im nachfolgenden einige Beispiele an, welche Mindeststandards hierbei nicht unterschritten werden sollten.

Mittlerweile unterliegen zumindest einige Medienintermediäre auch den Regelungen des DSA. Genügt es, wenn ein Medienintermediär zukünftig nur noch die Vorgaben des DSA einhält?

DSA und Medienstaatsvertrag nutzen mit der Verpflichtung zu Transparenz zwar ähnliche Mechanismen. Sie unterscheiden sich jedoch deutlich in ihren Zielen, denn bei den Transparenzvorgaben nach MStV geht es ganz spezifisch um die Sicherung von Meinungs- und Medienvielfalt. Die Vorgaben des MStV gelten daher weiterhin und sind von den Medienintermediären entsprechend umzusetzen.

Genügt es, die Nutzer:innen beispielsweise beim Öffnen der App durch ein Banner über die Transparenzangaben zu informieren?

Nein. Ein Banner ist zwar für einen kurzen Moment relativ prominent wahrnehmbar – danach aber eben nicht mehr. Transparenzangaben müssen hingegen während des gesamten Nutzungsvorgangs verfügbar sein und dürfen nicht lediglich zu Beginn der Nutzung eines Dienstes/einer Webseite aufscheinen und „Wegklickbar“ sein.

Ist es ausreichend, Transparenzangaben in der App bereit zu stellen?

Alle Nutzer:innen und Inhabhaber:innen sollen sich darüber informieren können, wie ein Medienintermediär funktioniert – und zwar bereits, wenn sie potentiell Interesse an der Nutzung des Dienstes haben. Transparenzangaben müssen daher unabhängig von einem Einloggen in den Dienst zur Verfügung stehen und auf allen Zugangswegen (Desktop, Mobil, Apps) angeboten werden.



Nahezu alle Medienintermediäre ermöglichen es, über ein Suchfeld nach spezifischen Inhalten zu fragen. Ist es ausreichend, wenn die Transparenzangaben über diese Suche zu finden sind?

Nein. In der Regel ist ein beschrifteter Link erforderlich, über den die Nutzer:innen zu den Informationen geführt werden. Nicht ausreichend ist es, wenn eine aktive Sucheingabe erforderlich ist. Eine Platzierung des Links hinter allgemeinen Icons wie „Menü“, „Einstellungen“ oder „Profil“ ist nur dann leicht wahrnehmbar, wenn die Nutzenden dieses Icon für die Navigation auch regelmäßig nutzen müssen, weil keine anderen Steuerungselemente für die Navigation – wie bspw. Links am Ende der Seite – zur Verfügung stehen.



Wie soll der Link heißen?

Die konkrete Bezeichnung des Links ist für die leichte Wahrnehmbarkeit entscheidend. Aus Nutzerperspektive hat sich eine möglichst konkrete Bezugnahme auf die Reihenfolge der Inhalte bewährt, beispielsweise „So funktioniert das Ranking“. Allgemeinere Hinweise zur Funktionsweise des Dienstes wurden von den Nutzer:innen hingegen regelmäßig nicht mit den Transparenzangaben in Verbindung gebracht. Da die Transparenzverpflichtungen nach DSA und MStV sich grundlegend unterscheiden gehen wir davon aus, dass eine leichte Wahrnehmbarkeit nicht über einen Link „Angaben nach DSA“ erreicht werden kann.



Es gibt neben den Transparenzangaben noch weitere Informationspflichten, die die Anbieter erfüllen müssen. Das alles auf einer Seite umzusetzen ist in der Praxis nicht immer einfach. Dürfen die Angaben daher über mehrere Klicks gestaffelt werden?

Über den Link müssen die Nutzer:innen in max. 2 Klicks zu allen wesentlichen Informationen an einem Stück gelangen. Weiterführenden Link-Kaskaden sollte daher stets ein entsprechender One-Pager mit allen wesentlichen Basisangaben vorgeschaltet sein.



Was heißt eigentlich „leicht verständlich“ – und wie funktioniert das bei Sprachassistenten?

Sämtliche Transparenzangaben sind zunächst einmal in deutscher Sprache vorzuhalten. Für eine leichte Verständlichkeit sollten kurze Sätze ohne technische Ausdrücke gewählt und konkrete Beispiele oder Schaubilder zur Erläuterung verwendet werden. Auch zu viele Anglizismen können zu einer schlechteren Verständlichkeit führen. Mit Blick auf die Gewährleistung von Barrierefreiheit sollten stets Texterläuterungen vorgehalten werden, bei Sprachassistenten sollte es hingegen möglich sein, sich auf Wunsch die Transparenzangaben vorlesen zu lassen. Im Übrigen genügt es, wenn der Sprachassistent auf Anfrage zu einer möglichst breiten Anzahl an Formulierungen die Nutzer:innen auf die Transparenzangaben hinweist, die dann (mit Medienbruch) bspw. auf einer Webseite aufgerufen werden können.



Impressum

die medienanstalten – ALM GbR
Gemeinsame Geschäftsstelle
Friedrichstraße 60
10117 Berlin

Feedback und Fragen nehmen
wir gerne entgegen unter
info@die-medienanstalten.de

Verantwortlich:

Dr. Wolfgang Kreißig
DLM-Vorsitzender
+49 30 20 646 90-0
info@die-medienanstalten.de
www.die-medienanstalten.de

Stand: Oktober 2023