

Newsletter

die medienanstalten - Newsletter Oktober 2021

Liebe Leserinnen und Leser,

Deutschland hat gewählt. Unabhängig von der inhaltlichen Ausgestaltung der Medien- und Netzpolitik in den bevorstehenden Koalitionsverhandlungen, ist eines klar: Eine wirkungsvolle Sicherstellung von Medien- und Meinungsvielfalt kann nur gelingen, wenn Bundes- und Länderinitiativen kohärent ineinandergreifen. Dabei ist und bleibt es Aufgabe der Medienanstalten, die Medien- und Meinungsfreiheit zu sichern. Das braucht spezifische Regelungen sowie eine staatsferne und unabhängige Aufsicht, auch im Internet. Daher ist für uns wichtig, dass diese besondere Stellung der Medien und der Medienaufsicht auch bei den weiteren Überlegungen in Berlin zur digitalen Medienwelt und in Brüssel vor allem zum Digital Services Act und Media Freedom Act beachtet wird.

Was uns in den letzten Monaten beschäftigt hat, können Sie in unserem zweiten Newsletter nachlesen. Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre.

Dr. Wolfgang Kreißig
Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten

[Newsletter-Anmeldung](#)

Aktuelle Schwerpunkte



Klargestellt: Influencer-Marketing

Jahrelang war das Verhältnis zwischen Medien- und Wettbewerbsrecht im Bereich Influencer-Marketing unklar. Der [Bundesgerichtshof](#) hat nun in drei Fällen zur Kennzeichnung von Werbung die langjährige Praxis der Medienanstalten - festgehalten im [Leitfaden Werbekennzeichnung Online-Medien](#) - bekräftigt. Auch bei der diesjährigen #watchdog21-Veranstaltung der Medienanstalten dreht sich alles um Werbung.

Verlässliche Medienaufsicht in der digitalen Medienwelt

Das Bundesverfassungsgericht hat in seiner [Entscheidung zum Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag](#) auch die Notwendigkeit bekräftigt, Meinungsvielfalt und Informationsqualität insbesondere mit Blick auf Phänomene wie Desinformation und Fake News zu sichern. Damit ist auch für die Medienanstalten eine verlässliche Finanzierungsbasis geschaffen, um ihre Aufsicht in der digitalen Medienwelt weiterhin zielgerichtet auszuüben.

Gesucht: Private Public-Value-Inhalte

Am 30. September 2021 lief die Frist zur Einreichung von Anträgen zur Listung als Public-Value-Angebot ab. Diese werden von einer leichten Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen profitieren. Privaten Anbietern soll mit einer höheren Aufmerksamkeit ein Anreiz geboten werden, auch weiterhin gesellschaftlich relevante Inhalte bereitzustellen. Weit über 300 Anträge sind bei der verfahrensführenden Landesanstalt für Medien NRW eingegangen. Mit einer Entscheidung über die Vergabe gemäß der [Public-Value-Satzung](#) wird bis Frühjahr 2022 gerechnet.

Aufsicht und Zulassung



Bevorzugte Darstellung von Inhalten in Google Search auf gerichtlichem Prüfstand

Die priorisierte Darstellung des Nationalen Gesundheitsportals gesund.bund.de durch Google Search wurde von den Medienanstalten als eine unbillige Behinderung anderer Anbieter von journalistisch-redaktionellen Inhalten beanstandet. Dagegen geht Google nun gerichtlich vor. Hinter dem Einzelfall steht die grundsätzliche Frage, inwieweit bestimmte Inhalte in der Google Suche bevorzugt dargestellt werden dürfen.

Weitere Satzungen in Kraft

Bis auf die Medienintermediärs-Satzung sind mittlerweile alle Satzungen in Kraft getreten und ergänzen die tägliche Aufsichtstätigkeit der Medienanstalten. Im [Service-Bereich der Webseite der Medienanstalten](#) finden Sie alle neuen Satzungen sowie den Entwurf der noch ausstehenden Satzung.

Forschung und Programmbeobachtung



Studie zu Influencer-Werbung an Kinder

Eine Studie des Zentrums für Wissenschaft und Forschung | Medien e. V. (ZWF/Medien) im Auftrag der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) zeigt Handlungsbedarf im Bereich Influencer-Werbung auf. Als besonders bedenklich

fielen Werbeformen auf, die Kinder zu Kaufhandlungen verleiten, damit sie Zutritt zu exklusiven Community-Netzwerken der Influencer erhalten. Das 12-minütige [Video](#) zur Vorstellung der [Studie \(Langfassung\)](#) gibt Aufschluss.

Intermediäre und Meinungsbildung

Mit Inkrafttreten des Medienstaatsvertrags wurde das Tätigkeitsfeld der Medienanstalten auf [Medienintermediäre](#) ausgeweitet. Das [Panel der Gremienvorsitzendenkonferenz der Medienanstalten \(GVK\)](#) auf den Münchner Medientagen stellt Projekte im Themenfeld vor, die sich mit Fragen der Transparenz, Diskriminierungsfreiheit und Vielfaltssicherung beschäftigen. Behandelt werden die digitale Nachrichtenkompetenz von Nutzerinnen und Nutzern in Deutschland, die politische Kommunikation im Superwahljahr, die Systematik hinter den Google Schlagzeilenempfehlungen und die aktuelle Umsetzung von Transparenz vorgaben.

Aktuelle Gesetzgebungsverfahren

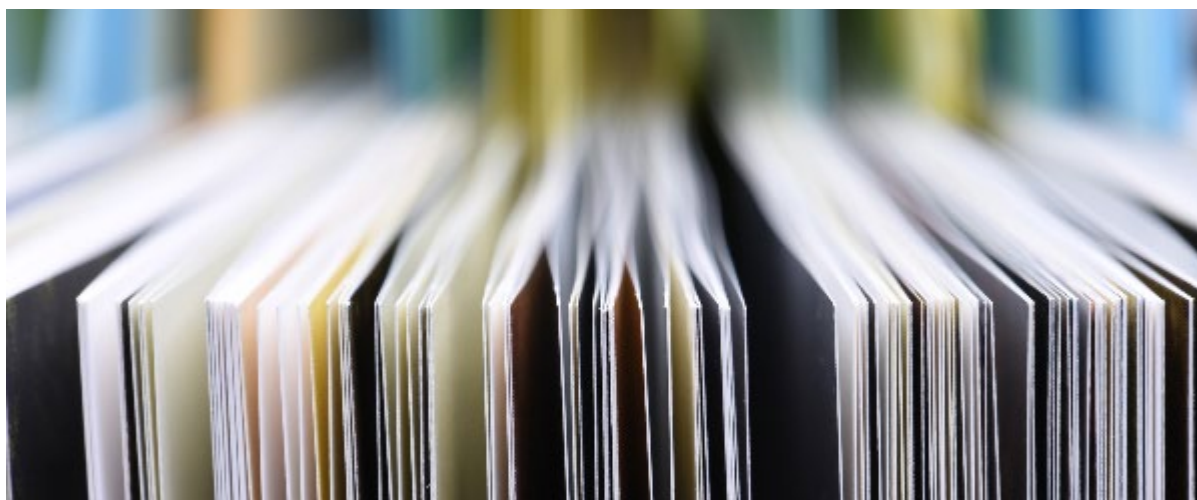


Staatsferne, effektive Aufsicht auch in Europa sicherstellen

Die Medienanstalten haben im Rahmen ihrer politischen Arbeit in Brüssel die [Initiativen zum Gesetz über digitale Dienste \(Digital Services Act - DSA\)](#) begrüßt, weisen allerdings auf die nötige Verankerung von passgenauen Regulierungs- und Durchsetzungsinstrumenten hin, um eine effektive, sektorübergreifende, europäische Medienregulierung in Zukunft zu ermöglichen.

Weitere Impulse könnten im kommenden Jahr auch vom European Media Freedom Act ausgehen, der speziell auf den Mediensektor und die Freiheiten der Medien zugeschnitten sein soll. Die EU-Präsidentin Ursula von der Leyen wies in ihrer jüngsten [Ansprache zur Lage der Union](#) darauf hin. Die Medienanstalten bringen sich auch in diese Bemühungen über die [European Regulators Group for Audiovisual Media \(ERGA\)](#) ein. Dabei wirken wir stets darauf hin, dass die Ausgestaltung der Umsetzungs- und Vollzugsstrukturen in den verschiedenen Rechtsinstrumenten dem mitgliedstaatlichen Subsidiaritätsprinzip und dem Prinzip der staatsfernen unabhängigen Aufsicht Rechnung trägt.

Publikationen



Digitalradioempfang deutlich beschleunigt

Die Funktionsvielfalt des digitalen Hörfunks überzeugt immer mehr Nutzerinnen und Nutzer, auf digitale Empfangsgeräte umzusteigen. Fünf Millionen mehr DAB+-Radios in deutschen Haushalten und eine Netto-Digitalisierungsquote von 66 Prozent zeigen dies deutlich. Weitere Ergebnisse können Sie im [vierten Digitalisierungsbericht Audio](#) nachlesen und in der [Video-Aufzeichnung des Digitalradiotags](#) ansehen.

Ausblick und Termine

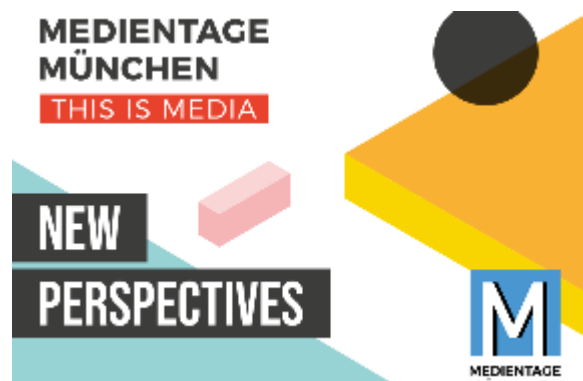


Medientage München Vorstellung Digitalisierungsbericht Video

25. Oktober 2021, 16:25 bis 17:10 Uhr

[Termin im Kalender eintragen](#)

[Veranstaltungsseite](#)



Medientage München Vorstellung Vielfaltsbericht

26. Oktober 2021, 13:00 bis 13:25 Uhr

Thema: Kernbefunde Studie "Intermediäre und Meinungsbildung"

[Termin im Kalender eintragen](#)

[Veranstaltungsseite](#)
