

Newsletter

die medienanstalten - Newsletter Oktober 2022

Liebe Leserinnen und Leser,

der Herbst ist für die Medienanstalten traditionell die Zeit der Veröffentlichung unserer Forschungsergebnisse zur Digitalisierung von Audio und Video sowie der Präsentation unseres jährlichen Vielfaltsberichts. Unsere Forschungsergebnisse sind wichtige Grundlage für unsere Aufsichtstätigkeit. Gleichzeitig reichern wir mit ihrer Veröffentlichung auch den öffentlichen Diskurs an.

Zukünftig werden Sie in unserem neuen Forschungsportal "[FaktenImpulse](#)" in kürzeren Veröffentlichungsintervallen das Neueste aus unserem Forschungslabor finden. Der zuletzt vorgestellte Transparenz-Check zur Wirkung der Kennzeichnung von politischer Werbung zeigt, dass das Potential von Kennzeichnungen noch lange nicht ausgeschöpft ist. Ebenso hat die Studie „Medienintermediäre transparent“ klares Nachbesserungspotential bei der Umsetzung der Transparenzangaben durch Google, YouTube, Instagram & Co zu Tage gebracht.

Ab Frühjahr 2023 müssen die von den Medienanstalten bestimmten Public-Value-Angebote leicht auffindbar sein. Plattformen und Benutzeroberflächen sind hier in den nächsten Monaten gefordert, entsprechende Maßnahmen zur Umsetzung zu ergreifen. Die Medienanstalten stehen mit Anbietern und ihren Verbänden dazu im Austausch. Exklusiv für Sie als Abonnentin und Abonnent unseres Newsletters können Sie einen Gastbeitrag zur Genese und Umsetzung der leichten Auffindbarkeit von Public-Value-Angeboten [hier](#) nachlesen.

Ich wünsche viel Spaß bei der Lektüre.

Dr. Wolfgang Kreißig

Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten

[Newsletter-Anmeldung](#)

Aktuelle Schwerpunkte



Qualitätssiegel Public-Value

In einem in Europa einmaligen Verfahren haben die Medienanstalten nach einer öffentlichen Ausschreibung diejenigen Angebote bestimmt, die in besonderem Maße zur Meinungs- und Angebotsvielfalt beitragen und damit zukünftig auf Benutzeroberflächen leicht auffindbar sein müssen. Jetzt sorgen die Medienanstalten für die Umsetzung. Dazu stehen sie in engem Austausch mit den Anbietern von Benutzeroberflächen und deren Verbänden und erwarten, dass die Vorgaben auch von allen zeitnah umgesetzt werden. Welche Angebote Public-Value-Status haben und wie eine mögliche Listung auf dem Smart-TV aussehen könnte, erfahren Sie auf der [Themenseite Public-Value](#) der Medienanstalten.

Aufsicht und Zulassung



Mehr Transparenz zur Funktionsweise von Medienintermediären nötig

Transparenz im Netz bedeutet für Nutzerinnen und Nutzer auch, dass sie nachvollziehen können, warum ihnen bestimmte Inhalte auf Ergebnisseiten von Suchmaschinen- oder Video-Plattformen angezeigt werden. Über 80 Prozent der Befragten der Studie der Medienanstalten „Medienintermediäre transparent“ sind an

solchen Informationen interessiert. Allerdings sind die gesetzlich vorgeschriebenen Transparenzangaben bei den untersuchten Medienintermediären Google, YouTube und Instagram nicht leicht zu finden. Die Verbesserung der Umsetzung durch Medienintermediäre muss nun erfolgen. In einem Video fassen die Medienanstalten die Studienergebnisse zusammen, ordnen sie regulatorisch ein und erläutern die nächsten Schritte der Aufsicht. Das Video kann über diesen [Link](#) aufgerufen werden.

Kooperation und KI im Kampf gegen Hasskriminalität

Meinungsfreiheit schützen, Recht gemeinsam sichern und Demokratie ermöglichen – darum geht es beim Vorgehen gegen Delikte der Hasskriminalität im Internet im Rahmen der Arbeit der Medienaufsicht. Denn digitale Gewalt ist reale Gewalt. Heute arbeiten die vierzehn Medienanstalten in Deutschland mit einer speziell für die Ansprüche der Medienaufsicht entwickelten KI-Lösung, die beim Monitoring des Netzes unterstützt. Mehr über das Tool KiVi erfahren Sie [hier](#) auf der Webseite der Medienanstalt NRW.

Forschung und Programmbeobachtung



FAKTEN + IMPULSE: Neues Forschungsportal der Medienanstalten mit Studienergebnissen und Selbsttests zum Medienwissen

Die Medienanstalten präsentieren in ihrem neuen Forschungsportal "[FaktenImpulse](#)" Ergebnisse verschiedener empirischer Untersuchungen. Es handelt sich dabei um eine eigene Website. Neben pointierten Artikeln und Debattenbeiträgen interner und externer Autorinnen und Autoren wird auch eine Fülle an Datenmaterial bereitgestellt. Anhand von interaktiven Grafiken werden die Ergebnisse der Studien anschaulich und gleichzeitig in ihrer Tiefe aufbereitet und vermittelt. Im Selbsttest „[Wo stehst du?](#)“ ist es für die Nutzerinnen und Nutzer möglich, Teile der Befragungen selbst zu beantworten und die eigenen Antworten in Bezug auf die Studiendaten einzuordnen.

Auffindbarkeit von Transparenzangaben von Medienintermediären

Die Auffindbarkeit von Transparenzangaben bei Medienintermediären lässt zu wünschen übrig. Im Vergleich schneidet Google zwar noch am besten ab. Doch nur 16 Prozent finden die Transparenzangaben, ohne auf einer der beiden nötigen Navigationsebenen zu scheitern; bei YouTube sind es 11 Prozent. Bei Instagram

waren sechs Klicks nötig. Nur 4 Prozent schafften das, ohne auf mindestens einer der Seiten zwei Mal an der falschen Stelle zu klicken. Weitere Ergebnisse der Studie „Medienintermediäre transparent“ stehen als Chartreport zum [Download](#) auf der Webseite der Medienanstalten bereit.

Wirkt die Kennzeichnung von politischer Werbung?

Bezahlte politische Werbung im Netz wird häufig nicht als solche erkannt. Die Befunde des Transparenz-Checks zur politischen Werbung der Medienanstalten zeigen, dass die gesetzlichen Kennzeichnungs- und journalistische Sorgfaltspflichten für Online-Medien grundsätzlich wirken. Allerdings greifen sie vor allem dann, wenn Mediennutzerinnen und -nutzer über solides Medienwissen verfügen. Die Ergebnisse der Studie und weiterführende Artikel zum Thema finden Sie im neuen [Forschungsportal der Medienanstalten](#).

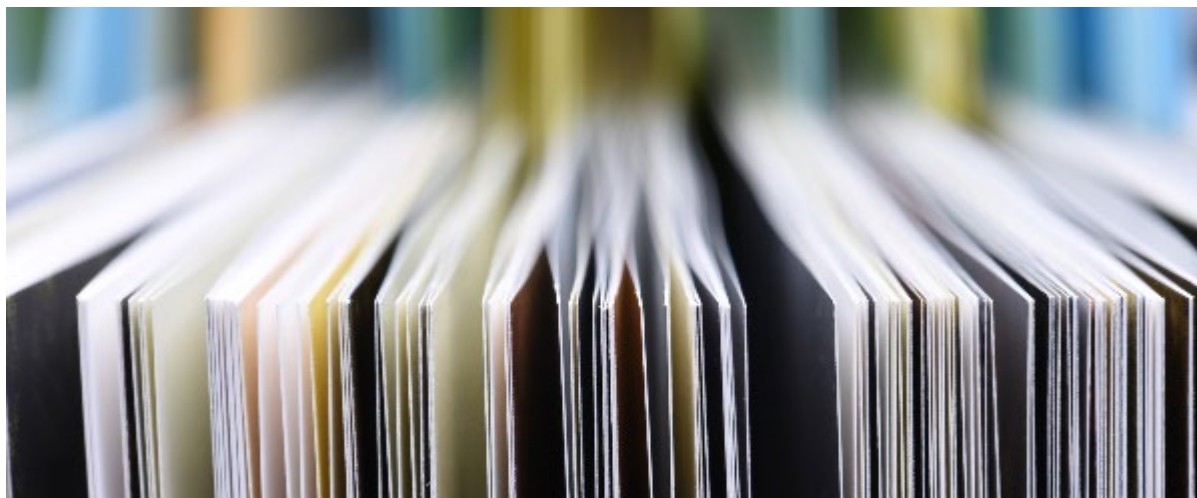
Aktuelle Gesetzgebungsverfahren und Urteile



Gericht stärkt die Stellung der Kommission für Jugendmedienschutz

Von den Beschlüssen des Obergerichtes des Landes Nordrhein-Westfalen im Fall von zwei im EU-Ausland ansässigen Anbietern, die pornografische Inhalte in Deutschland anbieten, geht eine starke Signalwirkung für die Medienaufsicht der Länder aus. Ausländische Anbieter von pornografischen Inhalten können ihre Angebote in Deutschland nur mit nach deutschem Recht verpflichtend einzusetzenden Altersverifikationssystemen zugänglich machen. Die Landesanstalt für Medien NRW und die Kommission für Jugendmedienschutz hatten die in Deutschland frei zugänglichen Inhalte von Porno-Anbietern mit Sitz in Zypern beanstandet. Die Eilanträge von zwei Anbietern auf vorläufigen Rechtsschutz wurden zurückgewiesen. Die Beschlüsse sind unanfechtbar. Weitere Informationen sind auf der [Webseite](#) des Obergerichtes verfügbar.

Publikationen



Video Trends 2022 - Präsentation und Diskussion am 18.10.2022

Mit dem „Digitalisierungsbericht Video“ gehen die Medienanstalten dieses Jahr neue Wege: Die aktuellsten Daten zu Entwicklungen im TV- und Videobereich heißen jetzt „Video Trends 2022“. Umbrüche auf dem Bewegtbildmarkt, geänderte Nutzungsgewohnheiten, neue Fragen für die Regulierung durch Connected TV, Streaming und die steigende Bedeutung von Benutzeroberflächen: Diese und weitere Video Trends diskutieren wir nach der Vorstellung der Studienergebnisse mit Branchenexpert:innen am 18. Oktober 2022, 18:00 bis 18:45 Uhr anlässlich der Medientage München. Programminformationen gibt es auf der [Webseite der Medientage München](#).

Audio Trends 2022 lösen Digitalisierungsbericht Audio ab

Seit 2013 erheben die Medienanstalten jährlich Daten zur Entwicklung des digitalen Hörfunks in Deutschland. Der „Digitalisierungsbericht Audio“ dient der Branche und der Politik als zuverlässiger und unabhängiger Indikator für die Entwicklung des digitalen Hörfunkempfangs. Mit dem diesjährigen Bericht gehen die Medienanstalten neue Wege. Die kompakte, rein digitale Publikation heißt jetzt „Audio Trends 2022“. Die Ergebnisse zeigen: Radio muss auch in der digitalen Welt relevant bleiben. Zentral ist deshalb, dass es auf allen wichtigen Plattformen, und vor allem auch im Auto, aufgefunden wird. Das ist die größte Herausforderung der kommenden Jahre, der sich die staatsfern organisierten Medienanstalten im Dialog mit Audio-Anbietern stellen werden. Die Ergebnisse als [PDF](#) oder als [Video](#)-Präsentation und weitere Informationen finden Sie auf der Webseite der Medienanstalten.

Im Dialog

Gremienvorsitzendenkonferenz fördert gesellschaftlichen Dialog

Die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) der Medienanstalten trifft die Auswahlentscheidung bei der Belegung von Plattformen und für die Zuweisung von drahtlosen Übertragungskapazitäten an private Anbieter. Außerdem berät sie über Angelegenheiten, die in der (Medien-)Gesellschaft, der Medienpolitik und für die Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten von Bedeutung sind. Für die Jahre 2022 und 2023 hat sie sich Themenschwerpunkte in den Bereichen lokale und regionale Medienvielfalt, Medienkompetenz, Medienintermediärsregulierung sowie im Bereich Kinder- und Jugendmedienschutz gesetzt. Um den gesellschaftlichen Dialog zu fördern, organisiert sie am 19. Oktober das Panel [„Going local for democracy: Zur Förderung von Meinungsfreiheit, Medienvielfalt und Demokratie“](#) auf den Medientagen München und am

4. November ein Symposium zu Kinder- und Jugendmedienschutz in Berlin. Letztere Veranstaltung erfolgt auf persönliche Einladung. Mehr Informationen zur GVK finden Sie [hier](#).

Ausblick und Termine

Vorstellung Video Trends 2022 auf den Medientagen München

18. Oktober 2022, 18.00 - 18:45 Uhr in München

Mehr Informationen zum Panel auf der [Veranstaltungsseite der Medienanstalten](#) und der [Webseite der Medientage München](#)

GVK-Panel "Going Local for Democracy" auf den Medientagen München

19. Oktober 2022, 11:55 - 12:40 Uhr, München

Mehr Informationen zum Panel auf der [Veranstaltungsseite](#) der Medienanstalten und der Webseite der [Medientagen München](#)

Safeguarding Freedom - Protecting Democracy

8. November 2022, 12:30 - 17:00 Uhr, Brüssel

Eine Möglichkeit zur Registrierung erfolgt in Kürze auf der [Veranstaltungsseite der Medienanstalten](#)

#watchdog22: Eindeutig Online!

17. November 2022, 17:20 - 19:45 Uhr, Köln und Live-Stream über die [Veranstaltungsseite der Medienanstalten](#)

[Impressum](#)

[Datenschutzerklärung](#)

[Newsletter abbestellen](#)

die medienanstalten - ALM GbR
Friedrichstraße 60, 10117 Berlin

Für die ALM GbR und Herausgeber: Dr. Wolfgang Kreißig (DLM-Vorsitzender)
Redaktion: Dr. Anja Bundschuh
Kontakt: kontakt@die-medienanstalten.de