

Berlin, 02.11.2021

Positionspapier der Gremienvorsitzendenkonferenz der Medienanstalten

Positionierung der GVK zu Transparenz bei Medienintermediären

1 Mehr Transparenz bei Medienintermediären für Nutzende

Suchmaschinen, Soziale Netzwerke und andere Medienintermediäre werden für Meinungsbildungsprozesse immer wichtiger. Umso notwendiger ist es, dass die Funktionsweise von Medienintermediären für Nutzende nachvollziehbar ist. Um dies zu gewährleisten, fordert die GVK verstärkte Bemühungen um Transparenz seitens der Anbieter von Medienintermediären.

Fast die Hälfte der Bevölkerung nutzt täglich Medienintermediäre, um sich über das aktuelle Zeitgeschehen zu informieren¹. Welche Informationen und Meinungen dabei die Nutzenden erreichen, hängt in erheblichem Maße von den teils automatisierten und teils nicht-automatisierten Verfahren der Medienintermediäre ab. Ob diese Verfahren im Sinne der Nutzenden gestaltet sind, ist jedoch fraglich und wird – wie jüngst im Falle Facebooks – kontrovers diskutiert. Nur ein Mehr an Transparenz seitens der Anbieter von Medienintermediären kann an dieser Stelle für Gewissheit sorgen. Durch angemessene Information der Nutzenden ist sicherzustellen, dass die freie Meinungsbildung, die essentiell für unsere Demokratie ist, nicht gefährdet wird.

Ein wichtiger Schritt zu mehr Transparenz wurde mit der Verabschiedung des Medienstaatsvertrages im letzten Jahr getan. Anbieter sind nun verpflichtet, Nutzende durch Transparenzangaben über die Funktionsweise von Medienintermediären aufzuklären. Die Landesmedienanstalten stellen als unabhängige Regulierungsbehörden sicher, dass die notwendigen Informationen bereitgestellt werden. Mit Inkrafttreten der Satzung über Medienintermediäre im Januar 2022 werden Verstöße gegen die Transparenzvorgaben des Medienstaatsvertrages von den Landesmedienanstalten auch von Amtswegen geahndet.

Gesellschafter

Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (brema)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (LPR Hessen)
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Medienanstalt Rheinland-Pfalz
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

Neben der Regulierung ist jedoch weiterhin der gesellschaftliche Diskurs über Transparenz bei Medienintermediären unter Einbeziehung gesellschaftlicher Gruppen in konstruktiver Weise fortzusetzen. Die GVK hat zu diesem Zweck einen engen Austausch mit zivilgesellschaftlichen Organisationen initiiert. Mit Expert:innen für Intermediäreⁱⁱ und Vertreter:innen gesellschaftlicher Gruppenⁱⁱⁱ wurde intensiv erörtert, wie das aktuelle Transparenzniveau bei Medienintermediären zu beurteilen ist und welche Anforderungen an Transparenzangaben von Medienintermediären zu stellen sind.

Auf Grundlage dieses Austauschprozesses nimmt die GVK wie folgt Stellung:

Anbieter von Medienintermediären sollten ihre Bemühungen für Transparenz verstärken. Insbesondere gilt es:

1. die Vielfalt der Bedarfe der Nutzenden zu berücksichtigen.

Die Gesamtheit der Nutzenden von Medienintermediären ist von Vielfalt geprägt. Zu den Nutzenden zählen ebenso Einzelpersonen wie Organisationen, kommerzielle wie auch private Nutzende sowie Menschen mit höherer und Menschen mit geringerer Medienkompetenz. Transparenzangaben von Medienintermediären müssen diese Vielfalt widerspiegeln und dürfen nicht auf einen eng gefassten Idealtypus des Nutzenden zugeschnitten sein. Der Vielfalt an Bedarfen ist vielmehr mit einer Vielfalt der Inhalte und Darstellungsformen von Transparenzangaben zu entsprechen.

2. die Vielfalt der Ziele von Transparenz zu berücksichtigen.

Transparenz von Medienintermediären ist kein Selbstzweck. Vielmehr schafft sie die Grundvoraussetzungen für eigenständiges Handeln der Nutzenden. Transparenzangaben sollten Nutzende in die Lage versetzen, Medienintermediäre zu vergleichen und jenen Medienintermediär auszuwählen, der ihren Anforderungen am ehesten gerecht wird. Zudem sollten sie es Nutzenden erleichtern, die ausgewählten Medienintermediäre in jener Form zu nutzen, die ihren Interessen am besten entsprechen. Sinnvoll ist es, Transparenzangaben sowohl in Gänze an einem zentralen Ort als auch auszugsweise im Kontext der jeweils angezeigten Inhalte anzubieten.

3. die Vorgänge von Medienintermediären aus vielfältiger Perspektive transparent zu machen.

Verfahren von Medienintermediären lassen sich in unterschiedlicher Weise verständlich machen. Die Verfahren der Medienintermediäre, die für die Meinungsbildung prägend sind, sollten den Nutzenden daher aus verschiedenen Perspektiven erläutert werden. Ein Grundverständnis der technischen Prozesse von Medienintermediären mag für Nutzende dabei ebenso wichtig sein, wie ein Grundverständnis der wirtschaftlichen Ziele nach denen Medienintermediäre gestaltet sind.

4. Einflussmöglichkeiten der Nutzenden aufzuzeigen.

Die Wirkung von Transparenzangaben realisiert sich im Handeln der Nutzenden. Nur wenn Informationen die Handlungsmöglichkeiten für Nutzende erweitern, haben sie ihren Zweck erfüllt. Um dies zu gewährleisten, sollten Transparenzangaben die Handlungsmöglichkeiten, die Nutzenden gegeben sind, darlegen und erläutern. Dies gilt insbesondere für Einstellungsmöglichkeiten, die von Medienintermediären für Nutzende bereitgestellt werden.

Um sich dafür einzusetzen, dass die genannten Anforderungen erfüllt werden, setzt die GVK den begonnenen Austausch mit zivilgesellschaftlichen Organisationen fort. Darüber hinaus lädt die GVK insbesondere die Anbieter von Medienintermediären ein, sich diesem Austausch anzuschließen. Eine erste Gelegenheit bietet das diesjährige Symposium der GVK am 22. November 2021.

Das Thema der Transparenz wird neben dem angesprochenen Regulierungsauftrag und dem erläuterten Diskurs auch unter dem Aspekt der Medienkompetenz weiter behandelt, für deren Vermittlung sich die Landesmedienanstalten intensiv einsetzen.

ⁱ Dies ist ein Ergebnis der jährlich durchgeführten Studie „Intermediäre und Meinungsbildung“ der Medienanstalten – zu finden unter: <https://www.die-medienanstalten.de/themen/forschung/intermediaere-und-meinungsbildung>

ⁱⁱ Folgende Organisationen haben sich unter anderem im Rahmen einer Expertenbefragung beteiligt:

1. Digitale Gesellschaft
2. Forum Informatiker für Frieden und gesellschaftliche Verantwortung
3. Gesellschaft für Freiheitsrechte.
4. iRights.Lab
5. Stiftung Neue Verantwortung

ⁱⁱⁱ Folgende Organisationen haben sich durch Stellungnahmen beteiligt:

1. Deutscher Bundesjugendring
2. Deutscher Gewerkschaftsbund
3. Industrie- und Handelskammer Reutlingen für den Deutschen Industrie- und Handelskammertag
4. Deutscher Journalisten-Verband
5. Deutscher Kinderschutzbund Bundesverband
6. Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz
7. Sozialverband VdK Deutschland
8. Verbraucherzentrale Bundesverband
9. Vertretung der Evangelischen Kirchen und der Diakonischen Werke

die medienanstalten
Gemeinsame Geschäftsstelle
Friedrichstraße 60
10117 Berlin

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