



PRESSEMITTEILUNG

26. Oktober 2020

MEDIENTAGE MÜNCHEN 2020 vom 24. bis 30. Oktober

Der Medienstaatsvertrag ist da – wie geht es jetzt weiter?

„Es geht um Transparenz und Auffindbarkeit“

München – Expertinnen und Experten aus den Bereichen Medienpolitik, Medienaufsicht und Medienwirtschaft haben im Rahmen der MEDIENTAGE MÜNCHEN darüber diskutiert, wie die Vorgaben des neuen Medienstaatsvertrages umgesetzt werden können. Dabei standen folgende Fragen im Mittelpunkt der Diskussion: Wie finden die Medienkonsumenten Inhalte, die nicht nur kommerziellen Informationscharakter haben, sondern künftig redaktionell nach den Vorgaben der journalistischen Sorgfaltspflicht erstellt werden sollen? Wie können Nutzerinnen und Nutzer von Mediendiensten nachvollziehen, ob die Informationen, die sie konsumieren, diesen Vorgaben entsprechen?

Der neue Medienstaatsvertrag berücksichtigt zusätzlich zum klassischen Rundfunk innerhalb des digitalisierten Medienmarktes stärker als zuvor auch Plattformanbieter und Intermediäre, falls diese meinungsbildende Inhalte anbieten. Paragraph 19 des neuen Staatsvertrags sieht für bestimmte Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten vor, dass sie anerkannten journalistischen Grundsätzen entsprechen müssen und sich Einrichtungen der freiwilligen Selbstkontrolle anschließen können. Als Plattformanbieter werden Unternehmen bezeichnet, die Rundfunkprogramme und Telemedien zu einem Gesamtangebot zusammenfassen und dieses dem Kunden zugänglich machen. Intermediäre sind Dienste wie zum Beispiel soziale Online-Netzwerke, Instant-Messenger, Suchmaschinen oder Videoportale. Sie erzeugen durch Aggregation, Selektion und Präsentation Aufmerksamkeit für Inhalte, die von ihnen selbst oder von anderen Anbietern erstellt wurden und die öffentliche Meinungsbildung der Gesellschaft beeinflussen können.

Heike Raab, die als Staatssekretärin der Landesregierung von Rheinland-Pfalz für die Koordination der Medienpolitik der Bundesländer zuständig ist, stellte fest, es lägen Studien vor, die belegen, dass die Desinformation der Nutzer von Mediendiensten zugenommen habe. Indem Anbieter von Inhalten mit meinungsbildender Wirkung in Zukunft alle drei Jahre dahingehend kontrolliert würden, ob sie die journalistische Sorgfaltspflicht einhielten, solle der wachsenden Desinformation entgegen gewirkt werden. „Der Kriterienkatalog, nach dem die Mediendienste überprüft werden, umfasst insgesamt acht Punkte, nach denen die Einhaltung der Vorgaben des Medienstaatsvertrag gewährleistet werden soll“, erklärte Raab. Zudem sollten sich redaktionelle Gesichtspunkte wie die Einhaltung der journalistischen Sorgfaltspflichten auf die Auffindbarkeit von Anbietern von Medieninhalten positiv auswirken. Beim Einsatz von Electronic Program Guides müsse in Zukunft erprobt werden, ob die Einhaltung der journalistischen Sorgfaltspflicht durch Medienanbieter in der Gestalt berücksichtigt werden könne, dass Nutzer journalistisch hochwertige Angebote leichter finden könnten. Als Electronic Program Guide werden elektronisch verbreitete Informationen über das aktuelle Hörfunk- und Fernsehprogramm bezeichnet.

Dr. Wolfgang Kreißig, Vorsitzender der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) und der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), ergänzte, dass „Ergebnisse der Suche nach journalistischen Inhalten“ für den Nutzer nachvollziehbar gemacht werden müssten. „Der Algorithmus spuckt Ergebnisse aus. Das ist technisch einfach“, sagte Kreißig. Er ergänzte, dass Transparenz soweit gehen müsse, „bis der Nutzer nachvollziehen kann, wie sortiert wird“.

Marie-Teresa Weber, Public Policy Managerin bei Facebook, erklärte, dass ihr Unternehmen mit „Faktencheckern“ wie zum Beispiel mit dem Recherchezentrum Correctiv zusammenarbeiten würde, das beispielsweise die Aussage einer oder mehrerer Personen anhand von nachprüfbaren, rationalen und objektiven Fakten überprüfe. „Im Zuge der Corona-Pandemie haben wir ein Covid-Informationszentrum eingerichtet, in dem unsere User nachvollziehen konnten, mit welchen Quellen wir arbeiten“, sagte Weber.

Daniela Beaujean, Geschäftsführerin und Justiziarin von VAUNET, dem Verband Privater Medien e.V., wies darauf hin, dass Intermediäre bisher „weniger reguliert“ gewesen seien als Plattformanbieter. Der Medienstaatsvertrag vergrößere den Regulierungsrahmen und stelle ihn auf eine breitere Basis. „Die Basisauffindbarkeit der Angebote unserer Mitglieder wird durch die klarere Unterscheidung von Intermediären und Plattformen verbessert“, betonte Beaujean.

Carine Chardon, Geschäftsführerin des Zentralverbands Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V. (ZVEI), erwiderte, dass die Begriffsdefinitionen nicht ausgereift seien. Anbieter von Benutzeroberflächen, die die Navigation durch verschiedene Anwendungen auf smarten Geräten, wie zum Beispiel Mobiltelefonen, Tablets, Computern und Fernsehern, erleichtern, würden durch den Medienstaatsvertrag nicht ausreichend von Anbietern von Plattformen für Mediendienste unterschieden. „Darunter leidet die Wettbewerbsfähigkeit von Anbietern von Benutzeroberflächen, da die Gestaltung von Benutzeroberflächen eingeschränkt sei“, führte Chardon weiter aus. Sie appellierte an die „Macher“ des Medienstaatsvertrages, sich „mit mehr Mut“ auf die „neue digitale Medienwelt einzulassen“.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.medientage.de.