

die medienanstalten-Pressemitteilung 22/2022 • Berlin 29.09.2022

Qualitätsprädiikat Public-Value

Medienanstalten veröffentlichen Listen der Angebote, die zukünftig auf Smart TVs und Benutzeroberflächen leicht auffindbar sein müssen

Vielfaltssicherung in der Medienlandschaft: 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.

Nach Abschluss des Bestimmungsverfahrens veröffentlichen die Medienanstalten heute die rechtsverbindliche alphanumerische Liste der Public-Value-Angebote, die in besonderem Maß einen Beitrag zur Meinungs- und Angebotsvielfalt in Deutschland leisten. Zudem wurde eine Empfehlung für die Reihenfolgen-Listen zur Umsetzung durch die Anbieter von Benutzeroberflächen für Bewegtbild-, Audioangebote und Telemedien auf dem Internetauftritt „die medienanstalten“ veröffentlicht.

„Mit der erfolgten Bestimmung von Public-Value Angeboten unterstützen die Medienanstalten besonders vielfaltsfördernde Medien in ihrer Arbeit. Gemeinsam leisten wir damit einen wichtigen Beitrag für journalistische Qualität und gegen Desinformation“, sagt Albrecht Bähr, Vorsitzender der Gremienvorsitzendenkonferenz der Landesmedienanstalten.

„Die strukturelle Sicherung von Meinungsvielfalt im dualen System durch das Kriterium der leichten Auffindbarkeit bestimmter, qualitativ hochwertiger Inhalte ist moderne Medienregulierung in der digitalen Welt. Der Medienstaatsvertrag hat damit die Möglichkeit eröffnet, die Erstellung gesellschaftlich besonders relevanter Inhalte zu honorieren und deren Refinanzierung zu verbessern“, betonte Dr. Wolfgang Kreißig, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten.

Die Bestimmung von Public-Value-Angeboten erfolgte auf Grundlage der Kriterien des Medienstaatsvertrags, welche die Medienanstalten in einer Satzung konkretisiert hatten. In Abstimmung mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk wurde die gemeinsame Listung öffentlich-rechtlicher und privater Angebote festgelegt. Mit der Veröffentlichung

Gesellschafter
Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (bema)
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)

ist das von der Landesanstalt für Medien NRW federführend geleitete Bestimmungsverfahren gemäß § 84 Abs. 5 Satz 1 MStV abgeschlossen.

„In den vertrauensvollen und konstruktiven Gesprächen mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk waren wir uns sehr schnell darüber einig, dass nur gemeinsame Listen und Listungen der beitragsfinanzierten und privaten Public-Value-Angebote den Gewohnheiten und Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer gerecht werden. Auf Basis dieses gemeinsamen Verständnisses konnten wir nun ein Ergebnis vorlegen, welches die Stärken beider Teile des dualen Systems in Deutschland abbildet“, berichtet Dr. Tobias Schmid, Direktor der Landesanstalt für Medien NRW, über den erfolgreichen Dialog zwischen Medienanstalten, ARD und ZDF.

„Hochwertiges Programm für die Menschen in Deutschland – das bieten wir in der ARD in digitalen Angeboten, wie der ARD Mediathek, im linearen Fernsehen mit dem Ersten und den Dritten Programmen und mit unseren Radiowellen. Maßgeblich für unseren Erfolg ist aber auch, dass unsere Angebote überall leicht auffindbar sind und alle Menschen erreichen. Dies soll durch den Medienstaatsvertrag und die neue Public-Value-Satzung nun praktikabel umsetzbar werden. Das begrüßen wir, denn von der guten Auffindbarkeit von Angeboten, die zur Meinungs- und Angebotsvielfalt beitragen, profitieren nicht nur die Anbieter, sondern vor allem die Nutzerinnen und Nutzer“, sagt Tom Buhrow, ARD-Vorsitzender.

Bereits im ersten Halbjahr haben die Medienanstalten mit den jeweiligen Verbänden von Smart TVs und Benutzeroberflächen die nächsten Umsetzungsschritte nach Veröffentlichung der Listen und Listungen im Dialog besprochen.

„Die umfangreichen Listen und Listungen von Public-Value-Angeboten stehen – sie sind nicht zuletzt ein Beweis für die Qualität unserer privaten Angebote“, sagt Dr. Thorsten Schmiege, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und Koordinator des für Benutzeroberflächen zuständigen Fachausschusses Infrastruktur und Innovation der DLM. „Jetzt sorgen wir für die leichte Auffindbarkeit der Public-Value-Angebote in der Praxis. Wir stehen dazu in engem Austausch mit den Anbietern von Benutzeroberflächen und deren Verbänden und erwarten, dass die Vorgaben auch von allen zeitnah umgesetzt werden.“

Die Gesetzgeberin sieht in ihrer Begründung zum Medienstaatsvertrag einen Umsetzungszeitraum von sechs Monaten vor.

Die gesammelten Dokumente für die Bereiche Bewegtbild, Audio und Telemedien sind auf der Webseite der Medienanstalten zu finden:

<https://www.die-medienanstalten.de/public-value>

Weitere Informationen über die Medienanstalten finden Sie unter:
www.die-medienanstalten.de

Kontakt bei Medien-Rückfragen

Dr. Anja Bundschuh
Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten
Telefon: +49 30 2064690-22
Mail: presse@die-medienanstalten.de

www.die-medienanstalten.de