

die medienanstalten - Pressemitteilung 17/2021 • Berlin 01.09.2021

Ausschreibung der Medienanstalten zur Bestimmung von Public-Value-Inhalten veröffentlicht

Anträge sind bis zum 30. September 2021 einzureichen

Informierte Bürgerinnen und Bürger sind das Fundament einer demokratischen Gesellschaft. Dazu leisten Medien als Vermittler von Informationen und Meinungen einen ganz essenziellen Beitrag. Mit der Einführung der Regelungen zur leichten Auffindbarkeit im Medienstaatsvertrag (MStV) werden nun solche Angebote herausgestellt, die in besonderem Maße für die Meinungs- und Angebotsvielfalt relevant sind. Die Medienanstalten haben heute die Ausschreibung für das gesetzlich vorgesehene Bestimmungsverfahren für Public-Value-Inhalte von privaten Anbietern veröffentlicht.

„Die leichte Auffindbarkeit für Public-Value-Inhalte folgt der Logik des dualen Systems mit einer gemeinschaftlichen Verantwortung von öffentlich-rechtlichen und privaten Medienanbietern für die Medienvielfalt in Deutschland. Ich erwarte, dass die leichte Auffindbarkeit von Angeboten, die in besonderer Weise zur Meinungsvielfalt beitragen, auch zu einer höheren Reichweite dieser Angebote führen wird. Das wird sich auf die Informiertheit der Gesellschaft insgesamt positiv auswirken und damit einen wichtigen Pfeiler unserer Demokratie stärken,“ erläutert Professor Dr. Werner Schwaderlapp, Vorsitzender der Gremiovorsitzendenkonferenz (GVK) der Medienanstalten.

„Angesichts der unüberschaubaren Vielzahl digitaler Angebote und einer Zunahme desinformierender Inhalte im Netz, bedarf es insbesondere im Digitalen einer Orientierung gebenden Unterstützung. Nutzerinnen und Nutzer werden die Public Value-Angebote, die sie für ihre persönliche Meinungsbildung verwenden möchten, zukünftig einfacher identifizieren und auswählen können. Gleichzeitig ist das Instrument der einfacheren Auffindbarkeit ein relevanter Anreiz und honoriert private Veranstalter, die in Public-Value-Inhalte investieren, mit der Chance auf größere Aufmerksamkeit und damit eine bessere Refinanzierung,“ ergänzt Dr. Wolfgang Kreißig, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Medienanstalten.

Die Bestimmungen zur leichten Auffindbarkeit im Medienstaatsvertrag (§ 84 Abs. 3 bis 6 MStV) sind entsprechend der Übergangsbestimmung

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)

des § 121 MStV heute in Kraft getreten. Die Medienanstalten haben in der ebenfalls seit heute gültigen Public-Value-Satzung das Bestimmungsverfahren konkretisiert. Die Ausschreibungstexte orientieren sich an den Maßgaben des Medienstaatsvertrags sowie an den Bestimmungen der Public-Value-Satzung. Der Kreis der Antragsberechtigten bestimmt sich nach § 84 Absatz 3 und 4 MStV. Die Kriterien und Grundsätze für die Bestimmung sind in Ziffer IV. der Public-Value-Satzung konkretisiert.

Gesellschaftlich relevante Angebote sollen sichtbarer werden

Die Public-Value-Satzung sieht die Veröffentlichung der Angebote, die zukünftig von der leichten Auffindbarkeit profitieren sollen, in Listen (jeweils gesondert für Bewegtbildangebote und Audio) vor. Diese sind von den Anbietern von Benutzeroberflächen bei der Umsetzung der leichten Auffindbarkeit zu berücksichtigen. Leicht auffindbar sind Angebote in Benutzeroberflächen, wenn sie einfach und schnell zu finden sind, da sie beispielsweise vorangestellt oder hervorgehoben präsentiert werden, wie etwa durch einen eigenen Button. Die konkrete Umsetzung der leichten Auffindbarkeit liegt in der Gestaltungsfreiheit der jeweiligen Anbieter von Benutzeroberflächen.

Privaten Anbietern soll mit einer höheren Aufmerksamkeit ein Anreiz geboten werden, auch weiterhin gesellschaftlich relevante Inhalte bereitzustellen, wie nachrichtliche Berichterstattungen, lokale oder regionale Informationen und eigenproduzierte, in Europa hergestellte, barrierefreie oder speziell auf eine junge Zielgruppe ausgerichtete Inhalte. Weitere Kriterien sind beispielsweise die Qualifikationen der Mitarbeitenden.

Die Bestimmung und auch die Festlegung der Reihenfolge für die Auflistung wird von der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) als zuständigem Organ der Medienanstalten anhand einer Gesamtschau festgelegt. Die verfahrensführende Anstalt ist die Landesanstalt für Medien NRW, bei welcher die Anträge fristgerecht zum 30. September 2021, 12:00 Uhr einzureichen sind. Mit einer Auswertung der Anträge und einer Entscheidung über die Vergabe wird bis Frühjahr 2022 gerechnet.

Die Ausschreibungsunterlagen finden Sie [hier](#). Die Satzung finden Sie [hier](#).

Ansprechpartner für Verfahrensfragen sind:
Landesanstalt für Medien NRW
Thomas Wierny, thomas.wierny@medienanstalt-nrw.de
und Morten Allmann, morten.allmann@medienanstalt-nrw.de

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