Gemeinsame Stellungnahme
Deutscher Gewerkschaftsbund DGB und
Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di
zum Entwurf des Digitale Medien-Staatsvertrags Teil 2 (September 2026)

Die für das Funktionieren einer Demokratie notwendige freie Meinungsbildung ist auf eine Vielfalt an unabhängiger, seriöser Information angewiesen. Diese Annahme ist Grundlage für die Medienregulierung in Deutschland. Da sich die gesellschaftliche Debatte zunehmend von den durch den Medienstaatsvertrag, Pressegesetze, Ko- und Selbstkontrolleinrichtungen regulierten klassischen Medien wie Zeitungen, Zeitschriften und Rundfunk in digitale Räume verlagert, ist es nötig, auch die dortigen Anbieter wie Social Media, KI-Chat-Tools oder Suchmaschinen konsequent auf Transparenz und Sorgfalt zu verpflichten, sie für ihre Angebote verantwortlich zu machen und ihren Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung zu begrenzen. Dieses Anliegen, Meinungsmacht medienübergreifend zu regulieren, nimmt der Entwurf zum Digitale Medien-Staatsvertrag Teil 2 in Angriff. Es ist ein überfälliger Schritt, den der Deutsche Gewerkschaftsbund DGB und die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di im Grundsatz begrüßen.

Der Staatsvertragsentwurf sieht diverse weitere unterstützenswerte Neuregelungen vor. Hierzu zählt die Würdigung vielfaltsfördernden Mehraufwands, den bestimmte journalistisch-redaktionelle Anbieter betreiben, wobei die Einhaltung von Tarifverträgen an dieser Stelle notwendiges Kriterium werden muss. Auch die Regulierungsansätze für KI-Anbieter, etwa die Haftung der Anbieter für den Output ihrer Tools und die Einführung von Zustellungsbevollmächtigten sind zu begrüßen, müssen aber noch nachgeschärft werden, um die Zuverlässigkeit zu erhöhen. Zu würdigen sind auch die vorgesehenen Förderansätze für Lokal- und Regionaljournalismus.

Um die erwünschte positive Wirkung für die öffentliche Meinungsbildung entfalten zu können, ist der Staatsvertragsentwurf jedoch an zahlreichen Stellen nachzujustieren. Unter anderem ist die Höhe der Aufgreifschwelle für Meinungsmacht-Kontrolle viel zu hoch angesetzt, um die dominanten Tech-Anbieter zu Vielfalt verpflichten zu können. Auch die Sorgfaltspflichten für KI-Anbieter sind noch zu schwach ausgestaltet und müssen u.a. durch verpflichtende Quellenverlinkung, Meldewege und ein Verbot personalisierter Werbung ergänzt werden. Schließlich fehlen jegliche Strafen für Anbieter, die gegen die Vielfaltsvorgaben verstoßen. An diesen und weiteren Stellen ist der Staatsvertragsentwurf mit konkreteren Vorgaben im Sinne des Gemeinwohls zu versehen.

Darüber hinaus sollte die Novelle genutzt werden, um das kontraproduktive Verbot der „Presseähnlichkeit“ öffentlich-rechtlicher Telemedien abzuschaffen – auch angesichts der geplanten Gleichbehandlung von Qualitätsmedien ungeachtet des Absenders. Zudem sind Kündigungskonditionen für den Medienstaatsvertrag einzuführen. Angesichts der Tragweite eines Ausstiegs kann eine Kündigung nur zulässig sein, sofern ein neuer Staatsvertrag bereits mit dem nötigen Quorum der Ländergemeinschaft beschlossen ist.

Inhalt

Impressumspflicht: Ausnahmeregelungen für bedrohte Journalist*innen schaffen 2

Landesmedienanstalten auf Doppelgänger-Kampagnen ansetzen 2

Vielfaltsfördernden Mehraufwand bemessen und honorieren 3

Gleichbehandlung journalistischer Qualität konsequent anwenden: „Presseähnlichkeits“-Verbot streichen 5

Gesicherte Qualität in die Vorauswahl von Benutzeroberflächen aufnehmen 5

Lokal- und Regionaljournalismus fördern 6

Struktur der Medienaufsicht den neuen Aufgaben entsprechend aufstellen 7

Regulierung von Medienintermediären fortentwickeln 7

KI-Anbieter auf Verlässlichkeit verpflichten und für Angebote haftbar machen 8

Meinungsmacht medienübergreifend betrachten und regeln 9

Marktmacht effektiv begrenzen 10

Presseethische Verstöße konsequent ahnden 10

Kündigungskonditionen für den Medienstaatsvertrag definieren 11

Impressumspflicht: Ausnahmeregelungen für bedrohte Journalist*innen schaffen

Die Impressumspflicht wird in **§ 18 Abs. 1** sinnvollerweise auf automatisierte Telemedien erweitert. Die Staatsvertragsnovelle sollte genutzt werden, um ergänzend eine weitere Regelungslücke zu schließen. So sind gerade freie Journalist*innen vielfach darauf angewiesen, geschäftsmäßig eine Webseite zu betreiben. Doch hindert die Impressumspflicht Journalist*innen, die im Fadenkreuz rechtsextremer Mobilmachung stehen, an ihrer Berufsausübung. **Die Impressumspflicht ist anzupassen, sodass c/o-Adressen zulässig sind.**

Landesmedienanstalten auf Doppelgänger-Kampagnen ansetzen

Der **§ 19b** führt die Unzulässigkeit von Nachahmung ein, wie sie etwa in der sogenannten Doppelgänger-Kampagne zutage trat. In der neuen Vorschrift ist unter Absatz 2 vorgesehen, dass die Landesmedienanstalten (LMA) auf Antrag betroffener Anbieter tätig werden. Die vorgeschlagene Regelung schafft die Grundlage für ein Tätigwerden der Landesmedienanstalten in diesem Phänomenbereich. **Angesichts begrenzter Ressourcen bei den Landesmedienanstalten erscheint ein Tätigwerden auf Antrag sinnvoll und realistischer als ein Auftrag zum proaktiven Tätigwerden der Landesmedienanstalten.**

Vielfaltsfördernden Mehraufwand bemessen und honorieren

Im Staatsvertragsentwurf wird klargestellt, dass journalistisch-redaktionell verantwortete Angebote (**§ 2 Abs. 4**) im Digitalen grundsätzlich medienrechtlichen Auffindbarkeitsschutz genießen sollen. Für Angebote, die journalistische Sorgfaltspflichten strikt einhalten, ist dies angemessen.

Neu eingeführt wird der **§ 25a** zu „Angeboten mit vielfaltsförderndem Mehraufwand“, die künftig (in einem geringen Umfang) verpflichtend auf digitalen Plattformen, Medienintermediären und Benutzeroberflächen angezeigt werden müssen und vor algorithmischer Verdrängung geschützt werden sollen. Kernmaßstab für den „Mehraufwand“ sind die spezifischen Aufwendungen im Verhältnis zur Größe des Angebots, nicht die absolute Investitionshöhe.

Journalismus ist für das Funktionieren einer Demokratie unverzichtbar, erfordert jedoch den Einsatz spezialisierter Arbeitskräfte und den Aufbau redaktioneller Strukturen, welche es zu finanzieren gilt. Insbesondere eigene journalistische Recherchen erhöhen den Aufwand ebenso wie die gesellschaftliche Relevanz der Publikation. Diese Leistung mit besserer Sichtbarkeit zu belohnen als konkurrierende Inhalte, deren Produktion weniger Aufwand erfordert und deren gesellschaftlicher Mehrwert gering ist, dient dem Zweck einer informierten Gesellschaft und ist daher angemessen. **Der Vergleich mit Mitbewerbern („Mehraufwand“) kann eine gesellschaftlich wünschenswerte Anreizwirkung entfalten, in journalistische Qualität zu investieren.**

Rundfunk mit gesetzlich bestimmten Fensterprogrammen sowie öffentlich-rechtliche Mediatheken, Einzelinhalte und Telemedien hinsichtlich der Auffindbarkeit etc. zu „privilegieren“ ist naheliegend, da sie einem hohen Maß an Regulierung unterliegen, welche die Unabhängigkeit, Regelkonformität (Sorgfaltspflichten, Jugendschutz etc.) und den Binnenpluralismus ihres Angebots gewährleisten soll. Folgerichtig ist es, in Medienintermediären und KI-Informationssystemen Presseangebote mit Bindung an den Pressekodex und die Presserats-Beschwerdeordnung regulatorisch ebenso zu behandeln (**§ 25a Abs. 2**). Dies ist im Sinne einer Stärkung der freiwilligen Selbstregulierung der Presse zu befürworten.

Ob ein Anbieter vielfaltsfördernden Mehraufwand betreibt, sollen nach Vorschlag des Staatsvertragsentwurfs die Landesmedienanstalten (**§§ 25a und 25b**) prüfen. In jeder der drei Kriterienkategorien müssen signifikante Werte erreicht werden, um dieses Prädikat zu erhalten. Neben inhaltlichen Kriterien (Kategorie 1) und Barrierefreiheit (Kategorie 3) werden Strukturen und Investitionen (Kategorie 2) bewertet. In dieser Kategorie ist der Anteil der Mitarbeitenden in Redaktion und Angebotserstellung berücksichtigt.

Nachhaltiger und im Sinne des „vielfaltsfördernden Mehraufwands“ konsequent wäre die zusätzliche Berücksichtigung der Einhaltung von Tarifverträgen als wichtigem Instrument für faire Arbeitsbedingungen, deren Beförderung auch die EU von Deutschland fordert, **sowie die Berücksichtigung von Investitionen in Aus- und Fortbildung**. Letztere Kennziffer ist näherungsweise über die Anzahl von Auszubildenden und Volontär*innen im Vergleich zu der bei anderen Marktteilnehmenden zu erfassen.

Zur Festlegung der Kriterien, anhand derer Angebote mit vielfaltsförderndem Mehraufwand bestimmt werden, sollten Expert*innengremien zum Zuge kommen, in denen auch Arbeitnehmer*innenvertretungen und anerkannte presseethische Ko- und Selbstregulierungsorgane mitwirken.

Vielfaltsfördernder Mehraufwand kann nur bescheinigt werden, wenn in der Programm- oder Angebotskategorie im Vergleich mit den Mitbewerbern ein überdurchschnittlicher Wert im Verhältnis zu den Gesamtressourcen erreicht wird.

Es muss garantiert sein, dass sehr kleine Redaktionen mit geringen Umsätzen keine Kosten für die Listung als Angebot mit vielfaltsförderndem Mehraufwand auferlegt werden.

Sämtliche Entscheidungen müssen den zuständigen Gremien sowie der Öffentlichkeit transparent gemacht werden.

Im Staatsvertragsentwurf ist geplant, die Anbieter mit vielfaltsförderndem Mehraufwand in Benutzeroberflächen (**§§ 84b, 84c**) privilegiert anzuzeigen, die Angebote bei der neuen Hinweispflicht in den Ausgaben von KI-Informationssystemen (**§ 77e**) privilegiert zu verwenden sowie solche Einzelinhalte bei Medienintermediären privilegiert und quotiert auszuspielen (**§§ 94, 94a**). Der im Staatsvertragsentwurf genutzte Begriff der „Auffindbarkeit" greift angesichts der tatsächlichen Funktionsweise von Intermediären und Benutzeroberflächen sowie der Mediennutzung zu kurz; **vielmehr muss es um ein verpflichtendes Ausspielen dieser Angebote gehen**.

In Bezug auf Benutzeroberflächen ist im neuen § 84c Abs. 1 die Alternative 2 zu bevorzugen. Nicht allein in der Kategorie „Information und Bildung" sollen vielfaltsfördernde Angebote mit Mehraufwand quotiert ausgespielt werden, sondern in allen Segmenten, zu denen Angebote aus dem Kreis der Anbieter aus § 25a existieren.

In Bezug auf die Regelungen zu Medienintermediären belegen Studien seit Jahren die negativen psychologischen und gesellschaftlichen Wirkungen von kaum regulierten Social Media-Feeds[1]. **Eine feste Quote für Angebote gesicherter Qualität einzuführen ist daher dem demokratischen Informationsbedürfnis der Gesellschaft dienlich.**

Eine Quote spezifisch für Informationsinhalte erhöht nachweislich die Attraktivität eines Feeds[2]. Der Verweis unter **§ 94a** auf **§ 84c** im Staatsvertragsentwurf bleibt in dieser Hinsicht unklar. Kontraproduktiv erscheint in Bezug auf Medienintermediäre der Vorschlag, lediglich bei jedem fünften Inhalt, *der aus dem Segment Information und Bildung bspw. in einem Feed ausgespielt werden soll*, auf den Pool aus Angeboten mit vielfaltsförderndem Mehraufwand zurückzugreifen, da nicht gesetzt ist, wie häufig die Algorithmen der Dienste überhaupt Informations- und Bildungsinhalte vorsehen.

Daher ist eine Regelung zu erzielen, nach der ungeachtet des inhaltlichen Schwerpunkts des Feeds an jeder fünften Position ein Inhalt aus dem Pool nach § 25a ausgespielt wird. Naheliegend wäre in Bezug auf Einzelinhalte eine weitergehende Differenzierung hinsichtlich des Inhaltscharakters und an dieser Stelle **bevorzugt Angebote aus dem Segment „Information und Bildung" zu verwenden**, da es sich dabei um besonders meinungsbildende Inhalte handelt – eine Funktion, auf welche die Medienregulierung zentral abzielt.

---

[1] erhöhtes Depressionsrisiko: Primack et al. (2020): Temporal Associations Between Social Media Use and Depression, https://www.ajpmonline.org/article/S0749-3797(20)30447-5/abstract#articleInformation ;
Rückzug aus demokratischen Diskursen infolge von Hass: Das NETTZ et al. (2024): Lauter Hass – leiser Rückzug, https://toneshift.org/lauter-hass-leiser-rueckzug/

[2] Hase & Füchslin (2026): Wie wirkt sich eine Quote von Informationsinhalten auf die Nutzungszufriedenheit bei Kurzvideo-Feeds aus?, https://doi.org/10.67970/0m060ejo

Gleichbehandlung journalistischer Qualität konsequent anwenden: „Presseähnlichkeits“-Verbot streichen

Die Identifikation von Angeboten mit vielfaltsförderndem Mehraufwand erfolgt ungeachtet des Absenders. Es kann sich hierbei um reine Online-Publikationen, um Veröffentlichungen von Presseverlagen oder von privaten oder öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbietern handeln. Der Staatsvertragsentwurf stellt darauf ab, Inhalte gesicherter Qualität in digitalen Angeboten weitgehend gleich zu behandeln. Dieser Gleichbehandlung steht das Verbot einer sogenannten Presseähnlichkeit öffentlich-rechtlicher Telemedienangebote (**§ 30 Abs. 7**) diametral entgegen. Diese Vorschrift produziert bei öffentlich-rechtlichen Anbietern enormen redaktionellen Mehraufwand, ohne dabei publizistischen Mehrwert zu generieren. Die Verschlechterung der finanziellen Situation von Presseverlagen, auf welche die „Presseähnlichkeits“-Vorschrift mutmaßlich abzielte, ist ganz überwiegend der Marktmacht der Big Techs geschuldet, nicht der Konkurrenz mit den Öffentlich-Rechtlichen. Da der Staatsvertragsentwurf die Meinungsmacht der Big Techs und die dortige Verbreitung von Fake News einleitet, wäre es nur konsequent, sich von dem widersinnigen Verbot der sogenannten Presseähnlichkeit zu lösen. Dies könnte Ressourcen für notwendigen investigativen Journalismus mobilisieren, der gemäß der Logik nach § 25a doch in der Breite gefördert werden soll. **Daher sollte die Novelle des Medienstaatsvertrags genutzt werden, um die kontraproduktive Vorschrift zur „Presseähnlichkeit“ abzuschaffen**.

Gesicherte Qualität in die Vorauswahl von Benutzeroberflächen aufnehmen

Für Benutzeroberflächen ist vorgesehen, dass journalistisch-redaktionelle Angebote allgemein bei Vorinstallation, Sortierung, Anordnung oder Präsentation „nicht ohne sachlich gerechtfertigten Grund“ diskriminiert werden dürfen (**§ 84a Abs. 1**). Rundfunk soll auf der ersten Ebene auffindbar (**§ 84a Abs. 1**), rundfunkähnliche Telemedien nach § 25a „leicht auffindbar“ sein (**§ 84a Abs. 2**). Diese Einstufung von (öffentlich-rechtlichem und zu Fensterprogrammen verpflichtetem Privat-)Rundfunk ist zu befürworten, da diese Art Rundfunk bereits stark reguliert und daher ein verlässlicher Anbieter ist.

Derzeit sind Benutzeroberflächen etwa auf Fernbedienungen, SmartTVs etc. in der Regel so gestaltet, dass Public Value-Inhalte bzw. künftig Qualitätsinhalte nach § 25a neu kaum angezeigt werden. Eine optisch unansprechend gestaltete Kachel und/oder die für die breite Öffentlichkeit kryptische Aufschrift „Public Value“, hinter der sich Angebote wie nach dem neuen § 25a befinden sollen, machen deren Nutzung unwahrscheinlich. Im Sinne des Gemeinwohls ist es erforderlich, dass **Angebote mit vielfaltsförderndem Mehraufwand nach § 25a und ggf. deren Einzelinhalte auf erster Ebene (auch Fernbedienungen) in attraktiver Form angezeigt werden**. **§ 84b Abs. 4** ist daher ein richtiger Schritt.

§ 84c schreibt die verpflichtende Ausspielung von Inhalten nach § 25a nur dann vor, wenn „Benutzeroberflächen mittels algorithmischer Empfehlungssysteme sortieren, anordnen und präsentieren“. In der Praxis ist diese Einschränkung nicht sinnvoll. Vielmehr s**ollte die verpflichtende Ausspielung von Inhalten nach § 25a grundsätzlich und auch für kuratierte Oberflächen gelten.**

Lokal- und Regionaljournalismus fördern

Das Angebot an journalistischen Informationen über die eigene Kommune oder Region nimmt seit Jahren ab. In den vergangenen Jahren werden immer mehr Lokalredaktionen geschlossen. Kaum ein Landkreis verfügt noch über mehr als ein Lokalmedium, manche über gar keines mehr[3]. Doch gerade, wenn kein kritischer Blick mehr auf Wirtschaftsakteure vor Ort oder politisch Handelnde geworfen wird, sinken das Vertrauen in die Institutionen der Demokratie und der gesellschaftliche Zusammenhalt[4]. Die entstandenen Informationslücken werden von Akteur*innen ausgenutzt, die weniger unabhängig oder neutral sind als journalistische Medien. In diesem Sinne ist es zu begrüßen, dass der Staatsvertragsentwurf die Förderung von Lokaljournalismus in verschiedener Hinsicht in den Blick nimmt:

So zählen Beiträge zur Information über Lokales und Regionales laut der vorgeschlagenen Systematik unter **§ 25b Abs. 3** als eigenständiges Kriterium für vielfaltsfördernden Mehraufwand, wodurch ein Anreiz geschaffen wird, solche Angebote bereitzustellen.

Daneben werden über neue Möglichkeiten der Landesmedienanstalten wichtige Anreize gesetzt: Lokale und regionale Informationsangebote privater Veranstalter und rundfunkähnlicher Telemedienanbieter sollen von den Landesmedienanstalten künftig gezielt finanziell gefördert werden können (**§ 112 Abs. 1 S. 2 Nr. 3**). Kooperationen lokaler Veranstalter untereinander oder mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk werden für die Landesmedienanstalten förderfähig (**§ 112 Abs. 1 S. 2 Nr. 2**).

Zudem werden Vertragsbeziehungen zwischen sehr großen Online-Anbietern, die durch das Angebot, die Verbreitung oder die Zugänglichmachung von journalistischen Inhalten auf die Meinungsbildung einwirken (**§ 103a Abs. 1**), mit lokalen und regionalen Anbietern als meinungsmachtmindernd angerechnet (**§ 103d Abs. 2 Nr. 1**). Dies soll den Tech-Anbietern einen Anreiz für Investitionen in Qualitätsinhalte aus dem lokalen oder regionalen Bereich setzen. Die hierfür vorgesehene Quote in Höhe von 1,5 % des in Deutschland erzielten Unternehmensumsatzes des Tech-Anbieters ist jedoch zu gering bemessen. Studien bspw. über Informationsanteile im Feed zeigen, dass erst ab einer Quote von 10 % ein Zugewinn an Informativität und Themenvielfalt überhaupt wahrnehmbar ist (Hase & Füchslin 2026), was darauf schließen lässt, dass ab diesem Anteil ein funktionales Äquivalent zu einem der höheren Vielfalt dienenden „Drittfenster“ im TV existiert. **Entsprechend können als tatsächlich meinungsmachtmindernd nur relevante Anteile der eigenen Umsätze gelten, sodass die Quote für Vertragsbeziehungen mit nicht niedriger als bei 10 % liegen kann**.

Dass sehr große Tech-Anbieter als eine der Abhilfemaßnahmen lokal- oder regionaljournalistische Angebote Dritter fördern sollen (**§ 103f Abs. 1 Nr. 2a**), ist zu begrüßen. **Die nach Nummer 2c vorgesehene Beteiligung der journalistischen Inhalte an den mit ihnen erzielten Erlösen, sollte grundsätzlich bei allen sehr großen Online-Anbietern zum Standard werden.**

[3] Wellbrock & Maas (2024): Wüstenradar. Zur Verbreitung des Lokaljournalismus in Deutschland und dessen Effekt auf die Funktionsfähigkeit der Demokratie, https://www.wuestenradar.de/wp-content/uploads/sites/18/2024/11/Wuestenradar-2024-web.pdf

[4] Deck & Ackermann (2025): Lokaljournalismus und Demokratie, https://www.blm.de/de/wir-forschen/medienforschung/lokaljournalismus_demokratie/ergebnisse-studie.cfm

Struktur der Medienaufsicht den neuen Aufgaben entsprechend aufstellen

Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration (KEK) soll zu einem „Rat für Konzentrationsermittlung im Medienbereich“ (RKM) umgebaut werden (**§ 104a Abs. 5**), der in Zukunft über weniger Kompetenzen als die vorige KEK verfügen und eine der Direktorenkonferenz (DK) untergeordnete Rolle spielen soll. Angesichts der komplexen Aufgaben der Medienaufsicht, aber auch der Erforderlichkeit zügiger Entscheidungen, ist sorgfältig abzuwägen, in welcher Konstellation unabhängige, demokratische Entscheidungen effizient und zügig getroffen werden können. In jedem Falle sollte die Auswahl der im RKM vertretenen Fachbereiche überprüft werden, die aktuell auf Ökonomie und Recht beschränkt ist. **Da Medienkonzentration nicht nur ein wirtschaftlich-juristisches Thema ist, sollte für die Arbeit im RKM medien- oder kommunikationswissenschaftliche Expertise hinzugezogen werden.**

Mit den neuen Regulierungsvorschriften für Tech-Anbieter kommen auf die 14 Landesmedienanstalten deutlich mehr Aufgaben zu. Sie müssen beispielsweise Angebote mit vielfaltsförderndem Mehraufwand bestimmen und Vorverfahren zur Prüfung vorherrschender Meinungsmacht eröffnen. Nach Angaben der Rundfunkkommission der Länder ist eine entsprechend erhöhte finanzielle Ausstattung der LMA nicht vorgesehen. Stattdessen wird auf erwartete Effizienzsteigerungen verwiesen. Diese Erwartung ist vage und bleibt unbefriedigend. Jede Regulierung kann nur so stark sein, wie die zuständigen Institutionen. **Deshalb müssen die Landesmedienanstalten finanziell und personell bedarfsgerecht ausgestattet und durchsetzungsfähig sein, um ihre Aufgaben erfolgreich bewältigen zu können**.

Die LMA sollen künftig sachliche, technische und personelle Kapazitäten möglichst gemeinsam nutzen (**§ 105a Abs. 1**). Alle Tätigkeitsbereiche sollen regelmäßig auf die Möglichkeit einer Zusammenarbeit geprüft werden. Diese Überprüfung soll unter Einbeziehung der Gremien erfolgen. **Um diese Aufgabe erfüllen zu können, sollte das Führungspersonal der LMA ausdrücklich zur Zusammenarbeit mit ihren Gremien und entsprechender Transparenz verpflichtet werden**. In der Praxis ist beides häufig unbefriedigend.

Da LMA aus dem Rundfunkbeitrag finanziert werden und keiner Fachaufsicht durch staatliche Stellen unterliegen, gelten sie zu Recht als „staatsfern“. Allerdings wird im vorliegenden Entwurf die Rolle der Aufsichtsgremien überdehnt, indem ihnen per se zugeschrieben wird, durch ihre Pluralität die Unabhängigkeit der LMA zu sichern. Die Voraussetzungen dafür sind nicht in jeder der 14 Landesmedienanstalten in gleichem Maße gegeben: Es gibt beispielsweise auch kleine Expert*innenräte, die keine Repräsentanz beanspruchen können und deren Mitglieder von den zuständigen Landtagen gewählt werden. Teilweise sind Amtszeiten von Direktor*innen unbefristet. Im Zuge der Reform sollte darauf hingewirkt werden, die Amtszeiten der Direktor*innen aller LMA zu begrenzen und die Voraussetzungen für die Aufsicht über die LMA einheitlich zu regeln, um die Gremien und somit die demokratischen Strukturen zu stärken.

Regulierung von Medienintermediären fortentwickeln

Bei der Regulierung sogenannter **Medienintermediäre** (z.B. Soziale Netzwerke, Video-Sharing-Dienste, Suchmaschinen) sind einige Aspekte positiv hervorzuheben: So werden Anbieter nach **§ 92a Abs. 3** dazu verpflichtet, dass Nutzer*innen „Sichtbarkeit, Sortierung und Anordnung von Angeboten oder Inhalten auf einfache Weise und dauerhaft“ individualisieren können. Absatz 4 **sollte jedoch gestrichen werden, weil er den Anbietern eine Hintertür öffnet, dieser Verpflichtung nicht nachkommen zu müssen, wenn eine „nachträgliche Umsetzung technisch nicht oder nur mit unverhältnismäßigem Aufwand möglich ist**.

Positiv zu würdigen ist auch **§ 93 Abs. 1**, nach dem Anbieter „leicht wahrnehmbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar“ Kriterien, die über Zugang eines Inhalts und über Verbleib entscheiden sowie zentrale Kriterien einer Aggregation, Selektion und Präsentation und ihre Gewichtung, einschließlich Informationen über Funktionsweise der eingesetzten Algorithmen vorhalten müssen. Diese Transparenzvorschriften sind angesichts der Rolle digitaler Kommunikationsinfrastrukturen angemessen.

Auch die Verpflichtung, direkte Links zu journalistisch-redaktionell verantworteten Angeboten (Outlinks) diskriminierungsfrei zuzulassen (**§§ 94 Abs. 1a und 2**), ist eine notwendige Regelung, die die Abschottung marktmächtiger Akteure zu reduzieren vermag.

Kritisch anzumerken bleibt, dass gegenüber Medienintermediären keinerlei finanzielle Sanktionen vorgesehen sind, sollten Anbieter ihren Pflichten nicht nachkommen. **Um den Anreiz zur Umsetzung der neuen Vorschriften zu erhöhen, sind Sanktionen wie Geldstrafen und Auffindbarkeitssperren von Anbietern einzuführen**.

KI-Anbieter auf Verlässlichkeit verpflichten und für Angebote haftbar machen

Neu eingeführt wird der Begriff **KI-Informationssystem** – ein Telemedium, das (im Unterschied zum Medienintermediär) auch neue Inhalte zur Verfügung stellt, wie beispielsweise Zusammenfassungen, Umformulierungen oder Übersetzungen („auf der Grundlage journalistisch-redaktionell gestalteter und verantworteter Angebote Dritter für den jeweiligen Nutzer individualisiert und automatisiert neue Inhalte zur Verfügung stellt“) – wie sie durch KI-Chatbots oder KI-Zusammenfassungen in Suchmaschinen usw. inzwischen stark verbreitet sind.

Auch an dieser Stelle sind einige Aspekte positiv zu bewerten: Hierzu zählt die Bagatellgrenze nach **§ 77a** für KI-Informationssysteme, die monatlich weniger als eine Million Nutzer*innen hat (Durchschnitt von sechs Monaten). Auch die Vorschrift in **§ 77b Abs. 1**, nach der Anbieter im Inland einen Zustellungsbeauftragten zu benennen und „in leicht erkennbarer und unmittelbar erreichbarer Weise auf ihn aufmerksam zu machen“ haben, ist unbedingt geboten, ebenso wie die Klarstellung zur Haftung der Anbieter für die von ihnen Systemen generierten Inhalte (**§ 77b Abs. 2**).

Kritisch anzumerken sind folgende Aspekte: Die Gegendarstellungsvorschrift in **§ 77b Abs. 4** mit Verweis auf **§ 20** greift zu kurz. **Mindestens muss den Anbietern vorgeschrieben werden, einen einfach auffindbaren Meldeweg einzuführen, über den der Anbieter auf mögliche Falschdarstellungen hingewiesen werden kann. Zudem braucht es eine Pflicht für die KI-Anbieter, dass ihre Systeme Falschdarstellungen nach Kenntnisnahme nicht mehr ausspielen**.

Auch schreibt **§ 77b Abs. 3** vor, sicherzustellen, dass „die wiedergegebenen Inhalte im Bereich Nachrichten und politische Informationen die jeweils verwendeten Quellen in ihrem Sinngehalt unverfälscht abbilden, Unsicherheiten müssen angemessen berücksichtigt und eindeutig kenntlich gemacht werden“. Daneben werden Anbieter von KI-Informationssystemen zwar auf Transparenz verpflichtet (**§ 77c Abs.1**). So müssen sie „leicht wahrnehmbar“, „unmittelbar erreichbar“ und „in verständlicher Sprache“ Informationen zur Funktionsweise ihrer Tools „ständig verfügbar“ halten. Bei Inhalten im Bereich Nachrichten und politischer Information soll angegeben werden, „mit welcher Wahrscheinlichkeit die in dem neu generierten Inhalt aufgeführten Ausführungen zutreffend sind“.

Diese beiden Regelungen für Nachrichten und politische Information wirken direkt auf den Meinungsbildungsprozess unserer Demokratie und sind in dieser Form nicht akzeptabel. **Für KI-Output verwendete Quellen müssen als solche konkret benannt, zitiert und mit Outlinks versehen werden**. Nicht zuletzt für die Geltendmachung von Urheberrechtsansprüchen ist diese Angabe notwendig. Angaben zur Wahrscheinlichkeit des Wahrheitsgehalts eines Outputs mögen die Nutzenden zwar für eine gewisse Unsicherheit sensibilisieren, wälzen das Risiko zum Umgang mit der erhaltenen Information aber auf das Individuum ab. Die Verantwortung für eine regelkonforme Praxis liegt bei den Anbietern von KI-Informationssystemen, weshalb **bloße Wahrscheinlichkeitsangaben über einen Wahrheitsgehalt unzureichend sind und mindestens um Plausibilitätschecks anhand verlässlicher Quellen zu ergänzen sind**.

Zudem ist die Nutzung von journalistisch-redaktionellen Inhalten für die Ausgaben von KI-Systemen selbstverständlich zu vergüten. Für Lizenzvereinbarungen (Begründung zu **§ 77d Abs. 2**) sollten solche Anbieter, denen vielfaltsfördernder Mehraufwand attestiert wurde, bevorzugt in den Blick genommen werden. Da dies einen KI-Anbieter dazu verleiten kann, eine Lizenzvereinbarung mit lediglich einem Anbieter zu treffen (wie in der Praxis OpenAI mit dem Axel Springer-Verlag), ist eine solche bezahlte Sichtbarkeit für die Perspektive nur *eines* ausgewählten Verlages hochproblematisch. Angesichts des potenziellen Effekts der Ausgaben von KI-Informationssystemen auf die Meinungsbildung ist es nicht hinnehmbar, dabei die Privilegierung einer publizistischen Tendenz in Kauf zu nehmen. **Nötig ist, Lizenzvereinbarungen mit einer Vielfalt an qualitätsgesicherten Anbietern zu treffen. Entgeltliche Quellenbeziehungen sind an der Quellenangabe zu kennzeichnen.**

In **§ 77e** wird den Anbietern von KI-Informationssystemen vorgeschrieben, in den Bereichen Information und Bildung „weitergehende Hinweise zu Inhalten anzubieten, die den Grundsätzen der Vielfalt genügen müssen“ und dabei Angebote nach § 25a angemessen zu berücksichtigen“. **Die Vorschrift ist um eine Pflicht der Verlinkung dieser Quellen zu ergänzen**.

Das Trennungsgebot für Werbung und anderem Inhalt aus § 22 MStV ist auf KI-Informationssysteme auszuweiten. Targeting ist für den hoch meinungsbildungsrelevanten Komplex KI-Systeme zu untersagen.

Auch greift die Verpflichtung der Anbieter in **§ 77f**, „auf Verlangen“ den zuständigen LMA „die erforderlichen Unterlagen“ vorzulegen, zu kurz. **Diese Pflicht sollte deutlich ausgeweitet werden: Nötig ist beim Verdacht auf Verstöße eine Umkehr der Beweislast und somit die Pflicht der Tech-Anbieter, die ordnungsgemäße Erfüllung ihrer Pflichten nachzuweisen**.

Kritisch anzumerken bleibt, dass gegenüber KI-Anbietern keinerlei finanzielle Sanktionen vorgesehen sind, sollten Anbieter ihren Pflichten nicht nachkommen. **Um den Anreiz zur Umsetzung der neuen Vorschriften zu erhöhen, sind Sanktionen wie Geldstrafen und Auffindbarkeitssperren von Anbietern einzuführen**.

Meinungsmacht medienübergreifend betrachten und regeln

Das fernsehzentrierte Medienkonzentrationsrecht auszuweiten, wird seit vielen Jahren von Expert*innen gefordert, eine politische Lösung ist überfällig. Deshalb ist es grundsätzlich positiv, große, für die Meinungsbildung relevante Online-Plattformen in die Regulierung einzubeziehen. Allerdings hat der vorliegende Entwurf derart schwerwiegende Defizite, dass faktische Wirkungslosigkeit droht:

Erstens greift es zu kurz, lediglich den Umsatzerlös aus Werbung und Vertrieb als Indikator für eine Vorprüfung vorherrschender Meinungsmacht heranzuziehen. **Diese finanztechnisch-zentrierte Betrachtungsweise sollte durch qualitative Indikatoren ergänzt werden, etwa die Fähigkeit eines Anbieters, Inhalte auszuwählen, zu begrenzen und zu sperren**. Auf diese Weise könnte ein progressives Medienkonzentrationsrecht deutlich stärker darauf hinwirken, die postulierten Schutzziele zu erreichen – freie und umfassende individuelle und öffentliche Meinungsbildung, Medienpluralismus und redaktionelle Unabhängigkeit.

Zweitens ist der Schwellenwert von 4 Mrd. Euro, der jährlich durch Vertrieb und Werbung innerhalb Deutschlands erreicht werden muss, viel zu hoch angesetzt. Kaum ein in Deutschland agierendes Unternehmen dürfte diesen Umsatz erreichen. In der Praxis würden nur wenige internationale Unternehmen vom neuen Medienkonzentrationsrecht erfasst, alle anderen Angebote blieben einer Kontrolle entzogen. Der faktischen Meinungsmacht der Big Techs ist dies nicht angemessen. **Der Schwellenwert, ab dem Meinungsmacht überprüft werden muss, ist weit abzusenken**.

Drittens können „meinungsmachtbremsende" Faktoren, z. B. Drittfenster, zusätzlich auf die ohnehin zu hohen Schwellenwerte angerechnet werden. Die Wirksamkeit solcher Instrumente in anderen Mediengattungen gilt es zu prüfen und die **Quoten für Drittangebote im Zweifel erheblich zu erhöhen**.

Kritisch anzumerken bleibt, dass gegenüber Tech-Anbietern keinerlei finanzielle Sanktionen vorgesehen sind, sollten Anbieter ihren Pflichten nicht nachkommen. **Um den Anreiz zur Umsetzung der neuen Vorschriften zu erhöhen, sind Sanktionen wie Geldstrafen und Auffindbarkeitssperren von Anbietern mitsamt der nötigen Durchsetzungsbefugnisse seitens der Landesmedienanstalten einzuführen**.

Marktmacht effektiv begrenzen

Gemäß **§ 103f Abs. 1** können DK und RKM Tech-Anbietern bestimmte vielfaltssichernde Maßnahmen aufgeben. Hierunter sind insbesondere die strukturellen Maßnahmen unter Nr. 4 hervorzuheben, die vorsehen, dass ein Anbieter mit zu großer Meinungsmacht etwa einzelne Unternehmensbereiche aufgibt oder abtrennt, Gesellschaftsanteile reduziert oder den Betrieb von sowohl Kanal als auch Inhalt voneinander trennt. **Diese Maßnahmen sind angesichts der faktischen meinungsbildungsrelevanten Marktdominanz einzelner Anbieter notwendig und überfällig.**

Presseethische Verstöße konsequent ahnden

Nach **§ 108 Abs. 3** können die Landesmedienanstalten einzelnen Anbietern von journalistisch-redaktionellen Medien bei wiederholten rechtskräftigen Verstößen „gegen die Verpflichtungen aufgrund dieses Staatsvertrages, des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages, gegen das Recht der persönlichen Ehre oder urheberrechtliche Bestimmungen" jeglichen Anspruch auf Auffindbarkeit oder privilegierte Ausspielung entziehen. Diese Vorschrift ist erforderlich, um Anbietern, die etwa wiederholt gegen den Pressekodex verstoßen, nicht fälschlicherweise dauerhaft garantierte Sichtbarkeit zu verschaffen. **Für die Legitimität der neuen Vorschriften zur Onlineregulierung ist es unabdingbar, dass die Landesmedienanstalten möglichen Verstößen gewissenhaft nachgehen und den § 108 Abs. 3 konsequent zur Anwendung bringen**.

Kündigungskonditionen für den Medienstaatsvertrag definieren

Die Länder sollten die Staatsvertragsnovelle darüber hinaus nutzen, um Kündigungskonditionen für den Medienstaatsvertrag unter **§ 116** zu ergänzen. Angesichts der Tragweite eines Ausstiegs kann eine ersatzlose Kündigung des Staatsvertrags nicht zulässig sein. **Entsprechend ist eine Regelung einzuführen, nach der eine Kündigung nur erfolgen kann, sofern ein neuer Staatsvertrag bereits mit dem nötigen Quorum der Ländergemeinschaft beschlossen ist**.

Berlin, den 12. November 2026

Diese Stellungnahme ist zu finden unter verdi.de/medien/medienpolitik

Ansprechpersonen:

Marion Knappe
Deutscher Gewerkschaftsbund
Referatsleiterin Medien- und Kulturpolitik
Marion.Knappe[at]dgb.de

Bettina Hesse
Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft
Referentin für Medienpolitik
Bettina.Hesse[at]verdi.de