

02. Juni 2026 um 13:00
Ein Artikel von: Tobias Riegel



Titelbild: monticello / Shutterstock

Landesmedienanstalten wollen „nicht verlässliche“ Medien benachteiligen

Ein aktuell von deutschen Landesmedienanstalten vorantriebener Plan sieht vor, Social-Media-Plattformen künftig vorzuschreiben, dass sie Inhalte von ausgewählten „verlässlichen“ Medien bevorzugt anzeigen. Medien, die von einer betreffenden Kommission nicht als „verlässlich“ eingestuft werden, könnten dadurch massiv benachteiligt werden. Das Vorhaben ist skandalös, und bedroht die Meinungsvielfalt. **EIN KOMMENTAR VON TOBIAS RIEGEL.**

Ein aktuelles Papier dokumentiert das Vorhaben der Landesmedienanstalten, die Sichtbarkeit bestimmter Medien im Internet zu erhöhen, wie das Medium Apollo News schreibt [1]. Eine Abbildung des Dokuments findet sich unter diesem Link [2].

Gesetzliche Pflicht zur Ungleichbehandlung?

In dem Papier der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien und der Landesanstalt für Medien NRW wird über

eine Pflicht für soziale Netzwerke sinniert, Inhalte bestimmter Medien auf diesen Plattformen bevorzugt anzuzeigen, so Apollo News. Dem Medium liegen nach eigener Aussage Pläne vor, die zeigen sollen, wie tief die Aufsichtsbehörden in die Reihenfolge der Inhalte eingreifen wollen.

Das Vorhaben laufe unter dem Stichwort „Public-Value-Medien“, das seien Medienangebote, die einen „öffentlichen Mehrwert“ liefern würden. Die Entscheidung, welche Medien das

sein, würden die Landesmedienanstalten treffen.

In dem Dokument mit dem Titel „Papier Weiterentwicklung Public Value“ wird laut dem Artikel skizziert, wie man „das bereits vor Kurzem gesetzlich verankerte ‚Public-Value‘-Prinzip, das bisher nur für App Stores gilt, nun erheblich ausweiten möchte“. Schon jetzt würden in App Stores die Apps bestimmter Medien, die von Landesmedienanstalten das Siegel „Public Value“ bekommen hätten, bevorzugt.

Aber manchen Landesmedienanstalten gehe das nicht weit genug.

„Der Public-Value-Ansatz sollte daher von einer angebots- zu einer inhaltsbezogenen Logik weiterentwickelt werden“, heißt es laut Apollo News in dem Papier: Die Mediennutzung finde immer stärker in den sozialen Medien statt. Und dort bestehe die Gefahr, dass „desinformierende, polarisierende oder lediglich aufmerksamkeitsstarke Inhalte systematisch bevorteilt“ werden. Dadurch würde „die sachlich-informative Grundlage des öffentlichen Diskurses“ erodieren.

„Verlässliche Anbieter“ mit „journalistischen Standards“

In dem Papier werde ein mehrstufiges Verfahren angeregt, um einzugreifen: Zuerst sollen ganze Medien den Status des „Public Value“ zuerkannt bekommen. Das sollen „verlässliche Anbieter“ sein, die „nach journalistischen Standards“ arbeiten und sich an die „geltende Rechtsordnung“ halten. Jeder könne sich bewerben – die Entscheidung liege am Ende aber bei den Behörden, so der Artikel.

In einem zweiten Schritt sollen einzelne Inhalte, also Artikel oder Videos, als „Public Value“ eingestuft werden. Die Kriterien: „Aktualität, Relevanz für das öffentliche Informationsinteresse und journalistische Einordnung“. Dabei sollen die Medien selbst die Inhalte als öffentlichen Mehrwert kennzeichnen. Und weiter:

„Die gekennzeichneten Inhalte sollten in algorithmischen Empfehlungssystemen leichter auffindbar gemacht werden.“

Einzelne Artikel von Medien sollen also in Social-Media-Feeds bevorzugt werden. Dazu sollen die Algorithmen verändert werden:

„Reguliert werden sollten algorithmische Empfehlungssysteme dann, wenn sie durch ihre Vermittlungsfunktion die Wahrnehmbar-

keit journalistisch-redaktioneller Inhalte maßgeblich prägen und damit meinungsrelevant wirken.“

Über die Vergabe der Auszeichnung „Public Value“ bestimmt laut dem Artikel die landesübergreifende „Kommission für Zulassung und Aufsicht“ (ZAK) [3], in der die Chefs der 14 Landesmedienanstalten zusammenarbeiten.

„Public-Value“ greift schon jetzt

Eine abgeschwächte Variante des „Public-Value“-Instruments existiere bereits, so Apollo News: Medien, denen von den Landesmedienanstalten der Status des „Public Value“ zuerkannt wurde, müssen demnach bereits jetzt auf Benutzeroberflächen wie Smart-TVs, App Stores oder Bildschirmen in Autos leicht auffindbar sein. Ein Medium habe laut Satzung der Landesmedienanstalten dann einen öffentlichen Mehrwert, wenn es „in besonderem Maß einen Beitrag zur Meinungs- und Angebotsvielfalt im Bundesgebiet leistet“ und „grundsätzlich den anerkannten journalistischen Grundsätzen“ folgt.

Hier entscheidet also eine angeblich „staatsferne“ Anstalt, wer „journalistischen Grundsätzen“ folgt und wer nicht? Möglich sei das durch eine Änderung des Medienstaatsvertrags im Jahr 2020 geworden, der mit Paragraph 19 eine Aufsicht durch die Landesmedienanstalten einführte. Alle „Public-Value“-Medien seien neben ihrem „öffentlichen Mehrwert“ verpflichtet, den Vorgaben nach Paragraph 19 zu entsprechen. 2025 wurde dieser Status laut Apollo News erstmals verschiedenen Medien zuerkannt, etwa der ARD- und ZDF-Mediathek, dem Online-Jugendangebot des ÖRR, Funk, aber auch der Welt-App und der Bild-App fürs Handy sowie zahlreichen regionalen Radiosendern wie Radio Potsdam.

Ist die Besorgnis um die Meinungsfreiheit nur „Geraune“?

Norbert Häring kommentiert das aktuelle Vorhaben in diesem Artikel [4] treffend:

„Der Wahrheitskomplex verliert fast jede Scheu bei der Annäherung an ein offenes Zensursystem. Die Landesmedienanstalten wollen den großen digitalen Medienplattformen vorschreiben, Inhalte mit dem Zuverlässigkeitsstempel der Anstalten bevorzugt zu verbreiten und — im Umkehrschluss — nicht behördlich zertifizierte Inhalte weniger sichtbar zu machen. (...) Den Regierenden geht es nicht darum, das unzweifelhaft vorhandene Unwesen der Manipulation der Plattform-Nutzer durch Empfehlungssysteme einzudämmen. Sie wollen diese Manipulationsmöglichkeiten vielmehr für eigene Zwecke nutzen.“

Florian Warweg hat kürzlich auf der Bundespressekonferenz [5] nachgefragt, wie der Kanzler zu den hier besprochenen Plänen der Landesmedienanstalten steht – die sehr „beruhigende“ Antwort lautete:

„Weil es darüber einiges Geraune gibt, möchte ich für die Bundesregierung noch einmal ganz klar sagen, dass die Presse- und Meinungsfreiheit in Deutschland natürlich ein ganz hohes Gut ist.“

Eine Zensur findet nicht statt ...

Auf die Praxis, dass in Deutschland eine angeblich nicht existente Zensur teilweise an private Akteure ausgelagert wird, ist Hannes Hofbauer in diesem Interview [6] eingegangen, in dem er sagt: „YouTube, Facebook und Co erledigen nur die Drecksarbeit“. Beispiele dafür aus der Corona-Zeit finden sich etwa in diesem Artikel [7].

Einblicke in die neuesten Methoden, Rechtfertigungen und Netzwerke der Zusammenarbeit zwischen Regierung, Geheimdiensten, NGOs, Universitäten, Stiftungen und den großen Internetunternehmen bei der Meinungssteuerung hat Maike Gosch in diesem Artikel thematisiert [8]. Wie aus „Zensur“ der „Kampf gegen Desinformation“ geworden ist, beschreibt Gosch hier [9].

Die Phrasen von der Meinungsvielfalt

Die Macht der Internetkonzerne soll hier keineswegs verniedlicht werden, sie ist ein Problem, ebenso wie die teils fragwürdige Nutzung der Algorithmen durch die Konzerne – all das muss diskutiert werden. Aber dass die Medienanstalten der Hüter über die Sichtbarkeit politischer Inhalte im Internet sein sollen und dass dafür höchstwahrscheinlich ausgerechnet jene „Leitmedien“ bevorteilt werden sollen, die bei

zahlreichen zentralen Themen unseriös und kampagnenhaft agieren – das ist einfach nur absurd.

Die Landesmedienanstalten wollen mit dem aktuellen Vorstoß keine Inhalte löschen lassen. Der Effekt der indirekten Zensur stellt sich durch die ungleiche Sichtbarkeit ein, umsetzen sollen es private Konzerne. Das Vorhaben muss als sehr bedenklich bezeichnet werden – es widerspricht allen offiziellen Phrasen vom Schutz der Meinungsvielfalt und es sollte Widerstand hervorrufen.

Quellen:

- 1 <https://apollo-news.net/so-bauen-die-medienanstalten-an-einer-pflicht-zur-bevorzugung-verlaesslicher-medien-in-den-sozialen-netzwerken/>
- 2 https://x.com/s_thormann/status/2059174744470012040
- 3 <https://www.die-medienanstalten.de/zak/>
- 4 <https://norberthaering.de/propaganda-zensur/public-value-angebote/>
- 5 <https://x.com/FWarweg/status/2060320223392113053>
- 6 <https://www.nachdenkseiten.de/?p=82773>
- 7 <https://www.nachdenkseiten.de/?p=76198>
- 8 <https://www.nachdenkseiten.de/?p=117818>
- 9 <https://www.nachdenkseiten.de/?p=116908>



Tobias Riegel

Tobias Riegel ist seit 2018 Teil der Redaktion der NachDenkSeiten. Er hat für verschiedene Berliner Medien gearbeitet, die Schwerpunkte seiner Arbeit liegen bei Medienkritik und Politik.



BESUCHEN SIE UNS!

Dieser Beitrag ist auch als Audio-Podcast verfügbar, über QR-Coder:

www.nachdenkseiten.de/?p=151448