Bitkom e.V. | Presseinformation

Bitkom zum neuen Medienstaatsvertrag

Berlin, 20. November 2026 – Mit einem neuen Medienstaatsvertrag wollen die Länder den medienrechtlichen Rahmen an die Entwicklungen der digitalen Medienwelt anpassen. Im Mittelpunkt stehen Fragen der Vielfalt, der Auffindbarkeit journalistischer Inhalte sowie der Regulierung digitaler Plattformen und KI. Dazu erklärt **Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder**:

„Es ist überfällig, den Medienstaatsvertrag an die digitale Medienwelt anzupassen. Bei einigen der geplanten Regelungen schießen die Vorschläge jedoch weit über das Ziel hinaus und schränken die Informationsfreiheit ein. So soll künftig jeder fünfte Beitrag, der Nutzerinnen und Nutzern etwa in ihrem Social-Media-Feed angezeigt wird, aus dem sogenannten Public-Value-Angebot stammen, also aus Medienangeboten, die einen besonderen Beitrag zu Information, Bildung und Meinungsvielfalt leisten. Damit greift der Staat de facto in die Auswahl der Inhalte ein, die Menschen in ihren Feeds und Streams zu sehen bekommen. Das schränkt nicht nur die Gestaltungsfreiheit der Plattformen ein, sondern vor allem auch die Informationsfreiheit. Nachrichtenkonsum lässt sich nicht verordnen, die Menschen müssen frei entscheiden dürfen, welche Inhalte sie konsumieren.

Wer die Medienvielfalt stärken will, muss die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Medienangebote insgesamt verbessern. Dazu gehört, wirtschaftliche Spielräume zu erhalten und zu öffnen, statt neue Werbebeschränkungen einzuführen. Regionalisierte Werbung bietet privaten Medienanbietern wichtige Erlösmöglichkeiten: Ein Berliner Unternehmen etwa sollte gezielt Berlinerinnen und Berliner erreichen können, auch über ein bundesweit verbreitetes digitales Medienangebot. Neue inhaltliche Vorgaben, wie sie der Medienstaatsvertrag vorsieht, würden diese Möglichkeit unnötig einschränken. Das träfe auch kleine und mittlere Betriebe vor Ort, etwa Einzelhändler, Handwerksbetriebe oder Restaurants, die ihre regionale Kundschaft über die Medien ihrer Wahl erreichen wollen.

Auch beim Medienkonzentrationsrecht braucht es mehr Augenmaß. Der Entwurf sieht vor, dass das Überschreiten bestimmter Umsatzschwellen eine vorherrschende Meinungsmacht vermuten lässt und so aufwendige Prüfverfahren folgen können. Doch Umsatz ist kein Maßstab für Einfluss: So können hohe Einnahmen z.B. aus besonders teuren Sport- oder Fiction-Rechten resultieren, ohne dass damit ein Einfluss auf die Meinungsbildung einhergeht. Entscheidend muss sein, welche tatsächliche Bedeutung ein Anbieter für die Meinungsbildung hat. Insgesamt sollte der neue Medienstaatsvertrag die digitale Medienwelt nicht mit zusätzlichen Vorgaben ausbremsen, sondern Vielfalt, Wettbewerb und wirtschaftlich tragfähige Geschäftsmodelle stärken.“

Kontakt

Nina Paulsen
Pressesprecherin
Telefon: +493027576168
E-Mail: n.paulsen@bitkom.org
Download Pressefoto

Dr. Konstantin Peveling
Bereichsleiter für Medienpolitik & Plattformen
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Bitkom-zum-neuen-Medienstaatsvertrag***