



LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW

Der Meinungsfreiheit
verpflichtet.



LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit verpflichtet.

Wir sind die Landesanstalt für Medien NRW.

Wir sind der Meinungsfreiheit verpflichtet. Was das für uns heißt, wie wir dem in unserer Arbeit gerecht werden und was wir für die Menschen in NRW, Deutschland und Europa tun, das erklären wir auf den nachfolgenden Seiten.

Als staatsferne Aufsichtsbehörde für privaten Rundfunk und Telemedien in Nordrhein-Westfalen haben wir einen gesetzlichen Auftrag. Wir sind dafür da, ein demokratisches Mediensystem zu schützen – mit Meinungsfreiheit und dem Schutz der Menschenwürde, der Jugend, der Nutzerinnen und Nutzer und mit medialer Vielfalt. Alles, was wir machen, ist auf diese Motive zurückzuführen.

Wir verfolgen Hass und digitale Gewalt und setzen uns dafür ein, dass das Internet – auch für Kinder und Jugendliche – ein freier und vor allem angstfreier Raum ist. Wir fördern Digitalisierung und neue Technologien. Wir führen wissenschaftliche Untersuchungen durch, die uns bei der Erfüllung unserer Aufgaben unterstützen und die Gesetzgebende, Bildungsinstitutionen und Marktteilnehmende nutzen können. Wir setzen uns dafür ein, dass unser Medienrecht in NRW, Deutschland und Europa unserer Zeit entspricht. Wir fördern und stärken die Vielfalt am Medienstandort NRW. Wir vereinfachen mediale Partizipation, geben Orientierung bei der Mediennutzung und helfen, wenn es einmal Fragen oder Probleme gibt. Und wir behalten immer das geltende Recht im Blick, wenn Medienangebote geschaffen und genutzt werden.

Die Welt von heute bietet größtmögliche Freiheit – diese Freiheit müssen wir zulassen und wir müssen sie schützen. Wir sind davon überzeugt, dass es den Einsatz jeder Demokratinnen und jedes Demokraten und eine ganze Menge Mut braucht, um unsere demokratische Grundordnung immer wieder aufs Neue zu verteidigen. Mit unserer Arbeit leisten wir unseren Beitrag.

Wir zeigen hier, wie wir das machen.

Unsere 4 Schutzgüter

Die grundlegenden Ziele unserer Arbeit – und wo sie hier zu finden sind.

Schutz der Menschenwürde
Kapitel 1: Im Einsatz für die Menschenwürde
→Seite 4

Schutz der Jugend
Kapitel 2: Besonders schutzbedürftig
→Seite 12

Schutz der Nutzerinnen und Nutzer
Kapitel 3: Transparenz statt Irreführung
→Seite 20

Schutz der Vielfalt
Kapitel 4: Medienvielfalt am Standort NRW
→Seite 28



Mehr erfahren
Weitere Informationen über unsere Arbeit auf medienanstalt-nrw.de

1 IM EINSATZ FÜR DIE MENSCHEN- WÜRDE

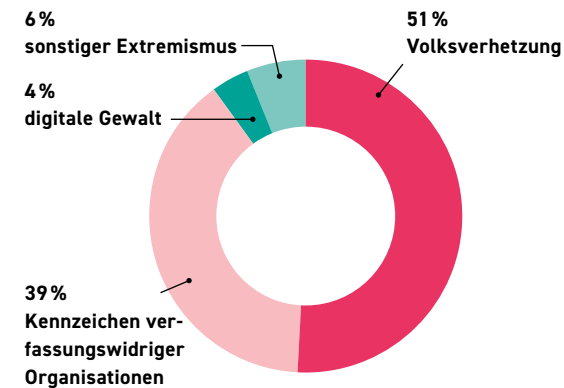
Die Würde des Menschen ist unantastbar. Das steht im ersten Artikel unseres Grundgesetzes und eigentlich sollte das eine Selbstverständlichkeit sein. Doch in Medien und vor allem im Internet wird sie zu oft verletzt und gegen dieses Grundrecht verstoßen – Gewaltdarstellungen, Volksverhetzung und strafbare Formen der Hassrede sind Beispiele für diese Verstöße. Wir setzen uns dafür ein, dass Verstöße gefunden, gelöscht und ihre Verfasserinnen und Verfasser strafrechtlich verfolgt werden. So kämpfen wir für den **Schutz der Menschenwürde** – auch mit dem Einsatz von künstlicher Intelligenz.

STRAFVERFOLGUNG

> 11.600

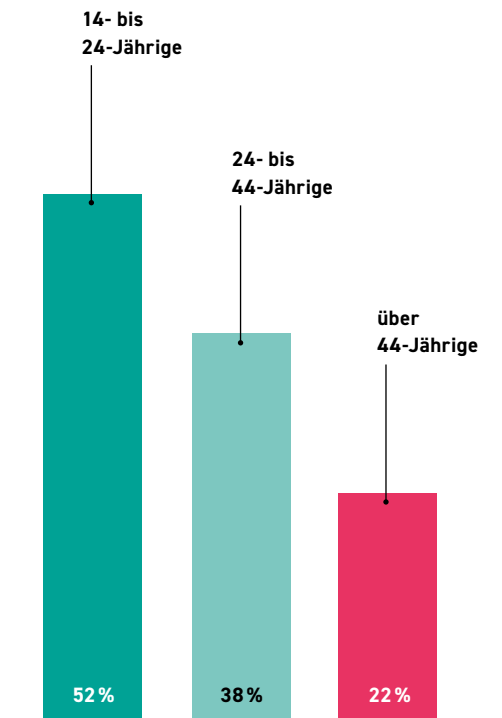
Seit 2021 konnten wir mit dem KI-Tool KIVI über 11.600 Rechtsverstöße auf Websites, Social Media und anderen Online-Angeboten überprüfen und ans Bundeskriminalamt melden.

SCHWERE VERSTÖSSE



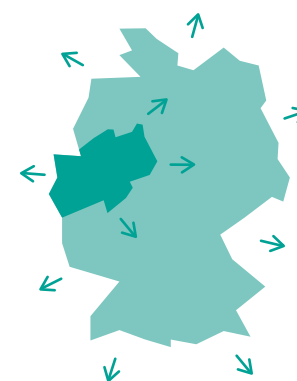
Wir zeigen jedes Jahr über 1.000 Hassrede-Delikte im Netz an. So setzen sich die Fälle zusammen.

VORBILD JUGEND



Unsere aktuelle forsa-Umfrage zum Thema „Wahrnehmung von Hassrede im Netz“ zeigt: **Jugendliche sind besonders sensibilisiert** gegenüber Hatespeech – und sie übernehmen überdurchschnittlich oft Verantwortung. 52 Prozent der 14- bis 24-Jährigen melden regelmäßig Hassrede oder halten mit eigenen Kommentaren dagegen.

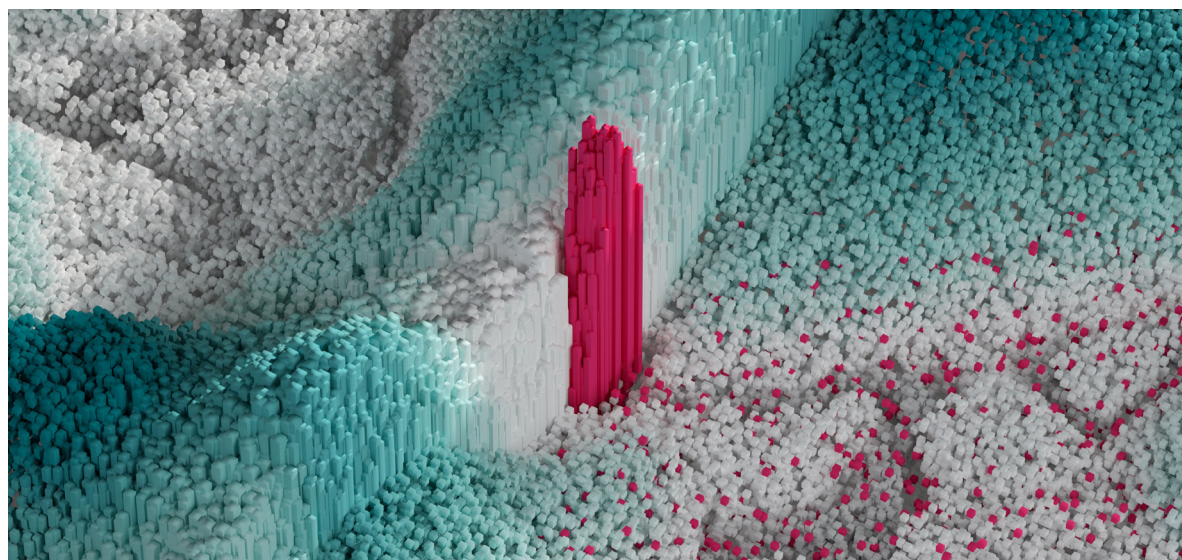
KI IM EINSATZ



Das KI-Tool KIVI ist seit 2024 in allen deutschen Bundesländern im Einsatz. Auch europaweit gibt es bereits zahlreiche Kooperationen.

Wie wir mit KI gegen Hassrede vorgehen

Wie kann der Kampf gegen **Rechtsverstöße im Netz** effektiver, schneller und zielgerichteter werden? Indem wir sorgfältig arbeiten – und neue Methoden etablieren. Deswegen haben wir ein **KI-Tool** entwickelt, das Hasskriminalität so zuverlässig wie nie zuvor aufdeckt.



Die Menschenwürde zu schützen, das ist unser Anspruch. Doch wie kann man dem in einem unübersichtlichen und zugegebenermaßen riesigen Onlineumfeld gerecht werden? Unsere Antwort auf diese Frage ist der Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI). Seit 2020 setzen wir ein KI-Tool in unserer Aufsichtsarbeit ein, das Rechtsverstöße im Netz effizienter findet, als wir es mit menschlicher Kraft alleine hinbekämen. Und das die Zusammenarbeit der Medienanstalten, den Schutz unserer Mitarbeitenden und unsere Reaktionsgeschwindigkeit auf aktuelle Ereignisse enorm gesteigert hat.

„Der Schutz der Meinungsfreiheit erfordert, dass wir Hass und Hetze entschlossen entgegentreten. Mithilfe von KI gelingt das heute besser denn je.“

Dr. Tobias Schmid, Direktor der Landesanstalt für Medien NRW

Dieses Tool heißt KIVI – die Verschmelzung der Begriffe „KI“ und „vigilare“ – Lateinisch für „wachsam sein“. Durch das automatisierte Monitoring von über 10.000 öffentlichen Social-Media-Profilen und Webseiten ermöglicht uns KIVI die Identifizierung einer Vielzahl potenzieller Rechtsverstöße – und eine direkte Vorbereitung zur juristischen Prüfung durch unser geschultes Personal. 50 Prozent der Verdachtsfälle führen zu strafrechtlichen Ermittlungsverfahren, die Meldung tatsächlicher Verstöße hat sich so vervielfacht. Was uns besonders stolz und erfolgreich macht.

Heute arbeiten alle Medienanstalten in Deutschland mit dem in unserem Auftrag entwickelten KI-Tool. So gehen wir gemeinsam bundesweit gegen Verstöße gegen die Menschenwürde, gegen Hass und Gewaltdarstellung, Pornografie und andere jugendgefährdende Inhalte vor. Auch die Zusammenarbeit mit den Strafverfolgungsbehörden konnten wir so weiter professionalisieren. 2019 haben wir eine Machbarkeitsanalyse für den Einsatz digitaler Hilfsmittel in der Medienaufsicht beauftragt. 2020 begann die Entwicklung des Tools durch die Condat AG in Berlin. Innerhalb eines halben Jahres war der Prototyp im Einsatz, danach konnte das Tool Kanal für Kanal ausgerollt werden. Von Twitter und YouTube bis zu Plattformen wie Telegram und VK durchsucht das Tool heute mehr als 10.000 Seiten täglich.

KIVI verbessert die Zusammenarbeit der Medienanstalten

Das Tool erkennt potenzielle Rechtsverstöße. So weist es zum Beispiel aus, auf welchen internationalen Kanälen die Userinnen und User auf Deutsch angesprochen werden. Das KI-Tool kann mutmaßliche Verstöße erkennen, die in NRW relevant sind – oder Medienaufsichten in anderen Bundesländern oder europäischen Ländern betreffen. Heute nutzen alle Medienanstalten in Deutschland KIVI. So können wir jenseits der Ländergrenzen und unserer jeweiligen Zuständigkeiten gemeinsam die große Anzahl an Verstößen bearbeiten, bei denen uns die Herkunft eines Hass-Posts oder Gewaltvideos nicht bekannt ist.

Mehr Schutz, weniger Belastung

KIVI verbessert die Erkennbarkeit von potenziellen Verstößen – und erhöht den Schutz unserer Teams. Bevor ein

Meilensteine des KI-gestützten Monitorings

Oktober 2019
Machbarkeitsprüfung für teilautomatisierte Prozesse in der Aufsicht

Februar 2020
Entscheidung für die Entwicklung eines KI-Tools, im Dezember 2020 ist der erste Prototyp im Einsatz

November 2021
Beginn Roll-out des Tools KIVI zur kompletten Nutzung – auch von Medienanstalten in anderen Bundesländern

Januar 2023
Es werden doppelt so viele Strafanzeigen bei absolut unzulässigen Inhalten in der gleichen Zeit erfasst

Januar 2023
Beginn der europäischen Kooperation. KIVI wird erstmals auch in Belgien eingesetzt

Juli 2024
Täglich scannt das Tool deutschlandweit 10.000 Websites, Social-Media- und andere Online-Angebote. Seit Launch konnten mehr als 11.600 Straftaten überprüft und gemeldet werden

Inhalt geöffnet wird, zeigt KIVI an, zu welcher Verstößkategorie er wahrscheinlich gehört. KIVI weist beispielsweise aus, ob der gefundene Verstoß eine Gewaltdarstellung, Hassrede oder pornografischer Inhalt ist. Die Mitarbeitenden können festlegen, welche möglicherweise verstörenden Inhalte zunächst unscharf dargestellt werden – was gerade bei Gewaltdarstellungen die psychische Belastung mindern kann.

Die Rolle von KIVI im Aufsichtsprozess

Das KI-Tool ist ein Hilfsmittel. Jeder Verdacht, den das Tool ausweist, wird im Monitoring geprüft. Wenn sich der Verdacht bestätigt, wird dies im Tool vermerkt und der Fall an unsere Juristinnen und Juristen weitergegeben. Erst dann werden weitere Schritte gegen potenzielle Straftäterinnen oder Straftäter ergriffen. Nicht bestätigte Verdachtsfälle werden an das Tool zurückgegeben. So lernt KIVI aus seinen eigenen Fehlern.

KOOPERATION VON LANDESMEDIENANSTALTEN UND BKA

Seit 2022 arbeiten wir eng mit dem Bundeskriminalamt zusammen – **knapp 1.200 strafrechtlich relevante Inhalte** haben wir seitdem bei der Zentralen Meldestelle für strafbare Inhalte im Internet (**ZMI BKA**) gemeldet. Nun wird diese Kooperation ausgeweitet: Die Meldemöglichkeit steht bundesweit allen Landesmedienanstalten zur Verfügung.

Für einen respektvollen Umgang miteinander

Hassrede im Netz ist schrecklich für alle, die sie erfahren. Aber sie zerstört auch **konstruktive Online-Debatten**, die für Demokratien und eine **freie Meinungsbildung** so wesentlich sind. So setzen wir uns für einen respektvollen Umgang miteinander im Netz ein.

Oft berufen sich Personen, die ihre Position online mit Hass und Hetze vertreten, auf ihr Recht der freien Meinungsäußerung. „Das wird man doch noch sagen dürfen?!“ Aber stimmt das überhaupt? Die Antwort auf diese Frage ist gar nicht so einfach. Das Recht auf freie Meinungsäußerung reicht sehr weit – und das ist auch genau richtig so. Aber es kennt eben auch Grenzen und die zeigen wir und immer mehr Privatpersonen mit den Mitteln des Rechtsstaates auf. Und Hassrede kann nicht nur strafbar sein – der vergiftete Diskurs gefährdet auch die Meinungsvielfalt. Das zeigt unsere repräsentative forsa-Umfrage jedes Jahr aufs Neue. Ein Drittel der Befragten gibt an, dass Hasskommentare sie verängstigen. Besonders auffällig ist Hass gegen Politikerinnen und Politiker. Und gegen Minderheiten. Rund 40 Prozent der Befragten fielen Hasskommentare



gegen Menschen mit Einwanderungsgeschichte oder Angehörige der LGBTQ-Community auf. Wenn marginalisierte Gruppen sich aus Online-Debatten zurückziehen, fehlen wichtige Stimmen. Wenn niemand mehr Verantwortung für unser politisches System übernehmen möchte, ist unsere Demokratie gefährdet. Deswegen setzen wir uns dafür ein, dass strafbare Hassrede konsequent juristisch verfolgt wird und wir unterstützen Online-Redaktionen dabei, Kommentarspalten konstruktiv zu moderieren statt abzuschalten.

Alle Ergebnisse unserer aktuellen forsa-Umfrage zur Wahrnehmung von Hassrede im Netz:



INITIATIVE

Verfolgen statt nur Löschen

Rechtswidrige Kommentare einfach nur zu löschen, reicht nicht. Wer hetzt, muss dafür zur Verantwortung gezogen werden. Mit der Initiative „Verfolgen statt nur Löschen“ haben wir die Rechtsverfolgung krimineller Posts einfacher und effizienter gemacht. Dafür arbeiten Medienaufsicht, Strafverfolgungsbehörden, Medienhäuser und Polizei eng zusammen. Konkret sieht das so aus: Wenn Medienhäuser unter ihren Beiträgen eine Äußerung entdecken, die strafbar sein könnte, melden sie diese über ein digitales System bei der Zentral- und Ansprechstelle Cybercrime NRW. Diese unterzieht den Post einer sorgfältigen juristischen Prüfung und entscheidet: Meinungsäußerung oder strafbare Aussage, nach der ein Strafverfahren gegen die Verfasserinnen oder Verfasser

eingeleitet werden muss. Die Medienhäuser gewinnen so Rechtssicherheit und die Meinungsvielfalt im Internet wird geschützt. Das langfristige Ziel: Konsequente Sanktionierung etablieren und dadurch eine generalpräventive Wirkung erzielen.

INITIATIVE MIT STRAHLKRAFT

Seit „Verfolgen statt nur Löschen“ **2017 initiiert** wurde, gewinnt die Initiative kontinuierlich neue Partnerschaften: Mittlerweile zählen **24 Medienhäuser in NRW** zu den Unterstützenden. Die Initiative ist Vorbild für viele vergleichbare Projekte in anderen Bundesländern.

SCHULUNG UND MODERATION

Interaktives Empowerment

Digitaler Journalismus hört nicht mit dem Publish-Button auf. Wir unterstützen Redaktionen dabei, den Respekt zurück in die Online-Diskussionen zu bringen. Im Rahmen des Forschungsprojekts „Hallo liebe Community!“ haben wir mit der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf einen Moderationsleitfaden entwickelt, der Raum gibt für konstruktiven Austausch. Im Zentrum stehen drei konkrete Moderationsstile – die von zahlreichen Medienhäusern genutzt werden.

DER KOGNITIVE STIL

„Wo kann man Ihrer Meinung nach ansetzen?“

Der kognitive Stil vermittelt Wissen – und fördert kritisches Nachdenken. Moderierende geben Antworten, stellen selbst Fragen an die Community oder Beitragende und fassen die Standpunkte der Diskussion zusammen.

DER AFFEKTIVE STIL

„Das war bestimmt nicht einfach für Sie.“

Der affektive Stil bietet Unterhaltung, erkennt Gefühle an und steigert das Selbstwertgefühl der Diskutierenden. So können auch Menschen zu einem Kommentar aktiviert werden, die sich sonst nicht trauen würden.

DER SOZIAL-INTEGRATIVE STIL

„Das geht hier offenbar vielen so.“

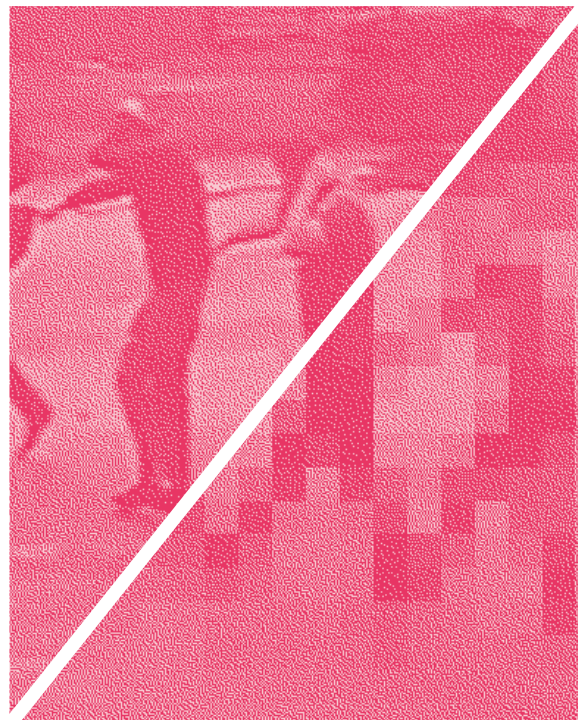
Der sozial-integrative Stil fördert den respektvollen Austausch und will das Wir-Gefühl der Community stärken. Moderierende können Nutzerinnen und Nutzer, die sich ähnlich äußern, gezielt markieren und ins Gespräch bringen.

Gewalt in der Welt, Gewalt im Netz

Wie kann man die **Menschenwürde** im Social-Media-Krieg schützen? **Gewaltdarstellungen** aus globalen Krisenregionen sind eine besondere Herausforderung für die deutsche Medienaufsicht.

Medien sind dafür da, um zu informieren, den Austausch zwischen Menschen zu fördern, zu unterhalten. Das Internet hat dafür neue Dimensionen eröffnet. Heute können wir uns schnell und einfach mit der ganzen Welt vernetzen und auf ein Angebot zugreifen, das kaum zu überblicken ist. Und was das Internet besonders gut kann, ist, Menschen das Gefühl zu geben, sie wären live bei einem Ereignis dabei. Wenn es dabei um das Konzert eines Popstars oder die Hochzeit der besten Freundin geht, ist das toll. Aber auch beim Krieg in der Ukraine, dem Krieg in Gaza oder dem Terroranschlag in Solingen wird das Online-Publikum zugeschaltet. Ohne Rücksicht darauf, dass die Bilder verstörend sind und häufig die Menschenwürde der abgebildeten Personen nicht ausreichend achten.

Für die Medienaufsicht ist das eine herausfordernde Situation, der wir uns immer schneller annehmen können. Mithilfe unseres KI-Tools KIVI und einer engen Zusammenarbeit aller Medienanstalten gelangen uns erste Erfolge: Nach dem Angriff der Hamas auf



Bei Gewaltdarstellungen aus Kriegsregionen konnten wir auch dank KIVI innerhalb weniger Monate rund 1.000 potenzielle Rechtsverstöße bei der EU-Kommission melden.

Israel haben wir innerhalb von fünf Monaten rund 1.000 potenzielle Rechtsverstöße in diesem Kontext bei der EU-Kommission zur weiteren Verfolgung gemeldet. Seit Inkrafttreten des Digital Services Act

auf europäischer Ebene haben wir die Möglichkeit, Rechtsverstöße, die nicht aus Deutschland kommen, an die EU-Kommission zu melden. Wir verfolgen den einzelnen inhaltlichen Verstoß, die europäische Kommission prüft, ob die Online-Plattformen systematisch ihrer Verantwortung für einen demokratischen Medienraum nicht gerecht werden. Herausfordernd bleibt dabei aber die Frage: Wie gehen wir mit Inhalten um, die nicht in deutscher Sprache, aber aus deutscher Sicht rechtswidrig sind? Beispiele dafür sind Formen des Antisemitismus, hier sind wir viel sensibler als andere Länder. Welches Recht gilt in einem internationalen Online-Raum?

ÜBERBLICK: Womit wir uns außerdem beschäftigen

Weitere Projekte, Initiativen und Forschung der Landesanstalt für Medien NRW

AUFSICHT

Meldung von Rechtsverstößen

Wir nehmen Hinweise zu potenziellen Rechtsverstößen entgegen, egal ob diese Internet, Radio oder Fernsehen betreffen. Wichtig für uns: eine genaue Beschreibung des Beobachteten. Je konkreter das Beispiel, desto besser können wir das Ganze untersuchen - und im Ernstfall ein Verfahren gegen die Verursachenden einleiten. Das Melden potenzieller Rechtsverstöße ist bei uns anonym möglich:



Wir nehmen Beschwerden, Meldungen und Hinweise alternativ auch über E-Mail entgegen: beschwerde@medienanstalt-nrw.de. Persönliche Daten werden stets vertraulich behandelt.

KAMPAGNE

75 Jahre Grundgesetz

„Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten.“ So steht es im Grundgesetz. Und so stand es 2024 vielerorts in NRW zu lesen: Mit einer Plakat-Kampagne feierten wir das 75-jährige Bestehen des Grundgesetzes. Denn dieses ist die Basis unserer Demokratie - und unserer Arbeit.



STUDIE

Radikalisierung in den sozialen Medien

Die Hemmschwelle, Menschenfeindliches online zu skandieren, scheint zu sinken. Wie man antidemokratische Bewegungen erkennt und welche Effekte ihre Kommunikationsstrategien erzielen, haben wir in unserem Forschungsmonitor beleuchtet.

STUDIE

Wahrnehmung von Hassrede im Netz

Seit 2016 erhebt forsa für uns die Wahrnehmung von Online-Hassrede. Zuletzt gaben 76 Prozent der Befragten an, regelmäßig mit ihr konfrontiert zu werden. Aber: Die Zahl derer, die Hasskommentare melden, steigt.



KOOPERATION

Schutz von Mandatsträgern

Wer sich in der Kommunalpolitik engagiert, erfährt leider immer häufiger Anfeindungen und Gewalt. Wir arbeiten deshalb mit der Initiative „Stark im Amt“ zusammen - und helfen dabei, Täter zur Rechenschaft zu ziehen.

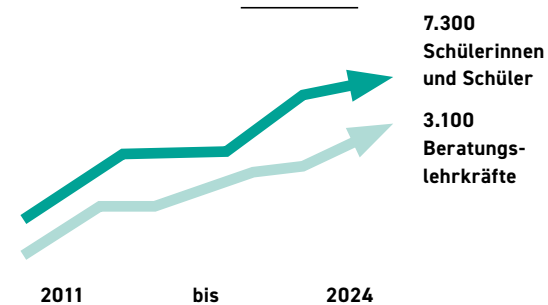


2 BESONDERS SCHUTZ- BEDÜRFTIG

Pornos sind kein Kinderprogramm. Trotzdem sind sie im Netz oft frei zugänglich. Wir zeigen, wie Kinder und Jugendliche vor solchen Inhalten geschützt werden können. Und setzen uns dafür ein, dass Heranwachsende Orientierung in einer Online-Welt finden, die nur scheinbar keine Grenzen kennt. Wir ermöglichen, dass Straftaten wie Cybergrooming ohne großen Aufwand angezeigt werden können. Wir bringen Anbieter dazu, sich an unsere Gesetze zu halten. Denn Kinder haben ein Recht darauf, sich frei und angstfrei im Internet zu bewegen. So setzen wir den **Schutz der Jugend** effektiv in der Praxis um.

Schutz der Jugend: ZAHLEN UND FAKTEN

MEDIENSCOUTS



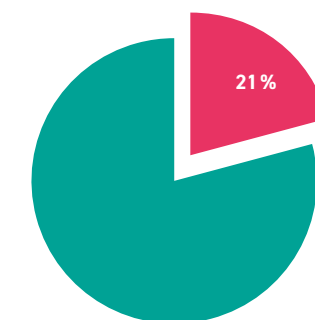
Gemeinsam mit dem Schulministerium ist es unser Ziel, das Angebot Mediencouts NRW allen weiterführenden Schulen in NRW anzubieten. Dafür bilden wir jedes Jahr neue Scouts in ganz NRW aus.

MANGELNDE ALTERSBARRIEREN



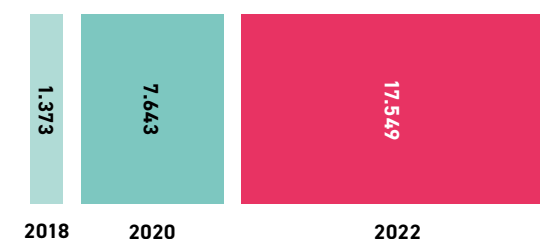
Die meisten Kinder und Jugendlichen kommen mit **Pornografie** sehr früh zum ersten Mal in Kontakt: zwischen dem **11. und 14. Lebensjahr**.

SEXTING



In unserer repräsentativen Umfrage zur Erfahrung von Minderjährigen mit Pornografie gab mehr als **ein Fünftel der 11- bis 17-Jährigen** an, **Sexting** ausprobiert zu haben.

VERBREITUNG VON KINDERPORNOGRAFIE



So hat sich laut BKA die Anzahl der Kinder und Jugendlichen entwickelt, die **kinderpornografische Inhalte** erwarben, besaßen, weiterverbreiteten oder herstellten. Viele Fälle werden aber nie zur Anzeige gebracht.

INTERNATIONALER MEILENSTEIN

Erstmals gelingt es einer deutschen Medienanstalt, Jugendschutz bei einem **App-Anbieter im Ausland** durchzusetzen: Eine Spiele-App aus Israel erkennt die deutschen Anforderungen an – und ändert ihre App entsprechend.

APRIL
03
2020

Nicht für die Augen von Kindern geeignet

Wo Pornografie **Kinder und Jugendliche** gefährdet, gehen wir dagegen vor. Mit eigenen **Initiativen** für mehr Aufklärung – und bei klaren Verstößen vor Gericht.



Pornos sind online oft vollkommen frei zugänglich. Das ist ein Fall für den Jugendmedienschutz und nicht legal. Denn die Rechtslage ist eindeutig: Pornografische Inhalte sind nicht jugendfrei und dürfen nur eingeschränkt verbreitet werden. Im Internet bedeutet das, sie dürfen nur in geschlossenen Nutzergruppen verbreitet werden. Und Porno-Plattformen müssen prüfen, ob ihre Nutzenden volljährig sind. In der Realität sieht das leider noch anders aus. Die marktbeherrschenden Plattformen stellen ihre Inhalte frei zugänglich ins Netz. Ihre Bilder und Videos sind oft nur einen Wisch auf dem Smartphone entfernt. Das zeigt auch unsere repräsentative Befragung zur Erfahrung von

Minderjährigen mit Sexting und Pornografie: Demnach hat in Deutschland etwa jede dritte Person im Alter von 11 bis 17 Jahren bereits einen Porno gesehen – die allermeisten davon, bevor sie 14 Jahre alt sind. Wir setzen uns dafür ein, dass Kinder und Jugendliche nicht mit jugendgefährdenden Inhalten konfrontiert werden. Wir leisten Aufklärung und sensibilisieren Eltern und Lehrpersonal. Vor allem aber gehen wir gegen die Konzerne vor, die ihr Geld mit der Gefährdung von Kindern und Jugendlichen verdienen. Mittlerweile schließen sich andere Länder in Europa und Amerika unserem Vorgehen an. Und auch die deutschen Gerichte bestätigen uns: Wir sind auf dem richtigen Weg.

Jugendschutz muss im Netz gewährleistet werden

Je früher Kinder Pornos sehen, desto weniger können sie die Inhalte einordnen. Unsere Befragungen zeigen: Sie übernehmen Praktiken und stellen unrealistische Erwartungen an sich und ihre Partnerinnen oder Partner. Wer explizite pornografische Inhalte anbietet, muss deshalb sicherstellen, dass Minderjährige sie nicht sehen können. Das ist oft nicht der Fall. Internationale Konzerne ignorieren unsere Gesetze und weigern sich, Gerichtsurteile umzusetzen. Das nehmen wir nicht hin.

„Pornos gehören nicht auf die Screens von Kindern. Wer solche Inhalte anbietet, muss dafür Sorge tragen, dass Kinder diese nicht zu sehen bekommen.“

*Dr. Laura Braam,
Leiterin der Abteilung Recht der
Landesanstalt für Medien NRW*

HINTERGRUND

Rechtsurteil Altersverifikation

Es gibt verschiedene Systeme von Altersverifikationen, die von der Kommission für Jugendmedienschutz regelmäßig geprüft und für gut befunden werden. Eine Umsetzung verweigern dennoch viele Anbietende von Pornografie. Seit 2019 gehen wir deshalb verstärkt gegen Verstöße vor. So forderten wir im Juni 2020 drei Porno-Plattformen auf, unverzüglich wirksame Maßnahmen zum Schutz von Kindern und Jugendlichen zu implementieren. Dagegen strengten die Plattformen ein Eilverfahren an, unterlagen aber vor dem Verwaltungsgericht Düsseldorf und dem Oberverwaltungsgericht in Münster. Eine weitere Klage wurde 2023 vom Verwaltungsgericht in Düsseldorf abgewiesen. Die Gerichte unterstreichen damit unsere Rechtsauffassung, dass der Jugendmedienschutz auch im Internet konsequent anzuwenden ist – ohne Ausnahme.

EFFEKTIVE MASSNAHMEN

Maßnahmen für mehr Jugendschutz im Netz können simpel sein – aber wirkungsvoll. Zwei Beispiele:

Altersverifikation



Wer das Alter von Nutzenden kontrolliert, schafft **geschlossene Nutzergruppen für Ü18-Inhalte**. Das geht mittlerweile, auch ohne persönliche Daten zu speichern.

Zeitsperren



Plattformen können bestimmte Inhalte **bis 22 Uhr sperren**. Jugendgefährdende Inhalte können zudem erst durch **Eingabe einer PIN** freigegeben werden.

KOMMISSION FÜR JUGENDMEDIENSCHUTZ

Kinder und Jugendliche verbringen viel Zeit im Internet. Das eigene Smartphone gibt ihnen dabei viele Freiheiten. So geraten sie auch früh mit Inhalten in Kontakt, die sie noch nicht einordnen können – Pornografie, Gewalt oder Horrorfilme sind kein Kinderprogramm. Gemeinsam mit der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) setzen wir den Jugendmedienschutz im Internet durch. Die KJM ist dafür in Deutschland das zentrale Aufsichtsorgan der Medienanstalten. Bei Verstößen gegen den Jugendschutz beschließt sie Maßnahmen gegen Anbietende und beurteilt Systeme zur Altersverifikation. Die Medienanstalten setzen die Beschlüsse der KJM durch. Gemeinsam mit der KJM sorgen wir dafür, dass sich Kinder und Jugendliche angstfrei im Internet bewegen können.

Safer Sexting

Damit, was süß beginnt, nicht sauer endet: **Beim Sexting** kann aus altersgerechtem Spaß schnell strafbarer Ernst werden. **Wir klären auf.**

Jugendliche leben ihre Sexualität natürlich auch online aus. Sie schicken sich gegenseitig Bilder oder Videos und finden dabei für sich heraus, wie weit sie selbst bereit sind zu gehen. Sicher, nicht für alle Jugendlichen ist Sexting ein Thema. Diejenigen, die es tun, möchten wir mit unserer Kampagne erreichen. Denn aller jugendlicher Neugier zum Trotz: Ganz unbedarft sollte man das Thema Sex auch online nicht angehen. Unsere Kampagne setzt deshalb an verschiedenen Stellen an: Sie zeigt die Risiken von Sexting auf – und was man selbst unternehmen kann, um diese Gefahren zu minimieren. Außerdem klärt sie über die wichtigsten „Dos and Dont's“ im Umgang mit Material von Sexting-Partnern auf. Denn auch für Minderjährige kann der Besitz von kinderpornografischem Material strafbar werden. Und spätestens, wenn Kinder- oder Jugendpornografie verbreitet wird, ist das ein Fall für die Staatsanwaltschaft.

Unsere Kampagne richtet sich deswegen neben den Jugendlichen auch an Eltern, Lehrkräfte und pädagogische Fachkräfte in Jugendzentren und Jugendtreffs. Dazu haben wir auch Info-, Unterrichts- und Arbeitsmaterialien für die jeweilige Zielgruppe entwickelt. Das Ziel der Kampagne: Ohne moralische Wertung zeigen, wann aus Spaß Ernst wird und wie sich Jugendliche wehren können, wenn sie im Internet sexuell belästigt werden.

Weitere Informationen
und begleitende Materialien
gibt es hier:



EINDEUTIG VERBOTEN

Sexting ist nur Sexting, wenn es einvernehmlich passiert. Alles andere ist eine Form von sexuellem Missbrauch.

DICKPICS

Anderen ungefragt Nacktbilder zu schicken, ist eine Form der sexuellen Belästigung oder Nötigung und strafbar.

SEXTORTION

Freiwillig und einvernehmlich Bilder von den eigenen sexuellen Handlungen auszutauschen, ist in Ordnung. Erpresst eine Person die andere im Nachhinein damit, nennt man das Sextortion – und natürlich ist das eine Straftat.

REVENGE PORN

Privat ausgetauschte Bilder müssen privat bleiben. Nach einem Streit oder einer Trennung pornografisches Material einer anderen Person aus Rache zu verbreiten, ist strafbar.

DEIN DING!

„Was'n Arsch“ – jemand hat deine Nudes einfach weitergeleitet. Was beim Sexting geht, was strafbar sein kann und welche Rechte du hast, erfährst du hier:

safer-sexting.de

Mehr Orientierung

Kinder und Jugendliche bestmöglich auf Chancen und Gefahren der digitalen Welt vorbereiten: Das sind zentrale Ziele, wenn wir von Medienorientierung sprechen. Die Angebote **Mediencouts** und **Internet-ABC** leisten dazu einen wertvollen Beitrag.



INITIATIVE

Mediencouts NRW

Eltern verstehen doch gar nicht, was online passiert. Und Lehrerinnen und Lehrer sind doch eh immer nur gegen Handys... Ob das so stimmt, wissen wir nicht. Was wir aber wissen, ist, dass das Vertrauen zwischen etwa gleichaltrigen Kindern und Jugendlichen am größten ist. Und auch Regeln lassen sich leichter akzeptieren, wenn sie von Mitschülerinnen und Mitschülern vertreten werden. Das ist das Erfolgsgeheimnis der Mediencouts. Seit 2011 bilden wir in NRW Schülerinnen und Schüler zu Scouts aus. Sie stehen an ihren Schulen als Ansprechpersonen zu allen Fragen der Handy-Nutzung bereit. Sie sensibilisieren ihre Mitschülerinnen und Mitschüler für Risiken wie Cybergrooming, Cybermobbing oder Desinformation. Und sie wissen Rat, wann es eine Vertrauensperson braucht, weil vielleicht doch mal etwas Schlimmes passiert ist. An mehr als 1.000 weiterführenden Schulen haben wir bereits rund 7.000 Mediencouts ausgebildet. Aber das reicht uns noch nicht. Gemeinsam mit dem Schulministerium als Partner, das in den kommenden Jahren 1,5 Millionen Euro bereitstellt, ist es unser Ziel, Mediencouts an allen weiterführenden Schulen in NRW auszubilden.



LERNPLATTFORM

Internet-ABC

Kinder wachsen von Beginn an mit Medien auf. Also müssen sie auch früh lernen, wie der Umgang mit ihnen funktioniert. Dafür gibt es unsere Lernplattform vom Internet-ABC. Kinder im Alter zwischen fünf und zwölf Jahren finden hier eine sichere Plattform für ihre ersten Schritte in der digitalen Welt.

Das Internet-ABC bietet eine digitale Lernumgebung in altersgerechter Sprache, frei von Werbung oder Inhalten, die Kinder ängstigen oder verstören können. Hier können Kinder und Jugendliche den Umgang mit digitalen Inhalten üben und spielerisch lernen, welche Risiken es gibt und wie sie sich vor ihnen schützen können. Für Eltern bietet das Internet-ABC viele nützliche Informationen, etwa zur Mediennutzung in der Familie. Lehrkräfte finden Materialien und Unterrichtseinheiten für die Vermittlung von Medienkompetenz. Getragen wird das Internet-ABC von einem Verein, dem alle deutschen Medienanstalten angehören.

ÜBERBLICK: Womit wir uns außerdem beschäftigen

Weitere Projekte, Initiativen und Forschung der Landesanstalt für Medien NRW

STUDIE

Challenge Accepted – digitale Mutproben auf TikTok

TikTok ist die beliebteste Social-Media-Plattform von Kindern und Jugendlichen. Besonders im Fokus: Challenges. Mutproben, bei denen man sich filmt und die Videos verbreitet. Oft sind diese Videos harmlos. Aber rund ein Drittel der Challenges kann potenziell gefährlich werden. Unsere Studie „Challenge Accepted“ zeigt, warum sie dennoch für Kinder so anziehend sind.



STUDIE & VIDEO

Cybergrooming

Durch unsere Studie können wir die Verbreitung von Cybergrooming, digitalem Missbrauch an Kindern und Jugendlichen, noch besser einschätzen: Jedes vierte Kind hat 2024 angegeben, bereits im Netz sexuell belästigt worden zu sein. Die Täter sind meist erwachsen, aber die Betroffenen erkennen ihr wahres Alter erst spät. Besorgniserregend: Viele Kinder brechen den Kontakt auch dann nicht ab. Oft überwiegen Neugier oder die gefährliche Freude daran, von Älteren wahrgenommen zu werden. Das Thema ist wichtig und wir wollen darauf aufmerksam machen. Deshalb haben wir ein Video produziert, das dafür sensibilisieren soll.



STUDIE

Sexting und Pornografie

Welche Erfahrung haben junge Menschen unter anderem mit Pornografie gemacht? Oft prägende, ermittelte eine Studie in unserem Auftrag. Fast die Hälfte der Befragten (42 %), die bereits einen Porno gesehen und Sexting ausprobiert haben, sagen, dass sie sich durch Pornos für ihr Sextingverhalten inspirieren lassen.



AUFSICHT

Zusätzliche Legitimität

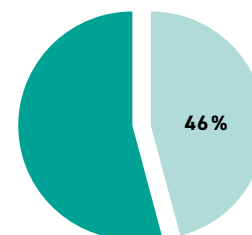
Die Bundesregierung hat 2023 das Digitale-Dienste-Gesetz verabschiedet - und unsere Position gestärkt. Das heißt, dass das Gesetz die Zuständigkeiten verschiedener Behörden bei der Online-Regulierung klärt. Das eröffnet uns neue Möglichkeiten, deutsches Recht auf internationalen Kanälen und Plattformen durchzusetzen.

3 TRANSPARENZ STATT IRREFÜHRUNG

Wir stehen für den Schutz des demokratischen Mediensystems. Klingt gut. Aber was haben Medien mit Demokratie zu tun? Sehr viel! Medien sind Informationsquelle zu aktuellem Geschehen, Ort für gesellschaftliche Aushandlungsprozesse und Inspiration fürs Leben. Sie gestalten entscheidend mit, wie wir in einer Demokratie zusammenleben, was die Menschen wählen und wofür sich unsere Politik einsetzt. Daher ist es problematisch, wenn Menschen in Medien in die Irre geführt werden. Hier erklären wir, was wir für den **Schutz der Nutzerinnen und Nutzer** tun, wie wir gegen Desinformation oder fehlende Werbekennzeichnungen vorgehen, wer bei Fragen im Medienalltag helfen kann – und wie wir mit KI umgehen.

Schutz der Nutzerinnen und Nutzer: ZAHLEN UND FAKTEN

FAKE NEWS



Fast die Hälfte der Nutzerinnen und Nutzer begegnet mindestens wöchentlich **Falschinformationen** zum Konflikt zwischen Russland und der Ukraine.

NACHRICHTENKOMPETENZ

2,5
Millionen

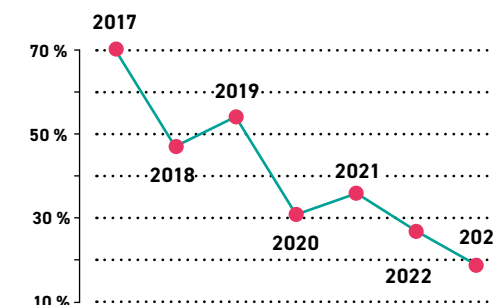
So viele Aufrufe hat die **Web-App „News-Test“** seit 2021. Nutzerinnen und Nutzer finden damit heraus, wie sich Informationen sicher einordnen lassen.

DESINFORMATION

4 von **5**

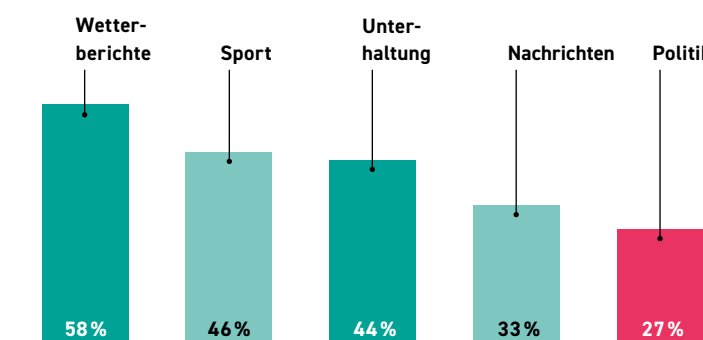
Vier von fünf Menschen in Deutschland sind der Ansicht, dass **Desinformation** eine Gefahr für die Demokratie bedeutet.

FEHLENDE WERBEKENNZEICHNUNG



Influencerinnen und Influencer kennzeichnen seit unserem Eingreifen Werbung deutlich besser. In nur **19 Prozent** von 750 Influencer-Profilen aus NRW finden sich noch Verstöße.

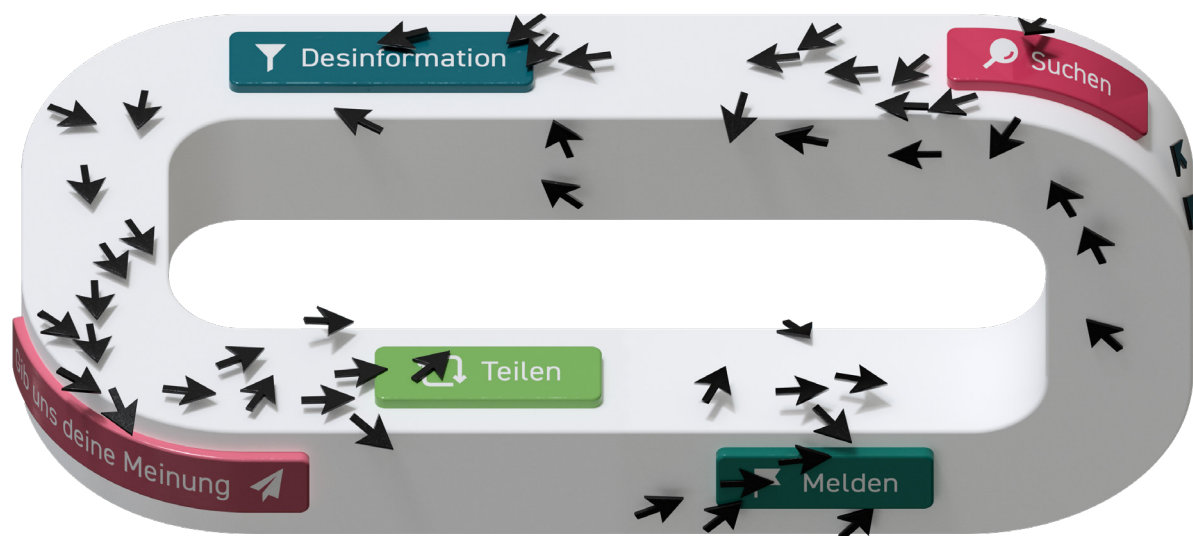
AKZEPTANZ VON KI IM JOURNALISMUS



Viele Nutzerinnen und Nutzer stehen **künstlicher Intelligenz im Journalismus** aufgeschlossen gegenüber. Das ergibt unsere aktuelle Akzeptanzstudie zu KI im Journalismus. Entscheidend ist jedoch der **Einsatzbereich**. Vor allem in den Bereichen Sport- und Wetterinformationen ist die Bereitschaft hoch, KI-unterstützte Nachrichten zu konsumieren.

Bewusste Irreführung oder freie Meinung? So begegnen wir Desinformation

Wo verläuft die **Grenze** zwischen gefährlicher Falschinformation und freier Meinungsäußerung? Die Arbeit im **Bereich Desinformation** ist eine besondere Herausforderung.



Unsere repräsentative Online-Umfrage zum alltäglichen Informationsverhalten zeigt: 55 Prozent der befragten Bürgerinnen und Bürger informieren sich zu gesellschaftlichen Themen mehrmals pro Woche über soziale Medien. Gleichzeitig wächst die Menge an potenziell irreführenden Inhalten. Durch den Einsatz von KI lassen sich visuelle und audiovisuelle Inhalte immer leichter manipulieren. Das heißt: Desinformations-Kampa-

gnen und andere Beeinflussungsversuche werden immer professioneller und uns in Zukunft noch mehr beschäftigen. Wie darauf reagieren? Das ist eine der sensibelsten Fragen unserer Arbeit, denn Desinformation ist oft ein Graubereich. Völlig frei erfundene Inhalte, absichtlich falsche Kontextualisierung oder bewusstes Weglassen von Informationen – das Spektrum, auf dem sich Desinformation bewegen kann, ist breit.

Forschung für ein solides Fundament

Wann ist etwas Vorsatz, womöglich gesteuert von Institutionen oder Staaten, endlos skalierbar über tausende Fake-Accounts? Und was ist eine freie Meinungsäußerung, die vielleicht für andere ärgerlich ist, aber die wir entsprechend unserem gesetzlichen Auftrag schützen wollen? Die Unterscheidung ist in der Praxis selten so klar, wie es in der Theorie klingt. Unser Ansatz als Landesanstalt für Medien NRW ist es, das Thema Desinformation zunächst auf ein soli-

Desinformation missbraucht und nutzt das, was wir eigentlich schützen wollen: die Meinungsfreiheit. Das macht ihre Regulierung so herausfordernd.

des Fundament zu stellen. Wir geben Forschung und Umfragen in Auftrag, die eine etwaige Bedrohungslage greifbar machen. Mit verschiedenen empirischen Ansätzen untersuchen wir, ob und inwiefern Desinformation demokratiegefährdend sein kann und wann es regulatorischer Eingriffe bedarf. Die gute Nachricht: Eine unserer Studien zeigte, dass das einmalige Lesen einer Fehlinformation die Meinungsbildung kaum beeinflusst – vorausgesetzt, es gab schon eine Voreinstellung zu dem Thema.

Mit Transparenz gegen Manipulation

Je häufiger Nutzende einer Fehlinformation allerdings begegnen, desto größer wird die Verunsicherung. Ein zentrales Problem dabei ist die Transparenz. Irgendwann ist es den Nutzenden schlicht nicht mehr möglich zu beurteilen, ob eine Nachricht stimmt oder nicht. Deswegen klären wir mit Forschungsmonitoren darüber auf, wie beispielsweise Propaganda systematisch verbreitet wird. Und: Gemeinsam mit den anderen Medienanstalten arbeiten wir an einem abgestuften regulatorischen Ansatz, bestehend aus Transparenzvorschriften, Sorgfaltspflichten und einem Verbot manipulativer Verbreitungstechniken.

Freie Meinungsäußerung gewährleisten

Das Recht auf freie Meinungsäußerung ist das Herzstück unserer demokratischen Medienordnung. Wir wollen Diskurse gewährleisten, auch fragwürdige Meinungen ermöglichen. Aber die demokratische Auseinandersetzung wird verfälscht, wenn Meinungsbilder von Algorithmen manipuliert werden, wenn Bots statt Menschen Beiträge in den sozialen Medien kommentieren oder Propaganda im Mantel vertrauenswürdiger Nachrichten erscheint. Davor wollen wir unsere Nutzerinnen und Nutzer schützen – und unsere demokratische Grundordnung ebenfalls. Wo der Austausch von Argumenten gefährdet ist und das Vertrauen in unsere Demokratie untergraben wird, greifen wir ein. Die Politik ist hier gefragt, einen adäquaten gesetzlichen Rahmen zu schaffen. Unsere Studien und Ergebnisse bieten dabei eine wichtige und fundierte Hilfe.

EU-DEFINITION VON DESINFORMATION

„Desinformationen“ sind **nachweislich falsche oder irreführende Informationen**, die mit dem Ziel des **wirtschaftlichen Gewinns** oder der **vorsätzlichen Täuschung** der Öffentlichkeit konzipiert, vorgelegt und verbreitet werden und **öffentlichen Schaden** anrichten können.

Versehentliche Fehler bei der Berichterstattung, Satire und Parodien oder eindeutig gekennzeichnete parteiliche Nachrichten oder Kommentare fallen also explizit aus dem Begriffsverständnis heraus. Vielmehr geht es bei der Verbreitung von Desinformation in der Regel darum, gesellschaftliche Spannungen zu vertiefen oder politische und wirtschaftliche Prozesse zu beeinflussen. Häufig geschieht dies unter Nutzung moderner Technologien, wie Bot-Netzwerken oder Deepfakes.

Klare Kennzeichnung von Werbung

Was im Fernsehen und Radio eigentlich geübt ist, gilt auch für Inhalte in **Social Media**: Wo Werbung drin ist, muss **Werbung** dranstehen.



Die Verpflichtung, Werbung als solche zu kennzeichnen, betrifft nicht nur das Fernsehen und Radio, sondern auch das Internet, einschließlich Social Media. Wer für die Erwähnung eines Produkts oder einer Dienstleistung eine Gegenleistung erhält, macht Werbung – und muss das entsprechend kennzeichnen. Wir setzen uns dafür ein, dass diese Regel in allen Bereichen der Mediennutzung eingehalten wird – nur so haben Nutzende die Chance, sich frei und ohne unbewusste Beeinflussung zu informieren.

Klare Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten

Die Unterscheidbarkeit von redaktionellen Inhalten und Werbung ist gesetzlich im Medienstaatsvertrag geregelt (§ 22 Abs. 1 MStV). Für die Nutzerinnen und Nutzer muss sofort erkennbar sein, ob es sich um persönliche Meinung oder bezahlte Werbung handelt. Das ist besonders in den sozialen Netzwerken wichtig, in denen sich private, redaktionelle und werbliche Inhalte vermischen – oft auf ein- und demselben Profil. Die Nähe, die in Social Media zwischen Influencern und ihren Followern und Nutzenden entsteht, erfordert eine besondere Sorgfalt bei der Kennzeichnung von Werbung.

Werbung in Social Media: eine besondere Herausforderung

Wir stellen immer wieder fest, dass die Kennzeichnung auf Plattformen wie Instagram, YouTube und TikTok für Creator besondere Herausforderungen darstellen. Denn: hier ist oft unklar, wie Werbung gekennzeichnet werden muss. Kinder und Jugendliche, die stark auf Social Media aktiv

sind, setzen häufig mehr Vertrauen in Empfehlungen von Influencerinnen und Influencern als in klassische Werbespots. Umso wichtiger ist es, dass die Werbekennzeichnung hier klar und eindeutig erfolgt.

Unterstützung durch die Landesmedienanstalten

Für alle, die unsicher sind, wie sie Werbung richtig kennzeichnen, bieten die Medienanstalten einen Leitfaden zur Werbekennzeichnung an. In dieser „Kennzeichnungsmatrix“ finden sich praktische Tipps für die gängigsten Plattformen. Begriffe wie „#ad“ oder „#sponsored by“ reichen oft nicht aus. Die klare Botschaft: Werbung muss leicht und auf den ersten Blick zu erkennen sein, damit Nutzerinnen und Nutzer nicht getäuscht werden. Wir stehen Medienschaffenden beratend zur Seite, um sicherzustellen, dass die gesetzlichen Vorgaben erfüllt und Missverständnisse vermieden werden. Die Kennzeichnungspflicht dient nicht nur dem Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher, sondern auch der Glaubwürdigkeit von Medien und Werbetreibenden.

RECHTSLAGE FÜR WERBUNG IN DEN SOZIALEN MEDIEN

Auch auf Betreiben der Landesmedienanstalten hat sich die Rechtslage konkretisiert. Das heißt, heute gelten für **Videos und Podcasts die gleichen Regeln wie für den Rundfunk**. Sponsoren dürfen zum Beispiel

nur kurz am Anfang oder am Ende des Beitrags genannt werden. In Text- und Bildposts müssen Begriffe wie „**Werbung**“ oder „**Bezahlte Werbepartnerschaft**“ **sichtbar voranstehen**.



Wir helfen mit ZEBRA

Die Online-Welt verändert sich stetig – und wirft viele **Fragen** und Unsicherheiten auf. Wir geben mit unserer Plattform ZEBRA **Antworten**. Schnell und persönlich.

Die dumme Fragen gibt es nicht. Wie sich Gaming-Sucht vermeiden lässt oder was gegen Online-Stalking hilft, was eigentlich genau Cookies sind oder welche Accounts bereits als Desinformations-Schleudern berüchtigt sind: Wir antworten mit unserem Portal ZEBRA auf alle Fragen zum digitalen Alltag. Vertraulich, persönlich und innerhalb von 24 Stunden. Die Fragen können alle Bürgerinnen und Bürger unter www.frag-zebra.de, per WhatsApp oder über Instagram einreichen – persönlich oder anonym. Besonders häufig gestellte Fragen veröffentlichen wir – natürlich grundsätzlich anonymisiert – im Anschluss auf der ZEBRA-Website, um auch all jenen weiterzuhelfen, die sich informieren wollen, aber vielleicht die Kontaktaufnahme mit

SCHWERPUNKTE

Mehr als **7.500 Fragen** haben wir seit dem Start der Online-Plattform im Januar 2021 individuell und kompetent beantwortet. Das sind die Top 5 der am meisten nachgefragten Themenwelten auf frag-zebra.de – und die Anzahl der archivierten und frei zugänglichen Antworten auf der Website:

Themenwelt 1: Medienerziehung

486 Fragen und Antworten

Themenwelt 2: Apps & digitale Dienste

166 Fragen und Antworten

Themenwelt 3: Soziale Netzwerke

159 Fragen und Antworten

Themenwelt 4: Jugendschutz & Altersfreigaben

131 Fragen und Antworten

Themenwelt 5: Cybergrooming & strafbares Verhalten im Internet

107 Fragen und Antworten

uns scheuen. Hunderte Fragen und Tipps haben wir auf diese Weise bereits an einem Ort im Netz versammelt. Um eine möglichst breite Themenpalette abdecken zu können, arbeiten wir für ZEBRA eng mit unseren Partnerinnen und Partnern zusammen: dem Ministerpräsidenten von NRW, dem Ministerium für Schule und Bildung von NRW, jugendschutz.net, JUUUPORT e. V. und der EU-Initiative klicksafe. Die Haltung dabei ist immer die gleiche: Jede Frage hat ihre Relevanz und muss mit Sorgfalt beantwortet werden. Seit Beginn des Programms im Januar 2021 konnten wir außerdem bestimmte Schwerpunkte ausmachen, die wir in schnell anklickbaren Themenwelten für alle Nutzerinnen und Nutzer zusammengefasst haben.

Entlastung statt Entlassung

KI stellt viele Arbeitsbereiche auf den Kopf – auch in der Medienbranche. Statt Automatisierungsangst zu schüren, richten wir den Blick auf **Potenziale von künstlicher Intelligenz** im Journalismus.

Schon heute ist KI-Software fester Bestandteil vieler Verlagshäuser und Redaktionen. Das verändert die Arbeit von Journalistinnen und Journalisten drastisch. Aber trotz Automatisierung müssen die Mitarbeitenden heute und in Zukunft die generierten Informationen weiterverarbeiten und die Verantwortung für das übernehmen, was die KI vorschlägt. Besonders in einer so wichtigen Branche für die Meinungsbildung und die Demokratie wie dem Journalismus. Wir möchten Redaktionen ermutigen, die Möglichkeiten der modernen Technologie klug und verantwortungsvoll zu nutzen. KI kann dort ergänzen und entlasten, wo Zeit und Ressourcen knapp sind. Zum Beispiel, indem sie standardisierte Aufgaben übernimmt: die tägliche Wettermeldung

generiert, Wettkampfergebnisse zusammenfasst oder Wahlergebnisanalysen nur Minuten nach der abgeschlossenen Auszählung erstellt. Das kann Medienunternehmen helfen, Vielfalt fördern und die Qualität im Journalismus stärken. Unsere Studie zur Akzeptanz von KI im Journalismus zeigt: Auch Nutzende akzeptieren den Einsatz zunehmend. Voraussetzung ist jedoch eine klare Kennzeichnung und unabhängige Aufsicht über den Einsatz der Technologie. Und die Frage, in welchem Bereich KI-unterstützte Inhalte entstehen. Dass die Technik immer besser wird, bestätigt ein Experiment, das wir im Rahmen unserer Befragung durchgeführt haben: So konnten die Nutzenden echte Moderierende und Avatare nicht zuverlässig voneinander unterscheiden.

EINBLICKE IN DIE ERGEBNISSE DER AKZEPTANZSTUDIE VON KI IM JOURNALISMUS:

54 %

Mehr als die Hälfte der Befragten denkt, dass KI die Auffindbarkeit von Inhalten auf Plattformen und in Mediatheken verbessern kann.

51 %

Die meisten Nutzerinnen und Nutzer sind der Meinung, dass KI Journalistinnen und Journalisten bei umfangreichen Recherchen entlasten kann.

41 %

41 Prozent geben an, dass die Technologie dabei helfen kann, mehr lokale Berichterstattung auszuspielen.

11 %

Nur 11 Prozent lehnen den Einsatz von KI im Journalismus entschieden ab.

Hier geht es zu allen Ergebnissen der Studie:



ÜBERBLICK: Womit wir uns außerdem beschäftigen

Weitere Projekte, Initiativen und Forschung der Landesanstalt für Medien NRW

INITIATIVE

Eltern und Medien

Diese Initiative bietet Hilfe und Einblicke in die digitale Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen. Auf analogen und digitalen Elternabenden geben wir zehntausenden Eltern seit vielen Jahren Hinweise zur Medienerziehung und stellen ausführliches Praxismaterial bereit.



AUFSICHT

Werbekennzeichnung in Podcasts

Redaktioneller Beitrag oder Werbebotschaft? Eine Untersuchung der Medienanstalten hat gezeigt: Mehr als 50 Prozent der geprüften Podcasts mangelt es an Transparenz. Wir haben mit den Podcasterinnen und Podcastern Kontakt aufgenommen und sie aufgeklärt, wann ein Werbejingle nötig ist und was noch als Sponsoring gilt. Weitere Tipps zur Kennzeichnung in Audioformaten haben wir in einem Leitfaden zusammengefasst.

GUTACHTEN

Umgang mit Desinformation

Das Leibniz-Institut für Medienforschung hat für uns Risiken von und Maßnahmen gegen Desinformation geprüft - und einen grundsätzlichen Überblick geschaffen.

STUDIE

Desinformation und Wahlen

Seit 2019 untersucht forsa in unserem Auftrag, wie sich die Menschen vor Wahlen im Netz informieren. Ein Ergebnis: Viele sehen Desinformation als Gefahr für die Demokratie. So fürchteten bei der 2023er-Erhebung 94 Prozent der Befragten, dass sich ihre Mitmenschen durch politische Desinformation beeinflussen ließen.

WEB-TOOL

News-Test

Der Test „Quelle: Internet“ prüft spielerisch die eigene Nachrichtenkompetenz - und zeigt, wie man dabei auch im Vergleich zum deutschen Durchschnitt abschneidet.

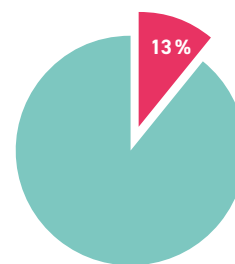


4 MEDIENVIELFALT AM STANDORT NRW

Die Vielfalt am Medienstandort NRW zu schützen, zu fördern und zu entwickeln – das ist eine unserer zentralen Aufgaben. Demokratie braucht mediale Vielfalt, deshalb fördern wir Medienschaffende mit dem Journalismus Lab und unterstützen Redaktionen und Medienunternehmen bei der Entwicklung innovativer Angebote am Standort NRW. Wir ermöglichen mit unserem Traineeship-Programm einen vielseitigen Einstieg in die schönste Branche der Welt – und unterstützen die Menschen in NRW dabei, aktiv mitzureden und zu publizieren. So sorgen wir für den **Schutz der Vielfalt**.

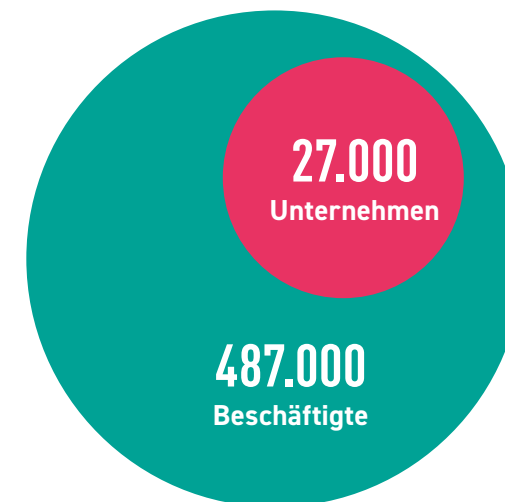
Schutz der Vielfalt: ZAHLEN UND FAKTEN

ZAHLUNGSBEREITSCHAFT



Viele Menschen nutzen **Online-Nachrichten** – doch laut einer Studie des Leibniz-Instituts für Medienforschung sind aktuell nur 13 Prozent der Nutzenden bereit, für diese auch zu zahlen. Wir unterstützen Medienunternehmen daher bei der digitalen Transformation ihrer Geschäftsmodelle.

STARKER STANDORT



Am **Standort NRW** arbeiten rund **487.000 Beschäftigte** in **27.000 Medienunternehmen**. Diese Vielfalt ist die Grundlage für ein hochwertiges Angebot – und die Grundlage für eine Vielfalt an Meinungen, die wir als demokratische Gesellschaft benötigen.

MEDIENBOX NRW

0€

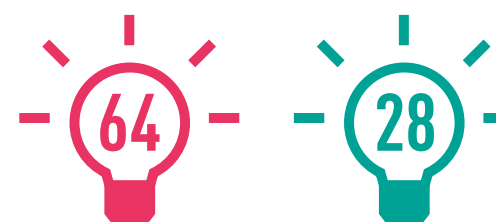
Wir wollen, dass Bürgerinnen und Bürger medial teilhaben. Daher sind **alle Kurse der Medienbox NRW kostenlos** – damit alle die Möglichkeit haben, sich an öffentlichen Debatten medial zu beteiligen.

AUDIONUTZUNG



Im Schnitt hören die Deutschen jeden Tag **rund drei Stunden Audioinhalte**: ob zu Hause oder beim Sport, ob als Podcast oder im Radio. Deshalb fördern wir **Innovationsprojekte bei Audioanbietern und anderen Medienunternehmen**.

INNOVATIONEN



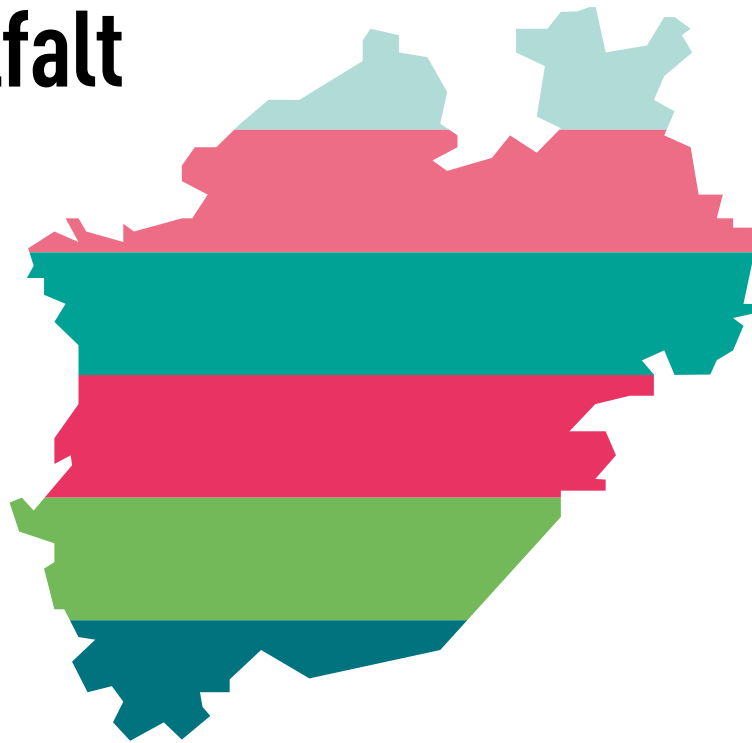
Innovationsprojekte

neue Start-ups

Mehr als **64 Innovationsprojekte** und **28 Start-ups** hat das Journalismus Lab seit 2015 finanziell und fachlich unterstützt.

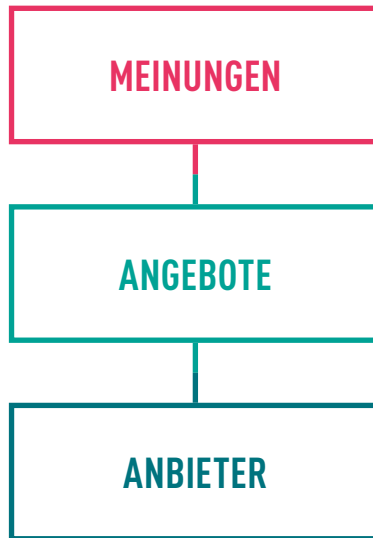
Wie wir Vielfalt stärken

Schutzgut und zentraler Bestandteil unserer Gesellschaft: **Vielfalt in den Medien** garantiert eine freie Meinungsbildung, einen offenen Austausch von Argumenten – und eine lebendige **Demokratie**.



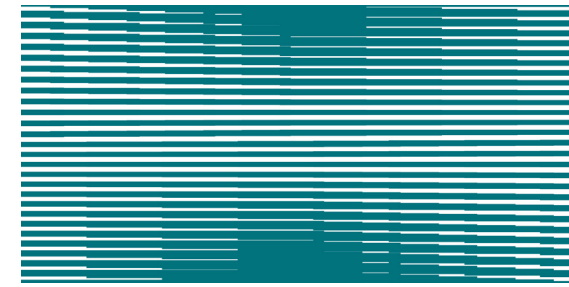
Menschen nutzen Medien sehr unterschiedlich – zur Ablenkung, zum Lernen, zum Kommunizieren. Aber auch, um sich eine Meinung zu bilden und diese zu artikulieren. Ohne eine facettenreiche Medienlandschaft ist keine Demokratie möglich. Denn eine demokratische Gesellschaft zeichnet sich dadurch aus, dass sich unterschiedliche Menschen auf Grundsätzen des Zusammenlebens verständigen, ohne dass sie sich immer einig sind. Der stete Austausch von Argumenten bestimmt den gemeinsamen Kurs. Widerspruch, Streit und die Suche nach Kompromissen sind dabei große Antriebskräfte. Doch diese Vielfalt ist kein Selbstläufer. Damit sie existieren kann, braucht es erstens einen Wettbewerb an Meinungen. Welche das sind, bestimmt das Publikum, nicht

Im Einsatz für vielfältige



in der Medienbranche
NRW

der Staat. Unterschiedliche Überzeugungen und Weltanschauungen dürfen und sollen nebeneinander existieren. Dazu muss es zweitens eine Wahl bei den Angeboten geben – in Formaten, Themen und Kanälen, damit sich die Bürgerinnen und Bürger mit dem beschäftigen können, was sie und andere bewegt. Unumgänglich dafür ist drittens eine Vielzahl an Anbietern. Nicht einige wenige dürfen den Markt und damit die Meinung bestimmen. Diese drei Ebenen haben wir im Blick, wenn wir von Medienvielfalt sprechen. Deswegen arbeiten wir an attraktiven Rahmenbedingungen für den Medienstandort NRW, fördern mit dem Journalismus Lab Innovationsprojekte in Redaktionen und Medienunternehmen und entwickeln zukunftsfähige Programme für den Einstieg in die Medienbranche.



RADIO

Vielfalt, die jeden Tag hörbar ist

Für viele Menschen gehört Radio zum Alltag – beim Aufstehen, im Auto oder gemütlich am Wochenende. Der Medienstandort NRW bietet eine beeindruckende Radiolandschaft, die in Europa einzigartig ist. Darauf sind wir stolz! Die Aufsicht für diese privaten Sender liegt bei uns: denn Rundfunk ist in Deutschland Ländersache. Das bedeutet, wir erteilen Lizenzen an private Radioveranstalter und weisen die Sendeleisten im analogen und digitalen Radio zu.

44 Radiosender auf mehr als 100 Frequenzen

In NRW gibt es derzeit 44 lokale Radiosender, die auf mehr als 100 Frequenzen senden. Jeder Sender bietet ein eigenes Lokalprogramm an. Wenn gerade kein Lokalprogramm läuft, wird das Rahmenprogramm von „Radio NRW“ gesendet. So gibt es 24 Stunden am Tag Radio – egal, wo man sich in NRW befindet. Wir sorgen nicht nur dafür, dass die gesetzlichen Vorgaben eingehalten werden, sondern beraten die Radiosender.

Neue Geschäftsmodelle

Die digitale Transformation stellt auch für den Audiomarkt eine große Herausforderung dar. Neue Strategien und Geschäftsmodelle sind wichtig, um auch in Zukunft wirtschaftlich erfolgreich zu bleiben und die lokale Radiovielfalt zu sichern. Deswegen unterstützt die Landesanstalt für Medien NRW die Aus- und Weiterbildung im Radio finanziell. So bleibt das Radio auch in Zeiten des digitalen Wandels ein starkes Medium für alle.

PUBLIC VALUE

Vielfalt besser sichtbar machen

Demokratie lebt von Vielfalt, unterschiedlichen Meinungen und lebhaften Debatten. Medien übernehmen dabei eine zentrale Rolle: Sie tragen maßgeblich zur Meinungsbildung bei. Damit Vielfalt ihre Wirkung entfalten kann, muss sie aber auch sichtbar sein. Hier setzt das Public-Value-Verfahren an: Es sorgt dafür, dass informative Medienangebote auf Benutzeroberflächen besser auffindbar sind. So ermöglichen wir den Nutzerinnen und Nutzern eine echte Auswahl an hochwertigen und verlässlichen Informationsquellen.

Aufmerksamkeit ist heute im Medienumfeld ein kostbares Gut

Viele wertvolle Inhalte, die zur Meinungsbildung beitragen, geraten gegenüber reinen Unterhaltungsformaten leider oft ins Hintertreffen. Das Public-Value-Verfahren stellt sicher, dass diese Angebote nicht im Schatten der Unterhaltungsangebote verschwinden, sondern die Sichtbarkeit bekommen, die sie verdienen. Denn auch das ist eine zentrale Aufgabe von Medien: Vielfalt abbilden, die Gesellschaft informieren und unsere Demokratie stärken. Für die Nutzerinnen und Nutzer bedeutet das: Seriöse, vielfältige Informationsquellen sind leichter zu finden und es wird einfacher, sich aus unterschiedlichen Perspektiven zu informieren.

Wichtiger Beitrag zur Stärkung der Demokratie

So wird die Meinungsbildung auf eine breite und verlässliche Basis gestellt. Und für die Medienangebote bietet diese hohe Sichtbarkeit interessante Möglichkeiten, ihre teuer produzierten Inhalte attraktiv zu vermarkten und das Engagement für wertvollen Content zu refinanzieren. Viele Medienangebote leisten täglich einen wichtigen Beitrag zur Stärkung unserer Demokratie. Das Public-Value-Verfahren hilft dabei, diese Angebote sichtbar zu machen und sorgt dafür, dass die Vielfalt in unseren Medien auch in Zukunft erhalten bleibt.

Impulse für Innovationen

Neue Angebote schaffen, zukunftsfähige Medien entwickeln: Das **Journalismus Lab** der Landesanstalt für Medien NRW bietet eine Startrampe für **Innovationsprojekte**, ohne wirtschaftliche Eigeninteressen zu verfolgen.

Journalismus ist so vielfältig wie sein Publikum. Und so vielfältig wie das Land, aus dem er kommt und über das er berichtet. Dazu wollen wir unseren Beitrag leisten. Bereits 2015 haben wir das Journalismus Lab ins Leben gerufen, mit dem wir gezielt die Medienvielfalt in NRW fördern. Wir setzen uns kanalübergreifend für neue Projekte ein, die den Medienmarkt stärken und redaktionelle Strukturen und Geschäftsmodelle nachhaltig positiv beeinflussen.

Ein Fokus liegt dabei auf Lösungen, die zukunftsweisend an den Schnittstellen von Inhalt, Technologie und Distribution agieren. Außerdem vernetzen wir wichtige Akteurinnen und Akteure in der Medienlandschaft, setzen über Veranstaltungen Impulse – und schaffen Experimentierräume für Innovationen, die sinnvoll sind, aber es ohne Unterstützung schwer hätten, am Markt Fuß zu fassen. Das Landesmedien-gesetz bildet den Rahmen unserer Arbeit.

Das Journalismus Lab fördert Ideen für eine zukunfts-gewandte Medienlandschaft. Drei aktuelle Beispiele, die wir unterstützen:

KI IM JOURNALISMUS

Kann künstliche Intelligenz das Nachrichtenstudio automatisieren? Ja: Mit „NewsHub“ hat ein lokaler TV-Sender eine cloudbasierte KI-Plattform zur vollautomatisierten Produktion von TV-Nachrichtensendungen entwickelt. Sämtliche Arbeitsschritte sind darin integriert – von der redaktionellen Vorbereitung bis zur Ausstrahlung. Und das immer unter Einhaltung ethischer Leitlinien und immer transparent gekennzeichnet, dass es sich um KI-generierte Inhalte handelt. In einem Folgeprojekt werden virtuelle Avatare entwickelt, die eigenständig Interviews führen.

TRANSPARENZ IM RADIOMARKT

Was wird eigentlich gehört? Das ist manchmal gar nicht so genau zu sagen, im Lokalfunk gibt es unterschiedliche, digitale Kennzahlen. Radiomacherinnen und -macher aus NRW wollen das ändern – und arbeiten an einem Lokalfunk-Dashboard, das kanal- und senderübergreifende Auswertungen über das Nutzungsverhalten ermöglicht. Das hilft, Inhalte zu optimieren und besser zu vermarkten.

REICHWEITE FÜR PODCASTS

Einen Podcast aufnehmen? Das war noch nie leichter – doch schwierig bleibt es, eine treue Audience aufzubauen. Wer Gehör finden will, benötigt also eine Strategie zur Steigerung der eigenen Reichweite. Aus diesem Grund entwickelt ein Start-up einen KI-Assistenten für Podcasterinnen und Podcaster: Das Tool auf Basis einer Custom GPT unterstützt dabei, das Wachstum effizient zu steuern und auszubauen.

Fortschritt durch Förderung: Wie wir mit der Initiative MEDIENKARRIERE NRW Medienschaffende und Medienunternehmen unterstützen

Um Innovationen im Journalismus voranzutreiben, kommt es auf die Menschen an: Die Medienschaffenden prägen den Medienstandort NRW, heute und in Zukunft. Die Förderung von Talenten, Fach- und Führungskräften ist uns besonders wichtig. Mit der Initiative MEDIENKARRIERE NRW wollen wir junge Medienmacherinnen und Medienmacher bei ihren ersten Schritten in der Branche unter-

stützen – und den Medienunternehmen helfen, die für sie passenden Köpfe mit den passenden Kompetenzen zu finden. Dazu bündeln wir verschiedene Maßnahmen zu einem starken Paket: Traineeships, Aus- und Weiterbildungen im Audio-bereich sowie unseren jährlichen Karrieretag, der Medienunternehmen und Medienschaffende zusammenbringt.



Mit intensiven Programmen helfen wir Medienschaffenden, sich auf neue Arbeitsrealitäten durch die digitale Transformation einzustellen – und begleiten sie bei der Umsetzung von Innovationsprojekten. Unsere Masterclasses finden berufsbegleitend über fünf Monate statt:

MEDIA LEADERSHIP MASTERCLASS

Dieses Programm richtet sich an Führungskräfte in Medienunternehmen. Es beinhaltet Themen rund um moderne Führung, Management, Strategie und Transformation in der Medienbranche. Gemeinsam mit dem Media Lab Bayern vermitteln wir hierzu Netzwerke, Wissen und Werkzeuge, um wirtschaftlich erfolgreich und zukunftsgerichtet zu führen.

MEDIA INNOVATION MASTERCLASS

Dieses Programm richtet sich an alle Medienschaffenden, die im Rahmen der Digitalisierung neue Lösungen etablieren wollen – bei der Umsetzung aber Hilfe benötigen. In Workshops, Coachings und Talks wird das individuelle Projekt aufgesetzt und ein Vermarktungsweg entworfen. Als bereichernd beschreiben Alumni den offenen Austausch untereinander.

Irgendwas mit Medien: Das ist der Berufswunsch vieler junger Menschen. Nur was genau? Und wie fasst man in der Medienwelt Fuß? Um den Einstieg zu erleichtern, läuft seit 2023 das neu konzipierte NRW Media Traineeship. Das 18-monatige Programm macht fit für die Medienbranche: Alle Trainees durchlaufen drei Praxisstationen bei Medienunternehmen in NRW. Sie sammeln Arbeitserfahrung im journalistischen, betriebswirtschaftlichen und technologischen Bereich – und werden in ihrer Entwicklung professionell begleitet. So kann die Vielfalt von medialen Berufen am Standort NRW praxisnah vermittelt und der Berufseinstieg für junge Talente erleichtert werden. Die Trainees sind für die Laufzeit des Programms bei der Landesanstalt für Medien NRW angestellt.

FORTSETZUNG LÄUFT

2024 bis 2026 geht das Media Traineeship bereits in die **zweite Runde**. Mittlerweile hat das Programm **15 Partnerunternehmen** in NRW, von großen Playern bis zu Start-ups.

MEDIEN SELBER MACHEN

So erleichtert die Medienbox NRW den Einstieg in die Produktion von Audio- und Videobeiträgen:

Leicht und verständlich



Um mit der Medienbox NRW zu arbeiten, benötigen die Nutzerinnen und Nutzer keinerlei Vorkenntnisse.

Interaktiv lernen



Die multimedialen Lernmodule vermitteln anschaulich Tipps und Tricks für die Produktion von Audio- und Videobeiträgen.

Kostenfrei und offen



Die Medienbox NRW steht allen offen. Je mehr Menschen ihre Meinung frei und öffentlich äußern, umso größer wird die Vielfalt in unserer Gesellschaft.

Jede Meinung zählt

Demokratie lebt vom Austausch, von Argumenten und Ansichten, vom Zuhören, Mitreden und Mitmachen. Die **Medienbox NRW** hilft Bürgerinnen und Bürgern, ihre Meinung in Bild und Ton zu veröffentlichen.

Unsere Gesellschaft will und muss gemeinsam gestaltet werden. Doch sich am medialen Austausch zu beteiligen, ist manchmal kompliziert. Die Digitalisierung bietet zwar ganz neue Möglichkeiten, sich Gehör zu verschaffen; zeitgleich erscheinen die Technik und die Mechanismen dahinter oft kompliziert, die Hürden hoch. Solche Hemmnisse und Vorbehalte wollen wir mit der Medienbox NRW abbauen – und es allen Bürgerinnen und Bürgern ermöglichen, in der Medienlandschaft selbst mitzureden. Vereinfacht bietet sie das handwerkliche Einmal-eins der Medienproduktion, ob für Podcast, Radio oder die sozialen Netzwerke. Wie etwa plant und publiziert man am besten einen Beitrag? Welche Kameraeinstellung eignet sich wann für welche Zwecke? Und wie gelingt am Mikrofon die Moderation so, dass die Sendung ein Erfolg wird? Manche Angebote sind als digitale Selbstlernmodule

konzipiert, andere als Online-Seminare. Sie eint, dass sie unabhängig von der Vorerfahrung für alle Menschen nutz- und erlebbar sind: Nur so können aus passiven Medienkonsumierenden aktive Gestalter unserer Demokratie werden. Auch das meinen wir, wenn wir von Medienvielfalt reden.

Hier geht es zum Werkzeugkasten der Medienbox NRW:



**MEDIEN
BOX**
LANDESANSTALT
FÜR MEDIEN NRW

ÜBERBLICK: Womit wir uns außerdem beschäftigen

Weitere Projekte, Initiativen und Forschung der Landesanstalt für Medien NRW

PREISWÜRDIG

Audiopreis

Die Vielfalt an hochwertigen Audioproduktionen in NRW wächst stetig. Der Audiopreis, Nachfolger des NRW-Hörfunkpreises, steht seit 2020 einer größeren Zielgruppe offen: Auch freie Produktionen, Podcasts oder Social-Media-Angebote können eingereicht werden. Auszeichnungen und Preise gibt es in mehreren Kategorien.



VERANSTALTUNG

Karrieretag für Nachwuchs-Medienschaffende

Miteinander sprechen, neue Perspektiven gewinnen und vielleicht eine Entscheidung fürs Leben treffen: Das ist das Ziel des Karrieretags MEDIENKARRIERE NRW. Wir laden Medienunternehmen und künftige Medienfachkräfte zum Austausch ein. Daneben geben Fachleute Einblick in die Praxis. Eine Win-win-Situation: Junge Menschen können sich mit potenziellen Arbeitgebern vernetzen - und die Medienunternehmen finden starken Nachwuchs.

INITIATIVE

Bestimmung von Public-Value-Angeboten

Bewegt- und Audioangebote, die sich um die Meinungsvielfalt besonders verdient machen, müssen künftig für Nutzerinnen und Nutzer leichter zu finden sein. Die Auswahl solcher Inhalte durch die Medienanstalten schafft Anreize für andere Anbieter.

AUFSICHT

Neue Radiosender

Die Umstellung aufs Digitalradio sorgt für mehr Vielfalt im Hörfunk: Wir erwarten, dass durch die Ausschreibung der Lizenzen für DAB+Regio gut 80 neue Radiosender in NRW entstehen werden.

KOOPERATION

Förderratgeber für Medien

Für neue Medienprojekte braucht es Ideen - und Geld. Aber woher nehmen? Einen Überblick über alle deutschlandweiten Förderangebote für Medieninnovationen bietet die Plattform Medien-Förderung.de. Für ein möglichst breites Angebot kooperieren wir dabei mit dem Media Lab Bayern, dem Medieninnovationszentrum Babelsberg und der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg.



Warum wir unabhängig sind

Aufsicht, Gesetze, Finanzierung: die wichtigsten Grundlagen unserer Arbeit im Überblick.

Direktor und Medienkommission

Der Direktor der Landesanstalt für Medien NRW leitet das Haus und führt die Geschäfte. Unser aktueller Direktor, Dr. Tobias Schmid, ist auch Europa-beauftragter der Direktorenkonferenz der Medienanstalten (DLM). Wichtige Entscheidungen werden nicht allein vom Direktor getroffen.

Die Medienkommission NRW ist unser Aufsichtsgremium. Sie besteht aus bis zu 41 Mitgliedern und wird auf fünf Jahre ernannt. Ihre Mitglieder werden von einem breiten Spektrum gesellschaftlicher Gruppen und Institutionen entsandt. Sie vertritt die Interessen der Allgemeinheit. Außerdem legt die Medienkommission die Grundlagen unserer Arbeit fest: Sie wählt die Direktorin oder den Direktor, beschließt den Haushalt und die geschäftspolitischen Grundsätze, erteilt Rundfunklizenzen und legt die Arbeitsschwerpunkte der Landesanstalt für Medien NRW fest.

Gesetze und Staatsverträge

Unsere Arbeit besteht aus klaren gesetzlichen Aufgaben. Grundlagen der Arbeit der Landesanstalt für Medien NRW sind das Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen, der Medienstaatsvertrag und der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag – sowie auf europäischer Ebene die Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste, das Digitale-Dienste-Gesetz und das europäische Medienfreiheitsgesetz.

Aus welchen Gesetzen und Verträgen wir unsere Aufgaben ableiten

- Landesmediengesetz NRW (LMG NRW)
- Medienstaatsvertrag (MStV)
- Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)
- EU-Richtlinie audiovisuelle Mediendienste (AVMD)
- Gesetz über digitale Dienste (DSA)
- Europäisches Medienfreiheitsgesetz (EMFA, ab 02/25)

Unabhängigkeit und Finanzierung

Finanziert wird die Arbeit der Landesanstalt für Medien NRW aus einem Teil des Rundfunkbeitrags. So sind wir staatsfern, nicht abhängig vom Finanzhaushalt des Landes und können frei und unabhängig über unsere Mittel verfügen.

55 %
von
1,9 %

Die Landesanstalt für Medien NRW erhält **55 Prozent von 1,9 Prozent** (also rund ein Prozent) des Rundfunkbeitragsaufkommens in NRW.

Zusammenarbeit in Deutschland und Europa

In Europa haben sich die nationalen Medienregulierer zur ERGA (European Regulators Group for Audiovisual Media Services) zusammengeschlossen. Die Aufgabe der ERGA ist es, die Europäische Kommission als Beratungsgremium in Fragen der Medienregulierung zu unterstützen.

Medien sind in Deutschland Ländersache. Die 14 Landesmedienanstalten in Deutschland agieren unabhängig. Bei zentralen Aufgaben – und um eine einheitliche Umsetzung der Rechtspraxis zu garantieren – arbeiten sie in vielen Bereichen eng zusammen, zum Beispiel in der Direktorenkonferenz der Medienanstalten (DLM), in der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) und der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK).

Standort

Die Büros der Landesanstalt für Medien NRW befinden sich im Medienhafen Düsseldorf. Es arbeiten rund

138
Beschäftigte

bei der Landesanstalt für Medien NRW – der Frauenanteil liegt bei rund

70 %

Im Durchschnitt sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 37,8 Jahre alt.

Kontakt

Wir nehmen unseren gesetzlichen Auftrag ernst – deswegen ist es uns wichtig, mit den Menschen in NRW in Kontakt zu bleiben. Im Austausch lassen sich Antworten auf drängende Fragen finden, Anliegen und Nachfragen zu unserer Arbeit beantworten, neue Impulse für unsere tägliche Arbeit finden. Sie können uns jederzeit kontaktieren. So sind wir erreichbar:

Landesanstalt für Medien NRW
Zollhof 2
40221 Düsseldorf

0211 77007 0
info@medienanstalt-nrw.de

KARRIERE

bewerbung@medienanstalt-nrw.de

PRESSE

Presseteam
0211 77007 555
presse@medienanstalt-nrw.de



Was wir in NRW und Europa bewegen

Nordrhein-Westfalen, Deutschland, Europa, Welt. Wir leben in einer vernetzten Zeit, die Herausforderungen mit sich bringt. Wir gehen sie an.

Manchmal genügt eine Zahl, um die Dringlichkeit einer Entwicklung zu verdeutlichen. Die 98 ist so eine Zahl. Denn 98 Prozent der 14- bis 24-Jährigen in Deutschland – so eine repräsentative forsa-Umfrage in unserem Auftrag – wurden bereits mit Hassrede im Netz konfrontiert. Eine alarmierende Zahl. Für uns ist sie inakzeptabel.

Wir sind als Institution und als Gesellschaft gefordert, ein friedliches Zusammenleben und unsere Demokratie zu sichern. Wir als Medienanstalt gucken dabei vor allem auf die Medien und das Internet. Auch wenn viele sagen: „Das schafft ihr doch eh nicht. Wie wollt ihr denn das Internet regulieren?“ Doch davon lassen wir uns nicht unterkriegen. Wir sind überzeugt, dass wir nur von den Freiheiten der Demokratie profitieren, wenn wir uns an ihre Regeln halten. Und Resignation ist ohnehin keine Option.

Viele Rechtsverstöße, die uns in NRW treffen, haben globale Strukturen

Das Spektrum unserer Arbeit wird größer, an unserem Auftrag ändert das nichts. Im Gegenteil. Wir stehen als Medienaufsicht für den Schutz der Jugend, der Nutzerinnen und Nutzer, der Vielfalt und der Menschenwürde ein. Das machen wir schon seit Jahren so und das werden wir auch zukünftig tun. Unsere mediale Realität verändert sich, unsere Werte aber bleiben gleich. Es sind die gleichen Schutzgüter, die gleiche demokratische Grundordnung, die wir kraftvoll verteidigen. Wir wenden die Haltung, Werte und Rechtsgrundsätze konsequent an, egal ob analog oder digital. Wir bleiben nicht theoretisch oder gar reaktiv, sondern sind aktiv, mit angemessenen und zeitgemäßen Mitteln. Und selbstbewusst. Mit Wirkung.

Das mag nicht immer einfach sein. Viele Rechtsverstöße, die uns in NRW treffen, haben globale Strukturen – und die Verantwortlichen sind selten direkt greifbar. Sie sitzen irgendwo, oft gut versteckt hinter kryptischen Firmennamen und Briefkästen. Deutsche und europäische Gesetzgebung, Menschenwürde, Nutzer-

und Jugendschutz, Meinungsvielfalt? Das scheint für manche Akteurinnen und Akteure oft zweitrangig oder gleich völlig irrelevant. Deswegen galt das Netz so lange als ein scheinbar rechtsfreier Raum.

Das ändern wir. Schon heute wirken wir als Landesanstalt für Medien NRW über Grenzen hinweg, über Landesgrenzen und Staatsgrenzen. Nie war die Zusammenarbeit der europäischen und nationalen Medienregulierer enger. Auch innerhalb von Deutschland bauen wir unsere Netzwerke weiter aus. Mit unseren Schwesteranstalten, unseren Partnerinnen und Partnern in der Justiz, der Strafverfolgung, den Medienhäusern und anderen Aufsichtsinstitutionen kooperieren wir erfolgreich – ob es um Hass im Netz geht, Jugendschutzbestimmungen auf Porno-Portalen oder in der Influencer-Werbung, journalistische Sorgfaltspflicht oder Lizenzvergaben, russische Desinformation oder Kriege außerhalb Europas. Wir leben den europäischen Grundsatz „Einheit durch Vielfalt“.

Zusammenarbeit ist der Schlüssel. Das ist auch unser Ansatz bei unseren Angeboten zur Medienorientierung. Dazu helfen wir individuell und arbeiten in einem Expertennetzwerk zusammen. Denn das Internet bietet Chancen und Risiken. Diese gleichermaßen anzuerkennen ist unsere Aufgabe. Wir fördern faire und selbstbestimmte Mediennutzung und sind bei Fragen oder gar Ängsten ansprechbar.

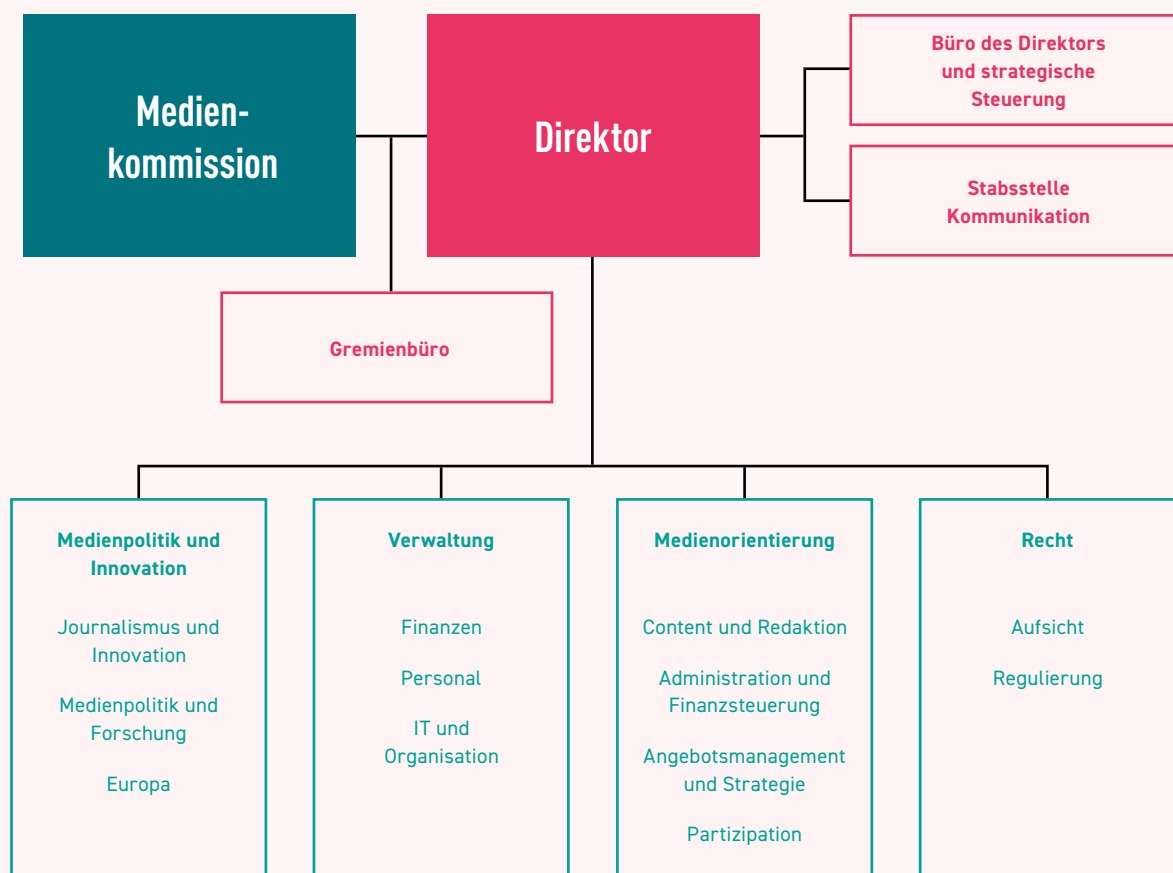
Heute besitzen die meisten Deutschen zwischen 14 und 69 Jahren ein Smartphone – und damit eine mobile Aufnahme-, Mediennutzungs- und Sendeeinheit. Die Menschen können in einem Maße an der Meinungsbildung mitwirken, wie es vor einigen Jahren unvorstellbar erschien. Eine echte Chance auf mediale Partizipation in unserer neuen digitalen Lebensrealität. Es ist an uns, sie im Sinne unserer demokratischen Grundordnung zu gestalten. Wir warten auf niemanden, wir sind in der Pflicht zu handeln.

Und wir handeln, gemeinsam und der Meinungsfreiheit verpflichtet.

Wir sind bereit.

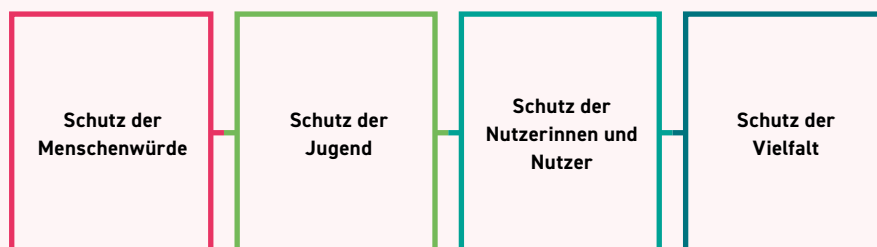
Wie wir organisiert sind

Im Auftrag der Gesellschaft, im Sinne der Meinungsfreiheit, im Dienst der Schutzgüter:
So ist unsere Arbeit strukturiert.



IM DIENST DER SCHUTZGÜTER

Unsere vier Schutzgüter bilden die Grundlage bei jeder Entscheidung, die wir treffen.



IMPRESSUM

Herausgeberin:

Landesanstalt für Medien NRW
Zollhof 2
D-40221 Düsseldorf
T +49 211 77007-0
F +49 211 727170

info@medienanstalt-nrw.de
www.medienanstalt-nrw.de

Direktor:

Dr. Tobias Schmid

Verantwortlich:

Sabrina Nennstiel
(Leiterin Kommunikation)

Konzept und Umsetzung:

Nansen & Piccard PartGes

3. Auflage, November 2024



LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit verpflichtet.

