



Strategie 2026 des Medienrats der Deutschsprachigen Gemeinschaft

Verabschiedet am 13. Januar 2026 in der 42. Sitzung des Medienrats

1. Kontext

Durch die gesellschaftlichen und technologischen Entwicklungen der vergangenen Jahrzehnte hat sich der Anwendungsbereich der Medienregulierung von den klassischen Mediendiensten wie das Fernsehen oder UKW-Radio in die digitale Welt verlagert: Der Zugriff auf Medieninhalte ist jederzeit auf Anfrage möglich, Algorithmen entscheiden über die individuelle Medienausgabe und über Internet kann jeder einen Mediendienst anbieten. Die Grenzen zwischen Inhaltskategorien verschwimmen. Manche sprechen gar von einer Spezialisierung der Nutzungsarten und Nutzungsgewohnheiten.

Dadurch begegnen wir mehr und mehr neuen Anbietern und hybriden Formaten: eine Zeitung, die Videos auf ihrer Webseite anbietet; etwa Influencer, die auf unterschiedlichen Plattformen kommerzielle Werbung machen; oder Dienste, die mittels künstlicher Intelligenz aufgebaut sind.

Auf diese Veränderungen hat der Gesetzgeber in den vergangenen Jahren reagiert. Dadurch hat sich der regulatorische Rahmen besonders seit Beginn des laufenden Jahrzehnts rasant weiterentwickelt. Der Digital Service Act reguliert (sehr große) Online-Plattformen. Das Europäische Medienfreiheitsgesetz (EMFA) ergänzt die Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste (AVMSD) und definiert Mediendienste breiter. Die Verordnung über Transparenz und Targeting politischer Werbung unterstützt eine offene und faire politische Debatte. Die Verordnung über künstliche Intelligenz ist der erste Schritt, europaweit generative KI zu regulieren. Weitere bedeutende Gesetzgebungsinitiativen seitens der EU sind in naher Zukunft zu erwarten, wie etwa die Revision der AVMSD.

Damit wächst auch der Verantwortungs- und Zuständigkeitsbereich der Regulierungsbehörden. Um dem wachsenden Aufgabenfeld und Anforderungen gerecht zu werden, müssen Ressourcen, Arbeitsweisen und internen Strukturen neu evaluiert und gegebenenfalls auch angepasst werden. Es gilt, eine unabhängige Behörde zu gewährleisten, die effektiv und effizient arbeitet, sodass Anbieter von Mediendiensten und Plattformen den europäischen und nationalen Verpflichtungen nachkommen. Das Hauptziel dabei ist und bleibt, Nutzer und Nutzerinnen zu schützen und den Medienpluralismus sicherzustellen. Regulierungsbehörden sind für das Funktionieren einer Demokratie essenziell.

2. Über den Medienrat

Der Medienrat der Deutschsprachigen Gemeinschaft leistet seinen Beitrag als Regulierungsbehörde für auditive und audiovisuelle Mediendienste als Zahnrad im Getriebe der europäischen Medienregulierung.

Wofür der Medienrat steht – unser regulatorisches Selbstverständnis

Der Medienrat arbeitet im Spannungsfeld zwischen Fördern und Fordern:

- Fördern bedeutet die Gewährleistung von Angebotsvielfalt mit dem Ziel des Medipluralismus sowie eines fairen Wettbewerbs im Bereich der elektronischen Kommunikation.
- Fordern bedeutet die Überwachung der Einhaltung der Regeln sowie – wo erforderlich – deren konsequente Durchsetzung durch angemessene Maßnahmen und Sanktionen.

Zudem leistet der Medienrat einen Beitrag zu einem sicheren, vorhersehbaren und vertrauenswürdigen Online-Umfeld für Bürgerinnen und Bürger.

Seit Beginn des Mandats 2024-2028 war auch der Medienrat geprägt von Veränderungen: 2024 hat er den Schritt als Arbeitgeber gewagt, seit 2025 zählen 3,15 Vollzeitäquivalente zur Geschäftsstelle. Zur Bewältigung der neuen Aufgaben wurden neue Strukturen, Arbeitsabläufe und Instrumente geschaffen, damit der Medienrat seinen dekretalen Aufgaben nachkommen kann.

Die zweite Hälfte des Mandats 2024-2028 wird nun eingeläutet. Es gilt jetzt, die Schlagkraft des Medienrats auf Grundlage der neuen Gesetzgebung, der aktuellen Herausforderungen und der zusätzlichen Aufgaben zu erhöhen. Dazu zählt auch die Erstellung einer Jahresstrategie, die sich der Medienrat zu Beginn eines jeden Jahres selbst gibt.

3. Ziele

Im Jahr 2026 möchte der Medienrat vier Ziele erreichen:

- Ziel 1: Interne Struktur und Arbeitsprozesse professionalisieren**

Der Medienrat etabliert effiziente, klare und zukunftsorientierte interne Strukturen, Rollen und Prozesse für die wachsenden regulatorischen Aufgabenfelder.

Der Medienrat befindet sich in einem fortwährenden Veränderungsprozess seiner Arbeitsweise und -strukturen. Zudem erhält er weitere Befugnisse, bspw. zur politischen Werbung oder künstlicher Intelligenz. Es gilt jetzt, Altbewährtes an die neuen Bedingungen anzupassen und innovative Methoden für Arbeitsabläufe zu finden.

Der Medienrat entwickelt darum eine klare und funktionierende Organisation: Der Rat muss seine Rolle als Entscheidungsgremium aktiv übernehmen, in dem er Prioritäten setzt, Grundsatzentscheidungen trifft und die Ergebnisse bewertet. Die Geschäftsstelle kümmert sich eigenverantwortlich um das operative Tagesgeschäft, d.h. Fallbearbeitung,

Berichterstattung und Monitoring. Es gilt, diese Governance im kommenden Jahr zu etablieren.

Unabdingbar dafür ist für den Medienrat die Prioritätensetzung. Die Ressourcen müssen operationell effizienter genutzt werden, um in erster Linie der gesetzlichen Verantwortung bestmöglich gerecht zu werden. Der Medienrat wird sich dazu auf die notwendigen und essenziellen Ziele fokussieren. Dazu wird diese Strategie quartalsweise evaluiert und eine Fortschritts- und Priorisierungsprüfung vorgenommen.

- **Ziel 2: Dialog und Kommunikation mit Schlüsselakteuren ausbauen**

Der Medienrat positioniert sich als verlässlicher, zugänglicher und relevanter Akteur in der Medienlandschaft der Deutschsprachigen Gemeinschaft, pflegt bestehende Kontakte und baut neue Verbindung ins In- und Ausland auf.

Der Medienrat soll verlässlicher Ansprechpartner für Schlüsselakteure des Mediensektors in der Deutschsprachigen Gemeinschaft sein. Insbesondere mit (potenziellen) Mediendiensteanbieter, die dem Mediendekret 2021 unterliegen, wird proaktiv der Dialog gesucht. Dafür sollen die Kriterien eines Mediendienstes sowie seine Verpflichtungen verständlich dargestellt werden. Der Medienrat übernimmt zudem eine aktive Rolle im Austausch mit den Anbietern, um tiefere Einsichten in die tägliche (wirtschaftliche) Realität dieser Dienste zu gewinnen. Auch wird der Medienrat mit neuen Akteuren der Medienregulierung, wie vertrauenswürdigen Hinweisgebern nach Art. 22 des Digital Services Act (DSA), austauschen.

Zudem muss sich der Medienrat weiterhin als starker Partner in Richtung In- und Ausland positionieren, um die Zusammenarbeit zu fördern. Von immenser Wichtigkeit ist dabei der regelmäßige und vertrauensvolle Austausch auf belgischer und europäischer Ebene mit Kollegen und Kolleginnen anderer Regulierungsbehörden. Im kommenden Jahr bedeutet das unter anderem, sich aktiv in der Evaluation der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste, der Durchführung des EMFA und weiterer anstehender Themen wie KI oder Schutz von Minderjährigen im Rahmen von belgischen Arbeitsgruppen und europäischen Gremien einzubringen.

- **Ziel 3: Öffentliche Präsenz stärken**

Der Medienrat steigert seine öffentliche Wahrnehmung und Sichtbarkeit, indem er transparent, regelmäßig und über verschiedene Kanäle kommuniziert.

Der Medienrat ist ein langjähriger Akteur in der Gesellschaft, der in den vergangenen Jahren mit zusätzlichen Aufgaben betraut wurde. Dies gilt es jetzt in die Breite zu tragen, damit der Medienrat als Anlaufstelle für Beschwerden oder Fragen von Bürgern und Bürgerinnen über die hiesigen Mediendienste sowie über Online-Plattformen wie Meta, TikTok oder X wahrgenommen wird.

In einer Welt dominiert von sozialen Netzwerken und intensiver schneller Kommunikation muss der Medienrat mit diesen Entwicklungen Schritt halten. Darum wird der Medienrat im kommenden Jahr seine Kommunikation ausbauen. Mit einer neuen Webseite hat der

Medienrat bereits eine Basis für eine größere Sichtbarkeit geschaffen. Der Medienrat wird im Jahr 2026 präsenter, transparenter und regelmäßiger über sich und seine Aktivitäten kommunizieren. Dies gelingt über die Webseite, Pressemitteilungen sowie weiteren Kommunikationskanälen, bspw. in Form eines Newsletters und über die sozialen Medien (LinkedIn).

- **Ziel 4: Effektive Regulierung und technologisches Monitoring umsetzen**

Der Medienrat führt seine Regulierungsaufgaben konsequent, technologiegestützt und rechtssicher aus und etabliert KI-basierte Monitoring- und Analyseprozesse.

Mit der Geschäftsstelle verfügt der Medienrat über eine kompetente und motivierte Einheit, um etwa neue Mediendiensteanbieter einstufen zu können, aufwendige Recherchearbeit dazu zu betreiben und Maßnahmen bei der Nicht-Einhaltung der geltenden Regeln zu ergreifen.

Zusätzlich muss das Aufspüren von schädlichen und illegalen Inhalten mittels KI und ihrer Nachverfolgung intensiviert werden, um Nutzer und Nutzerinnen und insbesondere Minderjährige vor solchen Inhalten zu schützen. Dazu müssen die notwendigen Rahmenbedingungen, bspw. die Möglichkeit der Nutzung von Fake-Profilen auf Plattformen und ihre rechtliche Absicherung, geschaffen werden.

Die Regulierung der elektronischen Kommunikation wird in diesem Mandat immer noch zu den wichtigen Aufgaben des Medienrats gehören, etwa die endgültige Zuteilung für den Radiosender "100,5 DAS HITRADIO", die mögliche endgültige Zuteilung DAB+, die anstehende Finalisierung der Marktanalyse im Rahmen der Konferenz der Regulierungsbehörden für elektronische Kommunikationsnetze oder die Überprüfung der Must-Carry-Verpflichtungen. Der Schwerpunkt der Arbeit im Medienrat wird im kommenden Jahr aber eher die Medienregulierung betreffen, insbesondere die Einstufung und Kontrolle der Mediendiensteanbieter.