

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
10 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, digitale Medien, Hörfunk, TV, Film und Software

OVG Schleswig: Meta muss Facebook vorerst transparenter machen



Der 6. Senat des OVG Schleswig hat die Beschwerde von Meta abgewiesen

Der Internet-Gigant **Meta** musste in Schleswig erneut eine juristische Niederlage einstecken. Ebenso wie das **Verwaltungsgericht Schleswig** bereits am 30. Juni 2025 hat kurz vor Weihnachten 2025 auch das **Schleswig-Holsteinische Obergerverwaltungsgericht** in einem Eilverfahren gegen den amerikanischen Social-Media-Konzern entschieden. Der 6. Senat des OVG Schleswig wies eine Beschwerde von **Meta Platforms Ireland Limited** gegen einen Beschluss des Schleswig-Holsteinischen Verwaltungsgerichts zurück (Beschluss vom 18. Dezember 2025 - Az. 6 MB 24/25). Der Beschluss des OVG Schleswig ist unanfechtbar.

In dem Eilverfahren beim OVG Schleswig ging es um die Frage, ob die **Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MAHSH)** einen Verstoß gegen sogenannte Transparenzpflichten durch den Dienst **Facebook** feststellen und vorerst deren Einhaltung fordern darf. Die in Norderstedt

ansässige MAHSH hat gegenüber Meta mit Bescheid vom 2. Oktober 2024 beanstandet, dass sie mit ihrem Dienst **Facebook** gegen Transparenzpflichten aus dem Medienstaatsvertrag verstoße.

Verstoß gegen Transparenz-Pflichten erkennbar



In der Pressemitteilung vom 19. Dezember 2025, die vom Richter am Obergerverwaltungsgericht **Johann Moedest** verfasst wurde, heißt es: „Die im Medienstaatsvertrag der Länder vorgeschriebenen Transparenz-Informationen sichern die Meinungsvielfalt. Sie sollen den Nutzerinnen und Nutzern von Angeboten wie Facebook in Grundzügen erklären, wie Inhalte zusammengestellt werden. Dies basiert zumeist auf Algorithmen. So sollen Nutzende sensibilisiert werden.“

Das Gericht hat in seinem ausführlich begründeten Beschluss für einen Verstoß gegen diese Transparenzpflichten gewichtige Indizien gesehen. So seien die zum Zeitpunkt der Beanstandung auf der Facebook-Seite abrufbaren Transparenz-Informationen weder leicht wahrnehmbar noch unmittelbar erreichbar gewesen. Dies betraf zum Beispiel das „Transparency Center“. Auch die unter der Funktion „Warum sehe ich diesen Beitrag?“ abgelegten Transparenz-Informationen seien weder unmittelbar erreichbar noch ständig verfügbar gewesen, denn diese Funktion sei auf die App-Anwendung beschränkt. Außerdem sei die inhaltliche Ausgestaltung der Funktion als oberflächlich und phrasenhaft zu beschreiben.

facebook

Besonders schwierig waren allerdings die europarechtlichen Fragestellungen. Meta hatte argumentiert, dass die im Streit stehende Regelung im Medienstaatsvertrag gegen Europarecht verstoße und daher gar nicht anwendbar sei. Konkret macht Meta Verstöße gegen die E-Commerce-Richtlinie, den Digital Services Act und die Platform-to-Business-Verordnung geltend. Dem ist das Gericht im Ergebnis nicht gefolgt. Zwar hat es ausführlich begründet, dass die Frage, ob § 93 des Medienstaatsvertrages mit Europarecht vereinbar ist, eine „höchst umstrittene und hier entschei-

Fortsetzung auf Seite 2

Fortsetzung von Seite 1

dungserhebliche Rechtsfrage“ darstellt. Es hat die Klärung dieser Frage aber dem gerichtlichen Hauptsacheverfahren überlassen. Nur von dort aus könne eine Vorlage an den Europäischen Gerichtshof erfolgen. Im Eilverfahren hat das Gericht stattdessen eine so genannte Folgen-Abwägung vorgenommen, die wie schon beim Verwaltungsgericht zulasten von Meta ausgegangen ist.

Hierbei hat es vor allem berücksichtigt, dass Diensten wie Facebook bei der Bereitstellung von Inhalten im Inter-

net immer mehr eine zentrale Rolle als sogenannte „Gatekeeper“ zukomme. Vor allem durch Angebote, wie dem **Facebook Newsfeed**, sei das soziale Netzwerk für die öffentliche Meinungsbildung wichtig. Der steigende Einfluss sei dabei im Wesentlichen auf das werbefinanzierte Geschäftsmodell zurückzuführen, das auf eine möglichst schnell wachsende Nutzerreichweite angewiesen sei. Aufgrund der bei der Inhaltsauswahl verwendeten Algorithmen seien die Transparenzziele besonders wichtig, um der Gefahr verengender und verzerrender

Inhaltsauswahl zu begegnen, etwa infolge sogenannter „Filterblasen“ und „Echokammern“. Im Eilverfahren hat das Gericht dieses öffentliche Interesse höher als die wirtschaftlichen Interessen von Meta gewichtet.

Das darüber hinaus erforderliche besondere öffentliche Interesse an der sofortigen Vollziehung ergebe sich aus der herausragenden Bedeutung von Facebook und dessen Reichweite am Markt.“ (PS)

Die 10 neuen Titel

D

Die Eifelpraxis - Herzasen

P

Public Marketing Award

Public Marketing Awards

Public Marketing Champions

Public Marketing Events

Public Marketing Festival

Public Marketing Heroes

Public Marketing Preis

Public Marketing Show

Public Marketing Stars

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Die Eifelpraxis - Herzasen

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insb. Groß- u. Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Werkarten und Medien (insb. Film, Fernsehen, Offline- und Online-Dienste (insb. Internet), Bild-/Ton- und Datenträger aller Art, sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Merchandising, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften und sonstige Druckerzeugnisse.

UFA FICTION GmbH,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Public Marketing Award
Public Marketing Awards
Public Marketing Champions
Public Marketing Events
Public Marketing Festival
Public Marketing Heroes
Public Marketing Preis
Public Marketing Show
Public Marketing Stars

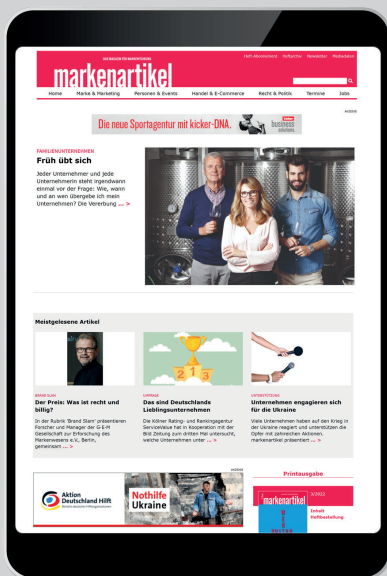
in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-i, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

New Business Verlag GmbH & Co. KG,
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg

Über **74.000** archivierte Titel!
Recherchieren Sie kostenlos unter

www.titelschutzanzeiger.de

www.markenartikel-magazin.de



Täglich neue Meldungen rund um die Marke sowie Personalien und Veranstaltungen aus der Markenwelt.

Der markenartikel-Newsletter erscheint 2x wöchentlich mit frischen Marken-News.

Vernetzen Sie sich mit uns via unserer LinkedIn-Präsenz



Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16 · 22041 Hamburg

Fon: +49 40 609009-0 · Fax: +49 40 609009-66

www.titelschutzanzeiger.de · auftrag@titelschutzanzeiger.de

Verleger/Herausgeber: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) (ps)

Titelschutzanzeigen: Silke Reyher-Timmann (verantwortl.) (-54)

Redaktion: Silke Reyher-Timmann (-54)

Der Titelschutz Anzeiger

Erscheinungsweise: wöchentlich freitags als PDF
monatlich als Printexemplar

Druckauflage: 5.400

Verbreitete Auflage: 5.200

ISSN: 2568-9762

Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare,
Geschäftsführer und Entscheider in
Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten,
Produzenten von audiovisuellen, digitalen
und elektronischen Medien (Film, Fernsehen,
Video, Tonträger, Software)

Bezugspreis Printexemplar: p.a. 60,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.
(Ausland: zzgl. Versandkosten)
– für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 110,- Euro,
jeder weitere Titel innerhalb einer
Anzeige 20,- Euro, jeweils zzgl. USt.
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 11
vom 1.1.2021

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Handelsregister HRA 96 228
Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2025 Presse Fachverlag, Hamburg. Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugsweise Nachdruck oder Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der systematischen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung. Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel erhalten Sie über PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de