

Stellungnahme des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft e.V. zum Diskussionsentwurf des Medienstaatsvertrages vom Juli 2019

Vorbemerkungen

09. August 2019

Der **Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.** ist die Interessenvertretung für Unternehmen, die digitale Geschäftsmodelle betreiben oder deren Wertschöpfung auf dem Einsatz digitaler Technologien beruht. Als Impulsgeber, Wegweiser und Beschleuniger digitaler Geschäftsmodelle vertritt der BVDW die Interessen der digitalen Wirtschaft gegenüber Politik und Gesellschaft und setzt sich für die Schaffung von Markttransparenz und innovationsfreundlichen Rahmenbedingungen ein. Sein Netzwerk von Experten liefert mit Zahlen, Daten und Fakten Orientierung zu einem zentralen Zukunftsfeld.

Kontakt:

Katharina Rieke
Referentin Digitalpolitik
T: +49 30 206 218 617
rieke@bvdw.org

Einleitung

Der BVDW e.V. bedankt sich für die Konsultation zum Entwurf eines Medienstaatsvertrages vom Juli 2019 und bringt sich gerne in die Diskussion ein.

Der neue Medienstaatsvertrag ist ein wichtiger Schritt, da sich die Medienlandschaft stark verändert, die neue Audiovisuelle-Mediendienste-Richtlinie der EU umgesetzt und somit ein neues System eingeführt werden muss.

Für den BVDW e.V. ist es allgemein wichtig hervorzuheben, dass nicht-lineare Angebote nicht einfach in den Regulierungsrahmen linearer Angebote übertragen werden können, sondern eine spezifische Betrachtung brauchen. Man muss zudem einen zukunftsfähigen Ansatz finden, der die heutige Medienlandschaft als Ganzes wahrnimmt und entsprechende Regelungen und Definitionen vorsieht. Dabei ist es grundlegend wichtig technikneutral zu formulieren, damit auch künftige Wandlungen und neue Angebote in diesen ganzheitlichen Rahmen fallen können.

Der BVDW e.V. möchte sich insbesondere zu folgendem Thema einbringen:

1. Schutz der Integrität von journalistisch-redaktionellen Inhalten und Werbung

Der BVDW e.V. ist der Meinung, dass im Rahmen der Überarbeitung des Rundfunkstaatsvertrages dringend auch das Thema „Adblocker“ aufgegriffen werden sollte. Denn Nutzer setzen verstärkt Adblocker ein, wenn sie kostenlose Webseiten von Onlinemedian Anbietern besuchen.

Technisch gesehen verändern Adblocker den Abruf und den Inhalt der Webseitenprogramme und verhindern so den Zugriff des Browsers auf werbebezogene Daten. Dadurch greifen die Adblocker direkt in die Integrität der Angebote ein und die Werbeaufträge der Webekunden können nicht ausgeführt werden.

Im Jahr 2015 betrug der weltweite Schaden durch Adblocker laut einer Studie von Adobe und PageFair bereits rund 22. Milliarden US Dollar. Eine ebenfalls im Jahr 2015 durchgeführte Befragung des Online-Vermarkterkreises (OVK) im BVDW ergab, dass Anbieter allein in Deutschland 10-20% Umsatzeinbußen durch Adblocker verzeichnen. Der OVK vertritt die Interessen der größten deutschen Medienhäuser und Vermarkter.

Seit 2015 hat die Nutzung von Adblockern nicht abgenommen. Nach Messungen des OVK betragen die Adblocker-Raten 2018 23,40 Prozent (erstes Quartal), 24,45 Prozent (zweites Quartal), 23,71 Prozent (drittes Quartal) und 23,95 Prozent im vierten Quartal. Im Gegensatz zu anderen Untersuchungen handelt es sich bei der Adblocker-Rate des OVK im BVDW um eine technische Messung der bei den Vermarktern geblockten Werbung, nicht um eine Bevölkerungsumfrage.

Adblocker gefährden somit die Finanzierung kostenfrei zugänglicher Inhalte im Internet, und damit auch den Zugang aller Bevölkerungsschichten zu hochwertigen journalistischen Inhalten. Das bedeutet in der Konsequenz einen Verlust von Meinungsvielfalt bis hin zur Möglichkeit der Gefährdung von Arbeitsplätzen in der Medienbranche und Digitalen Wirtschaft. Das Blockieren legitimer Werbebanner ist daher aus Verbandssicht ein unverhältnismäßiger Eingriff in das Geschäftsmodell von Content-Anbietern. Des Weiteren umfasst der Schutz der Presse-/Meinungsfreiheit des Grundgesetzes sowohl redaktionelle Inhalte als auch Werbeanzeigen (BVerfGE 21, 271 (278 f.) – Südkurier).

Aus Sicht des BVDW e.V. ist es daher wichtig, dass der Gesetzgeber entsprechende Maßnahmen zum Integritätsschutz digitaler Angebote bestehend aus Werbung und redaktionellen Inhalten im Medienstaatsvertrag aufnimmt, damit das vollständige Angebot der Telemedien ohne Störung von außen beim Nutzer angezeigt werden kann. Selbst dann hat der Nutzer noch immer die Möglichkeit zu entscheiden welche Inhalte er beachtet und welche nicht. Des Weiteren sind auch mit der Verankerung eines Integritätsschutzes Onlinemedienanbieter weiterhin dazu verpflichtet Rechte Dritter zu wahren und den Jugendmedienschutz zu gewährleisten.