

ZAK-Pressemitteilung 04/2024 • Berlin 06.05.2024

Werberegeln auch im Internet durchsetzen

2023 verfolgten die Landesmedienanstalten 773 Fälle

Im vergangenen Jahr verzeichneten die Landesmedienanstalten insgesamt 773 aufsichtsrechtliche Maßnahmen im Bereich der Werbekennzeichnung in Social Media und Online-Medien. Diese Zahlen gehen aus einer quantitativen Erhebung hervor, die die Medienanstalten jetzt veröffentlichen.

In 773 Fällen wurden die Landesmedienanstalten wegen fehlender oder nicht ausreichender Werbekennzeichnung bei Influencer:innen in Deutschland tätig. In den meisten Fällen reagierten die Medienanstalten mit dem Versand von Hinweisschreiben an die entsprechenden Social-Media-Anbieter, in denen diese aufgefordert wurden, die geltenden Vorschriften einzuhalten.

Dr. Eva Flecken, Vorsitzende der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) sowie der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), betont die Effektivität der Maßnahmen: „Die Medienanstalten handeln, um geltendes Recht auch im Internet da durchzusetzen, wo wir zuständig sind. Insbesondere zum Schutz junger Nutzer:innen – und damit besonders schutzbedürftiger Zielgruppen auf Social-Media-Plattformen – ist das wichtig, wie die Vielzahl der bearbeiteten Werbefälle im letzten Jahr eindrucksvoll belegt. Dies zeigt einmal mehr, dass wir auch zukünftig neben dem Digital Services Act eine starke Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD) als Basis der Regulierung in den Mitgliedsstaaten brauchen. Nur so kann die föderale unabhängige Medienaufsicht ihre Effektivität weiterhin unter Beweis stellen.“

Prof. Christian Krebs, Koordinator des Fachausschusses Regulierung, unterstreicht ebenfalls die Bedeutung der Maßnahmen: „Insgesamt zeigt sich der Markt bemüht, geltende Vorschriften einzuhalten. Dank Aufklärungsmaßnahmen durch die Medienanstalten ist eine positive Wirkung erkennbar, und die Mehrheit der Werbeaufsichtsfälle wird bereits mit einem Hinweis an die Anbieter:innen gelöst. Doch dort, wo Gewinne locken, können auch Bußgelder spürbar werden. Nicht jeder Verstoß führt zu Verfahren, in hartnäckigen Einzelfällen dienen sie aber auch mal als Erinnerung daran, sich besser an die Vorschriften zu halten. Für die Glaubwürdigkeit redaktioneller Inhalte ist und bleibt es wichtig, bezahlte Werbebotschaften auch als solche erkennen zu können.“

Gesellschafter
Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (brema)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Medienanstalt Hessen
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Medienanstalt Rheinland-Pfalz
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

Weitere Informationen über die medienanstalten finden Sie unter:
www.die-medienanstalten.de

Kontakt bei Medien-Rückfragen

Sabine Grüngreiff
Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten
Telefon: +49 30 2064690-22
Mail: presse@die-medienanstalten.de
www.die-medienanstalten.de