

DLM-Pressemitteilung 04/2021 • Berlin 16.04.2021

Forderung nach europaweit einheitlichem Umgang mit politischer Werbung

Medienanstalten beteiligen sich an der EU-Konsultation zu politischer Werbung

2021 ist Superwahljahr. Damit rückt auch die Frage nach dem zulässigen Umfang von politischer Werbung in Rundfunk und Telemedien in den Fokus. Eine zunehmend wichtige Rolle spielt dabei Werbung im Internet. Im Rundfunk gelten seit jeher klare Regeln für Wahlwerbung, ansonsten ist politische Werbung verboten. Die Verbreitung von politischer Werbung über Soziale Medien, Apps, Suchmaschinen oder Webseiten ist dagegen möglich. Voraussetzung ist eine klare Kennzeichnung und eine präzise Definition von politischer Werbung. Aufgrund des möglichen Einflusses von politischer Werbung auf den demokratischen Meinungsbildungsprozess der Bürgerinnen und Bürger hat auch die EU-Kommission das Thema in einer Konsultation aufgegriffen, um mehr Transparenz von politischer Werbung legislativ zu verankern. Die Medienanstalten haben sich jetzt mit einer Stellungnahme an der Konsultation beteiligt.

„Wir begrüßen die Initiative der EU, einheitliche Kriterien für den Umgang mit politischer Werbung im Netz zu etablieren und Plattformen stärker in Verantwortung zu nehmen. Nutzerinnen und Nutzer von Telemedien müssen ausreichend Informationen haben, um die ihnen ausgespielte Werbung einschätzen zu können. Das ist ein wichtiges Element der Meinungsbildungsfreiheit in unserer Demokratie“, kommentiert Dr. Wolfgang Kreißig, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten die Beteiligung an der EU-Konsultation.

Die Analysen der Medienanstalten in Deutschland haben ergeben, dass oftmals das Problem nicht bei Anzeigen liegt, für deren Platzierung Geld an die Plattform geflossen ist und die dann auch von der Plattform gekennzeichnet werden können. Vielmehr sind Posts problematisch, die sich inhaltlich oft nicht von der bezahlten Werbung unterscheiden, aber ohne Entgelt auf verschiedenen Social-Media-Accounts platziert werden. Es muss geprüft werden, wie solche organischen Inhalte, die von den Plattformen nicht gelabelt und gelistet werden können, von den zukünftigen Regelungen umfasst werden.

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)
Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (LPR 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)

„Die Bereitschaft der großen Plattformen, sich dem Thema politische Werbung eigenmächtig anzunehmen und in ihren Geschäftsbedingungen aufzugreifen, ist anzuerkennen. Zugleich ist klar, dass das nicht ausreicht. Medienregulierung steht für den Schutz der Meinungsfreiheit – und um dieser Aufgabe gerecht zu werden, bedarf es nun dringend entsprechender verbindlicher gesetzlicher Regelungen in Deutschland genauso sehr wie für ganz Europa“, ergänzt Dr. Tobias Schmid, Europabeauftragter der Medienanstalten.

Ein Thema innerhalb der Konsultation ist der Umgang mit ausländisch finanzierter politischer Werbung. Um zu verhindern, dass demokratische Gesellschaften durch solche Werbung destabilisiert werden, könnte ein Ansatz helfen, bei dem man sich gesetzlich darauf verständigt, keine politische Werbung über Ländergrenzen hinweg zuzulassen.

Über den zulässigen Umfang bzw. in welchem Verhältnis Parteien Raum für Wahlwerbespots eingeräumt werden muss, informieren die Medienanstalten mit dem Leitfaden „Wahlwerbung für politische Parteien“ in der Rubrik [Rechtsgrundlagen/Richtlinien](#).

Die Antworten der Medienanstalten finden Sie [hier](#).

Die Pressemitteilung der ERGA finden Sie hier: https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/04/210416_PR_ERGA_PoliticalAdvertising.pdf

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

Kontakt bei Medien-Rückfragen

Dr. Anja Bundschuh
Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten
Telefon: +49 30 2064690-22
Mail: presse@die-medienanstalten.de

www.die-medienanstalten.de
