



# Medienwirtschaftspolitik

## Wo wir stehen & was wir wollen

In herausfordernden Zeiten sind starke, unabhängige und verlässliche Medien für den Erhalt unserer Demokratie unerlässlich. Neben der Versorgung mit Nachrichten und Information bietet die fiktionale und nicht-fiktionale Unterhaltung einen wesentlichen Beitrag zur Medienvielfalt. Den privaten Mediendiensten und Plattformen kommt hierbei eine zentrale Rolle zu, ob als redaktionell auswählender Inhalteanbieter oder als vermittelnder Aggregator bzw. Intermediär. Das Ziel der Medien- und Digitalwirtschaft ist es, dem Publikum ein vielfältiges Angebot an deutschen, europäischen und internationalen Inhalten über verschiedene Angebotsformen verfügbar zu machen. Dafür benötigen wir Rahmenbedingungen, die Investitionen am Medienstandort Deutschland wirtschaftlich machen.

Der Erhalt einer pluralistischen Medienlandschaft hängt von fairen Wettbewerbschancen, dem Erhalt unternehmerischer Freiheit, sowie der Refinanzierbarkeit von Mediendiensten ab. Nur hierdurch kann die grundgesetzlich verankerte Medienfreiheit gesichert werden. Bundesrechtliche Initiativen in diesem Bereich müssen daher auf ihre medienwirtschaftlichen Auswirkungen hin überprüft werden. Gerade im Zusammenspiel mit landesrechtlichen Vorgaben ist eine Überregulierung und bürokratische Überfrachtung zu vermeiden. Ziel muss es sein, einen robusten und attraktiven Medienstandort zu bewahren und zu befördern.

## Handlungsempfehlungen für die neue Legislaturperiode

- Medienvielfalt breit denken und den Medienstandort als Wirtschaftsfaktor stärken:** Zur Sicherung einer freien und vielfältigen Medienlandschaft zählen auch internationale und sprachpluralistische Informations- und Medienangebote, zu deren Verbreitung ein offener und fairer Wettbewerb und eine effektive und verhältnismäßige Aufsicht auf nationaler und europäischer Ebene beitragen würde. Audiovisuelle Medienproduktionen, von Filmen über Serien bis hin zu Games, können einen erheblichen Wirtschaftsbeitrag leisten, der weit über klassische Industriezweige hinausgeht. Die Schaffung moderner Anreizsysteme (Tax Incentives) stärkt dabei in einem sich internationalisierenden Wettbewerb den Produktionsstandort Deutschland und kanalisiert staatliche Beihilfen in die Wertschöpfung im eigenen Land.
- Wirtschaftliche Basis von Medienanbietern schützen:** Die Refinanzierbarkeit privater Medien- und Medienplattformangebote ist von zentraler Bedeutung für die Sicherung von Medienvielfalt. Neue regulatorische Eingriffe, wie Werbeeinschränkungen und Werbeverbote, Eingriffe in die Vertragsfreiheit und Programmautonomie, Investitionspflichten und Platzierungsvorgaben, konterkarieren dieses Ziel. Bestehende Vorgaben sind vor diesem Hintergrund konsequent auf ihre Erforderlichkeit und Angemessenheit zu überprüfen.

# 22 Mrd. Euro

Investitionen von Sendern und Video-on-Demand-Anbietern in originäre europäische Inhalte in 2023 (2022: 20,4 Mrd. Euro).<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ↗European Audiovisual Observatory, 2024

- **Wettbewerb als regulative Kraft stärken:** Statt auf staatliche Eingriffe sollte auch in der Medienwirtschaft auf die Kraft des Wettbewerbs gesetzt werden, sodass verschiedene Angebote nicht gleicher werden, sondern sich durch innovative und verbraucherfreundliche Ausgestaltung im Markt durchsetzen. Dies führt zu mehr Wahlfreiheit der Nutzenden. Selbst- und Ko-Regulierung bieten darüber hinaus die Grundlage zur Entwicklung praxisnaher Lösungsansätze, z. B. im Werbebereich oder beim Jugendschutz.
- **Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks fokussieren:** Der öffentlich-rechtliche Rundfunk spielt eine wichtige Rolle in unserer Demokratie. Compliance, gute Unternehmensführung, Transparenz, Rechenschaft sowie Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit müssen deshalb grundlegende Werte darstellen. Vor diesem Hintergrund brauchen auch privatwirtschaftlich erbrachte Medienangebote den Raum, um als weitere Säule einer nationalen und europäischen Medien- und Informationslandschaft wirken zu können. Eine klare und eng fokussierte Abgrenzung des Auftrages der Öffentlich-Rechtlichen verhindert zudem ein stetiges Ansteigen des Finanzbedarfs.
- **Illegale und schädliche Inhalte gemeinsam bekämpfen:** Rechtswidrige Inhalte und systemische Risiken wie Desinformation und Deepfakes können nur gemeinsam von Wirtschaft, Politik, Gesellschaft effektiv bekämpft werden. Mit dem Digital-Dienste-Gesetz auf nationaler Ebene und dem Digital Services Act auf europäischer Ebene wurden hierfür bereits Rahmenbedingungen geschaffen. Nun braucht es eine praxisnahe und rechtskonforme Umsetzung unter Beteiligung der betroffenen Unternehmen. In dem Zusammenhang sollten neue technische Innovationen der Desinformations- und Deepfakebekämpfung (z. B. im Bereich Content-Authentifizierung) stärker gefördert werden. Bund und Länder sollten gezielt durch öffentliche Kampagnen auf Maßnahmen und Angebote gegen Desinformation aufmerksam machen.
- **Medienkompetenz sichern und Jugendschutz effektiv gestalten:** Die Vermittlung von Medienkompetenz ist eine zentrale Aufgabe der öffentlichen Hand und sollte vor dem Hintergrund wachsender Gefahren durch illegale und schädliche Inhalte systematisch ausgebaut werden. Unternehmen bringen sich durch vielfältige Angebote, wie Bildungskampagnen, bereits ein. Wir unterstützen bestehende Mechanismen der Selbst- und Ko-Regulierung zur Erreichung eines hohen Jugendschutzniveaus in Europa. Zertifizierte Jugendschutzprogramme sollten weiterhin eine gesetzliche Privilegierung erfahren. Gleichzeitig sollte von nationaler Regulierung abgesehen werden, die dem Gedanken eines einheitlichen Jugendschutzes entgegensteht.

## 67%

der Menschen haben Desinformation beim Nachrichtenkonsum im Internet wahrgenommen, besondere zu Themen wie Migration, dem Krieg gegen die Ukraine und dem Israel-Gaza-Konflikt.<sup>2</sup>

## 82%

der Kinder- und Jugendlichen haben nach negativen Erfahrungen im Online-Raum etwas unternommen. 76% nutzen Privatsphäre-Einstellungen.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> ↗ Bitkom Studie »Wie informieren sich die Menschen in Deutschland im Internet?«, 2024

<sup>3</sup> ↗ Bitkom Kinder- & Jugendstudie, 2022