

Mail

Sehr geehrte Damen und Herren,

über Umwege hat mich Ihre Eingabeverordnung erreicht.
Daher möchte ich Sie bitten, alle Informationen dem MedKF-TG betreffend an meine E-Mail Adresse, welche auch auf der RTR Seite hinterlegt ist zu senden.

Unsere Einschätzung bzw. Stellungnahme zur geplanten Reform bzw. *zum Entwurf einer Verordnung zur Festlegung der Eingabemodalitäten der Bekanntgabepflicht bei Aufträgen nach dem Bundesgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums (MedKF-TG Eingabeverordnung 2023)* möchten wir nachstehend kundtun:

Gemäß § 2 MedKF-TG wurde der Meldeumfang erweitert. Künftig sind Sujets – für alle Meldungen verpflichtend, sobald die Summe aller Meldungen den Betrag von € 10.000 überschreitet. Gleichzeitig entfällt die bisherige Bagatellgrenze, womit für alle Werbeschaltungen Sujets einzumelden sind.

Diesen Umstand sehen wir unter mehreren Aspekten als problematisch an:

1. Der Begriff "Sujet" ist nicht eindeutig. Die Grenze zwischen einem "klassischen" Anzeigensujet und anderen Content-Elementen wie z.B. Bild-Text Elementen in PRs ist fließend. Wo ist hier die Grenze zu ziehen bzw. es ist nicht möglich eine Grenze zu ziehen. Das gilt im Besonderen für Native Ads, Video-, Text- und Audiodateien sowie Kombinationen davon. Diese Werbeformen nehmen stark zu, während klassische Werbung mit "Sujets" an Bedeutung verlieren.
2. Bei programmatischer Werbung bzw. Online-Kampagnen wird in der Regel nicht 1 Sujet eingesetzt sondern eine Auswahl an Bildern, Headlines und Texten, die im Rahmen von AB-Testings ausgespielt bzw. nicht ausgespielt werden. Es ist somit nicht möglich zu sagen, welches Format letztlich geschaltet wurde.
3. Sollte der Begriff "Sujet" so ausgelegt werden, dass er sämtliches werblich eingesetztes Bildmaterial umfasst, wird dem Gesetzeszweck - die Erhöhung der Transparenz der Meldungen - in keiner Weise gedient. Es ist auch nicht nachvollziehbar, weshalb der werbliche Einsatz von Bildmaterial anders zu werten (Sujets sind hochzuladen - Text nicht) ist als der Einsatz von Texten oder Audiodateien.
4. Sollten nicht nur klassische Imagekampagnen mit Anzeigensujets meldepflichtig sein, sondern auch alternative Content-Elemente (Text, Videos, Bilder, ...) erhöht sich der Aufwand für die MTG-Meldungen um ein Vielfaches, ohne der Gesetzesabsicht "Transparenz" zu dienen (wegen der Vielzahl an Content-Elementen).