

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Aufgepasst - Neues Telemediengesetz birgt Risiken für Werbetreibende**

#### **BVDW mahnt dringend notwendige Abgrenzungen an**

**Düsseldorf, 2. März 2007. Mit dem 1. März 2007 sind die neuen Regelungen des Telemediengesetzes in Kraft getreten. Der BVDW weist auf potentielle, juristische Gefahrenquellen für Werbetreibende hin und mahnt gleichzeitig den Gesetzgeber an, die mit Inkrafttreten des Gesetzes auftauchenden Probleme, Abgrenzungsunklarheiten zügig in Angriff zu nehmen.**

Zwar hat der Gesetzgeber im neuen Telemediengesetz (TMG) die in wesentlichen Punkten inhaltsgleichen Regelungen des Teledienstegesetzes (TDG) und des Mediendienste-Staatsvertrages (MDStV) in einem Telemediengesetz (TMG) vereinheitlicht, durch die Neuregelung werden jedoch nicht nur bestehende Abgrenzungsprobleme nicht abschließend gelöst. Im Gegenteil: Nach Auffassung der BVDW-Experten schafft das neue Gesetz auch neue Probleme und ist daher bereits mit Inkrafttreten schon wieder novellierungsbedürftig.

#### **Abgrenzungsproblematik führt zu Rechtsunsicherheit und Überregulierung**

Eine Abgrenzung zwischen Rundfunk und Mediendienst im Bereich der Online-Angebote war bereits in der Vergangenheit schwierig. Das Ziel des Gesetzgebers, mit dem TMG eine zukunftsorientierte Fortentwicklung der Medienordnung zu schaffen, ist nach Meinung von Gerd M. Fuchs, Referent Medienpolitik im BVDW, misslungen: „Ohne sachliche Rechtfertigung werden neue Dienste der Rundfunkregulierung unterworfen. Das wird einerseits der technischen Entwicklung des Rundfunks nicht gerecht und führt andererseits zur Ausweitung der klassischen Rundfunkregulierung auf neue Medien.“ Die fehlende klare Abgrenzung zu Telekommunikations- und Rundfunkdiensten bewirkt neben der Rechtsunsicherheit für die Marktteilnehmer eine Überregulierung und Doppelzuständigkeiten von Aufsichtsbehörden.

#### **Erlaubnis für Zusendung von Werbe-E-Mails nicht ausreichend**

„Die Einführung eines Ordnungswidrigkeitstatbestandes gegen Spaming ist nicht geeignet, das Aufkommen von Spam-E-Mails wirksam zu bekämpfen“, so Gerd M. Fuchs. „Der Versand von Spam-E-Mails erfolgt überwiegend aus dem Ausland. Eine effektive Verfolgung ausländischer Spam-Versender ist jedoch mit den Mitteln des deutschen Ordnungswidrigkeitsrechts nicht möglich.“

Spam-E-Mails werden von der Bußgeldvorschrift nicht generell erfasst, weil sich der Tatbestand nur auf solche Werbe-E-Mails beschränkt, die den Absender oder den kommerziellen Charakter der Nachricht verschleiern oder verheimlichen. Der Gesetzgeber regelt damit einseitig für deutsche Marktteilnehmer die Ausgestaltung der Kopf- und Betreffzeile von Werbe-E-Mails und greift damit in die Gestaltung der vom Empfänger ausdrücklich erwünschten Werbe-E-Mails ein. „Dessen sollten sich Werbetreibende, die E-Mail-Marketing als effiziente Marketingmaßnahme für sich entdeckt haben, bewusst sein“, weist Gerd M. Fuchs auf das juristische Gefährdungspotenzial für Unternehmen hin. Nicht berücksichtigt werden demgegenüber jedoch solche Werbe-E-Mails, die zwar die Anforderungen des TMG erfüllen, aber dennoch für den Empfänger unerwünscht sind.

#### **Mangelhafte Haftungsregelungen für Plattformbetreiber und Suchmaschinenanbieter**

In der Rechtsprechung ist die Tendenz zu beobachten, bei festgestellten Rechtsverletzungen eine Pflicht zur Prüfung von Inhalten als Störerhaftung auch für solche Marktteilnehmer zu begründen, die lediglich eine Plattform zur Verfügung stellen. Damit werden den Marktteilnehmern Überwachungspflichten zur Vermeidung von künftigen Rechtsverletzungen auferlegt. Der Gesetzgeber muss klarstellen, dass die bestehende Haftungsprivilegierung auch Unterlassungsansprüche umfasst.

Zusätzlich ist für Suchmaschinenanbieter, die lediglich den Zugang zu Inhalten herstellen, eine gesetzliche Klarstellung dahingehend erforderlich, dass diese den Zugangsprovidern gleichgestellt und von der Haftung für Inhalte Dritter freigestellt werden. Hinsichtlich der Haftung für Hyperlinks ist ebenfalls eine klare gesetzliche Regelung notwendig. „Das Gesetz schafft im Ergebnis kaum Verbesserungen“, resümiert Gerd M. Fuchs. „Aufgrund der vielen Unklarheiten sehen wir daher an vielen Stellen Novellierungsbedarf. Diesen sollte der Gesetzgeber rasch angehen.“

Zu den wesentlichen Änderungen, die sich für die Geschäftspraxis von Unternehmen ergeben, nehmen die Rechtsexperten des BVDW auch im Rahmen der Auftaktveranstaltung der Lawyers Lounge Stellung. Weitere Informationen unter: > <http://www.bvdw.org/veranstaltungen/termine.html> .

**Kontakt:**

Gerd M. Fuchs, Referent Medienpolitik  
Tel. 030 88 00 78 -37, Fax: -33  
mailto: [fuchs@bvdw.org](mailto:fuchs@bvdw.org)

Christoph Salzig, Pressesprecher  
Tel. 0211 60 04 56 -26, Fax: -33  
Mobil 0177 8 52 86 16  
mailto: [salzig@bvdw.org](mailto:salzig@bvdw.org)

**Über den BVDW:**

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung aller am digitalen Wertschöpfungsprozess beteiligten Unternehmen.

Der BVDW steht im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen (Verbraucherorganisationen, andere Branchenverbände etc.), um ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche zu unterstützen.

Zudem bietet der BVDW ein Expertennetzwerk, das Unternehmen und Interessierten innerhalb wie außerhalb der Branche schnell und gezielt Antworten auf konkrete Fragestellungen rund um die Lösungen der Digitalen Wirtschaft liefert.

Der BVDW bietet ein umfangreiches Service- und Informationsportfolio für seine Mitgliedsunternehmen. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Technologien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern.