

PRESSEMITTEILUNG

Der „Bettertainment-Markt“*: Milliardenstarker Wachstumstreiber der gesamten Medienbranche

- Hochkarätige Expertenrunde diskutierte auf den Medientagen München über die Voraussetzungen für eine moderne Regulierung und erfolgreiche Marktgestaltung
- Medienverbote gefährden den Wachstumsmarkt: Rechtssichere Übergangslösung dringend notwendig!

Bonn, den 29.10.2018

Unter „Bettertainment“* versteht man den Markt rund um Sportwetten, Casino/Poker und „Online-Lotterie“. Hier schlummert ein Milliardenmarkt, von dem insbesondere auch die Medienunternehmen in Deutschland in Form von Werbeeinnahmen profitieren könnten. Doch die deutsche Glücksspiel-Gesetzgebung ist auf ganzer Linie gescheitert. „Ohne die Voraussetzungen für eine moderne, ganzheitliche Regulierung und erfolgreiche Marktgestaltung in Form einer großen Lösung, kann der Milliardenmarkt nicht gehoben werden“, sagte Renatus Zilles, Vorstandsvorsitzender des Deutschen Verbandes für Telekommunikation und Medien, anlässlich der Expertenrunde auf den Medientagen München.

In seiner Keynote machte der renommierte „Medienpapst“ Professor Dr. Wolf-Dieter Ring deutlich, was nun zu tun ist:

„Die Bundesländer müssen endlich eine moderne, umfassende und rechtssichere Zukunftslösung der Glücksspiel-Regulierung auf den Weg bringen. Diese zeitgemäße Regulierung muss den Anforderungen des Internets gerecht werden und die globalen Entwicklungen beachten“, so der frühere Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. Er fordert in seinem Position Papier eine effiziente und unabhängige, staatsferne „Glücksspiel Aufsicht“ aus einer Hand, in dem „Glücksspiel- und Medienaufsicht“ zusammengelegt werden, damit wird auch Jugend-, Verbraucher- und Datenschutz

gewährleistet. Seit rund zehn Jahren aber wird nur „herumgedoktert“. Der deutschen Glücksspiel-Regulierung fehlt somit die „Kohärenz“ (Zilles) – also die Gesamtschlüssigkeit. Seit dem Bundesverwaltungs-Gerichtsurteil aus dem Frühjahr dieses Jahres gibt es nun vermehrt neben dem aus Datenschutzgründen umstrittenen „Financial-Blocking“ vermehrt auch so genanntes „Media-Blocking“ (d.h. Werbeverbote).

„Grundsätzlich ist gegen diese Instrumente und auch Werbeverbote, in einem verfassungs- und europarechtskonform regulierten Markt nichts einzuwenden, um Marktteilnehmer, die sich partout nicht an die Spielregeln halten wollen zu sanktionieren und eine Kanalisierung hin zu den Marktteilnehmern die sich rechtmäßig verhalten herzustellen. Doch zurzeit wird „Media-Blocking“ in der Vorphase einer ganzheitlichen und rechtskonformen Regulierung ausschließlich als Wettbewerbs-Instrument eingesetzt. So werden die Bemühungen um einen 3. Glücksspiel-Staatsvertrag torpediert“, erläuterte Dr. Matthias Kirschenhofer, Vorstand der Constantin Medien AG und Geschäftsführer der Sport1 Media GmbH.

Der CDU-Bundestagsabgeordnete Professor Dr. Patrick Sensburg sieht die Politik in der Pflicht, gemeinsam mit den betroffenen Unternehmen an einem Kompromiss zu arbeiten: *„Die Unternehmen brauchen Planungs- und Rechtssicherheit. Zurzeit vergeben wir die Chancen auf zusätzliche Milliarden Einnahmen aus diesem Markt, nicht nur für die Unternehmen entlang eine langen, konvergenten Wertschöpfungskette, sondern auch auf seitens der Bundesländer, von denen nicht zuletzt auch die Medien profitieren würden. Diese Mittel fließen aktuell ins Ausland ab. Eine effektive Regulierung des Jugend-, Verbraucher- und Datenschutzes, oberste Prämisse des „Glücksspiel-Staatsvertrages“ findet nicht statt. Reine Verbote sind keine Zukunftslösung“,* so der Christdemokrat.

Renatus Zilles zeigte sich optimistisch, dass bei gutem Willen aller Beteiligten eine Übergangslösung gefunden werden könne: *„Die Ministerpräsidenten könnten sich zum Beispiel am „Eckpunkte-Papier“ des DVTM orientieren, der sowohl für die Wirtschaft als auch für die Aufsichtsbehörden eine Guideline bilden könnten, solange an dem 3. Glücksspiel-Staatsvertrag“ in den nächsten 2 Jahren gearbeitet wird. Es muss schnell etwas passieren. Im Internetzeitalter machen Landes- und Ländergrenzen keinen Sinn mehr. Mit Methoden aus der Steinzeit lässt sich kein moderner potenzieller Milliardenmarkt regulieren. Wir brauchen legale und ganzheitlich regulierte Bettertainment-Märkte.“*

*„Bettertainment“ inkludiert insbesondere: Sportwetten, Poker & Casino und Online-Lotterien. Es steht gleichzeitig auch für eine Konvergenz-Strategie entlang der gesamten Wertschöpfungskette mit dem Ziel eines volkswirtschaftlichen Gesamtnutzens.

Der **Deutsche Verband für Telekommunikation und Medien e.V.** (DVTM) ist die zentrale Schnittstelle und unverzichtbarer Experte der an der Wertschöpfungskette Telekommunikation, Medien, Energie und „Bettertainment“ beteiligten Unternehmen. Dazu gehören national und europaweit tätige Diensteanbieter,

Netzwerk-, Service- und Internetprovider, Reseller, technische Dienstleister, Medien- und Verlagshäuser sowie Consulting- und Inkassounternehmen. Ziel des Verbandes ist es, im Einklang mit Verbrauchern, Politik und Wirtschaft einen zukunftsorientierten, innovativen und wettbewerbsfähigen Telekommunikations- und Medienmarkt zu schaffen.

Die circa 40 Mitglieder des Verbandes agieren freiwillig im Rahmen des Kodex Deutschland für Telekommunikation, Medien, Energie und „Betertainment“. Die von einem prominent besetzten Beirat begleitete Kodexkommission formuliert anerkannte Branchenstandards und befähigt dazu, den Markt aktiv mitzugestalten und stärkt damit das Prinzip der Selbstregulierung. Der DVTM ging aus dem bereits 1997 gegründeten Fachverband Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste (FST) hervor. Im Februar 2011 erfolgte die Umbenennung in DVTM.

DVTM Deutscher Verband für Telekommunikation und Medien e.V.

Udlerstr. 94, 53173 Bonn, Tel.: [0228 / 30 40 16 - 0](tel:02283040160), Fax: [0228 / 30 40 16 - 30](tel:022830401630)

Renatus Zilles (Vorstandsvorsitzender), Markus Schunk (Geschäftsführer)

E-Mail: renatus.zilles@dvtm.net, markus.schunk@dvtm.net

Internet: www.dvtm.net