

Ansprechpartner in der DIHK:  
Urban Comploj (comploj.urban@dihk.de)

## Medien: Mit Presse- und Rundfunkfreiheit sowie Meinungsvielfalt zu Wirtschaftswachstum

Die meist mittelständisch geprägten Unternehmen der Kultur- und Kreativbranche inkl. der Medienunternehmen sind für die Meinungsbildung in einer demokratischen Marktwirtschaft unerlässlich: Wirtschaft braucht valide Informationen. Die Transparenz über nationale wie internationale Entwicklungen und Ereignisse beeinflussen Unternehmens- und Investitionsentscheidungen. Unternehmertum ist dabei auf voraussetzungslosen Zugang zu entsprechenden Informationen und die Darstellung verschiedener Sichtweisen angewiesen, um Fehlentwicklungen und falschen Einschätzungen vorzubeugen. Das gilt für die eigene Region, den gemeinsamen Markt der Europäischen Union ebenso wie globale Entwicklungen. Daher kommen der Presse- und Rundfunkfreiheit mit dafür unerlässlichen

Rahmenbedingungen für klassische wie neue Medienanbieter sowie dem Wettbewerb unterschiedlicher Meinungen und Ansichten auch für die Wirtschaft eine wichtige Rolle zu.

Damit die zumeist kleinen und mittelständischen Unternehmen der Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft ihre wichtigen Funktionen für die Gesamtwirtschaft erfüllen können, sind sie auf eine moderne und agile Gesetzgebung angewiesen, die mit dem technischen Fortschritt mithält und fairen Wettbewerb für alle Akteure gewährleistet.

Das gilt im besonderen Maße auch für die mögliche Entfaltung zukunftsweisender Innovationen in der Kreativwirtschaft, ob in den Bereichen Softwareentwicklung, Spieleindustrie, digitale Kommunikation oder neuartiger Geschäftsmodelle.

### Folgende Leitlinien sollten das wirtschaftspolitische Handeln bestimmen:

- Information als Wirtschaftsfaktor anerkennen (DE+EU)
- Fairen und digitalen Marktplatz etablieren sowie Netz-, Suchmaschinen- und Plattformneutralität sicherstellen (DE+EU)
- Einnahmen aus Werbung und Sponsoring nicht durch politische Einschränkungen gefährden (DE)
- Monopolbildungen wirksam entgegenzutreten (EU)
- Urheber- und Leistungsschutzrechte stärken und an technologische Entwicklungen anpassen (DE)
- Duales Rundfunksystem durch Förderung privater Anbieter stärken (DE)
- Informationsplattformen und Soziale Medien einheitlich regulieren (EU)

### **Information als Wirtschaftsfaktor anerkennen (DE+EU)**

Vielfältige, transparente Informationen mit unterschiedlichen Sichtweisen auf nationale und internationale Entwicklungen sind eine wichtige Grundlage für Unternehmens- und Investitionsentscheidungen. Meinungsvielfalt und Pressefreiheit sind daher in einer freien, demokratischen Wirtschaft unabdingbar.

Der Zugang zu Informationen muss unabhängig von bestimmten Medien und Kanälen möglich sein. Klassische wie neue Medienanbieter müssen in einem fairen Wettbewerb mit entsprechend einheitlich gültigen Rahmenbedingungen um Kunden bzw. Nutzer werben können. Dafür sollte die Politik bei Regulierungsvorhaben, etwa im Urheberrecht, alle Beteiligten einbinden und auch bei Gesetzesinitiativen in benachbarten Bereichen die möglichen Auswirkungen auf das Mediensystem im Blick haben. Die Europäische Union sollte sich unter Berücksichtigung der regionalen Besonderheiten zudem auch für einen fairen Wettbewerb weltweit einsetzen.

### **Fairen und digitalen Marktplatz etablieren sowie Netz-, Suchmaschinen- und Plattformneutralität sicherstellen (DE+EU)**

Die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft brauchen im nationalen und internationalen Wettbewerb mit den globalen Big-Tech-Plattformen einheitliche und faire Rahmenbedingungen. Das ist derzeit und perspektivisch nicht mehr gewährleistet. Die Marktmachtkonzentration digitaler Gatekeeper sollte aufgebrochen werden und es müssen Netz-, Suchmaschinen- und Plattformneutralität sichergestellt werden. Dabei

ist darauf zu achten, dass die Zusammenarbeit von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft untereinander weiterhin möglich bleiben und intensiviert werden muss.

Die Debatte über den Zugang zu Daten und einem wirksamen Datenschutz ist für Teile der Kultur-, Medien- und Kreativwirtschaft überlebenswichtig. Die Unternehmen achten allein schon zum Erhalt des Vertrauens in ihre Marken sehr genau auf einen verlässlichen Umgang mit den ihnen überlassenen Daten. Gleichzeitig haben Datenschutzregelungen einen erheblichen Einfluss darauf, ob Unternehmen in der digitalen Welt erfolgreich sein können. Sie dürfen nicht zu bürokratisch und sollen auch für kleine und mittelständische Unternehmen einfach und praxistauglich umsetzbar sein.

### **Einnahmen aus Werbung und Sponsoring nicht durch politische Einschränkungen gefährden (DE)**

Private Medienunternehmen finanzieren ihre Inhalte, einschließlich qualitativ hochwertiger journalistischer Berichterstattung, zu einem erheblichen Teil über Werbung oder Sponsoring. Werbung ist neben dem Verkauf von Inhalten und Dienstleistungen ihre wichtigste Einnahmequelle.

Aus der Sicht von Medienunternehmen dürfen die Werbemöglichkeiten nicht eingeschränkt werden. Es werden kaum zu kompensierende betriebswirtschaftliche Auswirkungen befürchtet.

### **Monopolbildungen wirksam entgegenreten (EU)**

Aus gesamtwirtschaftlicher Sicht ist es ein sehr grundlegender Aspekt, Wettbewerb sowohl auf dem Gebiet der Information als

auch bei Fragen der Reichweite oder Bewertung, der Inhalte, der Werbung, bei Plattformen oder Datennutzung und auf anderen Feldern zu ermöglichen und Monopolentwicklungen zu verhindern. Die von der Europäischen Union formulierten Ziele zur Sicherung eines unabhängigen Mediensystems und der Pressefreiheit sind daher wichtig, dürfen die vorgenannten Ziele aber nicht gefährden.

### **Urheber- und Leistungsschutzrechte stärken und an technologische Entwicklungen anpassen (DE)**

Ohne praxisnahe und umfassende Urheber- und Leistungsschutzrechte ist ein wichtiges Standbein der Kultur- und Kreativwirtschaft gefährdet. Deshalb muss der Gesetzgeber die rechtlichen Rahmenbedingungen laufend auf dem aktuellen Stand halten. Das betrifft insbesondere die Anpassung an die technologischen Entwicklungen. Gerade KI-Dienste nutzen häufig Leistungen der Kreativwirtschaft. Der Gesetzgeber sollte die Rechte der Inhalte produzierenden Unternehmen besser schützen und die missbräuchliche Verwendung ihrer Produkte unterbinden. Eine „Gratis-Mentalität“ darf es nicht geben. Jede Nutzung von urheberrechtlich geschützten Produkten unterliegt der Zustimmungspflicht des Produzenten und sollte entsprechend vergütet werden.

### **Duales Rundfunksystem durch Förderung privater Anbieter stärken (DE)**

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist eine starke Stütze der Demokratie und Meinungsvielfalt in Deutschland. Ebenso sind es die privaten, oft mittelständisch geprägten Medienunternehmen. Für beide Säulen des Mediensystems kann eine intensivere, faire und

kooperationsorientierte Zusammenarbeit fruchtbar sein und der Branche weitere Zukunftschancen eröffnen. Während sich die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten aus dem gesetzlich festgelegten Rundfunkbeitrag finanzieren, sind die privaten Anbieter auf marktwirtschaftliche Einnahmen angewiesen. Beide Säulen des Rundfunks erfüllen aber eine gesamtgesellschaftlich wichtige Funktion.

Wo sinnvoll, ist deshalb eine stärkere Förderung privater zukunftsgerichteter Medieninnovationen und der flächendeckenden Medienversorgung auf regionaler Ebene denkbar.

### **Informationsplattformen und Soziale Medien einheitlich regulieren (EU)**

Es liegt in der EU-Verantwortung, den freien Zugang zu Informationen zu gewährleisten und die unabhängige Medienlandschaft zu fördern. In den vergangenen Jahren hat sich die öffentliche Kommunikation in Europa und weltweit stark verändert. Internetplattformen haben massiv an Bedeutung gewonnen und beherrschen in teilweise monopolistischen Positionen den Datenverkehr wie auch den Markt für digitale Werbung inkl. der dort genutzten Technologien und Daten.

Das hat auch starke Auswirkungen auf die deutsche Gesamtwirtschaft: Wie lassen sich hohe Informationsqualität und fairer Wettbewerb sowohl auf international agierenden Plattformen wie auch vor Ort, in den Regionen, sichern?

Notwendige Leitlinien der Medienregulierung gilt es zu institutionalisieren; ganzheitliche Risikoevaluation aller Regulierungsansätze auf die Medienbranche und andere Wirtschaftsbereiche sind daher wichtig.

**Zur Erreichung dieser Leitlinien trägt die IHK-Organisation u. a. bei durch:**

- Unternehmensbefragungen; DIHK-Befragungen der Industrie- und Handelskammern und der Deutschen Auslandshandelskammern (wie zu Binnenmarkthindernissen 2024); Analysen und Umfragen, z. B. DIHK-Gesundheitsreport oder zur europäischen Medizinprodukteverordnung, DIHK-Report Unternehmensgründung, DIHK-Report Unternehmensnachfolge
- Konkrete Vorschläge zu nationalen Gesetzesvorhaben und Konsultationen der EU
- Teilnahme als Sachverständige bei Anhörungen des Bundestages und anderer Institutionen
- Beteiligung an Kommissionen und Beiräten (z. B. Expertenkommission Bürgernahe Einkommenssteuer des Bundesministeriums der Finanzen; Sustainable Finance-Beirat der Bundesregierung)
- Veranstaltungen sowie Initiativen der IHKs auf lokaler Ebene und der DIHK auf Bundesebene (z. B. Informationsveranstaltungen zur Geldwäscheprävention, zur Korruptionsbekämpfung, Cybersicherheit, Digitalisierungsoffensiven für die innerstädtischen Wirtschaftsakteure, Bürokratieabbau-Konferenzen internationale Fachtagung zur Umsetzung der OECD/IF-Besteuerungskonzepte durch Unternehmen, Business Improvement Districts (BID), Heimatshoppen, Innenstadtberater, Standorthelden, Masterpläne Industrie und Gewerbeflächenentwicklungsprogramme, Engagement gegen einen Wettbewerb der Rechtsstandorte zu Lasten von Unternehmen, Transferstelle IT-Sicherheit im Mittelstand, Netzwerke „Sicherheit in der Wirtschaft“, Sensibilisierungsaktionen gegen Produkt- und Markenpiraterie und gegen Wirtschaftskriminalität, Orientierungsberatungen zum Thema „Gewerblicher Rechtsschutz“ und Beteiligung am Tag des Geistigen Eigentums)
- Unterstützung von nationalen Initiativen (wie „Initiative Wirtschaftsschutz“ der nationalen Wirtschaftsschutzstrategie, Aktionskreises gegen Produkt- und Markenpiraterie (APM) e. V.)
- Einigungsstellen für Wettbewerbsstreitigkeiten bei den IHKs und Hilfestellung durch IHKs gegen missbräuchliche Abmahnungen
- Initiativen der IHKs mit den AHKs wie „Chambers for GreenTech“ oder „Young Energy Europe“
- Arbeitskreise, Konferenzen und Online-Angebote z. B. zur Vernetzung der Anbieter der regionalen Gesundheitswirtschaft, zum Bürokratieabbau oder Statistik
- Informationen und Veranstaltungen für Betriebe (z. B. Regulierung von Medizinprodukten, E-Health)
- Voranbringen und Unterstützung der Unternehmen bei beruflicher Bildung, Digitalisierung, E-Rechnung, E-Vergabe
- Förderung des Unternehmertums durch jährlich 180.000 persönliche Kontakte und Gespräche jährlich zur Unternehmensgründung und zur Unternehmensnachfolge bei Erstauskünften, Einstiegsgesprächen, Seminaren und IHK-Beratungen zum Geschäftskonzept; durch zahlreiche Initiativen auf regionaler und auf Landesebene; als Regionalpartner der

Unternehmensnachfolgebörse next-change ([www.next-change.org](http://www.next-change.org)); mit jährlich rd. 30.000 Beratungen und Kontakten zu Alt-Inhaberinnen und Alt-Inhabern auf Nachfolgersuche und potenziellen Nachfolgerinnen und Nachfolgern

- Umsetzung eines kundenfreundlichen und digitalen Zugangs zu den hoheitlichen und Serviceleistungen der IHK-Organisation
- Unternehmergespräche mit Vertretern von Ministerien und Politik
- Austausch von Praxisbeispielen aus der betrieblichen Praxis
- Gemeinsame [Ausbildungskampagne](#) der IHKs; Angebote zur Berufsorientierung und MINT-Förderung; die Arbeit von mehr als 160.000 ehrenamtlichen Prüferinnen und Prüfern in Aus- und Weiterbildung; rund 300.000 Abschlussprüfungen pro Jahr in der Ausbildung; jährlich knapp 60.000 Prüfungen in der Fortbildung; pro Jahr rund 30.000 Beratungen in der Weiterbildung; jährlich knapp 20.000 Weiterbildungsangebote für Betriebe und Beschäftigte bundesweit; Initiativen zur Integration von Studienaussteigern in berufliche Aus- u. Weiterbildung; Beteiligung bei Konzeption, Aufbau und Qualitätssicherung dualer Studiengänge; berufliches Feststellungsverfahren für Berufserfahrene ohne Abschluss und Quereinsteiger; IHK-Zertifizierungslehrgang "City- / Quartiersmanager:in (IHK)"
- Initiierung und Begleitung der IHKs von Stadtentwicklungskonzepten, Smart-City-Konzepten und -Projekten, Masterplänen für Einzelhandel, kommunalen und regionalen Einzelhandelskonzepten, Bewertung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben nach raumordnerischer und städtebaulicher Verträglichkeit im Rahmen der Trägerbeteiligung der IHK, Beteiligung der IHKs bei Auswahlverfahren im Rahmen von Städtebaufördermaßnahmen, z.B. Verfügungsfonds, Vorschläge zur Mobilisierung von Bauland ein
- Sensibilisierung der Unternehmen und Kommunen für das Thema Digitalisierung (Onlinepräsenz/-handel, Location based Services), aber auch ein kooperatives Baustellenmanagement während der Bauphase durch Veranstaltungen und Informationen
- Präqualifizierungsverfahren für Liefer- und Dienstleistungsunternehmen bei öffentlichen Aufträgen (sog. Amtliches Verzeichnis)

#### Weiterführende Links zu den Aktivitäten der DIHK:

- [Jahresberichte der DIHK](#)
- [Aktuelle Presseinformationen](#)
- [Stellungnahmen der DIHK](#)
- [Umfragen der DIHK und Zahlen der IHK-Organisation](#)
- [Themen der Woche](#)
- [Newsletter der DIHK-Bereiche](#)