

EU-DIGITALGESETZGEBUNG

Wer bestimmt zukünftig die Maßstäbe im Medienmarkt?

Frankfurt am Main, 25.02.2026 – Mit dem 2024 verabschiedeten European Media Freedom Act (EMFA) hat die Europäische Union unabhängige, transparente und plattformübergreifende Reichweitenmessung erstmals ausdrücklich als Bestandteil funktionierender Medienmärkte anerkannt. Parallel dazu wird mit dem derzeit im Gesetzgebungsverfahren befindlichen **Digital Omnibus** die technische Regulierung von Datenzugriff und Einwilligungsmechanismen neu gefasst.

Die AGF sieht im Zusammenspiel beider Gesetzgebungsvorhaben strukturellen Klärungsbedarf. In einer monothematischen Sondersitzung hat der Aufsichtsrat der AGF die Einschätzung der Geschäftsführung gestern mitgetragen: Es steht die Frage im Raum, ob die Standards der Reichweitenmessung künftig weiterhin unabhängig und plattformübergreifend ausgestaltet werden können – oder ob sich die Marktarchitektur faktisch verschiebt.

Standards sind Macht

Reichweiten entscheiden über Sichtbarkeit, Werbeinvestitionen und wirtschaftliche Tragfähigkeit von Medienangeboten.

Doch entscheidend ist nicht allein, wer misst – sondern nach welchen Regeln gemessen wird.

Ein einheitlicher Standard stellt sicher, dass alle Marktteilnehmer nach denselben Kriterien bewertet werden. Diese Vergleichbarkeit bildet die Grundlage für Markttransparenz, Investitionsentscheidungen und die Bewertung medialer Vielfalt.

Der **EMFA** erkennt unabhängige, transparente und plattformübergreifende Publikumsmessung erstmals ausdrücklich als Bestandteil funktionierender Medienmärkte an.

Neue technische Rahmenbedingungen – ungleiche Voraussetzungen?

Mit dem **Digital Omnibus** verändern sich die technischen und organisatorischen Voraussetzungen für die Erhebung und Steuerung von Mediennutzungsdaten. In der praktischen Umsetzung kann dies dazu führen, dass proprietäre First-Party-Messung (Silos) strukturell einfacher bleibt als unabhängige, plattformübergreifende Modelle.

Es entsteht kein formales Verbot unabhängiger Messung.
Aber es droht eine faktische Ungleichheit der Umsetzungsbedingungen.

Wer zentrale technische Zugangspunkte – Betriebssysteme, Browser oder Login-Infrastrukturen – kontrolliert, beeinflusst auch die Rahmenbedingungen, unter denen Standards praktisch umgesetzt werden können.

„Es geht nicht darum, ob gemessen werden darf. Es geht darum, unter welchen Bedingungen ein unabhängiger Standard praktisch bestehen kann. Wenn die Umsetzungsbedingungen asymmetrisch werden, verschiebt sich die Marktarchitektur – nicht durch Verbote, sondern durch Machbarkeit“, erklärt Kerstin Niederauer-Kopf, Vorsitzende der Geschäftsführung der AGF.

Vergleichbarkeit ist demokratische Infrastruktur

Ein transparenter Medienmarkt setzt eine unabhängige und vergleichbare Datengrundlage voraus.

Wo parallele proprietäre Systeme nebeneinanderstehen, entstehen unterschiedliche Bewertungsrealitäten statt einheitlicher Maßstäbe. Vergleichbarkeit wird relativ – und mit ihr die Grundlage für faire Wettbewerbsbedingungen und belastbare Vielfaltseinschätzungen.

Appell für regulatorische Kohärenz

Die AGF plädiert für eine kohärente Ausgestaltung der europäischen Digitalgesetzgebung. Datenschutz und unabhängige Messinfrastruktur dürfen nicht gegeneinander ausgespielt werden.

Wenn der EMFA die Bedeutung unabhängiger Standards anerkennt, müssen die technischen und regulatorischen Rahmenbedingungen so ausgestaltet sein, dass diese Standards auch praktisch bestehen können.

Der Aufsichtsrat der AGF, besetzt mit Vertretern der Sender und Vermarkter sowie der Branchenverbände OWM und Die Mediaagenturen e. V., unterstützt diese Einordnung ausdrücklich.

Über die AGF Videoforschung GmbH (www.agf.de)

Die AGF Videoforschung GmbH ist ein Unternehmen für neutrale Bewegtbildforschung. Die AGF erfasst kontinuierlich und quantitativ die Nutzung von Bewegtbildinhalten in

Deutschland und wertet die erhobenen Daten aus. Sie entwickelt ihr Instrumentarium mit einem mehrstelligen jährlichen Millionenbetrag kontinuierlich weiter, um dem Markt täglich verlässliche Daten über die Nutzung von Bewegtbildinhalten zu liefern. Dabei steht die AGF im engen Austausch mit allen Marktpartnern, darunter Lizenzsender, Werbungtreibende und Mediaagenturen.



Pressekontakt:

AGF VIDEOFORSCHUNG GMBH
Gärtnerweg 4-8
D-60322 Frankfurt am Main
T +49 69 955 260-0
F +49 69 955 260-60
presse@agf.de | www.agf.de