Nr. 1797, Woche 46, 13. Nov. 2026

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, digitale Medien, Hörfunk, TV, Film und Software

Diese Woche 3 neue Titel

Digital Fairness Act: Medien-Verbände warnen Belastung der Medien-Welt und Medien-Vielfalt

Die **EU-Kommission** will mit dem am 11. November 2026 vorgelegten Entwurf für den Digital Fairness Act (DFA) den Verbraucherschutz im digitalen Raum verbessern und so die Verbraucher vor unfairen Geschäftspraktiken schützen. Was auf den ersten Blick ausgesprochen verbraucherfreundlich klingt, erweist sich bei näherem Hinsehen aufgrund erweiterten Informationspflichten als neues Bürokratie-Monster mit mindestens mittelgroßem Ausmaß. Die gehen nämlich über das bereits bestehende ziemlich komplizierte Verbraucherschutz-Recht hinaus.

BDZV und MVFP: DFA beschädigt digitale Abo-Modelle

Zudem werden durch die im Entwurf enthaltenen Vorgaben die Geschäftsmodelle für digitale Abo-Angebote beschädigt. Angesichts der rückläufigen Auflagen bei den Printmedien stellen die Einnahmen aus den digital verbreiteten Zeitschiften und Zeitungen eine existentielle Grundlage dar. Die beiden Berliner Verleger-Verbände **BDZV** und **MVFP** über daher auch scharfe Kritik: „Wir sind entsetzt, dass die Kommission erneut die publizistischen und ökonomischen Rahmenbedingungen der freien Presse nicht verbessert, sondern erheblich verschlechtert. Das ist umso enttäuschender, als uns die Kommission in Gesprächen zu diesem Gesetz erklärt hat, dass der Digital Fairness Act die digitalen Geschäftsmodelle der freien Presse nicht beschädigen soll. Wir müssen inzwischen wohl davon ausgehen, dass es für die EU-Kommission kein wichtiges Anliegen ist, im digitalen Zeitalter eine freie und unabhängige Presse zu erhalten."

VAUNET: Verbraucherschutz darf nicht zulasten der Medienvielfalt gehen

Auch der Spitzenverband der privaten audiovisuellen Medien **VAUNET** sieht im Entwurf der EU-Kommission für den Digital Fairness Act erhebliche Schwächen und fordert daher eine differenzierte Betrachtung und konsequente „Medien-Verträglichkeitsprüfung". Wo bereits europäische oder sektorspezifische Regelungen bestehen, sollte deren wirksame Anwendung Vorrang vor neuen Vorschriften haben. Doppelregulierung und unverhältnismäßige Eingriffe müssen vermieden werden.

Grundsätzlich unterstützt der in Berlin ansässige Verband das Ziel der EU-Kommission, Verbraucher im digitalen Raum wirksam zu schützen. Neue Vorgaben dürfen jedoch nicht die Refinanzierungsbasis privater Medien schwächen und damit ihre Vielfalt gefährden.

Claus Grewenig, VAUNET-Vorstandsvorsitzender und Chief Corporate Affairs Officer **RTL Deutschland**: „Die Rahmenbedingungen für private Medien werden zunehmend außerhalb des Medienrechts gestaltet, ohne die negativen Auswirkungen für diese im Blick zu haben. Mehr Regulierung bedeutet nicht automatisch mehr Fairness. Europa braucht einen ausgewogenen Rechtsrahmen, der Verbraucher:innen schützt und zugleich die wirtschaftlichen Grundlagen einer vielfältigen Medienlandschaft sichert. Das erklärte Ziel der EU-Kommission ist, die Medien zu stärken und kleinteilige Regulierung abzubauen."

Dieses richtige Ziel werde allerdings in der konkreten Umsetzung des Digital Fairness Act nicht konsequent beachtet, was zu Kollateralschäden für Medienangebote führen kann.



Foto: Dimitris Vetsikas / Pixabay

Die EU-Kommission hat mit dem Entwurf für den Digital Fairness Act in den Medien-Szene für Aufruhr gesorgt

Fortsetzung auf Seite 2

Fortsetzung von Seite 1

Werbe- und abonnementbasierte Geschäftsmodelle sind für die Refinanzierung privater Audio- und audiovisueller Medien-Angebote von zentraler Bedeutung. Im DFA adressierte Empfehlungssysteme helfen Nutzer:innen, relevante Inhalte zu finden. Die vorgesehenen Regelungen zu personalisierter Werbung, Empfehlungssystemen sowie digitalen Test- und Abo-Modellen betreffen zudem wesentliche Instrumente zur Finanzierung, Auffindbarkeit und Nutzer-Bindung privater Medien-Angebote.

Claus Grewenig: „Statt zu simplifizieren, könnten erneut zusätzliche Hürden aufgebaut werden. Statt demokratierelevante Medien zu stabilisieren, drohen Einschränkungen bei den digitalen Geschäftsmodellen, die für die Zukunftsfähigkeit unserer Branche maßgeblich sind."

EU-Parlament und Mitgliedsstaaten müssen DFA-Entwurf prüfen

Der DFA-Entwurf der EU-Kommission muss nun noch das EU-Parlament passieren und danach von den Mitgliedsstaaten durchgewunken werden. Da kann es noch zu Änderungen kommen. Bis es zwischen diesen Parteien zu einer Einigung kommt, dürfte noch einiges an Zeit vergehen. (ps)

Diese Woche: 3 Titel

B
Beton und Bauchgefühl

F
Fahrplan Deutsch

M
Monster Ein Taunuskrimi

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für:

Monster Ein Taunuskrimi

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen und grafischen Darstellungen zur Verwendung in allen Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien.

**Wiedemann & Berg Television GmbH,
Taunusstraße 21, 80807 München**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für:

Fahrplan Deutsch

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Westermann Bildungsmedien Verlag GmbH,
Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir in Vertretung einer Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

Beton und Bauchgefühl

in sämtlichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen, Abwandlungen, Schriftarten und grafischen Gestaltungen sowie mit allen Zusätzen in allen Medien einschließlich Tonträgern, Bildtonträgern, Audio- und audiovisuellen, elektronischen und digitalen Medien (sowohl linear als auch non-linear) und Netzwerken, inklusive Offline- und Onlinedienste, Domain-Bezeichnungen im Internet sowie für Mobilfunkdienste, Multimediaanwendungen, Film, Rundfunk-, Hörfunk- und Fernsehsendungen und ähnliche Inhalte, Promotion für Film sowie Rundfunk-, Hörfunk- und Fernsehsendungen und ähnliche Inhalte, Musik- und Bühnenveranstaltungen, Tourneen, Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen jeder Art, für Merchandising in jeglicher Form, für Druckerzeugnisse und Printmedien aller Art sowie für Software-Erzeugnisse und Datenträger.

**SNP Schlawien Partnerschaft mbB
Rechtsanwälte Steuerberater,
Bismarckallee 10, 79098 Freiburg**

Einzigartige Marken
Einzigartige Geschichten



markenartikel
Das Magazin für Markenführung
Herausgegeben vom Markenverband e.V., Berlin

Abonnieren Sie hier

Stock

Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16 · 22041 Hamburg

Fon: +49 40 609009-0 · Fax: +49 40 609009-66

www.titelschutzanzeiger.de · auftrag@titelschutzanzeiger.de

Verleger/Herausgeber: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) (ps)

Titelschutzanzeigen: Merle Rattunde (verantwortl.) (-56)

Redaktion: Merle Rattunde (-56)

Der Titelschutz Anzeiger
Erscheinungsweise: wöchentlich freitags als PDF
monatlich als Printexemplar

Druckauflage: 5.400
Verbreitete Auflage: 5.200

ISSN: 2568-9762

Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare, Geschäftsführer und Entscheider in Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten, Produzenten von audiovisuellen, digitalen und elektronischen Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträger, Software)

Bezugspreis Printexemplar: p.a. 60,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt. (Ausland: zzgl. Versandkosten)
– für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 110,- Euro, jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige 20,- Euro, jeweils zzgl. USt.
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 11 vom 1.1.2021

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Handelsregister HRA 96 228
Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2025 Presse Fachverlag, Hamburg. Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugsweise Nachdruck oder Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der systematischen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung. Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel erhalten Sie über PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de