

Stellungnahme zum Entwurf eines Staatsvertrags zur Neuregulierung des Glücksspielwesens in Deutschland (Glücksspielneuregulierungs- staatsvertrag - GlüNeuRStV) (Fassung vom 17./18. Januar 2020)

Datum 07. Februar 2020

A. Vorbemerkung

Der Verband Privater Medien e. V. (VAUNET) bedankt sich für die Möglichkeit der Stellungnahme zum Entwurf eines Staatsvertrages zur Neuregulierung des Glücksspielwesens (GlüNeuRStV) in Deutschland.

Der VAUNET vertritt über 150 Unternehmen, die privatwirtschaftlich journalistisch-redaktionell gestaltete Radio-, Fernseh- und Telemedien veranstalten. Mit ihren TV-, Radio-, Online- und Mobile-Angeboten bereichern seine Mitglieder Deutschlands Medienlandschaft durch Vielfalt, Kreativität und Innovation. Damit das auch zukünftig so bleibt, müssen die regulatorischen, technologischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stimmen. Als Wirtschaftsverband unterstützt der VAUNET seine Unternehmen im Dialog mit Politik und Marktpartnern beim Erreichen dieses Ziels – national und auf EU-Ebene.

Der GlüNeuRStV-E berührt die Mitgliedsinteressen in absolut zentralen Punkten der Refinanzierung (z. B. Werbung, Diversifikation). Werbeeinnahmen gehören für den Großteil der VAUNET-Mitgliedsunternehmen zur Hauptfinanzierungsgrundlage. Der Werbemarkt ist für die Sendeunternehmen daher von großer Bedeutung, um Investitionen in attraktive Inhalte und Angebote sicherzustellen. Dazu gehört auch die Möglichkeit der Bewerbung von legalen Glücksspielangeboten. Der GlüNeuRStV-E trifft zwar nunmehr klarere Aussagen zur Legalität von Glücksspielangeboten, gleichzeitig limitiert er jedoch die Werbemöglichkeiten für legale Glücksspielangebote. Während Werbung für das regulierte Produkt (legales) Glücksspiel in unregulierten Umfeldern ohne Einschränkung zulässig sein soll, wird Werbung für ein reguliertes Produkt in dem ebenfalls regulierten Umfeld der Medien weitestgehend beschränkt.

Es sollte das Ziel des Gesetzgebers sein, ein regulatorisches Umfeld zu schaffen, in dem wettbewerbsfähig agiert werden kann. Nur auf diese Weise kann sich ein Markt mit ausreichend legalen inländischen Angeboten entwickeln und der nach wie vor existierende Schwarzmarkt konsequent eingedämmt werden. Insoweit beinhaltet der GlüNeuRStV-E in der Gesamtbeurteilung bereits zahlreiche restriktive Bestimmungen – u.a. Limit- und Aktivitätsdateien, Wartezeiten bei Spielwechsel, zulässiges Wettprogramm usw. –, die trotz der vorhandenen Liberalisierungstendenzen kritisch betrachtet werden müssen. In diesem Zusammenhang

spricht sich der VAUNET seit langem für eine kontrollierte Öffnung des Glücksspielmarktes und eine entsprechende Werb liberalisierung aus.

Im Zuge seiner Stellungnahme fokussiert sich der VAUNET auf die Bestimmungen zur Bewerbung von Glücksspiel.

B. Zusammenfassung

- Der VAUNET begrüßt die weitgehenden Liberalisierungstendenzen im neuen GlüNeuRStV-E. Die gleichzeitig vorgesehenen Werbebeschränkungen und -verbote greifen jedoch in unverhältnismäßiger Weise in die Refinanzierungsgrundlagen privater Medienunternehmen ein. Sie gefährden die wirtschaftliche Entwicklung und verhindern Investitionen in attraktive Inhalte und Angebote.
- Die in § 1 GlüNeuRStV-E genannten Ziele – vor allem Kanalisierung zu legalem Glücksspiel – werden durch die in § 5 GlüNeuRStV-E getroffenen Regelungen teilweise konterkariert bzw. abgeschwächt.

C. Einzelne Anmerkungen

- § 5 Abs. 1 GlüNeuRStV-E

(1) Inhaber einer Erlaubnis nach § 4 dürfen vorbehaltlich anderweitiger gesetzlicher Regelungen für die erlaubten Glücksspiele werben und Sponsoring betreiben. Sie können Dritte mit der Durchführung der Werbung beauftragen. In der Erlaubnis nach § 4 sind Inhalts und Nebenbestimmungen zur Ausgestaltung der Werbung für öffentliches Glücksspiel, insbesondere im Fernsehen und im Internet einschließlich fernsehähnlichen Telemedien und Video-Sharing-Diensten, sowie zu Pflichthinweisen festzulegen. Werbung über Telekommunikationsanlagen ist verboten.

Der VAUNET begrüßt ausdrücklich den nunmehr in § 5 Abs. 1 GlüNeuRStV-E neu gewählten Regelungsansatz, wonach erlaubte Glücksspiele grundsätzlich auch direkt beworben werden dürfen. Der Verzicht auf eine gesonderte Werbeerlaubnis und die Koppelung der Werbemöglichkeit an das allgemeine Erlaubnisverfahren nach § 4 GlüNeuRStV-E ist konsequent und richtig. Es muss der bereits vom VAUNET in früheren Gesetzgebungsverfahren geforderte Grundsatz gelten, dass legal erhältliche Produkte auch legal beworben werden dürfen. Werbung ist essenziell und notwendig im Sinne einer wirksamen Kanalisierungsfunktion. Bei dem zuletzt etablierten Verbot mit Erlaubnisvorbehalt konnte sich diese nicht ausreichend entfalten. Gesteigerte Kanalisierungswirkung hin zu legalen Glücksspielangeboten kann nur dann eintreten, wenn hierfür auch geworben werden darf – nicht zuletzt, um sich deutlich und effektiv gegenüber dem illegalen Markt abzugrenzen.

Auch der vorgesehene Verzicht auf gesonderte Werberichtlinien ist positiv zu bewerten. Allerdings schreibt der § 5 Abs. 1 S. 3 GlüNeuRStV-E vor, dass in der Glücksspielerlaubnis nach § 4 GlüNeuRStV-E Inhalts- und Nebenbestimmungen zur Ausgestaltung der Werbung sowie zu Pflichthinweisen festzulegen sind. Aus Sicht des VAUNET muss sichergestellt sein, dass etwaige Vorgaben zur Ausgestaltung der Werbung nicht zu Werbebeschränkungen/-verboten durch die Hintertür führen und zu restriktiv angewendet werden. Durch die festzulegenden Inhalts- und Nebenbestimmungen dürfen die in § 1 genannten Ziele des neuen GlüNeuRStV-E – wie insbesondere der beabsichtigte Kanalisierungseffekt – nicht unterlaufen werden. Auch die explizite Nennung des „Fernsehens“ und des „Internets“ als besondere Objekte der Inhaltsbestimmungen („insbesondere“) erscheint nicht sachgerecht und sollte gestrichen werden.

- **§ 5 Abs. 2 GlüNeuRStV-E**

(2) Art und Umfang der Werbung für öffentliches Glücksspiel darf den Zielen des § 1 nicht zuwiderlaufen. Die Werbung darf nicht übermäßig sein. Bei der Werbung für einzelne Glücksspiele dürfen besondere Merkmale des jeweiligen Glücksspiels herausgehoben werden. Werbung darf sich nicht an Minderjährige oder vergleichbar gefährdete Zielgruppen richten. Soweit möglich, sind Minderjährige als Empfänger von Werbung auszunehmen. Irreführende Werbung für öffentliches Glücksspiel, insbesondere solche, die unzutreffende Aussagen über die Gewinnchancen oder Art und Höhe der Gewinne enthält, ist verboten. In der Werbung dürfen die Ergebnisse von Glücksspielen nicht als durch den Spieler beeinflussbar und Glücksspiele nicht als Lösung für finanzielle Probleme dargestellt werden. Werbung, die den Eindruck erweckt, ein redaktionell gestalteter Inhalt zu sein, ist unzulässig.

Die in § 5 Abs. 2 S. 2 GlüNeuRStV-E neu eingefügte Formulierung, wonach Werbung nicht übermäßig sein darf, ist nicht hinreichend bestimmt, eröffnet subjektive Beurteilungsspielräume und bietet Raum für erhebliche Rechtsunsicherheit.

Zunächst ist das geplante Übermaßverbot nicht erforderlich, da § 5 Abs. 2 Satz 1 GlüNeuRStV-E bereits zum Ausdruck bringt, dass Werbung für öffentliches Glücksspiel den Zielen des § 1 – und damit dem Jugend- und Spielerschutz – nicht zuwiderlaufen darf.

Ferner ist dem VAUNET nicht ersichtlich, wie das Übermaßverbot mit dem mit der Neuregulierung verfolgten Ziel, den existierenden Schwarzmarkt zu bekämpfen und die Spieler auf legale Angebote zu lenken, in Einklang gebracht werden soll. Angesichts der unterschiedlichen Zuständigkeiten zwischen den Glücksspiel- und Medienaufsichtsbehörden und der Vielzahl der Kommunikations- und Werbeformen lässt die Regelung ferner offen, wie das Übermaßverbot in der Praxis gegenüber den Erlaubnisinhabern, den zahlreichen Medien- und Rundfunkunternehmen durchgesetzt werden soll, und welche Maßstäbe die jeweils zuständigen Behörden und die in der Folge mit der Überprüfung befassten Gerichte dafür jeweils zugrunde legen sollen. Im Ergebnis erwarten wir eine Vielzahl von langwierigen Rechtsstreitigkeiten,

die eine erhebliche Rechtsunsicherheit für alle Beteiligten und insbesondere für die Medienunternehmen zur Folge hätten.

Daher regt der VAUNET an, § 5 Abs. 2 S. 2 GlüNeuRStV-E zu streichen. Weitergehende Klarstellungen im Rahmen der Gesetzesbegründung erscheinen uns aus den oben genannten Gründen nicht sinnvoll.

Auch das in § 5 Abs. 2 S. 8 GlüNeuRStV-E aufgenommene Verbot von Werbung, die den Eindruck erweckt, ein redaktionell gestalteter Inhalt zu sein, ist missverständlich und aus Sicht des VAUNET nicht erforderlich.

Der Grundsatz, dass Werbung als solche klar erkennbar und von den übrigen redaktionellen Inhalten abgegrenzt werden muss, ist bereits vollumfänglich im Rundfunkstaatsvertrag, im Telemediengesetz, im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und in den Landespressesetzen geregelt, so dass es einer zusätzlichen Regelung im GlüNeuRStV-E nicht bedarf. Ferner bietet die Regelung Anlass für zusätzliche Rechtsunsicherheit, da Werbung, die nach den genannten Bestimmungen klar als solche gekennzeichnet ist, unseres Erachtens schon nicht den Eindruck eines redaktionellen Inhalts erwecken kann. Wir plädieren daher dafür, auch § 5 Abs. 2 S. 8 GlüNeuRStV-E zu streichen.

- **§ 5 Abs. 3 und Abs. 4 GlüNeuRStV-E**

(3) Täglich zwischen 6:00 und 21:00 Uhr darf keine Werbung im Rundfunk und Internet für virtuelle Automaten Spiele, Online-Poker und Online-Casinospiele erfolgen; Absatz 4 bleibt unberührt. Unmittelbar vor oder während der Live-Übertragung von Sportereignissen ist Werbung für Sportwetten auf dieses Sportereignis nicht zulässig.

(4) In Sportstätten ist Werbung in Form der Dachmarkenwerbung für Glücksspiele auf Trikots und Banden sowie ähnlichen Werbemitteln erlaubt.

Werbeeinnahmen sind die wesentliche Ertragssäule für private Rundfunkveranstalter. Jede Intervention in den Werbemarkt stellt vor diesem Hintergrund einen Eingriff in das Geschäftsmodell der TV- und Radiosender, ihre wirtschaftliche Refinanzierungsgrundlage und damit ihre verfassungsrechtlich garantierte Programm- und Rundfunkfreiheit dar. Mit jedem Eingriff geht eine Gefährdung der grundrechtlich geschützten Meinungsfreiheit und Medienvielfalt einher.

Der klassische TV-Werbemarkt stagniert seit Jahren. Der VAUNET geht davon aus, dass die Einnahmen aus der Werbung für erlaubte Glücksspiele jedoch in Zukunft einen nicht unerheblichen Betrag zur Refinanzierung der privaten Medienunternehmen (insbesondere Radio-, TV

(Spartenprogramme) und Online) leisten können. Eine Festlegung von Werbezeitfenstern verschärft zusätzlich den Wettbewerb für diese Unternehmen im Verhältnis zu den Medienunternehmen, die von dieser Regelung nicht oder nicht in gleicher Weise betroffen sind.

Die privaten Fernseh- und Hörfunkveranstalter unterliegen bereits einer strengen Regulierung. Die Bewerbung eines regulierten Glücksspiels in einem regulierten Sender-Umfeld sollte dort gerade nicht verboten werden. Es ist in Zeiten der Medienkonvergenz und dem wirtschaftlichen Druck auf die Rundfunkunternehmen nicht nachvollziehbar, warum weiterhin spezifische Regelungen, die insbesondere für den Rundfunk nachteilige Auswirkungen haben, etabliert werden.

Zudem stellt die in Abs. 3 vorgenommene Erweiterung des Begriffes „Fernsehen“ auf „Rundfunk“ eine erhebliche Verschlechterung des derzeitigen Status Quo für die Audioanbieter dar, die in der heutigen Werbelandschaft bereits einem ungleichen Wettbewerb ausgesetzt sind. Auch die Einführung eines Sperrzeitfensters im Internet ist ein absolutes Novum in der Werberegulierung, das aus Sicht des VAUNET einen negativen Präzedenzfall für die zukünftige Werberegulierung im Onlinebereich schafft. In diesem Zusammenhang ist vor allem zu befürchten, dass die geplante Zeitbeschränkung im Internet und insbesondere in den sozialen Medien, in denen sich Werbepostings schon praktisch kaum ausblenden bzw. zeitlich begrenzen lassen, im Gegensatz zum Rundfunk nicht im gleichen Maße beachtet wird und in der Praxis nicht oder nur eingeschränkt durchsetzbar ist. Im Ergebnis würde dies bedeuten, dass vor allem die Fernseh- und Hörfunkveranstalter von dieser Zeitbeschränkung wirtschaftlich besonders nachteilig betroffen wären.

Schließlich ist nicht ersichtlich, ob und inwieweit das Sperrzeitfenster auch für Anbieter gilt, die neben Sportwetten auch Online-, Poker-, oder virtuelle Automatenspiele anbieten. In dieser Hinsicht ist insb. unklar, ob Veranstalter von Sportwetten, die außerhalb des erlaubten Fensters für ihre Dachmarken werben wollen, darin gehindert sind, wenn sie gleichzeitig auch genehmigte Online-, Poker-, oder virtuelle Automatenspiele betreiben. Das liefe dann effektiv auf ein generelles Verbot von Dachmarkenwerbung auch für die Anbieter von Sportwetten hinaus, obwohl sie nach der dem Wortlaut der Regelung – richtigerweise – gerade nicht erfasst werden sollen.

Im Übrigen werden die in § 1 genannten Ziele (u.a. insbesondere zur Kanalisierung des Glücksspiels) mit den getroffenen Regelungen verfehlt:

- **Kanalisierungseffekt**

Werbung hat in einem liberalisierten Markt die wichtige Funktion, die Aufmerksamkeit der Verbraucher nur auf zugelassene und staatlich regulierte Anbieter zu lenken. Kernziel des

Glücksspielstaatsvertrages war und ist die Stärkung von legalen Glücksspielangeboten als geeignete Alternative zum illegalen Glücksspiel. Um die damit bezweckte Kanalisierungsfunktion zu gewährleisten, ist es erforderlich, dass Anbieter von legalen Glücksspiel ihre entsprechenden Angebote zielgerichtet und attraktiv bewerben dürfen. Nur eine solche attraktive Bewerbung legaler Angebote über reichweiten- und aufmerksamkeitsstarke Medien kann der Kanalisierung der Nachfrage hin zu zugelassenen Angeboten und der Beseitigung des bestehenden Schwarzmarktes dienen.

Das in § 5 Abs. 3 S. 1 GlüNeuRStV-E willkürlich erscheinende werbespezifische Sperrzeitfenster von 6:00 bis 21:00 Uhr konterkariert den in § 1 GlüNeuRStV-E verankerten Kanalisierungsgedanken. Eine Bewerbung von legalen Glücksspielangeboten nur zu späten Abend- und Nachtzeiten ist nicht geeignet, Spielwillige effektiv auf kontrollierte und geschützte Angebote zu leiten. Gerade im Schwarzmarkt des Internets existieren eine Vielzahl von illegalen Angeboten, die rund um die Uhr erreichbar sind. Damit legale Angebote sich effektiv gegen illegale Angebote durchsetzen können, müssen sie in der Lage sein, sich konkurrenzfähig im Werbemarkt zu positionieren. Nur auf diese Weise kann es gelingen, der Ausbreitung von unerlaubten Glücksspielen des Schwarzmarktes nachhaltig entgegenzuwirken.

- **Beachtung Jugendschutz**

Auch unter dem Aspekt des Jugendschutzes ist die Festlegung des Sperrzeitfensters nicht erforderlich, da dem Jugendschutz bereits durch die anderen Regelungen des GlüNeuRStV-E und den existierenden Jugendschutzbestimmungen ausreichend Rechnung getragen wird.

Der GlüNeuRStV-E normiert bereits in § 1 Nr. 3 GlüNeuRStV-E ausdrücklich den Jugendschutz als Schutzziel des Staatsvertrages. Spezialgesetzliche Regelungen finden sich in § 4 Abs. 3 S. 1 – 3 GlüNeuRStV-E, nach denen insb. das Veranstalten und das Vermitteln von öffentlichen Glücksspielen den Erfordernissen des Jugendschutzes nicht zuwiderlaufen darf und die Teilnahme von Minderjährigen generell unzulässig ist. Veranstalter und Vermittler haben ferner sicherzustellen, dass Minderjährige von einer Teilnahme ausgeschlossen sind. Auch in Bezug auf die Werbung ist in § 5 Abs. 2 S. 4 und 5 GlüNeuRStV-E bereits ausdrücklich festgelegt, dass sich Werbung nicht an Minderjährige richten darf und Minderjährige als Empfänger von Werbung, soweit möglich, auszunehmen sind.

Diese Vorschriften werden durch die bereits im Rundfunkstaatsvertrag normierten und umfassenden Jugendschutzregelungen für den Rundfunk und vergleichbare Telemedien flankiert. Auf dieser Grundlage wurde für den Jugendschutz ein seit Jahren bewährtes System der kontrollierten Selbstkontrolle errichtet, in dessen Rahmen die Medienunternehmen ihre gesellschaftliche Verantwortung, insbesondere gegenüber Kindern und Jugendlichen, eigenverantwortlich und in den Einrichtungen der freiwilligen Selbstkontrolle (FSF, FSM) aktiv

wahrnehmen. In diesem Zusammenhang stehen sie bereits heute mit den Glücksspielanbietern und den Landesmedienanstalten im engen Austausch, um die verantwortungsvolle Bewerbung der Glücksspielangebote im Hinblick auf den Jugendschutz sicherzustellen.

Auch vor diesem Hintergrund besteht aus Sicht des VAUNET keine Notwendigkeit für die Festlegung eines zusätzlichen Sperrzeitfensters.

Aus den genannten Gründen fordert der VAUNET deshalb, § 5 Abs. 3 S. 1 GlüNeuRStV-E zu streichen. Wir plädieren dafür, den Jugendschutz gegebenenfalls durch inhaltliche Regelungen zu ersetzen, beispielsweise im Zusammenhang mit kinderaffinen Umfeldern.

- **Glücksspielwerbung bei Sportereignissen und in Sportstätten**

Der VAUNET lehnt strikt ab, dass es rund um die Übertragung von Sportereignissen ein weitgehendes Werbeverbot für die werberelevantesten Glücksspielangebote gibt.

Zwar sieht die derzeitige Regelung des § 5 Abs. 3 S. 2 GlüNeuRStV-E vor, dass unmittelbar vor oder während der Live-Übertragung von Sportereignissen Werbung nur für Sportwetten auf dieses Sportereignis nicht zulässig sein soll. In Kombination mit dem in Satz 1 verankerten Sperrzeitfenster von 6:00 bis 21:00 Uhr würde im Ergebnis auch die Bewerbung von virtuellen Automatenspielen, Online-Poker und Online-Casinospielen ausgeschlossen, da die überwiegende Mehrzahl der Sportveranstaltung auch in dem genannten, reichweitenstärksten Zeitraum stattfindet und übertragen wird. Zudem besteht, wie bereits oben beschrieben, die Gefahr, dass die Regelung ggf. auch einer Sportwettenwerbung in Form der Dachmarkenwerbung zu den genannten Uhrzeiten entgegensteht.

Auch das Werbeverbot für Sportwetten für das konkrete Spielereignis im Zusammenhang mit der Live-Übertragung von Sportereignissen verfehlt aus Sicht des VAUNET die beabsichtigte Kanalisierungswirkung auf legale Angebote. Zusätzlich sehen wir kritisch, dass gerade in Deutschland ansässige (Sport-)Sender und Internetportale, die Sportveranstaltungen übertragen, auf diese Weise gegenüber Mediengattungen wie Print, Banden- oder Trikotwerbung als auch gegenüber Sportsendern aus anderen EU-Mitgliedstaaten, die einer anderen Regulierung unterliegen, in erheblichem Maße und unverhältnismäßig benachteiligt werden.

Dagegen soll gemäß § 5 Abs. 4 GlüNeuRStV-E Dachmarkenwerbung für Anbieter von virtuellen Automatenspielen, Online-Poker und Online-Casinospielen auf Trikot- und Bandenwerbung zulässig sein. Es ist nicht nachvollziehbar, dass die offensichtlichere Trikot- und Bandenwerbung für diese Glücksspielanbieter bei der Übertragung von Sportereignissen im Fernsehen und Internet als „aufgedrängte“ Werbung gelten soll und auf diesem Wege für die Zuschauer dauerhaft auf den Bildschirmen präsent ist, aber die übertragenden Sender und Internetportale selbst hierfür nicht werben dürfen.

Hierin sieht der VAUNET einen eklatanten Widerspruch, der durch die Streichung des § 5 Abs. 3 S. 1 GlüNeuRStV-E aufgelöst werden muss.

- **§ 5 Abs. 6 GlüNeuRStV-E**

(6) Für Werbung für Glücksspiele, an denen gesperrte Spieler nach § 8 Absatz 2 nicht teilnehmen dürfen, im Internet, insbesondere in Form von Affiliate-Links, darf keine variable, insbesondere umsatz-, einzahlungs- oder einsatzabhängige, Vergütung vereinbart oder gezahlt werden. Live-Zwischenstände von Sportereignissen dürfen nicht mit der Werbung für Sportwetten auf dieses Sportereignis verbunden werden; ausgenommen sind eigene Internetseiten eines Wettanbieters.

Das in § 5 Abs. 6 S. 2 GlüNeuRStV-E vorgesehene Verbot einer Verbindung von Live-Zwischenständen von Sportereignissen mit der Werbung für Sportwetten auf dieses Sportereignis ist als unverhältnismäßig einzustufen. Nach Ansicht des VAUNET sollte der § 5 Abs. 6 S. 2 GlüNeuRStV-E ebenfalls aufgehoben werden.

Live-Ticker sind ein fester redaktioneller Bestandteil der Onlineangeboten aller Medienhäuser. Eine derartige Regelung käme in der Realität einem Verbot von Werbung für Sportwetten auf Medien- und Nachrichtenportalen gleich und würde zudem einen empfindlichen Eingriff in die Refinanzierung dieser Internetangebote darstellen. Darüber hinaus sind uns keine Studien bekannt, die belegen, dass Werbung im Umfeld von Live-Tickern einen besonderen Einfluss auf die Spielbereitschaft von potenziellen Spielern hätte. Schließlich würde die vorrangig beabsichtigte Kanalisierungswirkung auf legale Angebote, die im Fall von Live-Tickern besonders effizient und zielgerichtet eingesetzt werden kann, durch diese Regelung im Ergebnis verfehlt. Aus unserer Sicht benachteiligt dieses Verbot nur die erlaubten Anbieter von Sportwetten und stärkt den Schwarzmarkt.

- **Evaluierungsklausel**

Die unbestimmte Laufzeit samt erstmaliger Kündigungsmöglichkeit zu Ende 2028 lassen keinen Raum für etwaige Verbesserungs- und Anpassungsmöglichkeiten. Um auf aktuelle Marktentwicklungen besser reagieren zu können – vor allem auf Entwicklungen im dynamischen Werbemarkt – fordert der VAUNET die Aufnahme einer Evaluierungsklausel.

Auf die Stellungnahme des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft ZAW e. V., dessen Mitglied der VAUNET ist, wird ebenfalls hingewiesen.