

Als „Bestätigung der in zwei Gutachten des EMR aus 2016 zu Mediaagenturen entwickelten These, dass nicht nur internationale Finanzmärkte, sondern auch internationale Medienmärkte zeitnah einer kohärenten Regulierung zugeführt werden müssen“, hat das Direktorium des EMR die heutige Berichterstattung zur Aufdeckung des „größten Betrugsfalls aller Zeiten in der Online-Werbung“ (FAZ) eingestuft.

„Die aufgedeckten Marktmanipulationen sind ein weiteres Beispiel dafür, dass unsere heutige Rechtsordnung noch viel zu stark in der analogen Vergangenheit verhaftet ist. Kriminelle digitale Geschäftsmodelle können nur dann effektiv unterbunden und sanktioniert werden, wenn jenseits der Problemerkennntnis die Problemlösung startet. Hierzu hat das EMR eine Reihe von Vorschlägen, nicht zuletzt zu erhöhten Transparenzpflichten, entwickelt, zu deren Erweiterung und Vertiefung im Diskurs zwischen Politik und Wissenschaft das EMR bereit steht“, betonten Prof. Dr. Mark D. Cole, Prof. Dr. Stephan Ory und Dr. Jörg Ukrow.“

Das Gutachten [„\(Neue\) Geschäftsmodelle der Mediaagenturen“ - Eine ökonomische und rechtliche Betrachtung](#), erstellt im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) ist [HIER](#) abrufbar.

Das Gutachten [„Zur Transparenz von Mediaagenturen“ - Eine rechtswissenschaftliche Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung existierender und möglicher Gesetzeslösungen](#), erstellt für die Friedrich-Ebert-Stiftung ist [HIER](#) abrufbar.

Seite Drucken