[ES] Spanische Regierung billigt Gesetzesdekret über die Regulierung von Influencern

IRIS 2024-5:1/1

Maria Bustamante
-

Am 30. April 2024 hat das spanische Kabinett auf Vorschlag des Ministers für digitale Transformation und den öffentlichen Dienst, José Luis Escrivá, das königliche Gesetzesdekret Nr. 444/2024 (*Real Decreto-Ley 444/2024*) angenommen. Mit diesem Dekret werden zum ersten Mal in Spanien konkrete Vorschriften für die Regulierung von Influencern (oder Urheber von Inhalten oder Vloggger) festgelegt, die sicherstellen sollen, dass Influencer nicht gegen die Bestimmungen des Allgemeinen Gesetzes über audiovisuelle Kommunikation (*Ley General de Comunicación Audiovisual*) von 2022 verstoßen.

Ziel des Dekrets ist, wie aus dem Gesetzestext hervorgeht, einen aktualisierten Rechtsrahmen für Influencer zu schaffen, der den jüngsten Entwicklungen auf dem audiovisuellen Markt Rechnung trägt und der es darüber hinaus ermöglicht, ein Gleichgewicht zwischen dem Zugang zu den Inhalten, dem Schutz der Nutzer und dem Wettbewerb zwischen verschiedenen Anbietern von Diensten auf dem Influencer-Markt herzustellen. Dieser Rechtsrahmen soll alle Akteure berücksichtigen, die sich dem Wettbewerb um dasselbe Publikum stellen.

Der Text definiert zunächst den Begriff des "besonders einflussreichen Influencers" (*usuario de especial relevancia*), d.h. er präzisiert, unter welchen Voraussetzungen ein Influencer in diese besondere Kategorie eingestuft wird, die in Artikel 94.2 des Allgemeinen Gesetzes über die audiovisuelle Kommunikation von 2022 definiert wird.

Die erste Voraussetzung ist wirtschaftlicher Art. Der Influencer muss "erhebliche" Einnahmen aus seiner audiovisuellen Tätigkeit beziehen, und zwar mindestens EUR 300.000 jährlich.

Die zweite Voraussetzung ist die Reichweite des Influencers. Der Influencer muss über eine erhebliche Anzahl von Followern verfügen, und zwar miindestens eine Million auf einer Videoplattform oder zwei Millionen auf mehreren Plattformen.

Die dritte Voraussetzung bezieht sich auf den Umfang der Tätigkeit des Influencers. Das Gesetzesdekret legt fest, dass der Influencer mindestens 24 Videofilme jährlich produzieren muss, um als "besonders einflussreicher Influencer" eingestuft zu werden.

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Europarat) 2026

Das Gesetzesdekret legt auch eine Reihe von Verpflichtungen für Influencer fest, die in die Kategorie der "besonders einflussreichen Influencer " eingestuft werden. So soll in erster Linie der Jugendschutz auf diesen Plattformen verbessert werden, außerdem soll Schleichwerbung unterbunden werden.

Influencer, die unter diese Kategorie fallen, müssen sich innerhalb einer Frist von zwei Monaten als "besonders einflussreicher Influencer" in ein "Nationales Register der Anbieter von audiovisuellen Kommunikationsdiensten" eintragen lassen (*Registro Estatal de Prestadores Audiovisuales).*

Influencer, die in diesem nationalen Register registriert sind, sind verpflichtet, die Jugendschutzvorschriften und die Vorschriften zur Regulierung von Werbung einzuhalten. Das heißt, sie dürfen in ihren Videos keine Werbung für Tabak, Alkohol oder andere Produkte machen, die für Jugendliche schädlich sind. Außerdem müssen sie Werbebeiträge klar als kommerzielle Inhalte kennzeichnen und angeben, für welche Altersstufe der Inhalt des Videos bestimmt ist.

Bei Nichteinhaltung der Verpflichtungen drohen Geldstrafen bis 1,5 Millionen Euro, je nach Schwere des Verstoßes und der Höhe der Vergütung.

Dieses königliche Gesetzesdekret bringt zweifellos erhebliche Verbesserungen beim Jugendschutz und mehr Rechtssicherheit im Zusammenhang mit der Regulierung der erfolgreichsten Influencer. Allerdings gibt es auch Kritik an dem Gesetzentwurf, und zwar von mehreren Seiten.

Sowohl Anwälte als auch die spanische Medienregulierungsbehörde werfen der Regierung vor, die Gelegenheit verpasst zu haben, zusammen mit den Vorschriften zum Schutz von Jugendlichen als passive Subjekte der Plattformen auch Vorschriften für einen besseren Schutz von Jugendlichen festzulegen, die als Schöpfer von Inhalten im Netz auftreten und deren Arbeit nicht selten von ihren gesetzlichen Vertretern ausgebeutet wird.

Kritik kommt auch von der spanischen Wettbewerbsbehörde (*Comisión Nacional de Mercados y la Competencia* - CNMC). Diese hat in einem Bericht die Schwellen für die Einstufung von Influencern als viel zu hoch kritisiert. Dies habe zur Folge, dass zahlreiche prominente Influencer gar nicht von dem Gesetz erfasst würden. Bei diesen Werten würden weniger als 10% aller Influencer in Spanien unter dieses Gesetz fallen. Näheres zu der Kritik an dem Gesetz siehe IRIS 2024-2:1/17.

Real Decreto 444/2024, de 30 de abril, por el que se regulan los requisitos a efectos de ser considerado usuario de especial relevancia de

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Europarat) 2026

los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, en desarrollo del artículo 94 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual

https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2024-8716

Königliches Gesetzesdekret 444/2024 vom 30. April, das die Voraussetzungen für die Einstufung als besonders relevanter Nutzer von Videoaustauschdiensten über eine Plattform regelt, in Weiterentwicklung von Artikel 94 des Gesetzes 13/2022 vom 7. Juli, Allgemeine audiovisuelle Kommunikation.

CNMC- Informe sobre el el proyecto de Real Decreto por el que se regulan los requisitos a efectos de ser considerado usuario de especial relevancia según lo dispuesto en el Artículo 94 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual

https://www.cnmc.es/sites/default/files/5056299.pdf

CNMC - Bericht über den Entwurf für das königliche Gesetzesdekret zur Festlegung der Voraussetzungen für die Einstufung von Influencern als "besonders einflussreiche Influencer" im Sinne von Artikel 94 des Gesetzes 13/2022 vom 7. Juli, allgemeines Gesetz über die audiovisuelle Kommunikation

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Europarat) 2026

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Europarat) 2026