



| Gefahr: Facebook zeigt sein wahres Gesicht â€“ BILD

OVK² | 19.02.2021 | Kunde: Online-Vermarkterkreis |
dien Ã–sterreich | Medieninformation

Trotz 20-prozentiger Umsatzsteigerung ist Facebook nicht bereit, verlegerische Inhalte zu bezahlen. Publisher-Block in Australien zeigt die Geringschätzung journalistischer Arbeit. Online-Vermarkterkreis prophezeit Relevanzverlust und mahnt werbetreibende Wirtschaft vor riskanten Investments.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © AboutMedia

Wien (LCG) – Journalistische Nachrichteninhalte von Publisher-Seiten tragen maßgeblich dazu bei, dass Facebook seine Userzahl im letzten Jahr auf 2,8 Milliarden steigern konnte. Trotz Werbe-Boykotts in Folge von Rassismus und Diskriminierung steigerte der US-Digitalgigant seinen Umsatz auf 85,9 Milliarden US-Dollar (71,2 Milliarden Euro). Umso bemerkenswerter ist Facebooks Schritt, Medieninhalte in Australien zu blockieren. Die Regierung in Canberra bereitet ein Gesetz vor, das Internetkonzerne verpflichtet, lokale Medienunternehmen für die Verbreitung von deren Inhalten zu bezahlen. Die Menschenrechtsorganisation Human Rights Watch spricht von einer „alarmierenden und gefährlichen Entwicklung“, einem ganzen Land die Verbindung zu „lebenswichtigen Informationen“ zu kappen. Google erzielte übrigens eine Einigung mit australischen Medienunternehmen und Microsoft befürwortet grundsätzlich verpflichtende Abgeltungen an Medienunternehmen.

Facebook wird unberechenbar

Abseits ethischer Aspekte wirft das Vorgehen von Facebook auch Fragen für die werbetreibende Wirtschaft auf. Einerseits ist es dem marktbeherrschenden Unternehmen möglich, über Nacht alle journalistischen Inhalte verlegerischer Herkunft von seiner

Plattform auszuschließen und damit die inhaltliche Umgebung für Werbeschaltungen drastisch zu ändern. Andererseits droht ohne die hochwertigen Inhalte der Medienunternehmen ein totaler Relevanzverlust des sozialen Netzwerks. Die Grundlage jeder Mediaplanung, Zielgruppe und Umfeld, kann sich binnen weniger Tage ändern.

„Facebook zeigt jetzt, wozu es im Stande ist. In der werbetreibenden Wirtschaft müssen in Anbetracht dieser Entwicklungen die Alarmglocken schrillen, wenn journalistischer Content in nordkoreanischer Manier blockiert wird und User dem Netzwerk nicht mehr vertrauen können“, so **Eugen Schmidt** (AboutMedia), Leiter des Online-Vermarkterkreises. Er ergänzt: „Publisherportale folgen einem klaren journalistischen Auftrag und publizieren die Inhalte, die User zurecht erwarten. Deswegen genießen sie das Vertrauen der User – besonders in dieser Zeit, die fundierte Antworten auf große Fragen verlangt. Werbetreibende sollten sich der Gefahr bewusst sein, denen sie ihre Werbeeuros bei einem unberechenbaren Netzwerk aussetzen.“

Überhöhte Metrik: Facebook steht auch in den USA vor Gericht

Nicht nur die aktuellen Ereignisse in Australien sprechen eine deutliche Sprache, warum Marketingentscheider auf vertrauenswürdige Vermarkter und Publisher setzen sollen, die ihre Zahlen transparent messen lassen. Bereits 2018 wurden schwere Vorwürfe wegen der Reichweitzählung bekannt. Angaben zur potenziellen Reichweite sollen deutlich überhöht und irreführend sein. Laut Berichten der „Financial Times“ erhärten sich diese Vorwürfe durch interne Mails von Facebook, die nun an die Öffentlichkeit gelangten. Pikantes Detail: Die potenzielle Reichweite umfasst auch Doppel- und Fake-Accounts.

Über den Online-Vermarkterkreis

Der Online-Vermarkterkreis Austria (OVK Austria) ist die Interessenvertretung der österreichischen Digitalvermarkter und -Publisher im Rahmen des iab austria. Sein Zweck ist die

nachhaltige und wirtschaftliche Entwicklung des digitalen Werbemarktes in Österreich. Die obersten Ziele sind die Initiierung und Durchführung von Maßnahmen sowie deren Kommunikation im Bereich Markttransparenz, Werbequalität, Planungseffizienz, Standardisierung von Werbeformaten, mit dem Augenmerk auf stetig veränderte und wachsende Anforderungen für Vermarkter – jedoch abgestimmt mit den Bedürfnissen von Werbetreibenden. Darüber hinaus engagiert sich der OVK auch in nationalen und internationalen Gremien für die Weiterentwicklung der Branche. Leiter des OVK im iab Austria ist **Eugen Schmidt**, Geschäftsführer von AboutMedia. Teilnehmer am OVK Austria sind **Michael Buchbinder** (ProSiebenSat.1 PULS 4), **Pierre Greber** (styria digital one), **Alexander Leitner** (Goldbach Austria), **Bernd Platzer** (Purpur Media), **Maximilian Pruscha** (YOC), **Matthias Seiringer** (ORF-Enterprise) und **Christopher Sima** (Krone Multimedia). Weitere Informationen auf iab-austria.at/ovk

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)

