



## Warnung auf X: Werbeausgaben sinken ab 2023 BILD

OVK | 21.11.2023 | Kunde: Online-Vermarkterkreis |  
Medien Österreich | Medieninformation

**Antisemitische Stimmung auf Kurznachrichtendienst wird zum massiven Problem für Werbetreibende. EU-Kommission und namhafte Konzerne streichen Werbung im zunehmend rechtsfreien Raum, der kaum mehr Brand Safety zu bieten scheint. Online-Vermarkterkreis sieht Gefahr für Marken aus dem deutschsprachigen Raum.**

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

Wien (LCG) – Seit der Übernahme des Kurznachrichtendienstes durch **Elon Musk** scheint X immer mehr zum rechtsfreien Raum zu verkommen, der Extremisten eine Plattform bietet und die Verbreitung von Desinformation fördert. Laut „Social Media Report 2023“ von Artworx verzeichnet X aktuell rund 705.000 User in Österreich, die vor dem Hintergrund der Nahostkrise immer häufiger mit antisemitischen Inhalten konfrontiert werden. Nach scharfer Kritik aus dem Weißen Haus kündigten bereits zahlreiche global agierende Marken wie Apple, Disney, IBM, Paramount und Warner ihren Rückzug aus dem menschenverachtenden Umfeld an. Auch die EU-Kommission wird vorerst keine politischen Kampagnen auf X ausspielen. Musk kontert, in dem er namhafte Werbekunden als die „größten Unterdrücker der Meinungsfreiheit“ bezeichnet, musste aber bereits im Sommer einen Einbruch der Werbeinnahmen um 50 Prozent bestätigen. Die Skepsis vor Werbung auf X scheint in den letzten Monaten deutlich zugenommen zu haben. Musks Unternehmen veröffentlicht keine Quartalszahlen mehr, versucht jedoch, die fehlenden Einnahmen durch bezahlte Mitgliedschaftsstufen zu kompensieren.

**Gefahr für Marken aus dem deutschsprachigem Raum**

Das zunehmend antisemitische und menschenfeindliche Umfeld auf X stellt für Marken aus dem deutschsprachigen Raum eine hohe Gefahr dar, die eine besondere historische Verantwortung tragen. Ihre Werbung kann auf X neben Aussagen erscheinen, die klar im Widerspruch zum geltenden Recht in Österreich stehen und hierzulande strafbar sind. Der Imageschaden ist kaum bezifferbar, zumal die Vermutung entstehen könnte, die werbetreibenden Marken würden die menschenverachtenden Aussagen unterstützen. Funktionale Allow-und Block-Systeme, die Werbetreibenden auf X Sicherheit über die Ausstellung ihrer Ads geben, existieren nicht, womit die Brand Safety im Kurznachrichtendienst kaum mehr gegeben ist.

„Extremismus, Desinformation, Antisemitismus und Hass erreichen einen neuen Höhepunkt auf X, gegen den die Plattform kaum vorzugehen scheint. Einmal mehr zeigt sich, dass soziale Medien zum brandgefährlichen Umfeld für Werbetreibende werden können. Die mangelnde Brand Safety kann für Marken in wenigen Klicks zum Desaster werden. Über Werbeschaltungen auf X finanzieren Werbetreibende derzeit einen Kurznachrichtendienst, der Raum für Antisemitismus, Rechtsverletzung und Diskriminierung bietet. Österreichische Publisher hingegen bieten fundierten Journalismus und ermöglichen Werbetreibenden die volle Kontrolle über die Ausspielung ihrer Ads. Die angespannte Nachrichtenlage erfordert noch mehr Augenmerk auf Brand Safety, um Marken zu schützen und User effektiv in einem vertrauenswürdigen Umfeld anzusprechen“, betont **Eugen Schmidt** (About Media), Leiter des Online-Vermarkterkreises.

## 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** (COPE Content Performance), **Alexander Leitner** (Goldbach Austria), **Bernd Platzer** (Purpur Media), **Maximilian Pruscha** (YOC), **Michael Prüwasser** (Der Standard), **Matthias Seiringer** (ORF-Enterprise) und **Christopher Sima** (Krone Multimedia). Weitere Informationen auf [iab-austria.at/ovk](http://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](http://leisure.at) (Schluss)

