



Wirtschaftswachstum nur mit tragfähiger Datenschutzregulierung

10. April 2026

Die unterzeichnenden Verbände und deren Mitgliedsunternehmen verbinden mit dem anstehenden Treffen des Koalitionsausschusses besondere Erwartungen: die Verabschiedung einer entschlossenen Reformagenda, mit der die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts gestärkt und nachhaltig positive Rahmenbedingungen für Deutschlands Unternehmen geschaffen werden.

Hierfür haben Sie unsere volle Unterstützung!

Die Überwindung der Produktivitäts-, Investitions- und Wettbewerbsschwäche Deutschlands und der Erhalt der Beiträge der deutschen Wirtschaft für einen handlungsfähigen Staat gelingen aber nur, wenn zugleich allem entschlossen entgegengetreten wird, das Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit gefährdet.

Dies gilt in besonderer Weise für die Digitalwirtschaft. Denn datenbasierte Wettbewerbsfähigkeit ist entscheidend für eine erfolgreiche Transformation der Industrie, für einen weiterhin starken deutschen Mittelstand, für die digitale Wertschöpfung im Handel und bei Dienstleistungen und die mehr denn je benötigte tragfähige Refinanzierung privater Medien.

Deshalb sind die Verbände zutiefst besorgt über eine Reihe von Vorschlägen der EU-Kommission zur Überarbeitung der Datenschutzgrundverordnung im sogenannten „Digital Omnibus“. Insbesondere der hierin enthaltenen Art. 88b und Art. 88a Abs. 4 würden die digitale Wettbewerbsfähigkeit und datenbasierte Innovationschancen sektorübergreifend massiv beschädigen.

Der Bundesrat hat festgestellt: Der Automobilindustrie würde infolge der Vorschläge „eine Vielzahl relevanter Daten für die Entwicklung sicherheitskritischer und/oder autonomer Fahrsysteme verloren (gehen)“. Die „Innovationsfähigkeit der europäischen Automobilindustrie... (würde) erheblich beeinträchtigt.“ (BR-Drs 34/36, S. 14, 15). Die Umfragen und Berechnungen des ZAW prognostizieren Erlösminderungen bei datenbasiert finanzierten digitalen Medien, je nach Angebot und Marktposition, „zwischen 40-80 Prozent.“ Eine aktuelle ökonomische Studie beziffert die Rückgänge

der Geschäftseinnahmen aus digitalem Marketing für die werbenden Unternehmen in Europa auf „40–50 Milliarden Euro, was einem Rückgang von 30–35 Prozent“ entspricht (IM Consulting Group, 2026). Der Umsatzrückgang würde alle Unternehmen treffen, vom „lokalen Kleinunternehmen bis hin zu renommierten Exporteuren“. Solche Einschnitte werden auch spürbare fiskalische Mindereinnahmen nach sich ziehen. Die EU-Kommission hat hingegen keinerlei Folgenabschätzung vorgelegt.

Die Omnibus-Regulierung erfolgt unter großem Zeitdruck und befindet sich in einer entscheidenden Phase. Die zyprische Ratspräsidentschaft wird basierend auf der Einschätzung der Mitgliedstaaten ihren Vorschlag zur Handhabung von Art. 88b und Art. 88a in Bälde vorlegen. Frankreich hat aus der drohenden Fehlregulierung und ihren ökonomischen Folgen die richtigen Schlüsse gezogen und die Streichung der Regelungen gefordert.

Wir bitten Sie dringend, dafür Sorge zu tragen, dass auch Deutschland eine klare Position einnimmt und die Streichung von Art. 88b und 88a Abs. 4 befürwortet.

Allein dies entspricht der angekündigten Reformagenda für den wirtschaftlichen Aufschwung – und den Vereinbarungen des Koalitionsvertrags. Art. 88b und Art. 88a Abs. 4 finden hierin keinerlei Stütze. Vereinbart war die „*Ökonomie der Datennutzungen zu stärken*“ und Deutschland auf die „*digitale Überholspur*“ zu führen, nicht auf das Abstellgleis. Für die Medienpolitik hat die Koalition versichert, sich für faire Regulierungs- und Refinanzierungsbedingungen einzusetzen und keine neuen Werbeverbote zuzulassen. Die vorliegenden Vorschläge stehen jedoch im Widerspruch zu diesen Zielen.

Die aufgeführten Verbände und deren Mitglieder unterstützen die Bundesregierung bei ihren Reformanstrengungen. Für die benötigte Wiedererlangung wirtschaftlicher Stärke erwarten Sie aber auch, dass einer evident behindernden EU-Regulierung eine klare Absage erteilt wird.

Mit freundlichen Grüßen

für die unterzeichnenden Verbände

A large black rectangular redaction box covering the signature of the President of the Central Association of German Advertising.

Präsident
Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V.

Ein gleichlautendes Schreiben haben wir an Herrn Bundeskanzler Friedrich Merz, Herrn Bundesminister der Finanzen Lars Klingbeil und Herrn Ministerpräsident Dr. Markus Söder versendet.