

Staatliche Registrierungspflicht für Influencer in Spanien – Rechtsetzung mit Augenmaß oder überflüssige Verbürokratisierung?

Julian Walter Maurer

Influencer nehmen eine entscheidende Position ein, wenn es darum geht, die öffentliche Meinung in der digitalen Welt zu formen. Ihre Reichweite und ihre Einflussmöglichkeiten erstrecken sich bereits heute über verschiedenste Medien: von klassischen sozialen Medien unterschiedlichster Art bis hin zu Blogs und Videoplattformen. Angesichts ihrer wachsenden Bedeutung reagierte die spanische Regierung jüngst, indem sie ein Kommunikationsdiensteregister einführte, in das sich Influencer unter bestimmten Voraussetzungen als „besonders relevante“ Nutzer eintragen lassen müssen. Ziel dieser Maßnahme soll u. a. sein, die Wettbewerbsbedingungen gegenüber traditionellen Medien sowie die Regulierung des audiovisuellen Sektors zu verbessern. Doch trotz dieser Absichten bleiben Fragen offen: Wird diese Registrierungspflicht tatsächlich dazu beitragen, eine angemessene Regulierung sicherzustellen, oder birgt sie das Risiko einer unnötigen Verbürokratisierung?

I. Einleitung

II. Registrierungspflicht für Influencer in Spanien

1. Hintergrund und europäischer Regelungskontext

a) Hintergrund und nationales Regelungsgefüge

b) Europäischer Regelungskontext

2. Rechtliche Ausgestaltung der Registrierungspflicht

a) Nennenswertes Einkommen iSd Gesetzes

b) Nennenswertes Zuschaueraufkommen iSd Gesetzes

III. Das staatliche Kommunikationsdiensteregister

1. Rechtsnatur des staatlichen Registers

2. Publizität und Aufgaben des Registers

IV. Fazit und Ausblick

Volltextzugriff: [Maurer, MMR-Aktuell 2024, 01487 \(Anmeldung erforderlich\)](#)