



## Vom "Fernsehen ohne Grenzen" zu „Audiovisuellen Mediendiensten“

*Die Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ aus dem Jahr 1989 ist Grundlage der EU-Politik im audiovisuellen Bereich. Wenngleich mehrfach überarbeitet, gilt das Regelwerk als nicht mehr zeitgemäß, da nur für die traditionellen Fernsehdienste anwendbar. Im digitalen Zeitalter der zunehmenden Konkurrenz durch lineare Dienste anderer Plattformen und nicht-linearer oder on-demand-Dienste führt dies zu unterschiedlichen rechtlichen Rahmenbedingungen für Anbieter gleicher oder vergleichbarer audiovisueller Mediendienste und damit einhergehenden ungleichen Wettbewerbsbedingungen. Dem will die Kommission, dem Grundsatz der besseren Rechtssetzung verpflichtet, nun mit einem technologieneutralen Ansatz begegnen. In der Öffentlichkeit wurde der vorgelegte Richtlinienentwurf insbesondere wegen der vorgesehenen Flexibilisierung der Vorschriften für Werbung kontrovers diskutiert.*

Titel	Richtlinie des Europäischen Parlamentes und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordination bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit, KOM(2005)646 endg.
Datum des Dokuments	13. Dezember 2005
Bereich	Medienrecht
Rechtsgrundlagen	Art. 47 Abs. 2 und Art. 55 EGV
Verfahren	Mitentscheidungsverfahren gem. Art. 251 EGV
Stand des Verfahrens	Befassung in den Ratsarbeitsgruppen

Die geltende Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ stellt ab auf das Tatbestandsmerkmal Fernsehen und erfasst deshalb nur das sog. klassische Fernsehen. Neue Verbreitungsmöglichkeiten über Internet und Mobilfunk unterliegen ihr nicht. Aus diesem begrenzten Anwendungsbereich resultieren Unterschiede in der rechtlichen Behandlung verschiedener Verbreitungsformen für gleiche oder ähnliche Medieninhalte. Anbieter audiovisueller Mediendienste sollen mit neuen Regeln nun Rechtssicherheit erlangen, gleichzeitig soll ein flexibler Rechtsrahmen der technischen Entwicklung einschließlich der größeren Auswahl- und Entscheidungs-

kompetenzen der Verbraucher Rechnung tragen. Dem Vorschlag ging ein mehrjähriger, intensiver Konsultationsprozess mit zahlreichen öffentlichen Anhörungen voraus, der in der unter britischer Präsidentschaft organisierten Liverpooler Konferenz zur audiovisuellen Politik im September 2005 gipfelte.

Der neue Regelungsrahmen, auch als **Content-Richtlinie** bezeichnet, erfasst die linearen (nach Sendeplan übertragenen) audiovisuellen Dienste (einschließlich Webübertragung, Streaming und IPTV- Internet Protocol Television) sowie die nicht-linearen Dienste (Abrufdienste). Letzte-

re unterliegen bestimmten Mindestanforderungen zum Jugendschutz, Kennzeichnung des Diensteanbieters, Kennzeichnung kommerzieller Kommunikation (Werbung) und zu qualitativen Beschränkungen für kommerzielle Kommunikation. Die Kommission sieht in der derzeitigen Rechtslage, da zahlreiche Mitgliedstaaten Vorschriften für sog. Abrufdienste erlassen haben, eine Gefahr für die Rechtssicherheit und befürchtet erhebliche Wettbewerbsverzerrungen. Allgemein sollen die Regelungen für die Werbung unter Beachtung des Verbraucherschutzes und ordnungspolitischer Ziele erheblich vereinfacht und flexibilisiert werden. Diese neuen Bestimmungen waren Gegenstand öffentlicher Diskussionen.

Die Kommission sieht die Änderung der Fernsehrichtlinie auch im Kontext der **Initiative i2010** (s. „Europa“ vom 07. November 2005). Die Änderung ergänzt bestehende Regelungen wie die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr (2000/31/EG), die Richtlinie zur Bekämpfung illegaler Geschäftspraktiken (2005/29/EG) und andere. Aufgrund eines EU-weit geltenden Regelungsrahmens - so die Kommission - sollen die Anbieter audiovisueller Dienste entsprechend dem **Herkunftslandprinzip**, das Kernbestandteil bleiben wird, künftig nur den Vorschriften des Mitgliedstaates unterliegen, in dem sie niedergelassen sind. Die Rechtsprechung des EuGH aufgreifend, sollen in Grenzen Mitgliedstaaten befugt bleiben, für die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Anbieter strengere Vorschriften anzuwenden. Die Bedingungen für damit einhergehende Einschränkungen der grenzüberschreitenden Dienste regelt ein neuer Art. 2a, der festlegt, dass die Mitgliedstaaten den freien Empfang audiovisueller Mediendienste aus anderen Mitgliedstaaten gewährleisten und die Weiterverbreitung nicht behindern aus Gründen, „die die durch diese Richtlinie koordinierten Bereiche betreffen“.

Die Änderungsrichtlinie führt u.a. den Begriff der **audiovisuellen Mediendienste** ein. Darunter fallen Dienstleistungen im Sinne von Art. 49 und 50 EGV, deren Hauptzweck in dem Angebot bewegter Bilder mit oder ohne Ton zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne von Art. 2 a der Richtlinie 2002/21/EG ist. Die Änderungsrichtlinie gilt für audiovisuelle Mediendienste, die mit „gewöhnlichen“ Verbraucherendgeräten empfangen werden können. Ausgeschlossen sind die Formen der privaten Korrespondenz und Dienste, die audiovisuelle Inhalte wie etwa animierte graphische Elemente als „Nebenerscheinung“ darstellen.

Hinsichtlich des Zugangs zu Ereignissen, die von großem öffentlichem Interesse sind, haben

die Mitgliedstaaten gem. Art. 3 b des Vorschlages dafür zu sorgen, dass Fernsehveranstaltern der Zugang zum Zweck der Kurzberichterstattung möglich ist.

Die Kommission kündigt an, die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten in regelmäßigen Abständen zu überprüfen. Gem. Art. 3e haben die Mitgliedstaaten dafür zu sorgen, dass Mediendiensteanbieter, die ihrer Rechtshoheit unterliegen, die Produktion und den Zugang zu europäischen Werken fördern. In regelmäßigen Abständen haben sie darüber der Kommission Bericht zu erstatten, die auf dieser Grundlage wiederum dem EP und Rat berichtet.

Die neuen **Regelungen zur Fernsehwerbung** (d.h. zur audiovisuellen, kommerziellen Kommunikation) sollen die Entwicklung neuer Werbetechniken und Marketingkonzepte berücksichtigen. Die Kommission schlägt vor, einige quantitative Beschränkungen aufzuheben und die Produktplatzierung, soweit sie keinen Schleichwerbungscharakter hat, zu erlauben. Unter **Produktplatzierung** versteht die Änderungsrichtlinie „audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produktes, eines Dienstes oder der entsprechenden Marke bzw. der Bezugnahme darauf besteht, so dass diese innerhalb eines audiovisuellen Mediendienstes erscheinen, üblicherweise gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung.“ Produktplatzierung ist eine zunehmend wichtige Einnahmequelle, da sie im Gegensatz zu Werbeeinschüben vom Konsumenten nicht einfach ausgefiltert werden kann.

Die Art. 3g und 3h der Änderungsrichtlinie enthalten hierzu und zum **Sponsoring** Einzelheiten. So ist unter Art. 3h, Abs. 1 c) vorgesehen, dass die Zuschauer eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung und/oder auf die Produktplatzierung hingewiesen werden müssen. Hinreichende Kennzeichnung der Programme soll den Zuschauer vor Irreführung bewahren. Ziffer 4 sieht vor, dass in Nachrichtensendungen und Sendungen zum aktuellen Zeitgeschehen weder Sponsoring noch Produktplatzierung zulässig sind; Kinder- und Dokumentarfilme dürfen ebenfalls keine Produktplatzierung enthalten. Während für die Werbung die Begrenzung der täglichen Werbedauer entfallen soll, bleibt die stündliche Begrenzung für Werbung und Tele-Shopping auf maximal 20 Minuten/Stunde) erhalten. Art. 10 trägt dem Grundsatz der Trennung Rechnung und sieht vor, dass Fernsehwerbung und Teleshopping als solche klar erkennbar und entsprechend durch Signale (optische oder akustische) von anderen Programmteilen getrennt werden müssen.

Quellen:

- Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlamentes und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates ..., KOM (2005) 646 endg.
- Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989, ABI. L 298 vom 17. Oktober 1989.
- Richtlinie 97/36/EG des EP und des Rates vom 30. Juni 1997, ABI. L 202 vom 30. Juli 1997.
- Vierter Bericht KOM(2002) 778 endgültig.
- Mitteilung der Kommission „Die Zukunft der europäischen Regulierungspolitik im audiovisuellen Bereich“ vom 15. Dezember 2003, KOM(2003) 784.
- Mitteilung der Kommission, KOM(2004) 1450.
- Euractiv, TWF, aktualisiert am 30.06.2006, [www.euractiv.com](http://www.euractiv.com)

Heike Baddenhausen, Barbara Thoma, Fachbereich XII – Europa, Tel.: 227-33614, E-mail: vorzimmer.wf12g@bundestag.de