

Hintergrund und Stand der Verhandlungen zur Richtlinie für 'audiovisuelle Mediendienste' (ehemals EU-Fernsehrichtlinie)

27. September 2006

Notwendigkeit der Revision der EU-Fernsehrichtlinie

1. Wegen der besonderen Bedeutung für Demokratie, Informationsfreiheit und kulturelle Vielfalt ist **Fernsehen gleichermaßen Kultur- und Wirtschaftsgut** und wird wie in Deutschland (Rundfunkstaatsverträge/ Mediendienstestaatsvertrag) auch auf europäischer Ebene mit der EU-Fernsehrichtlinie durch **sektorspezifisches Recht** geregelt.
2. Die **Revision der EU-Fernsehrichtlinie** ist notwendig geworden, als Konsequenz der neuen **digitalen Technologie**. Diese technologische Entwicklung (schnelles Breitband-Internet, Mobilfunk der 3. Generation) ermöglicht neue **fernsehähnliche Mediendienste** und in der Folge eine Vielzahl neuer Geschäftsmodelle.
Sobald diese neuen Dienste für den EU-Binnenmarkt relevant werden, ist ihr **rechtlicher Status nicht geklärt**, denn die bisherige Fernsehrichtlinie gilt nur für traditionelles Fernsehen.
Daraus ergeben sich:
 - **Probleme für den Binnenmarkt** und den Prozess von Lissabon, da das Herkunftslandsprinzip nicht gesichert ist.
 - **Probleme für die Sicherung von Informationsfreiheit und Meinungsvielfalt**, da fernsehähnliche Dienste auf europäischer Ebene ohne medienspezifische Regelungen zunehmend unter die Richtlinie für den elektronischen Handel und damit unter das reine Wirtschaftsrecht fallen.
3. Die Kommission schlägt vor, Fernsehdienste und fernsehähnliche Dienste zukünftig in einer **Richtlinie für Audiovisuelle Mediendienste (AMD)** zusammenzufassen. Der Vorschlag der Kommission ist eine gute Beratungsgrundlage, bedarf aber weiterer Klärstellungen vor allem zum **Anwendungsbereich** zur Definition von **Ko- und Selbstregulierung**, zu quantitativen **Werberegelungen** und der **Produktplatzierung**, zum Recht auf Kurzberichterstattung und zum Jugendschutz.

Einzelne Themenbereiche

4. Anwendungsbereich

Fernsehen und fernsehähnliche Dienste werden im Kommissionsvorschlag als Audiovisuelle Mediendienste (AMD) gleichermaßen durch **sechs Kriterien** definiert, die zeitgleich erfüllt sein müssen und die die audiovisuellen Mediendienste von den übrigen Diensten der Informationsgesellschaft abgrenzen:

- **eine Dienstleistung im Sinne von Art. 49 und 50 EG-Vertrag,**
- **deren Hauptzweck**
- **in dem Angebot bewegter Bilder mit und ohne Ton**
- **zur Information, Unterhaltung oder Bildung**
- **der allgemeinen Öffentlichkeit liegt und die**
- **über elektronische Kommunikationsnetze übertragen wird.**

Sachstand: Europäisches Parlament und Rat teilen mit großer Mehrheit diesen Vorschlag der Kommission und schlagen vor, zu diesen Kriterien das Kriterium der „**redaktionellen Verantwortung**“ zusätzlich einzufügen, um den Anwendungsbereich medienpezifisch noch klarer abzugrenzen.

Mit dieser Definition gehören elektronische Dienste, bei denen der audiovisuelle Teil nicht Hauptzweck der Dienstleistung ist – wie z.B. die **elektronische Presse** oder auch Online-Zeitungen – ausdrücklich **nicht in den Anwendungsbereich**. Gegenteilige Aussagen sind, wie leicht zu erkennen, falsch. Dienste, die nur die technische Weiterleitung übernehmen – sei dies über Kabel, Satellit oder Breitband – sind ebenfalls nicht von der Richtlinie betroffen.

5. Abgrenzung linearer und nicht-linearer Dienste

Die AMD unterscheiden sich durch das **Maß der Entscheidungsfreiheit** für den Zuschauer bei der Auswahl der Dienste.

- **Lineare Dienste** sind die **bisherigen Fernsehdienste**, die nach einem festen **Programmplan** ausgestrahlt werden.
- **Nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste** sind die fernsehähnlichen **Abruf-Dienste** (on-demand Dienste).

Entsprechend der unterschiedlichen Wahlmöglichkeit für den Zuschauer soll auch die **Regelungsdichte** unterschiedlich sein. Für die linearen Dienste gelten die bisherigen Fernsehvorschriften, für die **nicht-linearen Dienste** gelten nur die Grundvorschriften zum Jugend- und Verbraucherschutz, und zur Sicherung der kulturellen Vielfalt.

Sachstand: Im Europäischen Parlament und Rat grundsätzlich mit breiter Mehrheit Zustimmung zu diesem Gliederungsprinzip.

6. Herkunftslandsprinzip

Bisher sind die nicht-linearen-Abrufmediendienste in den einzelnen Ländern unterschiedlich geregelt. Mit der Richtlinie für Audiovisuelle Mediendienste soll das Herkunftslandsprinzip auch für diese fernsehähnlichen Dienste auf Abruf gesichert und damit ihre Marktentwicklung gestärkt werden. Gleichzeitig sollen bilaterale Probleme mit der Anwendung des Herkunftslandsprinzips zwischen einzelnen Mitgliedstaaten gelöst werden.

Sachstand: Breite Unterstützung für dieses Ziel. Schwierige Verhandlungen, wie die missbräuliche Umgehung des Herkunftslandsprinzips verhindert bzw. geahndet werden kann. Kommission und nationale Regulatoren sollen stärkere Vermittlerfunktion übernehmen.

7. Ko- und Selbstregulierung

Zum ersten Mal empfiehlt die EU-Kommission den Mitgliedstaaten zur Umsetzung einer Richtlinie, die Instrumente der Ko- und Selbstregulierung einzusetzen.

Sachstand: Grundsätzliche Unterstützung im EP und Rat, aber noch viele Missverständnisse, da sehr unterschiedliche Traditionen zur Regulierung in den verschiedenen Mitgliedstaaten.

Durch die Änderungsanträge soll klargestellt werden, dass der **nationale Gesetzgeber jeweils selbst entscheidet**, unter welchen Bedingungen Koregulierungs- und/oder Selbstregulierungsinstrumente auf nationaler Ebene eingesetzt werden. Auf dieser Basis könnte Konsens erreicht werden.

8. Quantitative Werberegulungen

Die EU-Kommission hat vorgeschlagen, die **quantitativen Werberegulierungen** unter Beibehaltung des Blockwerbeverbotes und des maximalen Werbevolumens von 12 min pro Stunde zu **flexibilisieren**. Eine Werbeunterbrechung soll in allen Programmen möglich sein, die länger als 35 min dauern.

Sachstand: Britische und deutsche Regierung fordern die **Aufhebung aller quantitativen Werberegulierungen**. Die Franzosen sind strikt dagegen. Im Europäischen Parlament noch unklare Mehrheiten und Verhandlungen in dieser Frage.

9. Produkt-Platzierung

Nach Vorschlag der EU-Kommission soll Produkt-Platzierung grundsätzlich erlaubt sein, aber in Nachrichtensendungen, Sendungen zum aktuellen Zeitgeschehen, Kinderprogrammen und Dokumentarfilmen verboten werden.

Sachstand: Nur Deutschland lehnt Produkt-Platzierung grundsätzlich ab. Rat und Europäisches Parlament mehrheitlich für Produkt-Platzierung. Als Verhandlungsposition habe ich vorgeschlagen:

- Trennung von Sponsoring und Produktplatzierung,
- Verbot von Produktintegration und Themenplatzierung,
- Produktplatzierung nur für fiktionale Sendungen und Sport,
- Ausführliche Darstellung der Produktplatzierung am Beginn **und** Ende der jeweiligen Sendung,
- Anonymisierter Hinweis, mindestens alle 20 Minuten während eines Beitrags mit Produktplatzierung,
- Zusätzlich soll die in Deutschland praktizierten Produktbeistellung EU-weit erlaubt werden (Produktionshilfen, ohne weiteres Entgelt und orientiert am Inhalt) .

Ziel der Verhandlungen über Werbeinstrumente ist

- soweit möglich, die **Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung** zu erhalten,
- und eine **Regelung** zu finden, die auch in Zukunft die **Finanzierung von freiempfingbarem Fernsehen** ausreichend ermöglicht.

Insgesamt sollten die quantitativen Werberegulierungen, Sponsoring und Produkt-Platzierung stärker in gegenseitiger Abhängigkeit gesehen werden, um Kompromisse zu erreichen.

Sachstand: Noch in Verhandlungen.

10. Jugendschutz

Wie bisher schon im Fernsehen sollte es auch bei AMD für die Mitgliedstaaten die Möglichkeit der schnellen Regelung im Fall des extremen Verstoßes gegen den Jugendschutz geben. Diese sollen bei einem Verstoß gegen Artikel 3e und 3d der neuen Richtlinie greifen.

Sachstand: Breite Mehrheit im Europäischen Parlament, rechtlich aber unter Beachtung des Herkunftslandsprinzips schwierig zu fassen.

11. Kurzberichterstattungsrecht

Der Kommissionsvorschlag fordert die diskriminierungsfreie Anwendung, soweit die Mitgliedstaaten das Kurzberichterstattungsrecht praktizieren.

Sachstand: Im Europäischen Parlament fordert eine Mehrheit die Einführung des Kurzberichterstattungsrechtes in allen Mitgliedstaaten. Weiterer Verhandlungen bedürfen noch die Bedingungen, unter denen ein solches obligatorisches Kurzberichterstattungsrecht gewährt werden sollte.

12. Kulturelle Vielfalt – (Quoten)

Die kulturelle Vielfalt ist ein zentraler Teil der europäischen Identität und soll entsprechend Art. 151 EU-Vertrag gesichert und geschützt werden. Die Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste ist die Voraussetzung, um diesen Auftrag auch im digitalen Medienzeitalter zu erfüllen.

Sachstand: Eine Mehrheit im Europäischen Parlament und Rat folgt dem Vorschlag der Kommission, die bisherigen Vorschriften zur Förderung der kulturellen Vielfalt (Art. 4 und 5 der Fernsehrichtlinie) für Fernsehdienste unverändert beizubehalten.

Eine Mehrheit im Europäischen Parlament zeichnet sich ab für den Vorschlag der Kommission ab, für fernsehähnliche (nicht –lineare) Abruf-Dienste lediglich eine allgemeine Aufforderung an die Mitgliedstaaten zur Förderung europäischer Inhalte aufzunehmen (Art. 3f, Abs. 1).

Zeitplan:

- 3.-5. Oktober 2006: Abstimmung in den mitberatenden Ausschüssen (IMOC, ITRE, FEMM, LIBE) (ECON 10.10.2006)
- 23. Oktober 2006: Abstimmung Kulturausschuss
- 11.-14. Dezember 2006 1. Lesung im Plenum des Europäischen Parlament

- 13. November 2006: Kultur-Ministerrat General Approach unter finnischer Präsidentschaft
- 1. Halbjahr 2007: Kultur-Ministerrat Common Position unter deutscher Präsidentschaft

Der Berichtentwurf, die Entwürfe für Stellungnahmen, und die Änderungsanträge zur Richtlinie für 'Audiovisuelle Mediendienste' finden sich bei den Sitzungsdokumenten der beteiligten Ausschüsse für die Sitzungen in der Woche vom 2.-6. Oktober 2006, für den Kulturausschuss und den Wirtschaftsausschuss bei den Dokumenten der Sitzungen vom 9./10. Oktober 2006.

Europäisches Parlament
Rue Wiertz 60; 15 E 261
B 1047 Brüssel
Tel.: 0032-2-284 5859
Fax: 0032-2-284 9859
Email : Ruth.Hieronymi@europarl.europa.eu

Europa-Büro Mittelrhein
Marienstr. 8
D 53225 Bonn
Tel.: 0228 473001
Fax: 0228 477499
Email : Hieronymi@t-online.de
www.hieronymi.de

