



Kultur, Wirtschaft oder beides – zur Revision der EU-Fernsehrichtlinie

(Stand 3.5.2006)

1. Audiovisuelle Medien sind wegen ihrer Bedeutung für die demokratische und gesellschaftliche Ordnung gleichermaßen kulturelle und wirtschaftliche Güter. In Deutschland ist dieser duale Charakter in dem sektorspezifischen Recht der Rundfunkstaatsverträge und der Mediendienste-Staatsverträge festgehalten. Auf europäischer Ebene wurde 1989 mit der Fernsehrichtlinie ebenfalls ein sektorspezifisches Medienrecht eingeführt.

2. Mit der EU-Fernsehrichtlinie (1989) sollte zum einen die EU-weite Informations- und Meinungsfreiheit ermöglicht, und zum anderen die wirtschaftliche Entwicklung der audiovisuellen Medien durch den Binnenmarkt und das europäische Wirtschaftsrecht gestärkt werden.

Die Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ hat diese Ziele erreicht.

Auf der wirtschaftlich erfolgreichen Grundlage des Herkunftslandsprinzips haben die Mitgliedstaaten gemeinsame Mindeststandards für den Schutz der Menschenwürde, den Jugendschutz, Werbung und Teleshopping, das Gegendarstellungsrecht, den Zugang zu Ereignissen von besonderer gesellschaftlicher Bedeutung und die Förderung europäischer Produktionen verwirklicht.

3. Heute entwickeln sich neben dem traditionellen Fernsehen neue interaktive und mobile audiovisuelle Medien, deren rechtliche Zuordnung bisher nicht eindeutig geklärt ist.

Die entscheidende Frage für die Revision der TVWF-Richtlinie ist deshalb, ob für diese neuen interaktiven audiovisuellen Mediendienste ein sektorspezifisches Recht beibehalten werden soll oder ob sie vorrangig unter das allgemeine Wirtschaftsrecht - und damit europarechtlich in die Richtlinie für den elektronischen Handel- fallen sollen!

Das Europäische Parlament, die Europäische Kommission und der Europäische Rat haben sich grundsätzlich für die Beibehaltung des sektorspezifischen Rechtsrahmens auch für neue audiovisuelle Medien ausgesprochen und die Einordnung der neuen Mediendienste als reines Wirtschaftsgut abgelehnt.

Die Hauptgründe für diese Entscheidung sind.

1. Nur wenn audiovisuelle Mediendienste nicht vorrangig Wirtschaftsgut sind, wird es auch in Zukunft möglich sein, besondere Anforderungen an die redaktionelle Verantwortlichkeit zu stellen.
2. Nur wenn audiovisuelle Mediendienste nicht vorrangig Wirtschaftsgut sind, ist es möglich, die Förderung der kulturellen Vielfalt einschließlich der besonderen Bedingungen für öffentlich-rechtliche Medien aufrechtzuerhalten.

4. Die EU-Kommission hat diesem Votum entsprechend am 13. Dezember 2005 einen Entwurf für die Revision der Fernsehrichtlinie mit dem Titel „Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste“ vorgelegt.
Wie bisher durch die EU-Fernsehrichtlinie soll auch in Zukunft durch die „Richtlinie für Audiovisuelle Mediendienste“ EU-weit Informations- und Meinungsfreiheit ermöglicht und die wirtschaftliche Dynamik der neuen Mediendienste im Binnenmarkt („Level-Playing-Field“) gestärkt werden.
5. Das Herkunftslandprinzip und die Festlegung von Mindeststandards bleiben uneingeschränkt erhalten. Neu ist aber, dass die Regulierungsdichte für die neuen Mediendienste wie in Deutschland abgestuft ist und sich nach der Bedeutung für die öffentliche Meinungsbildung richtet. Um dieses Ziel zu erreichen, wird zwischen linearen, d.h. mit einem festen Programmschema versehene, und nicht-linearen, auf Abruf zugänglichen audiovisuellen Mediendiensten, unterschieden.
Für lineare Mediendienste gelten im Wesentlichen die gleichen Regeln wie bisher für den Rundfunk, allerdings werden die quantitativen Werbevorschriften dereguliert und flexibilisiert.
Entsprechend der abgestuften Regulierungsdichte gibt es für nicht-lineare Mediendienste keine quantitativen Werbebeschränkungen und keine konkreten Verpflichtungen zur Förderung europäischer Inhalte. Um den neuen Technologien gerecht zu werden, wird den Mitgliedstaaten für die gesetzlich vorgeschriebene Kontrolle das Prinzip der Ko- und Selbstregulierung empfohlen.
6. Notwendige Ergänzungen und Änderungen gegenüber dem Vorschlag der Kommission zur Revision der Fernsehrichtlinie sind vor allem notwendig
 - für eine klarere Abgrenzung zwischen linearen und nicht-linearen Diensten und die Abgrenzung der nicht-linearen Mediendiensten zu den Diensten des elektronischen Handels,
 - für eine größere Flexibilisierung der quantitativen Werbevorschriften bei linearen audiovisuellen Mediendiensten unter Beibehaltung der bisher maximal zwölf Minuten Werbung pro Stunde,
 - für die Beibehaltung der eindeutigen Trennung von Werbung und Programm. Statt Werbung mit Product Placement ins Programm zu integrieren, sollte es wie bisher bei der unentgeltlichen Produktbeistellung bleiben
 - für die Konkretisierung von Ko- und Selbstregulierung bei der Umsetzung der gesetzlichen Kontrolle entsprechend des in Deutschland eingeführten Prinzips der koregulierten Selbstregulierung,
 - für das Recht auf Kurzzeitberichterstattung, ohne dass daraus die Möglichkeit eines neuen nicht-linearen Dienstes entsteht.
 - Für die Klärung bilateraler Probleme zwischen einzelnen Mitgliedstaaten bei der Umsetzung des Herkunftslandsprinzips