

EUROPÄISCHES PARLAMENT

2004



2009

Plenarsitzungsdokument

ENDGÜLTIG
A6-0399/2006

22.11.2006

*****I**

BERICHT

über den Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität
(KOM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD))

Ausschuss für Kultur und Bildung

Berichterstatlerin: Ruth Hieronymi

Erklärung der benutzten Zeichen

- * Verfahren der Konsultation
Mehrheit der abgegebenen Stimmen
- **I Verfahren der Zusammenarbeit (erste Lesung)
Mehrheit der abgegebenen Stimmen
- **II Verfahren der Zusammenarbeit (zweite Lesung)
*Mehrheit der abgegebenen Stimmen zur Billigung des
Gemeinsamen Standpunkts*
*Absolute Mehrheit der Mitglieder zur Ablehnung oder Abänderung
des Gemeinsamen Standpunkts*
- *** Verfahren der Zustimmung
*Absolute Mehrheit der Mitglieder außer in den Fällen, die in
Artikel 105, 107, 161 und 300 des EG-Vertrags und Artikel 7 des
EU-Vertrags genannt sind*
- ***I Verfahren der Mitentscheidung (erste Lesung)
Mehrheit der abgegebenen Stimmen
- ***II Verfahren der Mitentscheidung (zweite Lesung)
*Mehrheit der abgegebenen Stimmen zur Billigung des
Gemeinsamen Standpunkts*
*Absolute Mehrheit der Mitglieder zur Ablehnung oder Abänderung
des Gemeinsamen Standpunkts*
- ***III Verfahren der Mitentscheidung (dritte Lesung)
*Mehrheit der abgegebenen Stimmen zur Billigung des
gemeinsamen Entwurfs*

(Die Angabe des Verfahrens beruht auf der von der Kommission vorgeschlagenen Rechtsgrundlage.)

Änderungsanträge zu Legislativtexten

Die vom Parlament vorgenommenen Änderungen werden durch Fett- und Kursivdruck hervorgehoben. Wenn Textteile mager und kursiv gesetzt werden, dient das als Hinweis an die zuständigen technischen Dienststellen auf solche Teile des Legislativtextes, bei denen im Hinblick auf die Erstellung des endgültigen Textes eine Korrektur empfohlen wird (beispielsweise Textteile, die in einer Sprachfassung offenkundig fehlerhaft sind oder ganz fehlen). Diese Korrektorempfehlungen bedürfen der Zustimmung der betreffenden technischen Dienststellen.

INHALT

	Seite
ENTWURF EINER LEGISLATIVEN ENTSCHEIDUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS	5
BEGRÜNDUNG	88
STELLUNGNAHME DES AUSSCHUSSES FÜR BÜRGERLICHE FREIHEITEN, JUSTIZ UND INNERES	92
STELLUNGNAHME DES AUSSCHUSSES FÜR WIRTSCHAFT UND WÄHRUNG	127
STELLUNGNAHME DES AUSSCHUSSES FÜR INDUSTRIE, FORSCHUNG UND ENERGIE.....	164
STELLUNGNAHME DES AUSSCHUSSES FÜR BINNENMARKT UND VERBRAUCHERSCHUTZ.....	222
STELLUNGNAHME DES AUSSCHUSSES FÜR DIE RECHTE DER FRAU UND DIE GLEICHSTELLUNG DER GESCHLECHTER	260
VERFAHREN	286

ENTWURF EINER LEGISLATIVEN ENTSCHEIDUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS

zu dem Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität
(KOM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD))

(Verfahren der Mitentscheidung: erste Lesung)

Das Europäische Parlament,

- in Kenntnis des Vorschlags der Kommission an das Europäische Parlament und den Rat (KOM(2005)0646)¹,
 - gestützt auf Artikel 251 Absatz 2, Artikel 47 Absatz 2 und Artikel 55 des EG-Vertrags, auf deren Grundlage ihm der Vorschlag der Kommission unterbreitet wurde (C6-0443/2005),
 - gestützt auf Artikel 51 seiner Geschäftsordnung,
 - in Kenntnis des Berichts des Ausschusses für Kultur und Bildung sowie der Stellungnahmen des Ausschusses für Wirtschaft und Währung, des Ausschusses für Industrie, Forschung und Energie, des Ausschusses für Binnenmarkt und Verbraucherschutz, des Ausschusses für Bürgerliche Freiheiten, Justiz und Inneres sowie des Ausschusses für die Rechte der Frau und die Gleichstellung der Geschlechter (A6-0399/2006),
1. billigt den Vorschlag der Kommission in der geänderten Fassung;
 2. fordert die Kommission auf, es erneut zu befassen, falls sie beabsichtigt, diesen Vorschlag entscheidend zu ändern oder durch einen anderen Text zu ersetzen;
 3. beauftragt seinen Präsidenten, den Standpunkt des Parlaments dem Rat und der Kommission zu übermitteln.

Vorschlag der Kommission

Abänderungen des Parlaments

Änderungsantrag 1 ERWÄGUNG 1

(1) Die Richtlinie 89/552/EWG dient der Koordinierung bestimmter Rechts- und

(1) Die Richtlinie 89/552/EWG dient der Koordinierung bestimmter Rechts- und

¹ Noch nicht im Amtsblatt veröffentlicht.

Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität. In Anbetracht der neuen Übertragungstechniken für audiovisuelle Mediendienste ist es notwendig geworden, den geltenden Rechtsrahmen anzupassen, um den Auswirkungen des Strukturwandels und **der** technologischen Entwicklungen auf die Geschäftsmodelle und insbesondere auf die Finanzierung des gewerblichen Rundfunks Rechnung zu tragen und optimale Wettbewerbsbedingungen für die europäischen Unternehmen und Dienste im Bereich der Informationstechnologien und der Medien **zu schaffen**.

Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität. In Anbetracht der neuen Übertragungstechniken für audiovisuelle Mediendienste ist es notwendig geworden, den geltenden Rechtsrahmen anzupassen, um den Auswirkungen des Strukturwandels, **der Verbreitung der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT)** und **den** technologischen Entwicklungen auf die Geschäftsmodelle und insbesondere auf die Finanzierung des gewerblichen Rundfunks Rechnung zu tragen und optimale Wettbewerbsbedingungen **und Rechtssicherheit** für die europäischen Unternehmen und Dienste im Bereich der Informationstechnologien und der Medien **sowie die Achtung der kulturellen und sprachlichen Vielfalt sicherzustellen. Die Rechts- und Verwaltungsvorschriften sollten so zurückhaltend und einfach wie möglich sein, um es den bestehenden und neuen audiovisuellen Mediendiensten zu ermöglichen, sich zu entwickeln und zu florieren und so die Schaffung von Arbeitsplätzen, Wirtschaftswachstum, Innovation und kulturelle Vielfalt zu fördern.**

Begründung

Die unzureichende Rechtssicherheit im Markt für neue audiovisuelle Mediendienste erschwert die Nutzung der wirtschaftlichen Potenziale.

Änderungsantrag 2 ERWÄGUNG 2

(2) Die Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität werden bereits durch die Richtlinie 89/552/EWG koordiniert, wogegen die Vorschriften über andere Tätigkeiten wie die auf Abruf bereitgestellten **audiovisuellen** Mediendienste **Unterschiede aufweisen**,

(2) Die Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität werden bereits durch die Richtlinie 89/552/EWG koordiniert, wogegen die Vorschriften über andere Tätigkeiten wie die auf Abruf bereitgestellten Mediendienste **nur auf der Ebene ihres Vertriebs durch die**

von denen einige den freien Dienstleistungsverkehr innerhalb der Europäischen Union **behindern** und den Wettbewerb innerhalb des Gemeinsamen Marktes verzerren **könnten**. **Insbesondere haben die Mitgliedstaaten nach Artikel 3 Absatz 4 der Richtlinie 2000/31/EG die Möglichkeit, aus ordnungspolitischen Gründen vom Herkunftslandprinzip abzuweichen.**

Rahmenrichtlinie 2002/21/EG und auf der Ebene des Austausches durch die Richtlinie 2000/31/EG für den elektronischen Handel koordiniert sind; für die Anforderungen an die Inhalte der neuen audiovisuellen Mediendienste gilt nach wie vor das Recht der Mitgliedstaaten. Einige dieser Unterschiede behindern den freien Dienstleistungsverkehr innerhalb der Europäischen Union und **können** den Wettbewerb innerhalb des Gemeinsamen Marktes verzerren.

Begründung

Die Rechtsunsicherheit ist vor allem in der unzureichenden rechtlichen Abgrenzung der neuen audiovisuellen Dienste gegenüber dem europäischen Telekommunikationsrecht und der eCommerce-Richtlinie begründet.

Änderungsantrag 3 ERWÄGUNG 3

(3) Die große Bedeutung der audiovisuellen Mediendienste für die Gesellschaften, die Demokratie und die Kultur rechtfertigt die Anwendung besonderer Vorschriften auf diese Dienste.

(3) Audiovisuelle Mediendienste **sind gleichermaßen Kultur- und Wirtschaftsgüter. Ihre immer größere** Bedeutung für die Gesellschaften, die Demokratie – **vor allem zur Sicherung der Informationsfreiheit, der Meinungsvielfalt und des Medienpluralismus –**, die Bildung und die Kultur rechtfertigt die Anwendung **und die Einhaltung** besonderer Vorschriften auf diese Dienste, **damit insbesondere die Grundfreiheiten und Grundrechte geschützt werden, die in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, der Europäischen Konvention zum Schutz der Menschenrechte und Grundfreiheiten und im Pakt der Vereinten Nationen über bürgerliche und politische Rechte verankert sind, und damit der Schutz von Minderjährigen, gefährdeten oder behinderten Personen gewährleistet ist.**

Begründung

Il convient de rappeler que le modèle audiovisuel européen est fondé sur le principe selon lequel les médias sont à la fois des biens culturels et économiques. Il convient également de réaffirmer que l'importance qu'ils ont sur la formation de l'opinion publique et la préservation de la démocratie justifient le respect et l'application des règles préservant, entre autres, les libertés et droits fondamentaux et la protection des personnes vulnérables définies au niveau national, européen, mondial.

Änderungsantrag 4 ERWÄGUNG 3 A (neu)

(3a) In seinen Entschlüssen vom 1. Dezember 2005 und 4. April 2006 zur Doha-Runde und zu den WTO-Ministerkonferenzen fordert das Europäische Parlament, grundlegende öffentliche Dienste wie Gesundheitsvorsorge, Bildungswesen und audiovisuelle Dienste von der Liberalisierung im Rahmen der GATS-Verhandlungsrunde auszunehmen. In seiner Entschliessung vom 27. April 2006 unterstützt das Parlament die UNESCO-Konvention zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen, wo es insbesondere heißt, „dass kulturelle Aktivitäten, Güter und Dienstleistungen sowohl eine wirtschaftliche als auch eine kulturelle Natur haben, da sie Träger von Identitäten, Werten und Sinn sind, und daher nicht so behandelt werden dürfen, als hätten sie nur einen kommerziellen Wert“.

Begründung

Auf der Grundlage des europäischen Rechts haben die EU und die Mitgliedstaaten die Berücksichtigung der Sonderrolle audiovisueller Güter in den GATS-, in den WTO-Verhandlungen und bei der Erarbeitung und Beschlussfassung der UNESCO-Konvention eingefordert.

Änderungsantrag 5 ERWÄGUNG 3 B (neu)

(3b) Medienerziehung muss darin bestehen, den Bürgern die Mittel an die Hand zu geben, damit sie kritisch urteilen und das immer größere Informationsvolumen, mit dem sie konfrontiert sind, nutzen können, wie dies in der Empfehlung 1466(2000) des Europarats festgeschrieben ist. Durch diesen Lernprozess werden die Bürger somit in der Lage sein, Botschaften zu erstellen und die für ihre Kommunikation am besten geeigneten Medien auszuwählen und so zu lernen, ihr Recht auf Informations- und Meinungsfreiheit umfassend auszuüben.

Änderungsantrag 6
ERWÄGUNG 4

(4) Traditionelle audiovisuelle Mediendienste und neu aufkommende **Abrufdienste** bieten erhebliche Beschäftigungsmöglichkeiten in der Gemeinschaft, vor allem in kleinen und mittleren Unternehmen, und regen Wirtschaftswachstum und Investitionstätigkeit an.

(4) Traditionelle audiovisuelle Mediendienste - **wie das Fernsehen** - und neu aufkommende **audiovisuelle Mediendienste auf Abruf** bieten erhebliche Beschäftigungsmöglichkeiten in der Gemeinschaft, vor allem in kleinen und mittleren Betrieben, und regen Wirtschaftswachstum und Investitionstätigkeit an. **In Anbetracht der Bedeutung gleicher Wettbewerbsbedingungen und eines echten europäischen Rundfunk- und Fernsehmarktes sollten die Grundprinzipien des gemeinsamen Marktes wie Wettbewerbsrecht und Gleichbehandlung respektiert werden, um Transparenz und Abschätzbarkeit in den Medienmärkten zu gewährleisten und niedrige Zutrittsschranken zu erreichen.**

Begründung

Hinweis auf die Bedeutung des Binnenmarktes für die Entwicklungschancen der neuen audiovisuellen Mediendienste.

Änderungsantrag 7

ERWÄGUNG 5

(5) Europäische Unternehmen, die audiovisuelle Mediendienste erbringen, leiden derzeit unter mangelnder Rechtssicherheit und ungleichen Wettbewerbsbedingungen hinsichtlich der für neu aufkommende Abrufdienste geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen. Deshalb ist es notwendig, zumindest bestimmte gemeinsame Grundvorschriften auf alle audiovisuellen Mediendienste anzuwenden, um *einerseits* Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden *und andererseits* die Rechtsicherheit zu verbessern.

(5) Europäische Unternehmen, die audiovisuelle Mediendienste erbringen, leiden derzeit unter mangelnder Rechtssicherheit und ungleichen Wettbewerbsbedingungen hinsichtlich der für neu aufkommende Abrufdienste geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen. Deshalb ist es notwendig, auf alle audiovisuellen Mediendienste – ***sowohl lineare als auch nicht-lineare – unabhängig davon, ob sie nach einem festen Programmschema oder auf Abruf übertragen werden***, um Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden, die Rechtssicherheit zu verbessern, ***um zur Vollendung des Binnenmarkts beizutragen und die Entstehung eines einheitlichen Informationsraums zu erleichtern***, zumindest bestimmte gemeinsame Grundvorschriften anzuwenden, ***die insbesondere ein ausreichendes Schutzniveau für Minderjährige, schutzbedürftige und behinderte Menschen und die Achtung der Grundrechte und -freiheiten gewährleisten sollen. Die Grundprinzipien der Richtlinie 89/552/EWG – d.h. Sendestaatsprinzip und gemeinsame Mindeststandards – haben sich bewährt und sollten deshalb beibehalten werden.***

Begründung

Klarstellung der betroffenen Mediendienste und Konsequenzen aus der erfolgreichen Bilanz der Fernsehrichtlinie.

Änderungsantrag 8 ERWÄGUNG 6

(6) Die Kommission hat eine Mitteilung über die Zukunft der europäischen

(6) Die Kommission hat eine Mitteilung über die Zukunft der europäischen

Regulierungspolitik im audiovisuellen Bereich veröffentlicht, in der sie betont, dass die Regulierungspolitik in diesem Sektor jetzt und auch in Zukunft die Wahrung bestimmter Interessen der Allgemeinheit, wie kulturelle Vielfalt, Recht auf Information, Jugendschutz **und** Verbraucherschutz, gewährleisten muss.

Regulierungspolitik im audiovisuellen Bereich veröffentlicht, in der sie betont, dass die Regulierungspolitik in diesem Sektor jetzt und auch in Zukunft die Wahrung bestimmter Interessen der Allgemeinheit, wie kulturelle Vielfalt, Recht auf Information, **den erforderlichen Medienpluralismus**, Jugendschutz, Verbraucherschutz **und Anhebung des Wissensstands und der Medienkompetenz der Allgemeinheit sowie universeller Zugang auch für die am stärksten benachteiligten Gruppen**, gewährleisten muss.

Änderungsantrag 9
ERWÄGUNG 6 A (neu)

(6a) Die Koexistenz privater und öffentlich-rechtlicher Fernsehveranstalter ist von großer Bedeutung auf dem audiovisuellen Medienmarkt, auf dem öffentlich-rechtliche Mediendiensteanbieter gleichermaßen in den Genuss der Vorteile der digitalen Wirtschaft kommen können.

Begründung

Es ist wichtig zu betonen, dass sowohl private als auch die öffentlich-rechtliche Fernsehveranstalter die Möglichkeiten des digitalen Marktes nutzen können.

Änderungsantrag 10
ERWÄGUNG 6 C (neu)

(6c) Das Herkunftslandsprinzip ist von entscheidender Bedeutung für die Entstehung eines gesamteuropäischen audiovisuellen Markts mit einer starken Industrie, die europäische Inhalte produziert. Darüber hinaus gewährleistet das Prinzip die Rechte der Zuschauer auf Auswahl aus einem breiten Spektrum europäischer Programme.

Änderungsantrag 11
ERWÄGUNG 7

(7) Die Kommission hat die Initiative „i2010 – europäische Informationsgesellschaft“ ergriffen, um Wachstum und Beschäftigung in der Informationsgesellschaft und in den Medien zu fördern. Kern der i2010-Initiative ist eine umfassende Strategie, deren Ziel darin besteht, vor dem Hintergrund der Konvergenz von Informations- und Mediendiensten, -netzen und -geräten die Entwicklung der digitalen Wirtschaft durch Modernisierung und Einsatz sämtlicher Instrumente der EU-Politik (Rechtsvorschriften, Forschung und Partnerschaften mit der Industrie) voranzutreiben. Die Kommission hat sich vorgenommen, einheitliche Rahmenbedingungen für den Binnenmarkt im Bereich der Informationsgesellschaft und der Mediendienste zu schaffen und den Rechtsrahmen für audiovisuelle Dienste zu modernisieren. Der erste Schritt dazu war ein Kommissionsvorschlag von 2005 zur Überarbeitung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“.

(7) Die Kommission hat die Initiative „i2010 – europäische Informationsgesellschaft“ ergriffen, um Wachstum und Beschäftigung in der Informationsgesellschaft und in den Medien zu fördern. Kern der i2010-Initiative ist eine umfassende Strategie, deren Ziel darin besteht, vor dem Hintergrund der Konvergenz von Informations- und Mediendiensten, -netzen und -geräten **die Produktion europäischer Inhalte**, die Entwicklung der digitalen Wirtschaft **und die Nutzung von IKT** durch Modernisierung und Einsatz sämtlicher Instrumente der EU-Politik (Rechtsvorschriften, Forschung und Partnerschaften mit der Industrie) voranzutreiben. Die Kommission hat sich vorgenommen, einheitliche Rahmenbedingungen für den Binnenmarkt im Bereich der **Dienste der Informationsgesellschaft** und der Mediendienste zu schaffen und den Rechtsrahmen für audiovisuelle Dienste zu modernisieren. Der erste Schritt dazu war ein Kommissionsvorschlag von 2005 zur Überarbeitung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ **und ihre Umwandlung in eine Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste. Das Ziel der i2010-Initiative wird im Prinzip dadurch erreicht werden, dass man es der Industrie ermöglicht, bei minimaler Regulierung zu wachsen, und es kleinen neu gegründeten Unternehmen, die in der Zukunft für Wohlstand und Beschäftigung sorgen werden, ermöglicht, in einem deregulierten Markt zu florieren, zu innovieren und Arbeitsplätze zu schaffen.**

Begründung

Das Ziel der Revision sollte benannt werden.

Änderungsantrag 12

ERWÄGUNG 8

(8) Am 6. September 2005 verabschiedete das Europäische Parlament eine Entschließung zur Anwendung der Artikel 4 und 5 der Richtlinie 89/552/EWG – in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG – im Zeitraum 2001–2002 (Weber-Bericht). In dieser Entschließung verlangt *es* die Anpassung der derzeitigen Fernsehrichtlinie an die strukturellen Veränderungen und an die technologischen Entwicklungen unter vollständiger Wahrung der ihr zugrunde liegenden Grundsätze, die weiterhin gültig bleiben. Außerdem unterstützt es grundsätzlich das Konzept der Einführung von Grundvorschriften für alle audiovisuellen Mediendienste und von zusätzlichen Vorschriften für lineare (Fernseh-) Dienste.

(8) Am 6. September 2005 verabschiedete das Europäische Parlament eine Entschließung zur Anwendung der Artikel 4 und 5 der Richtlinie 89/552/EWG – in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG – im Zeitraum 2001–2002 (Weber-Bericht). In dieser Entschließung verlangt *das Europäische Parlament ebenso wie in den Entschließungen vom 4. September 2003 und vom 22. April 2004* die Anpassung der derzeitigen Fernsehrichtlinie an die strukturellen Veränderungen und an die technologischen Entwicklungen unter vollständiger Wahrung der ihr zugrunde liegenden Grundsätze, die weiterhin gültig bleiben. Außerdem unterstützt es grundsätzlich das Konzept der Einführung von Grundvorschriften für alle audiovisuellen Mediendienste und von zusätzlichen Vorschriften für lineare (Fernseh-) Dienste.

Begründung

Das Europäische Parlament fordert schon seit längerer Zeit die dringend notwendige Revision der EU-Fernsehrichtlinie.

Änderungsantrag 13 ERWÄGUNG 9

(9) Diese Richtlinie verbessert die Wahrung der Grundrechte und *trägt den* in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, *anerkannten Grundrechten und Grundsätzen vollständig Rechnung. In dieser Hinsicht* werden die Mitgliedstaaten durch diese Richtlinie in keiner Weise in der Anwendung ihrer *Verfassungsvorschriften* über die Pressefreiheit und die Meinungsfreiheit in den Medien eingeschränkt.

(9) Diese Richtlinie verbessert die Wahrung der Grundrechte und *versucht, die* in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, *verankerten Grundsätze, Rechte und Freiheiten zu übernehmen. In diesem Zusammenhang sollten die Mitgliedstaaten eine oder mehrere unabhängige Regulierungsbehörden einrichten, falls dies nicht bereits geschehen ist. Diese Behörden sollten die Garanten der Grundrechte bei der Erbringung audiovisueller Mediendienste sein. Die Entscheidung, ob es zweckmäßiger ist, über eine einzige Regulierungsbehörde für alle*

audiovisuellen Mediendienste oder über mehrere Behörden für die verschiedenen Kategorien von Diensten (lineare bzw. nicht-lineare Dienste) zu verfügen, liegt bei den Mitgliedstaaten. Im Übrigen werden die Mitgliedstaaten durch diese Richtlinie in keiner Weise in der Anwendung ihrer *Verfassungs- oder Regulierungsvorschriften* über die Pressefreiheit und die Meinungsfreiheit in den Medien eingeschränkt.

Änderungsantrag 14
ERWÄGUNG 10

(10) Aufgrund der Einführung einheitlicher Mindestbestimmungen in Artikel 3c bis 3h dürfen die Mitgliedstaaten in den durch diese Richtlinie harmonisierten Bereichen nicht mehr aus Gründen des Jugendschutzes und der Bekämpfung der Aufstachelung zum Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Glauben oder Nationalität, der Verletzung der Menschenwürde einzelner Personen oder des Verbraucherschutzes gemäß Artikel 3 Absatz 4 der Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom Herkunftslandprinzip abweichen.

(10) Die Anforderung, dass der Herkunftsmitgliedstaat für die Übereinstimmung mit dem durch diese Richtlinie koordinierten innerstaatlichen Recht zu sorgen hat, reicht nach dem Gemeinschaftsrecht aus, um zu gewährleisten, dass der freie Verkehr mit audiovisuellen Mediendiensten erfolgen kann, ohne dass eine auf den gleichen Gründen beruhende zweite Überprüfung im Empfangsmitgliedstaat stattfinden muss; der Empfangsmitgliedstaat darf jedoch ausnahmsweise und unter genau bestimmten Voraussetzungen im Falle schwerwiegender Verstöße gegen Artikel 22 Absatz 1 und Absatz 2 und Artikel 3 d oder Artikel 3 e von diesem Erfordernis abweichen, wobei zu berücksichtigen ist, dass die Achtung der Grundrechte integraler Bestandteil der allgemeinen Grundsätze des Gemeinschaftsrechts ist.

Begründung

In besonders schwerwiegenden und dringlichen Fällen soll wie bisher schon im Fernsehen auch für nicht-lineare Dienste eine schnelle Sonderregelung möglich sein.

Änderungsantrag 15
ERWÄGUNG 11

(11) Die Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlaments und des Rates lässt gemäß deren Artikel 1 Absatz 3 alle Maßnahmen unberührt, die von der Gemeinschaft oder den Mitgliedstaaten im Interesse der Allgemeinheit insbesondere in Bezug auf die Regulierung der Inhalte und die Politik im audiovisuellen Bereich getroffen werden.

(11) Die Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlamentes und des Rates **(Rahmenrichtlinie) hat einen einheitlichen Rechtsrahmen für alle Übertragungsnetze und -dienste geschaffen**, lässt gemäß deren Artikel 1 Absatz 3 **aber** alle Maßnahmen unberührt, die von der Gemeinschaft oder den Mitgliedstaaten im Interesse der Gemeinschaft insbesondere in Bezug auf die Regulierung der Inhalte und die Politik im audiovisuellen Bereich getroffen werden, **um die Regulierung der Übertragung von der Regulierung von Inhalten zu trennen**.

Begründung

Abgrenzung der Richtlinie gegenüber dem europäischen Telekommunikationsrecht.

Änderungsantrag 16 ERWÄGUNG 11 A neu

(11a) Die Richtlinie 2000/31/EG (eCommerce-Richtlinie) enthält keine spezifischen inhaltlichen Vorschriften für audiovisuelle Mediendienste und überlässt den Mitgliedstaaten die Möglichkeit, vom Herkunftslandprinzip in einer Fall-zu-Fall-Entscheidung für bestimmte Fragen von allgemeinem Interesse und entsprechend einem Notifizierungsverfahren abzuweichen. Indem zusätzliche Mindeststandards für nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste mit Blick auf den Jugendschutz und zur Förderung der kulturellen Vielfalt gefordert werden, erweitert diese Richtlinie den Bereich des harmonisierten Gemeinschaftsrechts. Die Richtlinie baut insofern auf der eCommerce-Richtlinie in diesen Feldern auf, um eine spezifische Untergruppe von Diensten der nicht-linearen audiovisuellen Mediendienste abzudecken, die eine besondere Bedeutung für die Gesellschaft haben und

durch ihre kulturelle Dimension charakterisiert sind. Für diese Dienste ist das Maß der Koordination nationaler Regeln höher und der Binnenmarkt vollständiger.

Begründung

Abgrenzung der Richtlinie gegenüber der eCommerce-Richtlinie, auf der die neue Richtlinie systematisch aufbaut.

Änderungsantrag 17
ERWÄGUNG 12

(12) Durch diese Richtlinie werden die Mitgliedstaaten weder verpflichtet noch ermuntert, neue Lizenz- oder Genehmigungsverfahren im **Medienbereich** einzuführen.

(12) Durch diese Richtlinie werden die Mitgliedstaaten weder verpflichtet noch ermuntert, neue Lizenz- oder Genehmigungsverfahren im **Bereich audiovisueller Medien** einzuführen.

Begründung

Klarstellung.

Änderungsantrag 18
ERWÄGUNG 13

(13) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste erfasst alle Dienste der audiovisuellen Massenmedien, unabhängig davon, ob **diese nach** Programmplan oder **auf Abruf bereitgestellt werden**. Er umfasst jedoch nur Dienstleistungen, wie sie im EG-Vertrag festgelegt sind, und daher alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die öffentlich-rechtlicher Unternehmen, **gilt jedoch nicht für nicht-wirtschaftliche Tätigkeiten, wie z. B. rein private Webseiten.**

(13) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste erfasst alle Dienste der audiovisuellen Massenmedien, **deren Inhalt für die Fernsehausstrahlung geeignet ist, unabhängig von der Übermittlungsplattform und** davon, ob **das redaktionelle Konzept und die Haftung des Anbieters in einem Programmplan oder in einer Gesamtpalette zum Ausdruck kommen**. Er umfasst jedoch nur Dienstleistungen, wie sie im EG-Vertrag festgelegt sind, und daher alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die öffentlich-rechtlicher Unternehmen. **Der kommerzielle Anteil muss erheblich sein, um die Anwendung der Richtlinie zu rechtfertigen. Wirtschaftliche Tätigkeiten werden normalerweise gegen Entgelt**

verrichtet, sind für eine bestimmte Dauer gedacht und von einer gewissen Kontinuität gekennzeichnet; die Bewertung unterliegt den Kriterien und Bestimmungen des Herkunftsstaates. Folglich erfasst der Begriff der audiovisuellen Mediendienste nicht die nicht-wirtschaftlichen Tätigkeiten, die normalerweise nicht gegen Entgelt verrichtet werden, wie Blogs und andere von den Nutzern produzierte Inhalte und alle Formen privater Korrespondenz, wie z.B. E-Mails und private Webseiten.

Begründung

Abgrenzung der audiovisuellen Mediendienste aufgrund der redaktionellen Verantwortung und des wirtschaftlichen Elements.

Änderungsantrag 19 ERWÄGUNG 14

(14) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste umfasst die Massenmedien in ihrer informierenden, unterhaltenden und bildenden Funktion, **schließt aber alle Formen privater Korrespondenz, z. B. an eine begrenzte Anzahl von Empfängern versandte elektronische Post, aus.** Die Begriffsbestimmung schließt **ebenfalls** alle Dienste aus, die nicht der Verbreitung audiovisueller Inhalte dienen, d. h. bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine **Nebenerscheinung darstellen** und nicht Hauptzweck der Dienste sind. Dazu zählen beispielsweise Webangebote, die lediglich zu Ergänzungszwecken audiovisuelle Elemente enthalten, z. B. animierte grafische Elemente, kleine Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nicht-audiovisuelle Dienste.

(14) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste umfasst die Massenmedien **mit redaktioneller Verantwortung** in ihrer informierenden, unterhaltenden und **die breite Öffentlichkeit** bildenden Funktion, **einschließlich der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation**, schließt aber alle Formen privater Korrespondenz, z.B. an eine begrenzte Anzahl von Empfängern versandte elektronische Post, aus. Die Begriffsbestimmung schließt ebenfalls alle Dienste aus, **deren Hauptzweck nicht die** Verbreitung audiovisueller Inhalte **ist**, d. h. bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellen und nicht Hauptzweck der Dienste sind. Dazu zählen beispielsweise Webangebote, die lediglich zu Ergänzungszwecken audiovisuelle Elemente enthalten, z. B. animierte grafische Elemente, kleine Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nicht-audiovisuelle Dienste.

Ebenfalls nicht erfasst sind Glücksspiele

mit einem einen Geldwert darstellenden Einsatz, einschließlich Lotterien und Wetten, soweit deren Hauptzweck nicht die Verbreitung audiovisueller Inhalte ist.

Weitere Beispiele sind Online-Spiele, vorausgesetzt, dass der Hauptzweck der audiovisuellen Mediendienste nicht erreicht wird, und Suchmaschinen, wenn die Weitergabe von audiovisuellem Material nicht der Hauptzweck ist, selbst wenn eine Suche manchmal zu einem Angebot von audiovisuellem Material führt.

Begründung

Abgrenzung der audiovisuellen Mediendienste aufgrund der inhaltlichen Leitlinien.

Änderungsantrag 20
ERWÄGUNG 14 A (neu)

(14a) Zu den Fernsehsendungen, d.h. linearen Diensten, zählen derzeit insbesondere analoges und digitales Fernsehen, Live Streaming, Webcasting und der zeitversetzte Videoabruf, während beispielsweise Video-on-demand den Abrufdiensten, d.h. nicht-linearen Diensten, zuzuordnen ist. Für lineare audiovisuelle Mediendienste oder Fernsehsendungen, die zeitgleich oder zeitversetzt zusätzlich als nicht-lineare Dienste von demselben Mediendiensteanbieter angeboten werden, gelten die Anforderung dieser Richtlinie mit der linearen Ausstrahlung als erfüllt. Wenn jedoch verschiedene Arten von Diensten parallel angeboten werden, ohne dass ein Teil eindeutig einem anderen untergeordnet ist, dann sollte diese Richtlinie für die unterscheidbaren Teile der Dienstleistung gelten, die alle Kriterien eines audiovisuellen Mediendienstes erfüllen.

Änderungsantrag 21
ERWÄGUNG 14 B (neu)

(14b) Die Definitionen in dieser Richtlinie, insbesondere die Definitionen der Fernsehaktivität, der linearen und nicht-linearen Dienste, werden lediglich für die Zwecke dieser Richtlinie festgelegt und berühren nicht die gemäß den Rechtsvorschriften über das Urheberrecht und verwandte Schutzrechte geschützten Rechte. Der Geltungsbereich und das System dieser Rechte bleiben von diesen Definitionen unberührt und werden nach wie vor unabhängig durch die einschlägigen Rechtsvorschriften geregelt.

Änderungsantrag 22
ERWÄGUNG 15

(15) Diese Richtlinie gilt nicht für elektronische Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften.

(15) Diese Richtlinie gilt nicht für elektronische Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften. *Ausgenommen sind in Übereinstimmung mit der Richtlinie 2000/31/EG auch Glücksspiele.*

Begründung

Klarstellung, dass diese Dienste, deren Hauptzweck nicht die Übertragung audiovisueller Dienste ist, vom Anwendungsbereich der Richtlinie ausgenommen sind.

Änderungsantrag 23
ERWÄGUNG 16

(16) *Der* Begriff „audiovisuell“ *bezieht sich* auf bewegte Bilder mit oder ohne Ton; er erfasst somit Stummfilme, nicht aber Tonübertragungen oder *den Hörfunk*.

(16) *Für die Zwecke dieser Richtlinie bezieht sich der* Begriff „audiovisuell“ auf bewegte Bilder mit oder ohne Ton; er erfasst somit Stummfilme, nicht aber Tonübertragungen oder *Hörfunkdienste*.

Begründung

Der Begriff „audiovisuelle Dienste“ erfasst in anderen europäischen und internationalen

Rechtsakten, wie z.B. in der WTO-Klassifikation der Dienstleistungen unter Punkt 2 D, neben Fernsehen auch den Hörfunk. Es muss sichergestellt sein, dass die vorliegende Richtlinie diese Definitionen nicht berührt und der Hörfunk im Übrigen weiterhin Teil der audiovisuellen Dienste ist.

Änderungsantrag 24
ERWÄGUNG 16 a (neu)

(16a) Ein audiovisueller Mediendienst besteht aus Programmen, d.h. einer in sich geschlossenen Abfolge bewegter Bilder mit oder ohne Ton unter redaktioneller Verantwortung, die entweder von einem Mediendiensteanbieter in einem festen Zeitschema übertragen werden oder in einem Katalog zusammengestellt worden sind.

Begründung

Der Begriff Programm kennzeichnet audiovisuelle Mediendienste und bedarf deshalb einer gesonderten Definition.

Änderungsantrag 25
ERWÄGUNG 17

(17) Der Begriff der redaktionellen Verantwortung ist grundlegend für die Bestimmung der Rolle des Mediendiensteanbieters und damit des Begriffs der audiovisuellen Mediendienste. Die in der Richtlinie 2000/31/EG vorgesehenen Haftungsausschlüsse bleiben von dieser Richtlinie unberührt.

(17) Der Begriff der redaktionellen Verantwortung ist grundlegend für die Bestimmung der Rolle des Mediendiensteanbieters und damit des Begriffs der audiovisuellen Mediendienste. ***„Redaktionelle Verantwortung“ bedeutet die Zuständigkeit für die Auswahl und die Organisation des Inhaltes eines audiovisuellen Angebots auf professioneller Basis. Dies kann für einzelne Inhalte oder eine Sammlung von Inhalten gelten. Eine solche redaktionelle Verantwortung betrifft im Falle von Fernsehprogrammen die Erstellung des Programmplans oder im Falle von nicht-linearen Diensten die Zusammenstellung des Programmkatalogs.*** Die in der Richtlinie 2000/31/EG vorgesehenen

Haftungsausschlüsse bleiben von dieser Richtlinie unberührt.

Begründung

Klarstellung des Kriteriums der redaktionellen Verantwortung.

Änderungsantrag 26
ERWÄGUNG 17 A (neu)

(17a) Die bloße technische Weitergabe eines audiovisuellen Mediendienstes, erdgebunden oder per Satellit, kann nicht die Eigenschaft als Mediendiensteanbieter im Sinne dieser Richtlinie begründen; derselbe Grundsatz gilt auch, wenn eine Auswahlentscheidung getroffen wird, sofern ein der Rechtshoheit eines Mitgliedstaats unterliegender Dritter eindeutig redaktionell verantwortlich zeichnet.

Begründung

Es muss verhindert werden, dass eine Art „Hintertür“ geschaffen wird, durch die die redaktionelle Verantwortung ohne weiteres außerhalb der EU exportiert werden könnte, was zur Folge haben könnte, dass die Richtlinie nicht mehr gelten würde. Siehe auch den Änderungsantrag zu Artikel 1 Nummer 2.

Änderungsantrag 27
ERWÄGUNG 17 B (neu)

(17b) Die in der Definition der audiovisuellen Mediendienste gemäß Artikel 1 Buchstabe a der Richtlinie 89/552/EWG enthaltenen und in den Erwägungen 13 bis 17 dieser Richtlinie erweiterten Kriterien müssen gleichzeitig erfüllt werden.

Begründung

Es ist wichtig, darauf hinzuweisen und zu betonen, dass die von der Kommission in den Erwägungen 13 bis 17 dargelegten Erwägungen gleichzeitig erfüllt werden müssen.

Änderungsantrag 28
ERWÄGUNG 18

(18) Zusätzlich zur Werbung und zum Teleshopping wird der umfassendere Begriff der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation eingeführt. Er umfasst **bewegte** Bilder mit oder ohne Ton, die **audiovisuelle Mediendienste** begleiten und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen und umfasst daher nicht Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit kostenlose Spendenaufrufe zu Wohlfahrtszwecken.

(18) Zusätzlich zur Werbung und zum Teleshopping wird der umfassendere Begriff der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation eingeführt. Er umfasst Bilder mit oder ohne Ton, die **als Teil eines audiovisuellen Mediendienstes übermittelt werden und die (in Programmen enthalten sind oder) Programme** begleiten und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen und umfasst daher nicht Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit kostenlose Spendenaufrufe zu Wohlfahrtszwecken.

Begründung

Diese Formulierung entspricht besser den verschiedenen Werbeformen.

Änderungsantrag 29
ERWÄGUNG 19

(19) Das Herkunftslandprinzip bleibt Kernbestandteil dieser Richtlinie, da es für die Schaffung des Binnenmarktes unverzichtbar ist. Dieses Prinzip muss daher für alle audiovisuellen Mediendienste gelten, um für die Mediendienstanbieter die zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und zur Einführung dieser Dienste erforderliche Rechtssicherheit zu schaffen. Es ist außerdem die Voraussetzung für den freien Informationsfluss und den freien Verkehr audiovisueller Programme innerhalb des Binnenmarktes.

(19) Das Herkunftslandprinzip bleibt Kernbestandteil dieser Richtlinie, da es für die Schaffung des Binnenmarktes unverzichtbar ist. Dieses Prinzip muss daher für alle audiovisuellen Mediendienste gelten, um für die Mediendienstanbieter die zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und zur Einführung dieser Dienste erforderliche Rechtssicherheit zu schaffen. Es ist außerdem die Voraussetzung für den freien Informationsfluss und den freien Verkehr audiovisueller Programme innerhalb des Binnenmarktes. **Die Anwendung dieses Grundsatzes kann einen Hinweis auf das Kriterium der Herkunft der Einnahmen eines Dienstes nicht ausschließen, um die Voraussetzungen für einen fairen**

Wettbewerb zu gewährleisten.

Begründung

Le principe du pays d'origine est à la base de la proposition de directive. Les Etats membres doivent pouvoir appliquer aux fournisseurs de services de média audiovisuel relevant de leur compétence des règles plus strictes dans les domaines coordonnés par la directive. La codification de la jurisprudence de la Cour de justice des communautés européennes, ainsi que l'introduction d'un nouveau critère, fondée sur la provenance des ressources du service, combinée à une procédure plus efficace, constitue une solution appropriée qui tient compte des préoccupations des Etats membres sans remettre en question le principe du pays d'origine.

Änderungsantrag 30 ERWÄGUNG 19 A (neu)

(19a) Zur Förderung einer starken, wettbewerbsfähigen und integrierten europäischen audiovisuellen Industrie und zur Stärkung des Medienpluralismus in der gesamten Europäischen Union bleibt es von grundlegender Bedeutung, dass jeweils nur ein Mitgliedstaat für einen Anbieter audiovisueller Mediendienste zuständig sein und dass Informationspluralismus ein grundlegendes Prinzip der Europäischen Union sein sollte.

Änderungsantrag 31 ERWÄGUNG 19 B (neu)

(19b) Es ist deshalb von entscheidender Bedeutung, dass die Mitgliedstaaten die Entstehung beherrschender Stellungen verhindern, die zu einer Einschränkung des Pluralismus und zu Beschneidungen der Freiheit der Medieninformation sowie des gesamten Informationssektors führen würden, z.B. durch die Einleitung von Maßnahmen zur Sicherstellung eines nicht diskriminierenden Zugangs zu audiovisuellen Mediendiensteangeboten im Interesse der Allgemeinheit (beispielsweise über so genannte „must-carry“-

Verpflichtungen).

Änderungsantrag 32
ERWÄGUNG 20

(20) Die technologische Entwicklung, insbesondere bei den digitalen Satellitenprogrammen, macht eine Anpassung der Nebenkriterien notwendig, damit eine sinnvolle Regulierung und wirksame Umsetzung möglich ist und damit die Marktteilnehmer eine tatsächliche Verfügungsgewalt über die Inhalte eines audiovisuellen **Inhaltsdienstes** erhalten.

(20) Die technologische Entwicklung, insbesondere bei den digitalen Satellitenprogrammen, macht eine Anpassung der Nebenkriterien notwendig, damit eine sinnvolle Regulierung und wirksame Umsetzung möglich ist und damit die Marktteilnehmer eine tatsächliche Verfügungsgewalt über die Inhalte eines audiovisuellen **Mediendienstes** erhalten.

Begründung

Redaktionelle Klarstellung.

Änderungsantrag 33
ERWÄGUNG 23

(23) Die Mitgliedstaaten müssen in der Lage sein, in den durch diese Richtlinie koordinierten Bereichen für die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter strengere Vorschriften *anzuwenden*. Um die Umgehung solcher Vorschriften zu vermeiden, bietet sich eine Kodifizierung der einschlägigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs in Verbindung mit einer Straffung der Verfahren als Lösung an, die den Bedenken der Mitgliedstaaten gerecht wird, ohne die ordnungsgemäße Anwendung des Herkunftslandprinzips in Frage zu stellen.

(23) Die Mitgliedstaaten müssen in der Lage sein, in den durch diese Richtlinie koordinierten Bereichen für die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter strengere Vorschriften *anzuwenden, wobei sie dafür Sorge zu tragen haben, dass diese Vorschriften im Einklang mit dem Wettbewerbsrecht der Gemeinschaft stehen*. Um die Umgehung solcher Vorschriften zu vermeiden, bietet sich eine Kodifizierung der einschlägigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs in Verbindung mit einer Straffung der Verfahren als Lösung an, die den Bedenken der Mitgliedstaaten gerecht wird, ohne die ordnungsgemäße Anwendung des Herkunftslandprinzips in Frage zu stellen.

Begründung

Die den Mitgliedstaaten eingeräumte Möglichkeit, im Rahmen dieser Richtlinie spezifische Maßnahmen zu ergreifen, darf nicht zu einer Verletzung der Grundregeln des Wettbewerbsrechts führen.

Änderungsantrag 34 ERWÄGUNG 23 A (neu)

(23a) Damit ein Mitgliedstaat von Fall zu Fall nachweisen kann, dass ein in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassener Mediendiensteanbieter die Bestimmungen umgeht, kann dieser Mitgliedstaat Indikatoren anführen, wie die Herkunft der Werbe- und/oder Abonnementmittel, die Hauptsprache des Dienstes und das Vorhandensein von Programmen oder kommerzieller Kommunikation, die sich spezifisch an die Öffentlichkeit des Empfängerstaates richten.

(Entsprechend Artikel 3 Nummer 1 b)

Änderungsantrag 35 ERWÄGUNG 24

(24) Unbeschadet des Herkunftslandprinzips gestattet diese Richtlinie den Mitgliedstaaten die Ergreifung von Maßnahmen, die eine Einschränkung des freien Verkehrs von Fernsehdiensten bedeuten, allerdings nur unter den Bedingungen, die in Artikel 2a dieser Richtlinie aufgeführt sind, und nach dem in dieser Richtlinie festgelegten Verfahren. Der Europäische Gerichtshof betont jedoch in seiner ständigen *Rechtsprechung*, dass Einschränkungen der Dienstleistungsfreiheit, wie beispielsweise jegliche Ausnahme von einem Grundsatz des Vertrags, sehr restriktiv auszulegen sind.

(24) Unbeschadet des Herkunftslandprinzips gestattet diese Richtlinie den Mitgliedstaaten die Ergreifung von Maßnahmen, die eine Einschränkung des freien Verkehrs von Fernsehdiensten ***oder nicht-linearen audiovisuellen Mediendiensten*** bedeuten, allerdings nur unter den Bedingungen, die in Artikel 2a dieser Richtlinie aufgeführt sind, und nach dem in dieser Richtlinie festgelegten Verfahren. Der Europäische Gerichtshof betont jedoch in seiner ständigen *Rechtsprechung*, dass Einschränkungen der Dienstleistungsfreiheit, wie beispielsweise jegliche Ausnahme von einem Grundsatz des Vertrags, sehr restriktiv auszulegen sind, ***wobei er sich insbesondere auf den Jugend- und Gesundheitsschutz bezieht, sofern die***

vorherige Kontrolle von Ideen oder Meinungen unter keinen Umständen zulässig ist.

In Bezug auf nicht-lineare audiovisuelle Dienste ersetzt die Möglichkeit der Einleitung von Maßnahmen gemäß Artikel 2a dieser Richtlinie etwaige Maßnahmen, die bisher von dem betreffenden Mitgliedstaat gemäß Artikel 3 Absatz 4 und/oder Artikel 12 Absatz 3 der Richtlinie 2000/31/EG innerhalb des durch die Artikel 3 d und Artikel 3 e dieser Richtlinie koordinierten Bereich bisher hätten getroffen werden können.

Änderungsantrag 36
ERWÄGUNG 25

(25) Wie die Kommission in ihrer Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament „Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union“¹ betont hat, gehört dazu auch „dass sorgfältig analysiert wird, welcher Regulierungsansatz angezeigt ist und insbesondere, ob Rechtsvorschriften für den jeweiligen Sektor oder die jeweilige Themenstellung vorzuziehen sind, oder ob Alternativen wie Ko-Regulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten. **Für Ko-Regulierung und Selbstregulierung sieht die Interinstitutionelle Vereinbarung über bessere Rechtsetzung gemeinsame Definitionen, Kriterien und Verfahren vor. Wie die Erfahrung zeigt, können Mit- und Selbstregulierungsinstrumente, die im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzes spielen.**

1 ABl. C 321 vom 31.12.2003, S. 1.

¹ KOM(2005) 97.

(25) Wie die Kommission in ihrer Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament „Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union“¹ betont hat, gehört dazu auch „dass sorgfältig analysiert wird, welcher Regulierungsansatz angezeigt ist und insbesondere, ob Rechtsvorschriften für den jeweiligen Sektor oder die jeweilige Themenstellung vorzuziehen sind, oder ob Alternativen wie Ko-Regulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten. **Außerdem zeigt die Erfahrung, dass sowohl Ko- als auch Selbstregulierungsinstrumente, die in Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzes spielen können.**

Die Maßnahmen, um die Ziele im öffentlichen Interesse im Bereich der neuen audiovisuellen Mediendienste zu erreichen, werden wirksamer sein, wenn sie mit der aktiven Unterstützung der Diensteanbieter selbst ergriffen werden.

Die Selbstregulierung stellt somit eine Art freiwillige Initiative dar, die Wirtschaftsteilnehmern, Sozialpartnern, Nichtregierungsorganisationen oder Vereinigungen die Möglichkeit gibt, untereinander und füreinander gemeinsame Leitlinien festzulegen.

Die Mitgliedstaaten sollten gemäß ihren unterschiedlichen Rechtstraditionen die effektive Rolle anerkennen, die eine wirksame Selbstregulierung als Ergänzung zu den Rechtsvorschriften und den bestehenden gerichtlichen und/oder administrativen Verfahren spielen kann, sowie ihren wertvollen Beitrag zur Verwirklichung der Ziele dieser Richtlinie.

Die Selbstregulierung kann jedoch, obwohl sie eine ergänzende Methode zur Durchführung bestimmter Vorschriften dieser Richtlinie sein könnte, die Verpflichtung des nationalen Gesetzgebers nicht ersetzen. Koregulierung, in ihrer Minimalform, schafft „eine rechtliche Verbindung“ zwischen Selbstregulierung und dem nationalen Gesetzgeber gemäß den Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten.

Änderungsantrag 37
ERWÄGUNG 25 A (neu)

(25a) Der Oberbegriff der Koregulierung erfasst Regulierungsinstrumente, die auf der Kooperation von staatlichen Stellen und Selbstregulierungsstellen beruhen und auf nationaler Ebene sehr unterschiedlich bezeichnet und aufgebaut sind. Die konkrete Ausgestaltung solcher

Instrumente orientiert sich an der spezifischen Tradition der Medienordnung in den einzelnen Mitgliedstaaten. Gemeinsam ist den Systemen der Koregulierung, dass originär staatliche Aufgaben und Ziele in Kooperation mit den von der Regulierung betroffenen Akteuren umgesetzt werden. Aufgrund staatlicher Beauftragung oder Ermächtigung sollen die Beteiligten selbst das Erreichen des Regulierungsziels sichern. Grundlage ist stets ein staatlicher Rechtsrahmen, der Vorgaben zu Inhalten, Organisation und Verfahren enthält. Darauf aufbauend schaffen die beteiligten Kreise weitere Kriterien, Regeln und Instrumente, deren Einhaltung sie selbst überwachen. Durch die auf diese Weise definierte Form der Selbstregulierung können besonderes Fachwissen für administrative Aufgaben unmittelbar genutzt und bürokratische Verfahren vermieden werden. Erforderlich ist, dass alle oder zumindest die maßgeblichen Akteure am System beteiligt sind oder es anerkennen. Das Funktionieren der Koregulierung wird in einer Kombination von Vorgaben für die beteiligten Kreise und staatlichen Eingriffsmöglichkeiten für den Fall, dass die Vorgaben nicht erfüllt werden, gewährleistet.

Begründung

Die Definition von Koregulierung und Selbstregulierung im Rahmen dieser Richtlinie beschreibt den Rechtsetzungsprozess, die Aufgabe der Selbstregulierungsstellen und zeigt den Handlungsspielraum der Mitgliedstaaten auf.

Änderungsantrag 38 ERWÄGUNG 26

(26) Fernsehveranstalter können ausschließliche Übertragungsrechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, zu Unterhaltungszwecken erwerben.

(26) Fernsehveranstalter können ausschließliche Übertragungsrechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, zu Unterhaltungszwecken erwerben.

Gleichzeitig **muss** jedoch unbedingt der **Pluralismus** durch die Vielfalt der Nachrichten und Programme in der Europäischen Union gefördert und den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, anerkannten Grundrechten und Grundsätzen Rechnung getragen werden.

Gleichzeitig **müssen** jedoch unbedingt der **freie Zugang zur Information und der Medienpluralismus sowie der Schutz der kulturellen Vielfalt** durch die Vielfalt der Nachrichten und Programme in der Europäischen Union gefördert und den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, anerkannten Grundrechten und Grundsätzen Rechnung getragen werden. **Sofern es den Mitgliedstaaten zu diesem Zweck gestattet ist, Listen mit Ereignissen von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung, die nicht auf Ausschließlichkeitsbasis übertragen werden sollen, zu erstellen, ist es Sache des jeweiligen Mitgliedstaates, zu entscheiden, ob er eine solche Liste erstellt, welchen Ereignissen er erhebliche gesellschaftliche Bedeutung beimisst, wie der Begriff „bedeutender Teil der Öffentlichkeit“ zu bestimmen ist und welche Form der Berichterstattung verfügbar sein soll.**

Änderungsantrag 39
ERWÄGUNG 26 A (neu)

(26a) Medienkompetenz bezieht sich auf die notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse sowie das nötige Verständnis für eine effektive Nutzung der Medien durch die Verbraucher. Medienkompetente Menschen sind in der Lage, fundierte Entscheidungen zu treffen, das Wesen von Inhalt und Dienstleistungen zu verstehen, das gesamte Spektrum der durch die neuen Kommunikationstechnologien gebotenen Möglichkeiten zu nutzen und sich und ihre Familien besser vor schädlichem oder beleidigendem Material zu schützen. Es ist deshalb außerordentlich wichtig, dass die Mitgliedstaaten und die nationalen Regulierungsbehörden die Entwicklung der Medienkompetenz in allen Gesellschaftsschichten fördern und dass sie regelmäßige Untersuchungen durchführen,

um sie zu beobachten und eine Grundlage für ihre Ansätze bei der Regulierung von Inhalten zu haben.

Begründung

Die Medienkompetenz wird in zunehmendem Maße zu einer grundlegenden Komponente der europäischen und der nationalen Kommunikationspolitik, da sie die Regulierung aktiv ergänzt und unterstützt. Auf europäischer und nationaler Ebene werden wichtige Initiativen entwickelt, um die Medienkompetenz der Menschen zu fördern, damit sie die Vorteile, die die digitalen Technologien mit sich bringen, voll und ganz nutzen können. In der Richtlinie über die audiovisuellen Mediendienste sollten diese Anstrengungen anerkannt und in die richtige Richtung gelenkt werden.

Änderungsantrag 40 ERWÄGUNG 27

(27) Zur vollständigen und angemessenen Wahrung des Grundrechts auf Information und der Zuschauerinteressen in der Europäischen Union **sollten** daher die Inhaber ausschließlicher Rechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, anderen Fernsehveranstaltern und Vermittlern, soweit diese für Fernsehveranstaltern tätig werden, unter fairen, zumutbaren und diskriminierungsfreien Bedingungen das Recht auf Verwendung von kurzen Auszügen für allgemeine Nachrichtenzwecke gewähren, wobei jedoch den ausschließlichen Rechten angemessen Rechnung zu tragen ist. Solche Bedingungen sollten rechtzeitig vor dem Ereignis, das von öffentlichem Interesse ist, mitgeteilt werden, damit andere Interessenten genügend Zeit haben, dieses Recht auszuüben. Solche kurzen Auszüge sollten im Allgemeinen nicht länger als 90 Sekunden dauern.

(27) Zur vollständigen und angemessenen Wahrung des Grundrechts auf Information und der Zuschauerinteressen in der Europäischen Union **müssen** daher die Inhaber ausschließlicher Rechte für Ereignisse, die von **großem** öffentlichen Interesse sind, anderen Fernsehveranstaltern und Vermittlern, soweit diese für Fernsehveranstaltern tätig werden, unter fairen, zumutbaren und diskriminierungsfreien Bedingungen das Recht auf Verwendung von kurzen Auszügen für allgemeine Nachrichtenzwecke gewähren, wobei jedoch den ausschließlichen Rechten angemessen Rechnung zu tragen ist. Solche Bedingungen sollten rechtzeitig vor dem Ereignis, das von öffentlichem Interesse ist, mitgeteilt werden, damit andere Interessenten genügend Zeit haben, dieses Recht auszuüben. Solche kurzen Auszüge sollten im Allgemeinen nicht

- länger als 90 Sekunden dauern,
- **mehr als 36 Stunden nach dem Ereignis ausgestrahlt werden,**
- **zur Schaffung eines öffentlichen Archivs verwendet werden,**

- das Logo oder eine sonstige Kennung der gastgebenden Rundfunkanstalt entfernen, oder

- in nicht-linearen Diensten benutzt werden, es sei denn sie werden zeitgleich oder zeitversetzt von demselben Mediendienstanbieter angeboten.

Das Recht auf grenzüberschreitenden Nachrichtenzugang sollte nur zur Anwendung gelangen, wo es erforderlich ist; dementsprechend muss der Zugang, wenn ein anderer Fernsehveranstalter in demselben Mitgliedstaat ausschließliche Rechte für das betreffende Ereignis erworben hat, bei diesem Fernsehveranstalter beantragt werden.

Änderungsantrag 41
ERWÄGUNG 28

(28) Nicht-lineare Dienste unterscheiden sich von linearen Diensten darin, welche Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer hat und welche Auswirkungen sie auf die Gesellschaft haben. Deshalb ist es gerechtfertigt, für nicht-lineare Dienste, die nur den Grundvorschriften in Artikel 3c bis 3h unterliegen, weniger strenge Vorschriften zu erlassen.

(28) Nicht-lineare Dienste unterscheiden sich von linearen Diensten darin, welche Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer hat und welche Auswirkungen sie auf die Gesellschaft haben. Deshalb ist es gerechtfertigt, für nicht-lineare Dienste, die nur den Grundvorschriften in Artikel 3c bis 3h unterliegen, weniger strenge Vorschriften zu erlassen. ***Für lineare audiovisuelle Mediendienste oder Fernsehdienste, die zeitgleich oder zeitversetzt zusätzlich als nicht-lineare Dienste von einem Mediendienstanbieter angeboten werden, gelten die Anforderung der Richtlinie mit der linearen Ausstrahlung als erfüllt.***

Begründung

Klarstellung der vorrangigen Regulierung im Rahmen dieser Richtlinie.

Änderungsantrag 42
ERWÄGUNG 29

(29) Aufgrund der Besonderheiten audiovisueller Mediendienste, insbesondere ihres Einflusses auf die Meinungsbildung der Menschen, müssen die Nutzer genau wissen, wer für den Inhalt dieser Dienste verantwortlich ist. Es ist deshalb wichtig, dass die Mitgliedstaaten dafür sorgen, dass **alle notwendigen Angaben darüber, wer die redaktionelle Verantwortung für die Inhalte trägt, von den Mediendiensteanbietern leicht, direkt und ständig zugänglich gemacht werden.** Die Mitgliedstaaten legen die praktischen Einzelheiten fest, wie dies unbeschadet sonstiger geltender Bestimmungen des Gemeinschaftsrechts erreicht werden soll.

(29) Aufgrund der Besonderheiten audiovisueller Mediendienste, insbesondere ihres Einflusses auf die Meinungsbildung der Menschen, müssen die Nutzer genau wissen, wer für den Inhalt dieser Dienste verantwortlich ist. Es ist deshalb wichtig, dass die Mitgliedstaaten dafür sorgen, dass **die Nutzer Zugang zu Informationen darüber haben, auf welche Weise die redaktionelle Verantwortung für die Inhalte ausgeübt wird und von wem.** Die Mitgliedstaaten legen die praktischen Einzelheiten fest, wie dies unbeschadet sonstiger geltender Bestimmungen des Gemeinschaftsrechts erreicht werden soll.

Änderungsantrag 43 ERWÄGUNG 30

(30) Gemäß dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit sind in dieser Richtlinie nur diejenigen Maßnahmen vorgesehen, die zur Gewährleistung des reibungslosen Funktionierens des Binnenmarktes unerlässlich sind. Damit der Binnenmarkt wirklich zu einem Raum ohne Binnengrenzen für audiovisuelle Mediendienste wird, muss diese Richtlinie in den Bereichen, in denen ein Handeln auf Gemeinschaftsebene geboten ist, ein hohes Schutzniveau für die dem Allgemeininteresse dienenden Ziele, insbesondere für den Jugendschutz **und** den Schutz der Menschenwürde, **gewährleisten.**

(30) Gemäß dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit sind in dieser Richtlinie nur diejenigen Maßnahmen vorgesehen, die zur Gewährleistung des reibungslosen Funktionierens des Binnenmarktes unerlässlich sind. Damit der Binnenmarkt wirklich zu einem Raum ohne Binnengrenzen für audiovisuelle Mediendienste wird, muss diese Richtlinie in den Bereichen, in denen ein Handeln auf Gemeinschaftsebene geboten ist, ein hohes Schutzniveau für die dem Allgemeininteresse dienenden Ziele, insbesondere für den Jugendschutz, den Schutz **der Rechte von Menschen mit Behinderungen und** der Menschenwürde, **fördern.**

Begründung

Maßnahmen auf Gemeinschaftsebene können ein hohes Schutzniveau nicht gewährleisten, sondern nur durch die Kombination von Ko- und Selbstregulierung fördern. Außerdem stellen heutzutage die audiovisuellen Medien, insbesondere das Fernsehen, ein Mittel dar, um sich Informationen, Zugang zu beruflicher Bildung, kulturellen Inhalten und Freizeit zu beschaffen, und dies in einem nicht unerheblichen Ausmaß. Deshalb ist es unerlässlich, dass bei allen erzielten Fortschritten die etwaigen Bedürfnisse aller

europäischen Bürger, insbesondere auch von Behinderten, gebührend berücksichtigt werden, weil diese sonst von den vielen Vorteilen, die die moderne Gesellschaft, insbesondere das digitale Fernsehen, bieten können, ausgeschlossen würden.

Änderungsantrag 44
ERWÄGUNG 31

(31) Der Gesetzgeber, die Branche und die Eltern haben weiterhin Bedenken in Bezug auf schädliche Inhalte und Verhaltensweisen im Bereich der audiovisuellen Mediendienste. ***Gerade im Zusammenhang mit neuen Plattformen und neuen Produkten wird hier mit neuen Problemen zu rechnen sein.*** Deshalb ist es notwendig, Vorschriften zum Schutz der körperlichen, geistigen und sittlichen Entwicklung Minderjähriger sowie zur Wahrung der Menschenwürde in allen audiovisuellen Mediendiensten ***und*** in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zu erlassen.

(31) Der Gesetzgeber, die Branche und die Eltern haben weiterhin Bedenken in Bezug auf schädliche Inhalte und Verhaltensweisen im Bereich der audiovisuellen Mediendienste. ***Diesbezüglich erscheint es notwendig, nicht nur die Minderjährigen, sondern auch ihre Eltern, Lehrer und Erzieher zur bestmöglichen Nutzung aller Medien, insbesondere audiovisueller Mediendienste, unabhängig von der Art ihrer Erbringung, anzuleiten.*** Deshalb ist es notwendig, Vorschriften zum Schutz der körperlichen, geistigen und sittlichen Entwicklung Minderjähriger sowie zur Wahrung der Menschenwürde in allen audiovisuellen Mediendiensten, in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation, ***in der Werbung, bei Teleshopping, Sponsoring, Produktplatzierung und jeder anderen technisch möglichen Weise*** zu erlassen.

Begründung

Aufgrund des technologischen Fortschritts ist es dringend notwendig, nicht nur Minderjährige und ihre Eltern, sondern auch insbesondere Lehrer und Erzieher wegen ihres Bildungsauftrags in der Gesellschaft anzuleiten, die Medien und insbesondere die audiovisuellen Mediendienste, unabhängig von der Form ihrer Verbreitung, angemessen zu nutzen.

Änderungsantrag 45
ERWÄGUNG 31 A (neu)

(31a) Die Mitgliedstaaten sollten die kritische Beurteilung von Medien in den jeweiligen nationalen Lehrplänen und Weiterbildungsangeboten fördern.

Begründung

Wir brauchen medial mündige, medial reife, medial geschulte Bürger - anders wird die Medienexplosion in Folge von Digitalisierung nicht zu bewältigen sein. Auch der Wunsch nach Selbst- und Koregulierung setzt voraus, dass der Bürger im Umgang mit Medien versiert ist, dass er weiß, wie Medien funktionieren, was sie bewirken können und welche Interessen dahinter stecken.

Änderungsantrag 46 ERWÄGUNG 32

(32) Etwaige Maßnahmen zum Jugendschutz und zur Wahrung der Menschenwürde müssen sorgfältig gegen das in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union verankerte Grundrecht auf Meinungsfreiheit abgewogen werden. Ziel dieser Maßnahmen ist **daher** die Gewährleistung eines angemessenen Jugendschutzes insbesondere in Bezug auf nicht-lineare Dienste, **aber kein generelles Verbot von nur für Erwachsene bestimmten Inhalten.**

(32) Etwaige Maßnahmen zum Jugendschutz und zur Wahrung der Menschenwürde müssen sorgfältig gegen das in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union verankerte Grundrecht auf Meinungsfreiheit abgewogen werden. Ziel dieser Maßnahmen ist **jedoch** die Gewährleistung eines angemessenen Jugendschutzes **und die Wahrung der Menschenwürde** insbesondere in Bezug auf nicht-lineare Dienste, **mittels des Erfordernisses, dass vor der Verbreitung unmissverständlich auf den besonderen Charakter solcher Programme hingewiesen werden muss, und zwar sowohl gemäß Artikel 1 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, in dem die Unantastbarkeit der Würde des Menschen anerkannt und bekräftigt wird, dass diese zu achten und zu schützen ist, als auch gemäß Artikel 24 dieser Charta, in dem festgeschrieben ist, dass Kinder Anspruch auf den Schutz und die Fürsorge haben, die für ihr Wohlergehen notwendig sind, und dass bei allen Kinder betreffenden Maßnahmen öffentlicher oder privater Einrichtungen das Wohl des Kindes eine vorrangige Erwägung sein muss.**

Änderungsantrag 47 ERWÄGUNG 32 A (neu)

(32a) Durch Programme, in denen Szenen von verbaler, körperlicher oder sittlicher

Gewalt vorkommen, die die Menschenwürde verletzen oder zu Rassenhass oder jeder anderen Form von Diskriminierung anstiften, kann das seelische Gleichgewicht von Minderjährigen, von schutzbedürftigen oder behinderten Menschen, insbesondere von geistig Behinderten, empfindlich gestört werden oder sie können dadurch psychisch oder psychologisch erschüttert werden. Da der Schutz solcher Menschen allgemein eins der Ziele der vorliegenden Richtlinie darstellt, werden die Mitgliedstaaten nachdrücklich aufgefordert, die Erbringer audiovisueller Mediendienste an dieses Erfordernis zu erinnern und ihnen vorzuschreiben, dass vor der Verbreitung unmissverständlich auf den besonderen Charakter solcher Programme hingewiesen werden muss.

Begründung

Der Schutz von Minderjährigen, von schutzbedürftigen und behinderten Menschen muss eins der Hauptanliegen des Gesetzgebers sowohl auf nationaler wie auch auf europäischer Ebene bleiben. Dieser Schutz muss auch den Anbietern audiovisueller Mediendienste am Herzen liegen; diese müssen die Nutzer ihrer Dienste vor den schädlichen Auswirkungen warnen, die von bestimmten Szenen oder Programmen für anfällige Menschen ausgehen können. Dies ist ein Bereich, der sich offensichtlich für die Selbstregulierung und Koregulierung eignet.

Änderungsantrag 48 ERWÄGUNG 33

(33) Die Bestimmungen dieser Richtlinie zum Jugendschutz und dem Schutz der öffentlichen Ordnung sehen nicht vor, dass zur Durchführung der betreffenden Maßnahmen unbedingt eine vorherige Kontrolle von audiovisuellen Mediendiensten stattfinden muss.

(33) Die Bestimmungen dieser Richtlinie zum Jugendschutz und dem Schutz der öffentlichen Ordnung sehen **weder** vor **noch rechtfertigen sie**, dass zur Durchführung der betreffenden Maßnahmen unbedingt eine vorherige Kontrolle von audiovisuellen Mediendiensten stattfinden muss. **Die Mitgliedstaaten werden angeregt, Systeme der Ko- und Selbstregulierung einzuführen.**

Änderungsantrag 49
ERWÄGUNG 34

(34) Nach Artikel 151 Absatz 4 EG-Vertrag trägt die Gemeinschaft bei ihrer Tätigkeit aufgrund anderer Bestimmungen dieses Vertrags den kulturellen Aspekten Rechnung, um insbesondere die Vielfalt ihrer Kulturen zu wahren und zu fördern.

(34) Nach Artikel 151 Absatz 4 EG-Vertrag trägt die Gemeinschaft bei ihrer Tätigkeit aufgrund anderer Bestimmungen dieses Vertrags den kulturellen Aspekten Rechnung, um insbesondere die Vielfalt ihrer Kulturen **und Sprachen** zu wahren und zu fördern **und außerdem das gegenseitige Verständnis zu verbessern**.

Begründung

Schutz und Förderung der kulturellen Vielfalt können den interkulturellen Dialog voranbringen und dazu beitragen, ein besseres gegenseitiges Verständnis zu erreichen, indem die Vorurteile ausgeräumt werden, die gewöhnlich die Hauptursachen der heutigen Konflikte sind. Dies ist von wesentlicher Bedeutung, um ein friedlicheres Zusammenleben zu verwirklichen.

Änderungsantrag 50
ERWÄGUNG 35

(35) Nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste besitzen das Potenzial, lineare Dienste teilweise zu ersetzen. Sie sollten daher im Rahmen des praktisch Durchführbaren die Produktion und Verbreitung europäischer Werke vorantreiben und damit einen aktiven Betrag zur Förderung der kulturellen Vielfalt leisten. Die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten durch die audiovisuellen Mediendienste wird regelmäßig zu überprüfen sein. Bei der Berichterstattung gemäß Artikel 3f Absatz 3 sollen die Mitgliedstaaten insbesondere auch auf den finanziellen Anteil solcher Dienste an der Produktion europäischer Werke und am Erwerb von Rechten an europäischen Werken, den Anteil europäischer Werke an der Gesamtpalette audiovisueller Mediendienste sowie die tatsächliche Nutzung der von solchen Diensten

(35) Nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste besitzen das Potenzial, lineare Dienste teilweise zu ersetzen. Sie sollten daher im Rahmen des praktisch Durchführbaren die Produktion und Verbreitung europäischer Werke vorantreiben und damit einen aktiven Betrag zur Förderung der kulturellen Vielfalt leisten. **Bei der Förderung nicht-linearer audiovisueller Mediendienste könnte die Unterstützung für europäische Werke zum Beispiel in einem Mindestanteil europäischer Werke proportional zum wirtschaftlichen Ergebnis oder einem Mindestanteil europäischer Werke in „Video-on-demand“-Katalogen oder in der attraktiven Präsentation europäischer Werke bei elektronischen Programmführern bestehen.** Die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten durch die audiovisuellen Mediendienste wird

angebotenen europäischen Werke durch die Verbraucher eingehen.

regelmäßig zu überprüfen sein. Bei der Berichterstattung gemäß Artikel 3f Absatz 3 sollen die Mitgliedstaaten insbesondere auch auf den finanziellen Anteil solcher Dienste an der Produktion europäischer Werke und am Erwerb von Rechten an europäischen Werken, den Anteil europäischer Werke an der Gesamtpalette audiovisueller Mediendienste sowie die tatsächliche Nutzung der von solchen Diensten angebotenen europäischen Werke durch die Verbraucher eingehen. **Bei der Berichterstattung sollten in entsprechender Weise auch die Werke unabhängiger Produzenten berücksichtigt werden.**

Begründung

Die Ergänzungen zeigen zum einem Möglichkeiten für die Förderung nicht-linearer audiovisueller Mediendienste auf und entsprechen zum anderen der Berichtspflicht.

Änderungsantrag 51 ERWÄGUNG 35 A (neu)

(35a) Akteure, die audiovisuelle Mediendienste lediglich bündeln oder weiterleiten oder Pakete derartiger Dienstleistungen zum Kauf anbieten, für welche sie keinerlei redaktionelle Verantwortung haben, sollten nicht als Mediendienstanbieter gelten. Demnach fällt das reine Bündeln, Weiterleiten oder Weiterverkaufen von Inhaltsangeboten, für welche sie keinerlei redaktionelle Verantwortung haben, nicht in den Anwendungsbereich dieser Richtlinie.

Begründung

Es sollte klargestellt werden, dass – zum jetzigen Zeitpunkt – das reine Bündeln, Weiterleiten oder Wiederverkaufen von Inhaltsangeboten, für die Dritte keine redaktionelle Verantwortung als Mediendienstanbieter haben, nicht in den Anwendungsbereich der Richtlinie fällt. Da die Anbieter keinerlei Einfluss und deshalb auch keine Kontrolle über solche Inhalte haben, ist diese Klarstellung erforderlich.

Änderungsantrag 52
ERWÄGUNG 36

(36) Bei der Umsetzung der Bestimmungen von Artikel 4 der geänderten Richtlinie 89/552/EWG sollten die Mitgliedstaaten **dafür sorgen, dass** die Fernsehveranstalter einen angemessenen Anteil europäischer Koproduktionen und nicht-einheimischer europäischer Werke berücksichtigen.

(36) Bei der Umsetzung der Bestimmungen von Artikel 4 der geänderten Richtlinie 89/552/EWG sollten die Mitgliedstaaten **geeignete Maßnahmen treffen, um** die Fernsehveranstalter **zu ermuntern**, einen angemessenen Anteil europäischer Koproduktionen und nicht-einheimischer europäischer Werke **zu** berücksichtigen.

Begründung

Die Mitgliedstaaten sind in der Lage, Maßnahmen zu treffen, um die Ausstrahlung nicht nur europäischer Werke einheimischen Ursprungs, sondern auch europäischer Werke nicht-einheimischen Ursprungs zu fördern.

Änderungsantrag 53
ERWÄGUNG 36 A (neu)

(36a) Mediendiensteanbieter sollten in ihre Dienste auch Werke von unabhängigen Produzenten einbeziehen, bei gebührender Wahrung der Rechte im Zusammenhang mit Wiederholungen solcher Werke und mit der fairen Aufteilung der Rechte bezüglich des geistigen Eigentums.

Begründung

Die Mehrfachverwendung von Programmen unabhängiger Produzenten verstößt gegen die Rechte am geistigen Eigentum der Produzenten.

Änderungsantrag 54
ERWÄGUNG 38

(38) Das Angebot an nicht-linearen Diensten steigert die Wahlmöglichkeiten des Verbrauchers. Detaillierte Bestimmungen über die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation sind daher für nicht-lineare Dienste weder gerechtfertigt noch aus

(38) Das Angebot an nicht-linearen Diensten steigert die Wahlmöglichkeiten des Verbrauchers. ***Die Mitgliedstaaten sollten daher in ihren nationalen Lehrplänen und Weiterbildungsprogrammen für ausreichende Aufklärung über kritische***

technischer Sicht sinnvoll.

Mediennutzung sorgen, damit die Einführung detaillierter Bestimmungen über die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation nicht notwendig wird.

Detaillierte Bestimmungen über die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation sind daher für nicht-lineare Dienste weder gerechtfertigt noch aus technischer Sicht sinnvoll.

Begründung

Wir brauchen medial mündige, medial reife, medial geschulte Bürger - anders wird die Medienexplosion in Folge von Digitalisierung nicht zu bewältigen sein. Auch der Wunsch nach Selbst- und Koregulierung setzt voraus, dass der Bürger im Umgang mit Medien versiert ist, dass er weiß, wie Medien funktionieren, was sie bewirken können und welche Interessen dahinter stecken.

Änderungsantrag 55 ERWÄGUNG 38 A (neu)

(38a) Das Recht auf Gegendarstellung ist ein im Online-Umfeld besonders geeignetes Rechtsmittel, da die Möglichkeit besteht, beanstandete Informationen sofort zu korrigieren. Das Recht sollte jedoch innerhalb einer angemessenen Frist nach Eingang des Antrags ausgeübt werden, und zwar zu einem Zeitpunkt und in einer Art und Weise, die angesichts des speziellen Programms, auf das sich der Antrag bezieht, als geeignet erscheinen. Der Gegendarstellung muss insbesondere die gleiche Bedeutung wie der beanstandeten Information beigemessen werden, damit der gleiche Nutzerkreis mit den gleichen Auswirkungen erreicht wird.

Begründung

Die Besonderheit nicht-linearer audiovisuelle Mediendienste muss beim Gegendarstellungsrecht angemessen berücksichtigt werden.

Änderungsantrag 56

ERWÄGUNG 40

(40) Aufgrund der geschäftlichen und technologischen Entwicklung haben die Nutzer eine immer größere Auswahl, damit aber auch eine größere Verantwortung bei der Nutzung audiovisueller Mediendienste. Damit die Ziele des allgemeinen Interesses angemessen verwirklicht werden können, müssen etwaige Vorschriften eine ausreichende Flexibilität in Bezug auf lineare audiovisuelle Mediendienste zulassen: Der Trennungsgrundsatz sollte auf Werbung und Teleshopping beschränkt, die Produktplatzierung sollte unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt und einige quantitative Beschränkungen sollten aufgehoben werden. Produktplatzierung, die den Charakter von Schleichwerbung hat, sollte jedoch verboten bleiben. Der Einsatz neuer Werbetechniken sollte durch den Trennungsgrundsatz nicht ausgeschlossen werden.

(40) Aufgrund der geschäftlichen und technologischen Entwicklung haben die Nutzer eine immer größere Auswahl, damit aber auch eine größere Verantwortung bei der Nutzung audiovisueller Mediendienste. Damit die Ziele des allgemeinen Interesses angemessen verwirklicht werden können, müssen etwaige Vorschriften eine ausreichende Flexibilität in Bezug auf lineare audiovisuelle Mediendienste zulassen: Der Trennungsgrundsatz sollte auf Werbung und Teleshopping beschränkt, die Produktplatzierung sollte **in bestimmten Fällen nach Maßgabe einer Positivliste** unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt und einige quantitative Beschränkungen sollten aufgehoben werden. Produktplatzierung, die den Charakter von Schleichwerbung hat, sollte jedoch verboten bleiben. Der Einsatz neuer Werbetechniken sollte durch den Trennungsgrundsatz nicht ausgeschlossen werden.

Begründung

Es bedarf der Klarstellung, dass Produktplatzierung nicht generell erlaubt ist, sondern nur für die in der Positivliste aufgeführten Fälle unter bestimmten Voraussetzungen.

Änderungsantrag 57 ERWÄGUNG 41

(41) **Abgesehen** von den Praktiken, die unter diese Richtlinie fallen, gilt die Richtlinie 2005/29/EG für unlautere Geschäftspraktiken, darunter auch für irreführende und aggressive Praktiken in audiovisuellen Mediendiensten. Da überdies die Richtlinie 2003/33/EG, die Werbung und Sponsoring für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse in Printmedien, Diensten der Informationsgesellschaft und in Hörfunksendungen verbietet, unbeschadet der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und

(41) **Die Kohärenz zwischen dieser Richtlinie und dem bestehenden Gemeinschaftsrecht muss gewährleistet sein. Demnach haben im Falle eines Konflikts zwischen den Bestimmungen dieser Richtlinie und einer Bestimmung eines anderen gemeinschaftlichen Rechtsakts, der bestimmte Aspekte des Zugangs zu einer audiovisuellen Mediendienstetätigkeit bzw. der Ausübung einer solchen Tätigkeit regelt, die Bestimmungen dieser Richtlinie Vorrang. Demzufolge ergänzt diese Richtlinie den gemeinschaftlichen Besitzstand. Somit gilt**

Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität gilt, sollte das Verhältnis zwischen Richtlinie 2003/33/EG und Richtlinie 89/552/EWG im Hinblick auf die besonderen Merkmale audiovisueller Mediendienste vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie ebenfalls unberührt bleiben. Artikel 88 Absatz 1 der Richtlinie 2001/83/EG, der die Öffentlichkeitswerbung für bestimmte Arzneimittel verbietet, gilt wie in Artikel 88 Absatz 5 vorgesehen, unbeschadet des Artikel 14 der Richtlinie 88/552/EWG; das Verhältnis zwischen Richtlinie 2001/83/EG und Richtlinie 89/552/EWG sollte vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie unberührt bleiben.

die Richtlinie 2005/29/EG, abgesehen von den Praktiken, die unter diese Richtlinie fallen, für unlautere Geschäftspraktiken, darunter auch für irreführende und aggressive Praktiken in audiovisuellen Mediendiensten. Da überdies die Richtlinie 2003/33/EG, die Werbung und Sponsoring für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse in Printmedien, Diensten der Informationsgesellschaft und in Hörfunksendungen verbietet, unbeschadet der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität gilt, sollte das Verhältnis zwischen Richtlinie 2003/33/EG und Richtlinie 89/552/EWG im Hinblick auf die besonderen Merkmale audiovisueller Mediendienste vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie ebenfalls unberührt bleiben. Artikel 88 Absatz 1 der Richtlinie 2001/83/EG, der die Öffentlichkeitswerbung für bestimmte Arzneimittel verbietet, gilt wie in Artikel 88 Absatz 5 vorgesehen, unbeschadet des Artikel 14 der Richtlinie 88/552/EWG; das Verhältnis zwischen Richtlinie 2001/83/EG und Richtlinie 89/552/EWG sollte vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie unberührt bleiben. **Ferner lässt diese Richtlinie die Verordnung .../... des Europäischen Parlaments und des Rates über Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel unberührt.**

Begründung

Um Rechtssicherheit zu bieten, muss das Verhältnis zwischen dieser Richtlinie und dem bestehenden Rechtsrahmen geklärt werden.

Änderungsantrag 58
ERWÄGUNG 42

(42) Da die Zuschauer aufgrund der zunehmenden Anzahl neuer Dienste nun

(42) In Anbetracht des zunehmenden Einsatzes neuer Technologien wie

eine größere Auswahl haben, sind detaillierte Vorschriften über Werbeeinschübe zum Schutz der Zuschauer nicht mehr notwendig. Durch diese Richtlinie soll **nicht die zulässige Werbedauer pro Stunde erhöht, sondern** den Fernsehveranstaltern eine größere Flexibilität eingeräumt werden, sofern dadurch nicht der Gesamtzusammenhang der Programme in Frage gestellt wird.

persönlicher Videorecorder und der zunehmenden Auswahl an Fernsehkanälen sind detaillierte Vorschriften über Werbeeinschübe zum Schutz der Zuschauer nicht mehr notwendig. Durch diese Richtlinie soll den Fernsehveranstaltern eine größere Flexibilität eingeräumt werden, sofern dadurch nicht der Gesamtzusammenhang der Programme in Frage gestellt wird.

Begründung

Die Technologie hat einen Punkt erreicht, an dem es leicht ist, traditionelle Werbespots zu überspringen. Es ist deshalb ein größeres Maß an Flexibilität erforderlich, um die Lebensfähigkeit frei empfangbarer Fernsehprogramme und eine größere kulturelle Vielfalt zu gewährleisten.

Änderungsantrag 59 ERWÄGUNG 43

(43) Die Richtlinie dient der Wahrung des eigenen Charakters der europäischen Fernsehlandschaft **und beschränkt deshalb die Möglichkeiten der Unterbrechung von Kinospielefilmen und Fernsehfilmen sowie bestimmter anderer Programm Kategorien, die noch eines gewissen Schutzes bedürfen.**

(43) Die Richtlinie dient der Wahrung des eigenen Charakters der europäischen Fernsehlandschaft. **Werbung und Teleshopping-Spots können während der Programme nur so eingefügt werden, dass die Integrität und der Wert des Programms, unter Berücksichtigung der natürlichen Unterbrechungen sowie der Dauer und des Charakters des Programms oder die Rechte der Rechteinhaber nicht beeinträchtigt werden.**

Begründung

Anbieter audiovisueller Mediendienste, die in kostenintensive Originalinhalte wie Fernsehfilme oder Kinofilme investieren, müssen in die Lage versetzt werden, diese Art von wertvollen Inhalten zu refinanzieren. Da diese wertvollen Inhalte kostenintensiv und von großer Bedeutung für den Ruf des Unternehmens sind, wird Werbung auf behutsame und verantwortungsvolle Weise eingefügt, so dass wertvolle Inhalte nicht durch zu viel oder schlecht platzierte Werbung beeinträchtigt werden. Beschränkungen bei den Möglichkeiten zur Einfügung von Werbung in Filmen wird die Finanzierung dieser Inhalte beeinträchtigen. Als Folge davon könnten in Zukunft Anbieter audiovisueller Mediendienste von einer Fortführung ihrer Investitionen in Filme absehen. Eine allgemeine Regel über den Schutz der Integrität von Filmen und über den Programmfluss sowie über den Schutz der Urheberrechte wird das Ziel unterstützen, dass auch in Zukunft in Filme investiert wird.

Änderungsantrag 60
ERWÄGUNG 46

(46) Produktplatzierung ist eine Tatsache in Kinofilmen und audiovisuellen Fernsehproduktionen, sie wird aber von den Mitgliedstaaten unterschiedlich geregelt. Um gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen und damit die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Medien zu verbessern, ist es notwendig, Regelungen für die Produktplatzierung zu treffen. Die **hier eingeführte** Bestimmung des Begriffs „Produktplatzierung“ umfasst alle Formen audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, eines Dienstes oder der entsprechenden Marke bzw. der Bezugnahme darauf besteht, so dass diese innerhalb eines Programms erscheinen, üblicherweise gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung. **Dafür** gelten die gleichen qualitativen Vorschriften und Beschränkungen wie für die Werbung.

(46) Produktplatzierung ist eine Tatsache in Kinospielefilmen und audiovisuellen Fernsehproduktionen, sie wird aber von den Mitgliedstaaten unterschiedlich geregelt. Um gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen und damit die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Medien zu verbessern, ist es notwendig, Regelungen für die Produktplatzierung zu treffen. **Sachdienlich ist eine Positivliste, die Produktplatzierung für Formate zulässt, deren übergeordneter Stellenwert nicht die Meinungsbildungsfunktion ist, sowie für Fälle, in denen für die Produktplatzierung keine beziehungsweise nur eine geringfügige Gegenleistung erbracht wurde.** Die Bestimmung des Begriffs „Produktplatzierung“ umfasst alle Formen audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, eines Dienstes oder der entsprechenden Marke bzw. der Bezugnahme darauf besteht, so dass diese innerhalb eines Programms erscheinen, üblicherweise gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung. **Sie kann im Zur-Verfügung-Stellen von geldwerten Leistungen bestehen, für die ansonsten eigene finanzielle, personelle oder sachliche Mittel hätten aufgewendet werden müssen. Für Produktplatzierung gelten die gleichen qualitativen Vorschriften und Beschränkungen wie für die Werbung. Sie sollte außerdem besonderen Anforderungen genügen. So darf die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters nicht beeinträchtigt werden. Insbesondere sollte durch die Einbeziehung des Produkts in die Handlung des Programms nicht der Eindruck entstehen, dass das Produkt vom Programm oder seinen Darbietern**

unterstützt wird. Des Weiteren darf das Produkt nicht "übermäßig hervorgehoben" werden. Eine Hervorhebung ist unzulässig, wenn sie nicht durch redaktionelle Erfordernisse des Programms oder die Notwendigkeit der Darstellung der Lebenswirklichkeit gerechtfertigt ist. Die Unzulässigkeit kann sich aus dem wiederholten Auftreten der betreffenden Marken, Waren oder Dienstleistungen oder aus der Art und Weise ihrer Hervorhebung ergeben. Dabei ist auch der Inhalt des Programms zu berücksichtigen, in das sie eingefügt werden. Dem Verbraucherschutz und der Transparenz wird durch eine umfangreiche Kennzeichnungspflicht Rechnung getragen. Die während des Programms eingeblendete Kennzeichnung darf nicht dem Logo des Unternehmens, das das Produkt bereitstellt, entsprechen, um keine zusätzlichen Werbeeffekte herbeizuführen. Aus diesem Grund sollte ein neutrales Logo gewählt werden.

Begründung

Zur Regulierung der Produktplatzierung ist ein Positivkatalog sachdienlich, der deren Zulässigkeit für Fälle vorsieht, in denen die Meinungsbildungsfunktion keinen übergeordneten Stellenwert einnimmt, beziehungsweise die Gefahr der Einflussnahme auf den redaktionellen Inhalt gering ist.

Das Merkmal der unzulässigen Hervorhebung wird in Anlehnung an die Ausführungen in der Mitteilung der Kommission zu Auslegungsfragen in Bezug auf bestimmte Aspekte der Richtlinie "Fernsehen ohne Grenzen" über die Fernsehwerbung (2004C 102/02) definiert.

Änderungsantrag 61 ERWÄGUNG 46 A (neu)

(46a) ‚Produktionshilfen‘: die aus redaktionellen Gründen ohne Entgelt oder ähnliche Gegenleistung eingesetzte Erwähnung oder Darstellung von Waren oder Dienstleistungen. Um die Abgrenzung zum "Product Placement" im Sinne dieser Richtlinie zu erreichen, sollten die rechtlichen Rahmenbedingungen für den Einsatz der

*in allen Programmformaten zulässigen
Produktionshilfen geklärt sein.*

Begründung

Durch die Einfügung von Product Placement in dieser Richtlinie ist es notwendig, auch den rechtlichen Status von Produktionshilfen zu klären.

Änderungsantrag 62
ERWÄGUNG 46 B (neu)

(46b) ‚übermäßige Hervorhebung‘ liegt vor, wenn durch die wiederkehrende Darstellung der fraglichen Marke, Ware oder Dienstleistung oder durch die Art ihrer Präsentation Produkte im Rahmen von Produktionshilfen oder Produktplatzierung übermäßig hervorgehoben werden, und zwar unter Berücksichtigung des Inhalts der Programme, in denen sie auftreten.

Begründung

Für die Identifizierung von Produktplatzierung ist "übermäßige Hervorhebung" ein zentrales Kriterium und soll deshalb besser definiert werden.

Änderungsantrag 63
ERWÄGUNG 47

(47) Die Regulierungsbehörden sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur Medienvielfalt beitragen können. Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen.

(47) Die Regulierungsbehörden sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur Medienvielfalt beitragen können. Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen. ***In gleichem Maße ist die enge Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten und den Regulierungsbehörden der***

Mitgliedstaaten von besonderer Bedeutung in Bezug auf die Wirkung, die die in einem Mitgliedstaat niedergelassenen Fernsehveranstalter möglicherweise in einem anderen Mitgliedstaat haben. Sind im innerstaatlichen Recht Zulassungsverfahren vorgesehen und ist mehr als ein Mitgliedstaat betroffen, so ist es wünschenswert, dass vor der Erteilung von Zulassungen Kontakte zwischen den jeweiligen zuständigen Behörden ermöglicht werden. Diese Zusammenarbeit sollte sich auf alle durch diese Richtlinie und insbesondere durch die Artikel 2, 2a und 3 koordinierten Bereiche erstrecken.

Änderungsantrag 64
ERWÄGUNG 47 A (neu)

(47a.) Die kulturelle Vielfalt, die Meinungsfreiheit und der Medienpluralismus der Kommunikationsmittel sind wichtige Aspekte des europäischen audiovisuellen Sektors und stellen somit auch unabdingbare Voraussetzungen zur Wahrung von Demokratie und Vielfalt dar.

Begründung

Ein stärker integrierter Ansatz in Bezug auf die speziellen Merkmale des europäischen audiovisuellen Sektors ist notwendig.

Änderungsantrag 65
ERWÄGUNG 47 B (neu)

(47b) Das Recht von Menschen mit Behinderungen, älteren Menschen und Nicht-EU-Bürgern, die eine andere Muttersprache haben als die Sprache ihres Aufnahmelandes, auf Teilnahme am sozialen und kulturellen Leben der Gemeinschaft gemäß den Artikeln 25 und

26 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union ist untrennbar mit der Bereitstellung zugänglicher audiovisueller Mediendienste verbunden. Die Zugänglichkeit audiovisueller Mediendienste umfasst, beschränkt sich jedoch nicht auf Gebärdensprache, Untertitelung, akustische Beschreibung und leicht verständliche Menüführung.

Änderungsantrag 66
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe a (Richtlinie 89/552/EWG)

a) ‚audiovisueller Mediendienst‘: eine Dienstleistung im Sinne von Artikel 49 und 50 EG-Vertrag, 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 Artikel 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlamentes und der Rates besteht.

a) ‚audiovisueller Mediendienst‘: eine **unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendienstanbieters erbrachte** Dienstleistung im Sinne von Artikel 49 und 50 EG-Vertrag, deren Hauptzweck **das Angebot von Programmen, die aus bewegten Bildern** mit oder ohne Ton zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne von Artikel 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlamentes und der Rates **bestehen, und/oder die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation ist.**

Er umfasst nicht Dienste, bei denen die Bereitstellung audiovisueller Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellt und nicht Hauptzweck des Dienstes ist, ebenso wenig die Presse in gedruckter oder elektronischer Fassung.

Begründung

Zur besseren Abgrenzung audiovisueller Mediendienste von anderen audiovisuellen Diensten soll klargestellt werden, dass das Angebot bewegter Bilder aus Programmen besteht, für die der Mediendienstanbieter die redaktionelle Verantwortung (siehe Artikel 1 Buchstabe b des Vorschlags der Kommission) trägt. Zur Klarstellung wird bestätigt, dass die gedruckte und elektronische Presse nicht in den Anwendungsbereich der Richtlinie fallen.

Änderungsantrag 67

ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe b (Richtlinie 89/552/EWG)

b) ‚Mediendienstanbieter‘: die natürliche oder juristische Person, welche die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese organisiert werden.

b) ‚Mediendienstanbieter‘: die natürliche oder juristische Person, welche die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese organisiert werden.
Dies beinhaltet keine natürlichen oder juristischen Personen, die Inhalte, für welche die redaktionelle Verantwortung bei Dritten liegt, lediglich weiterleiten.

Begründung

Die Weiterleitung von Inhaltsangeboten, für die die redaktionelle Verantwortung als Mediendienstanbieter bei Dritten liegt, fällt für sich allein nicht in den Anwendungsbereich der Richtlinie.

Änderungsantrag 68
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe c (Richtlinie 89/552/EWG)

c) ‚Fernsehsendung‘: ein ***linearer*** audiovisueller Mediendienst, bei dem ***ein*** Mediendienstanbieter ***den Zeitpunkt, zu dem ein bestimmtes Programm übertragen wird, und den Programmplan festlegt.***

c) ‚Fernsehsendung‘ ***oder ,linearer Dienst‘***: ein audiovisueller Mediendienst, bei dem ***eine chronologische Folge von Programmen zu einem vom Mediendienstanbieter gemäß einem festen Programmplan festgelegten Zeitpunkt an eine unbestimmte Anzahl möglicher Zuschauer übertragen wird.***

Begründung

Klärung des Begriffes der Fernsehsendung als zeitgleiches Programmangebot aufgrund eines festen Programmschemas an eine unbegrenzte Zahl von Zuschauern.

Änderungsantrag 69
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe e (Richtlinie 89/552/EWG)

e) ‚nicht-linearer Dienst‘: ein audiovisueller Mediendienst, bei dem der Nutzer ***aufgrund eines vom***

e) ‚***Abrufdienst‘ oder ,nicht-linearer Dienst‘***: ein audiovisueller Mediendienst, ***der aus einem Angebot audiovisueller***

Mediendienstanbieter *ausgewählten Inhaltsangebots den Zeitpunkt festlegt, zu dem ein bestimmtes Programm übertragen wird.*

Inhalte besteht, das ein Mediendienstanbieter redaktionell bearbeitet und zusammenstellt und bei dem der Nutzer individuell zu einem Zeitpunkt seiner Wahl aus einem Inhaltsangebot die Bereitstellung eines bestimmten Programms abruf.

Begründung

Klarstellung des Begriffes "nicht-linearer Dienst" als Mediendienst auf Abruf.

Änderungsantrag 70
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe f (Richtlinie 89/552/EWG)

f) ‚audiovisuelle kommerzielle Kommunikation‘: bewegte Bilder mit oder ohne Ton, die **audiovisuelle Mediendienste begleiten** und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen.

f) ‚audiovisuelle kommerzielle Kommunikation‘: bewegte Bilder mit oder ohne Ton, die **im Rahmen eines audiovisuellen Mediendienstes oder - in Fällen, wie Sendern, die dem Teleshopping gewidmet sind - als audiovisueller Mediendienst übertragen werden** und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen.

Begründung

Formulierung entsprechend der verschiedenen Werbeformen.

Änderungsantrag 71
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe h (Richtlinie 89/552/EWG)

h) ‚Schleichwerbung‘: die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, des Namens, der Marke oder der Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom

h) ‚Schleichwerbung‘ die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marke oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom

Fernsehveranstalter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich ihres eigentlichen Zwecks irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

Mediendiensteanbieter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich ihres eigentlichen Zwecks irreführen kann; Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

Begründung

Schleichwerbung sollte auch in nicht-linearen Diensten verboten sein.

Änderungsantrag 72
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe h a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

ha) ‚Produktintegration und Themenplatzierung‘ : Eingriff eines Unternehmens oder eines Organs jedweder Art zwecks Förderung des Absatzes von Waren, Dienstleistungen oder Marken in die Handlung eines Films oder einer Romanverfilmung.

Begründung

Diese Definition ist von zentraler Bedeutung, um zu klären, was Themenplatzierung bedeutet.

Änderungsantrag 73
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe i (Richtlinie 89/552/EWG)

i) ‚Sponsoring‘: jeder Beitrag eines nicht mit der Erbringung audiovisueller Mediendienste oder der Produktion audiovisueller Werke befassten öffentlichen oder privaten Unternehmens zur Finanzierung audiovisueller Mediendiensten mit dem Ziel, seinen Namen, seine Marke, sein Erscheinungsbild, seine Tätigkeiten oder seine Produkte zu fördern.

i) ‚Sponsoring‘: jeder Beitrag eines nicht mit der Erbringung audiovisueller Mediendienste oder der Produktion audiovisueller Werke befassten öffentlichen oder privaten Unternehmens ***oder einer nicht damit befassten natürlichen Person*** zur ***direkten oder indirekten*** Finanzierung audiovisueller Mediendienste mit dem Ziel, dessen/deren Namen, Marke, Erscheinungsbild, Tätigkeiten oder Produkte zu fördern.

Änderungsantrag 74
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe i a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

ia) ‚Telepromotion‘: eine Form der Werbung, die die Darstellung von Waren oder Dienstleistungen oder eine mündliche oder visuelle Präsentation von Diensten und Waren eines Anbieters umfasst, die als Teil eines Programms zur Förderung des Absatzes von Waren oder Dienstleistungen ausgestrahlt wird, die gegen Entgelt dargestellt oder gezeigt werden.

Begründung

Il concetto di “telepromozione” costituisce una particolare forma di realizzazione di “audiovisual commercial communications” che richiede quindi una definizione specifica. Si rammenta che la telepromozione, sotto il profilo definitorio, ha ricevuto già una sorta di “timido” riconoscimento e di inclusione nella “Comunicazione interpretativa” dell’aprile 2004. Come le altre forme di pubblicità, le telepromozioni devono avere delle limitazioni temporali nell’ambito della programmazione e poiché la revisione della direttiva sopprime il limite giornaliero le telepromozioni non possono non essere incluse nel tetto orario.

Änderungsantrag 75
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k (Richtlinie 89/552/EWG)

k) ‚Produktplatzierung‘: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, 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.

k) ‚Produktplatzierung‘: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, eines Dienstes oder der entsprechenden Marke bzw. der Bezugnahme darauf besteht, so dass diese innerhalb eines audiovisuellen Mediendienstes erscheinen, gegen ***oder ohne*** Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ***zugunsten des Mediendiensteanbieters.***

Sie umfasst jedoch nicht Kommunikationen als Folge unabhängiger redaktioneller Entscheidungen, Produkte zu verwenden, die integrierender Bestandteil eines Programms sind und dessen Produktion

erleichtern, wie beispielsweise im Rahmen von Programmen verteilte Gewinne, nebensächliche Gegenstände, Merchandisingprodukte und Requisiten, ohne sie jedoch übermäßig in den Vordergrund zu stellen.

Änderungsantrag 76
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

ka) ‚Produktionshilfen‘: ohne Entgelt oder andere Gegenleistung zur Verfügung gestellte Waren oder Dienstleistungen, die aus redaktionellen Gründen eingesetzt werden.

Begründung

Klarstellung gegenüber Produktplatzierung.

Änderungsantrag 77
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k b (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

kb) ‚Programm‘: eine Kombination von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die einzelne Bestandteile innerhalb eines Programmplans oder eines von einem Mediendiensteanbieter zusammengestellten Katalogs bilden.

Änderungsantrag 78
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k c (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

kc) ‚Ko-Regulierung‘: eine Form von Regulierung, die auf Zusammenarbeit zwischen öffentlichen Behörden und Selbstregulierungsorganen beruht.

Begründung

Es kommt darauf an, zusätzliche Definitionen zu geben.

Änderungsantrag 79
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k d (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

kd) ‚redaktionelle Verantwortung‘: die Verantwortung für die Zusammenstellung des Programmplans oder von für die allgemeine Öffentlichkeit bestimmten Programmen in professioneller Machart für eine Ausstrahlung von medialen Inhalten in einem festgelegten Zeitrahmen oder zum Abruf aus einem Katalog.

Begründung

Der Begriff „redaktionelle Verantwortung“ ist von großer Bedeutung für den Anwendungsbereich der Richtlinie und bedarf deshalb der Definition.

Änderungsantrag 80
ARTIKEL 1 NUMMER 3 BUCHSTABE F
Artikel 2 Absatz 6 (Richtlinie 89/552/EWG)

„6. Diese Richtlinie gilt nicht für audiovisuelle Mediendienste, die ***ausschließlich zum Empfang in Drittländern bestimmt sind und die*** mit gewöhnlichen Verbraucherendgeräten nicht unmittelbar oder mittelbar von der Allgemeinheit in einem oder mehreren Mitgliedstaaten empfangen werden.“

„6. Diese Richtlinie gilt nicht für audiovisuelle Mediendienste, die mit gewöhnlichen Verbraucherendgeräten nicht unmittelbar oder mittelbar von der Allgemeinheit in einem oder mehreren Mitgliedstaaten empfangen werden.“

Begründung

This Directive is intended (among other issues) to provide good service standards for European consumers of audiovisual media services. There is no reason to consider that citizens in other countries should be granted European audiovisual media services with lower standards than the ones that apply to EU. A good example from EU in this matter can have a global positive impact on the evolution of this sector.

Änderungsantrag 81
ARTIKEL 1 NUMMER 3 BUCHSTABE G
Artikel 2 Absätze 7, 8, 9 und 10 (Richtlinie 89/552/EWG)

**g) Folgende Absätze 7, 8, 9 und 10 werden entfällt
hinzugefügt:**

„7. Ein Mitgliedstaat kann zur Bekämpfung missbräuchlichen oder betrügerischen Verhaltens geeignete Maßnahmen gegen einen Mediendiensteanbieter ergreifen, der in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen ist, wenn dessen Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend auf das Hoheitsgebiet des ersten Mitgliedstaates ausgerichtet ist. Dies muss im Einzelfall vom erstgenannten Mitgliedstaat nachgewiesen werden.

8. Die Mitgliedstaaten dürfen Maßnahmen gemäß Absatz 7 nur ergreifen, wenn alle folgenden Voraussetzungen erfüllt sind:

- a) Der Empfangsmitgliedstaat fordert den Mitgliedstaat, in dem der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist, zur Ergreifung von Maßnahmen auf;**
- b) der aufgeforderte Mitgliedstaat ergreift keine derartigen Maßnahmen;**
- c) der Empfangsmitgliedstaat teilt der Kommission und den Mitgliedstaat, in dem der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist, seine Absicht mit, derartige Maßnahmen zu ergreifen;**
- d) die Kommission entscheidet, dass die Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind.**

9. Alle gemäß Absatz 7 getroffenen Maßnahmen müssen objektiv notwendig sein, auf nicht-diskriminierende Weise angewandt werden, zur Erreichung der damit verfolgten Ziele geeignet sein und dürfen nicht über das für die Erreichung dieses Ziels erforderliche Maß hinausgehen.

10. Die Kommission trifft ihre

Entscheidung binnen drei Monaten nach der gemäß Absatz 8 eingegangenen Mitteilung. Entscheidet die Kommission, dass die Maßnahme mit dem Gemeinschaftsrecht unvereinbar ist, darf der betreffende Mitgliedstaat die vorgeschlagenen Maßnahmen nicht ergreifen.“

Änderungsantrag 82
ARTIKEL 1 NUMMER 4 BUCHSTABE B
Artikel 2a Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

(b) ***In Absatz 2 wird der Wortlaut „Artikel 22a“ durch „Artikel 3e“ ersetzt.***

b) Absatz 2 ***erhält folgende Fassung:***

„(2) Die Mitgliedstaaten können vorübergehend von Absatz 1 abweichen, wenn die folgenden Bedingungen erfüllt sind:

a) Mit einem ***audiovisuellen Mediendienst*** aus einem anderen Mitgliedstaat wird in offensichtlicher, ernster und schwerwiegender Weise gegen ***Artikel 22 Absätze 1 oder 2 und/oder Artikel 3d oder 3e*** verstoßen;

b) ***der Mediendienstanbieter*** hat während der vorangegangenen zwölf Monate bereits mindestens zweimal gegen die Vorschriften des Buchstabens a) verstoßen;

c) der betreffende Mitgliedstaat hat ***dem Mediendienstanbieter, dem Mitgliedstaat, in dem dieser niedergelassen ist, und*** der Kommission schriftlich die behaupteten Verstöße sowie die von ihm für den Fall erneuter Verstöße beabsichtigten Maßnahmen mitgeteilt;

d) die Konsultationen mit dem ***Niederlassungsmitgliedstaat*** und der Kommission haben innerhalb von 15 Tagen ab der unter Buchstabe c) genannten Mitteilung zu keiner gütlichen Regelung geführt, und es kommt zu einem erneuten Verstoß.“

Begründung

Auch bei nicht- linearen Mediendiensten sollte wie bisher schon beim Fernsehen eine Reaktion im Fall besonders schwerer Verstöße möglich sein.

Änderungsantrag 83
ARTIKEL 1 NUMMER 4 BUCHSTABE B
Artikel 2 a Absatz 2 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

2a. Die Mitgliedstaaten können in dringlichen Fällen vorübergehende Maßnahmen ergreifen, um von Absatz 1 abzuweichen, ohne dass die in Absatz 2 Buchstaben b, c und d genannten Bedingungen erfüllt sind. Wenn dies der Fall ist, müssen die Maßnahmen so bald wie möglich und unter Angabe der Gründe, aus denen der Mitgliedstaat der Auffassung ist, dass es sich um einen dringlichen Fall handelt, der Kommission und dem Mitgliedstaat, in dem der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist, mitgeteilt werden.

Änderungsantrag 84
ARTIKEL 1 NUMMER 4 BUCHSTABE B
Artikel 2 a Absatz 2 b (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

2b. Die Kommission trifft innerhalb einer Frist von zwei Monaten ab dem Zeitpunkt der Mitteilung der Maßnahmen durch den Mitgliedstaat eine Entscheidung über die Vereinbarkeit der Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht. Im Fall einer negativen Entscheidung muss der betreffende Mitgliedstaat die beanstandeten Maßnahmen unverzüglich einstellen.

Änderungsantrag 85
ARTIKEL 1 NUMMER 4 BUCHSTABE B
Artikel 2 a Absatz 3 (Richtlinie 89/552/EWG)

3. Absatz 2 lässt die Anwendung

3. Absatz 2 lässt die Anwendung

entsprechender Verfahren, Rechtsmittel oder Sanktionen bezüglich der betreffenden Verstöße in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der **Fernsehveranstalter** unterworfen ist, unberührt.

entsprechender Verfahren, Rechtsmittel oder Sanktionen bezüglich der betreffenden Verstöße in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der **Mediendiensteanbieter** unterworfen ist, unberührt.

Änderungsantrag 86
ARTIKEL 1 NUMMER 5
Artikel 3 Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Die Mitgliedstaaten können für die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter strengere oder ausführlichere Bestimmungen in den von dieser Richtlinie erfassten Bereichen vorschreiben.

1. Die Mitgliedstaaten können für die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter strengere oder ausführlichere Bestimmungen in den von dieser Richtlinie erfassten Bereichen vorschreiben, **sofern diese Bestimmungen nicht allgemeinen Grundsätzen des EU-Rechts zuwiderlaufen.**

Änderungsantrag 87
ARTIKEL 1 NUMMER 5
Artikel 3 Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1a. Wenn ein Mitgliedstaat:

a) sein Recht nach Absatz 1 in Anspruch genommen hat, um im Allgemeininteresse liegende ausführlichere oder strengere Bestimmungen zu erlassen, und

b) zu dem Schluss gelangt, dass ein der Rechtshoheit eines anderen Mitgliedstaats unterworfenen Mediendiensteanbieter seine Tätigkeit ganz oder größtenteils auf sein Gebiet ausrichtet,

kann er sich mit dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, in Verbindung setzen, um für auftretende Schwierigkeiten eine beiderseits zufrieden stellende Lösung zu finden. Auf begründetes Ersuchen des erstgenannten Mitgliedstaats fordert der Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der

Mediendiensteanbieter unterworfen ist, diesen auf, die betreffenden im Allgemeininteresse liegenden Bestimmungen einzuhalten. Der Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, unterrichtet den erstgenannten Mitgliedstaat binnen zwei Monaten über die im Anschluss an das Ersuchen erzielten Ergebnisse.

Änderungsantrag 88
ARTIKEL 1 NUMMER 5
Artikel 3 Absatz 1 b (neu) Richtlinie 89/552/EWG)

1b. Gelangt der erstgenannte Mitgliedstaat zu dem Schluss:

a) dass die durch die Anwendung von Absatz 1 erzielten Ergebnisse nicht zufrieden stellend sind und

b) dass sich der betreffende Mediendiensteanbieter in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit er unterliegt, niedergelassen hat, um die strengeren Bestimmungen in den durch diese Richtlinie koordinierten Bereichen zu umgehen, denen er unterliegen würde, wenn er im erstgenannten Mitgliedstaat niedergelassen wäre, so kann dieser gegen den betreffenden Mediendiensteanbieter angemessene Maßnahmen ergreifen, um missbräuchliches oder betrügerisches Verhalten zu verhindern.

Diese Maßnahmen müssen objektiv notwendig sein, auf nicht diskriminierende Weise angewandt werden, zur Erreichung der damit verfolgten Ziele geeignet sein und dürfen nicht über das dafür erforderliche Maß hinausgehen.

Änderungsantrag 89

ARTIKEL 1 NUMMER 5
Artikel 3 Absatz 1 c (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1c. Ein Mitgliedstaat darf Maßnahmen gemäß Absatz 1b nur ergreifen, wenn alle folgenden Voraussetzungen erfüllt sind:
a) Er hat der Kommission und dem Mitgliedstaat, in dem der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist, seine Absicht mitgeteilt, derartige Maßnahmen zu ergreifen, und angegeben, auf welcher Grundlage er die Ergreifung der Maßnahmen vorschlägt;
b) die Kommission entscheidet, dass die Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind und dass insbesondere die Gründe, aus denen der Mitgliedstaat die Maßnahmen gemäß den Absätzen 1a und 1b vorschlägt, fundiert sind.

Änderungsantrag 90
ARTIKEL 1 NUMMER 5
Artikel 3 Absatz 1 d (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1d. Die Kommission trifft ihre Entscheidung binnen drei Monaten nach der gemäß Absatz 1c Buchstabe a eingegangenen Mitteilung. Entscheidet die Kommission, dass die Maßnahme mit dem Gemeinschaftsrecht unvereinbar ist, darf der betreffende Mitgliedstaat die vorgeschlagenen Maßnahmen nicht ergreifen.

Änderungsantrag 91
ARTIKEL 1 NUMMER 5
Artikel 3 Absatz 3 (Richtlinie 89/552/EWG)

3. Die Mitgliedstaaten fördern Regelungen zur Co-Regulierung in den von dieser Richtlinie koordinierten Bereichen. Solche Regelungen müssen derart gestaltet sein, dass sie von den hauptsächlich Beteiligten allgemein anerkannt werden und dass eine wirksame Durchsetzung gewährleistet ist.

3. Die Mitgliedstaaten fördern Regelungen zur **Selbst- und/ oder** Ko-Regulierung **auf nationaler Ebene** und Selbstregulierung in den von dieser Richtlinie koordinierten Bereichen. Solche Regelungen müssen derart gestaltet sein, dass sie von den hauptsächlich Beteiligten **in dem**

betreffenden Mitgliedstaat allgemein anerkannt werden und dass eine wirksame Durchsetzung gewährleistet ist.

Änderungsantrag 92
ARTIKEL 1 NUMMER 5
Artikel 3 Absatz 3 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

**3a. Verhältnis zum geltenden
Gemeinschaftsrecht**

Widersprechen Bestimmungen dieser Richtlinie einer Bestimmung eines anderen Gemeinschaftsrechtsaktes, die Aspekte des Zugangs zu einer Tätigkeit im Bereich audiovisueller Mediendienste bzw. deren Ausübung regelt, so haben die Bestimmungen dieser Richtlinie Vorrang.

Begründung

La relation entre la proposition de directive sur les services de média audiovisuel et d'autres actes communautaires n'a pas été clarifiée dans ladite proposition. Aussi, en cas de conflit entre les dispositions de la proposition de directive sur les services de média audiovisuel et d'autres actes communautaires, une incertitude demeure quant à la primauté des dispositions de cette directive sur une disposition d'un autre acte communautaire.

Pour plus de sécurité juridique, nous proposons que soit insérée dans la directive sur les services de média audiovisuel, une nouvelle disposition afin d'assurer que cette directive prévaudra en cas de conflit avec un autre acte communautaire.

Änderungsantrag 93
ARTIKEL 1 NUMMER 5
Artikel 3 Absatz 3 b (neu)

3b. Die Mitgliedstaaten fördern mit geeigneten Mitteln die Entwicklung von Medienkompetenz unter den Verbrauchern.

Begründung

Medienkompetenz bezieht sich auf die notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse sowie das nötige Verständnis für eine effektive Nutzung der Medien durch die Verbraucher. Sie wird immer mehr zu einem fundamentalen Bestandteil der europäischen und nationalen Programme zur Kommunikationspolitik, da sie die Regulierung aktiv ergänzt und

untermauert. Wichtige Initiativen werden auf europäischer und nationaler Ebene entwickelt, um die Medienkompetenz der Menschen zu verbessern, so dass sie die Vorteile der Digitaltechnologien vollständig nutzen können. Die Richtlinie über die audiovisuellen Mediendienste sollte diese Bemühungen anerkennen und Orientierung bieten.

Änderungsantrag 94
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 b Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. **Die** Mitgliedstaaten *sorgen* dafür, dass der Zugang zu Ereignissen, die von großem öffentlichen Interesse sind und die von einem ihrer Rechtshoheit unterliegenden Fernsehveranstalter übertragen werden, zum Zwecke der Kurzberichterstattung Fernsehveranstaltern, die in anderen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, nicht verwehrt wird.

1. **Gemäß dem Prinzip des freien Zugangs zu Informationen, das insbesondere in Artikel 11 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union verankert ist, und vorbehaltlich der zwischen den Fernsehveranstaltern bestehenden vertraglichen Vereinbarungen sorgen die** Mitgliedstaaten dafür, dass der *freie, zweckmäßige und gleichberechtigte* Zugang zu Ereignissen, die von großem öffentlichen Interesse sind und die von einem ihrer Rechtshoheit unterliegenden Fernsehveranstalter übertragen werden, zum Zwecke der Kurzberichterstattung – **auch zum Zwecke europaweiter Ausstrahlung von Berichterstattung** – Fernsehveranstaltern, die in anderen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, nicht verwehrt wird.
Der Fernsehveranstalter, der solchen Zugang gewährt, hat Anspruch auf eine entsprechende Kompensation.

Änderungsantrag 95
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 b Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Die Fernsehveranstalter oder Vermittler können **diese Kurznachrichtenausschnitte** frei aus dem Sendesignal des übertragenden Fernsehveranstalters auswählen, müssen dabei aber mindestens ihre Quelle angeben.

2. Die Fernsehveranstalter oder Vermittler können **kurze Auszüge** frei aus dem Sendesignal des übertragenden Fernsehveranstalters auswählen, müssen dabei aber mindestens ihre Quelle angeben.
Solche Auszüge werden ausschließlich für Nachrichtenzwecke verwendet.

Änderungsantrag 96
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 b Absatz 2 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

2a. Die Bestimmungen dieses Artikels gelten unbeschadet der Pflicht der einzelnen Fernsehveranstalter, das Urheberrecht, einschließlich der Richtlinie 2001/29/EG und/oder des Abkommens von Rom, des „Internationalen Abkommens über den Schutz der ausübenden Künstler, der Hersteller von Tonträgern und der Sendeunternehmen“ vom 26. Oktober 1961, zu beachten, und berühren diese Pflicht in keiner Weise.

Änderungsantrag 97
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 b Absatz 2 b (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

2b. Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die Modalitäten und Bedingungen, die die Verwendung solcher kurzen Auszüge regeln, festgelegt sind, insbesondere ihre maximale Länge, zeitliche Beschränkungen ihrer Übertragung und Anforderungen für die Identifizierung des Gastfernsehveranstalters.

Änderungsantrag 98
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 b Absatz 2 c (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

2c. Die Fernsehveranstalter können gemäß den Rechtsvorschriften des betreffenden Mitgliedstaats selbst Zugang zu dem betreffenden Ereignis zum Zwecke der Übertragung erhalten.

Änderungsantrag 99
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 c Buchstabe d (Richtlinie 89/552/EWG)

d) gegebenenfalls die *zuständige
Regulierungsbehörde*.

d) gegebenenfalls die *relevante
Regulierungs- oder
Überwachungsbehörde*.

Änderungsantrag 100
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 d (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten *ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu* gewährleisten, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen könnte.

Die Mitgliedstaaten gewährleisten *mit angemessenen Mitteln*, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen könnte. *Dieser Artikel gilt insbesondere für Programme, die Pornografie und grundlose Gewalttätigkeiten beinhalten. Die Kommission und die Mitgliedstaaten sollten die betroffenen Akteure der Medienindustrie ermutigen, als weitere Maßnahme des Jugendschutzes ein gemeinschaftsweites Kennzeichnungs-, Bewertungs- und Filtersystem zu fördern. Die Mitgliedstaaten fördern Maßnahmen, um den Eltern und anderen Aufsichtspersonen bessere Kontrollmöglichkeiten über den grundlos gewalttätigen und pornografischen Inhalt von Programmen zu ermöglichen.*

Änderungsantrag 101
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 d Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1a. Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten den Nutzern Filtersysteme für Inhalte zur Verfügung stellen, die für die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen schädlich sind, und sie über deren Existenz

informieren.

Änderungsantrag 102
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 d Absatz 1 b (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1b. Sie genehmigen insbesondere weder kommerzielle Kommunikation noch Sponsoring, Werbung oder Produktplatzierungen von Waren, die unter Bedingungen hergestellt werden, die dem Völkerrecht, das Kinderarbeit verbietet, widersprechen.

Begründung

Es wäre heuchlerisch vorzugeben, die Sittlichkeit der Minderjährigen schützen zu wollen und gleichzeitig die Aufmerksamkeit der jungen Verbraucher auf Erzeugnisse zu lenken, die illegal von Kindern hergestellt werden.

Änderungsantrag 103
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 d Absatz 1 c (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1c. Die Kommission und die Mitgliedstaaten ermuntern die Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten, Regulierungsbehörden und alle betroffenen Parteien, über die technische und juristische Durchführbarkeit der Entwicklung einer harmonisierten Kennzeichnung der Inhalte nachzudenken und dabei eine bessere Filterung und Klassifizierung an der Quelle zu fördern, ganz gleich welche Übertragungsplattform benutzt wird, um einen besseren Jugendschutz zu gewährleisten.

Änderungsantrag 104
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 d Absatz 1 d (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1d. Die Mitgliedstaaten gewährleisten

***unter Androhung administrativer
und/oder strafrechtlicher Sanktionen,
dass die ihrer Rechtshoheit
unterliegenden audiovisuellen
Mediendienstanbieter keinesfalls
Kinderpornographie übermitteln.***

Begründung

In Anbetracht der Vorkommnisse in etlichen Mitgliedstaaten, wie das Verschwinden und die Tötung von Kindern, Verbrechen im Zusammenhang mit Pädophilie, Verbreitung von pornographischem Material, Internetseiten, die zur Ausbeutung von Kindern auffordern, und Zunahme der Gewalt gegen Frauen, wird die Notwendigkeit immer dringender, klar und entschieden gegen ein gesellschaftliches Übel vorzugehen, von dem insbesondere eine völlig wehrlose und unschuldige Altersgruppe betroffen ist.

Änderungsantrag 105

ARTIKEL 1 NUMMER 6 Artikel 3 d Absatz 1 e (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

***1e. Die Mitgliedstaaten fordern die ihrer
Rechtshoheit unterliegenden Anbieter von
audiovisuellen Mediendiensten auf,
Informationskampagnen zur Vorbeugung
gegen Gewalt gegen Frauen und
Minderjährige, sofern dies praktisch
durchführbar ist, in Zusammenarbeit mit
in diesem Bereich tätigen staatlichen oder
privaten Verbänden und Stellen zu fördern.***

Begründung

In Anbetracht der Vorkommnisse in etlichen Mitgliedstaaten, wie das Verschwinden und die Tötung von Kindern, Verbrechen im Zusammenhang mit Pädophilie, Verbreitung von pornographischem Material, Internetseiten, die zur Ausbeutung von Kindern auffordern, und Zunahme der Gewalt gegen Frauen, wird die Notwendigkeit immer dringender, klar und entschieden gegen ein gesellschaftliches Übel vorzugehen, von dem insbesondere eine völlig wehrlose und unschuldige Altersgruppe betroffen ist.

Änderungsantrag 106

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3 d a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 3d a

***Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene
Maßnahmen, um zu erreichen, dass ihrer***

Rechtshoheit unterliegende audiovisuelle Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die Geschlechterstereotypen fördert oder verstärkt.

Begründung

Geschlechterstereotypen in den Medien spielen eine Schlüsselrolle für den Fortbestand der Diskriminierung aufgrund des Geschlechts.

Änderungsantrag 107
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 e (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln dafür, dass die audiovisuellen Mediendienste und die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von ihrer Rechtshoheit unterliegenden Anbietern verbreitet werden, nicht zu Hass aufgrund von Geschlecht, Rasse **oder** ethnischer Herkunft, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung aufstacheln.

Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln dafür, dass die audiovisuellen Mediendienste und die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von ihrer Rechtshoheit unterliegenden Anbietern verbreitet werden, nicht zu Hass aufgrund von Geschlecht, Rasse, ethnischer Herkunft, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung aufstacheln **oder in sonstiger Weise die Menschenwürde verletzen.**

Änderungsantrag 108
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 f Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendienstanbieter die Produktion und den Zugang zu europäischen Werken im Sinne von Artikel 6 fördern.

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln **sowie unter gebührender Berücksichtigung der verschiedenen Verbreitungskanäle** dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendienstanbieter die **Entwicklung, Produktion und den Zugang zu europäischen Werken im Sinne von Artikel 6 fördern. Bei nicht-linearen audiovisuellen Mediendiensten könnte die Unterstützung und Förderung in Form einer Mindestzahl europäischer Werke**

proportional zum wirtschaftlichen Ergebnis, eines Mindestanteils europäischer Werke und in Form von europäischen Werken, die durch von Fernsehveranstaltern unabhängige Produzenten hergestellt wurden, in „Video-on-demand“-Katalogen oder in der attraktiven Präsentation europäischer Werke und von Werken, die von solchen unabhängigen Produzenten hergestellt wurden, in elektronischen Programmführern erfolgen.

Änderungsantrag 109
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 f Absatz 4 (Richtlinie 89/552/EWG)

(4) Auf der Grundlage der von den Mitgliedstaaten übermittelten Informationen erstattet die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat über die Anwendung von Absatz 1 Bericht und trägt dabei der Markt- und Technologieentwicklung Rechnung.

(4) Auf der Grundlage der von den Mitgliedstaaten übermittelten Informationen *und einer unabhängigen Studie* erstattet die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat *alle drei Jahre* über die Anwendung von Absatz 1 Bericht und trägt dabei der Markt- und Technologieentwicklung *und dem Ziel der kulturellen Vielfalt* Rechnung.

Änderungsantrag 110
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 g Einleitung (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von den ihrer Rechtshoheit unterliegenden Veranstaltern verbreitet wird, folgenden Anforderungen genügt:

Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von den ihrer Rechtshoheit unterliegenden Veranstaltern verbreitet wird, *den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union niedergelegten Grundsätzen und insbesondere* folgenden Anforderungen genügt:

Änderungsantrag 111
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 g Buchstabe a (Richtlinie 89/552/EWG)

a) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation muss klar als solche erkennbar sein. Jede Schleichwerbung in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation ist verboten.

a) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation muss klar als solche erkennbar **und vom restlichen Programm sowohl zeitlich als auch räumlich durch optische und akustische Mittel klar abgegrenzt** sein. Jede Schleichwerbung in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation ist verboten.

Begründung

Der Grundsatz der strikten Trennung von Werbung und redaktionellem Inhalt ist wesentlich und bedarf einer eindeutigen Identifizierung von Werbung durch sowohl optische als auch akustische Mittel.

Änderungsantrag 112
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 g Buchstabe a a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

aa) bei der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation müssen der Gesamtzusammenhang des Programms, in dessen Verlauf sie übertragen wird, und dessen natürliche Unterbrechungen respektiert werden;

Begründung

Most pieces of cultural works such as operas, theater plays are often broadcasted on television. In order to preserve the coherence of such works, it is of importance to adapt audiovisual commercial communications for the natural breaks of the programmes.

Änderungsantrag 113
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 g Buchstabe b (Richtlinie 89/552/EWG)

b) In der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation dürfen keine subliminalen Techniken eingesetzt werden.

b) In der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation dürfen keine subliminalen Techniken eingesetzt werden. ***In diesem Sinne soll die Lautstärke der Werbung sowie der davor bzw. danach ausgestrahlten Programme der Sequenzen***

nicht über der durchschnittlichen Lautstärke des restlichen Programms liegen. Für diese Verpflichtung sind sowohl die Werbenden als auch die Fernsehveranstalter zuständig, die sich davon überzeugen müssen, dass die Werbenden bei der Bereitstellung des Werbematerials diese erfüllen.

Begründung

En général la moyenne des écarts publicité/programmes dépasse significativement le volume sonore moyen du reste du programme et ceci cause des désagréments et peut être considéré comme un moyen utilisé par les annonceurs pour attirer l'attention sur leurs produits ou services à l'insu des téléspectateurs.

Änderungsantrag 114
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 g Buchstabe c (Richtlinie 89/552/EWG)

c) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation darf nicht:

(i) Diskriminierungen nach Rasse, Geschlecht **oder** Nationalität enthalten;

(ii) religiöse oder politische Überzeugungen verletzen;

(iii) Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden;

iv) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt gefährden.

c) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation darf nicht:

(-i) die menschliche Würde verletzen;

(i) **aufgrund von** Diskriminierungen nach Rasse, Geschlecht, Nationalität, **Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung verletzend sein;**

(ii) Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden;

iii) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt **in hohem Maße** gefährden.

Änderungsantrag 115
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 g Buchstabe d (Richtlinie 89/552/EWG)

(d) Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation **und Teleshopping** für Zigaretten und andere

(d) Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse ist

Tabakerzeugnisse ist untersagt.

untersagt.

Änderungsantrag 116
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 g Buchstabe d a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

da) Pornographie, u.a. Darstellungen, die geeignet sind, zum Hass aus Gründen des Geschlechts aufzustacheln, ist in jeder Form von audiovisueller kommerzieller Kommunikation und Teleshopping untersagt.

Begründung

Ein Verbot der Pornographie soll nicht bedeuten, dass alle erotischen Filme und Darstellungen nicht mehr erlaubt sind, sondern dass solche Darstellungen, die benutzt werden, um zum Hass aus Gründen des Geschlechts aufzustacheln, verboten sind. Basierend auf dem geänderten Europäischen Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen des Europarats, insbesondere seines Artikels 7, muss Pornographie der Liste der verbotenen audiovisuellen kommerziellen Kommunikation in Buchstabe d hinzugefügt werden. Artikel 7 des Übereinkommens lautet: „Alle Sendungen eines Programms müssen im Hinblick auf ihre Aufmachung und ihren Inhalt die Menschenwürde und die Grundrechte anderer achten. Insbesondere dürfen sie: a) nicht unsittlich sein und namentlich keine Pornographie enthalten; b) Gewalt nicht unangemessen herausstellen und nicht geeignet sein, zum Rassenhass aufzustacheln.“

Änderungsantrag 117
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 g Buchstabe e a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

ea) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation ist untersagt für Arzneimittel und medizinische Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Anbieter der audiovisuellen Dienste unterworfen ist, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

Änderungsantrag 118
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 g Buchstabe f (Richtlinie 89/552/EWG)

f) Audiovisuelle Kommunikation darf weder zur körperlichen noch zur seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Deswegen soll sie keine **direkten** Kaufappelle an Minderjährige richten, **die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen**, Minderjährige nicht **unmittelbar** dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben und Minderjährige nicht **ohne berechtigten Grund** in gefährlichen Situationen zeigen.

f) Audiovisuelle Kommunikation darf weder zur körperlichen noch zur seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Deswegen soll sie keine Kaufappelle an Minderjährige richten, Minderjährige nicht dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben, und Minderjährige nicht in gefährlichen Situationen zeigen.

Änderungsantrag 119
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 g Buchstabe f a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

fa) Audiovisuelle Mediendienste für Kinder dürfen keinerlei audiovisuelle kommerzielle Kommunikation oder Teleshopping für Nahrungsmittel und Getränke gemäß den in der Verordnung über gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel entwickelten Grundsätzen enthalten.

Begründung

Obesity is growing alarmingly in Europe. The increase in child obesity is particularly worrying. There is scientific evidence that shows that the promotion of unhealthy foods to children over audiovisual media services is decisive in children's diet choices. There fore there should be no advertising of such food at least before, during and after children's programmes.

Änderungsantrag 120
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Audiovisuelle Mediendienste, die gesponsert sind oder **Produktplatzierungen enthalten**, müssen folgenden

1. Audiovisuelle Mediendienste oder **Programme**, die gesponsert sind, müssen folgenden Anforderungen genügen:

Anforderungen genügen:

Begründung

Im Entwurf der Kommission wurde Sponsoring und Produktplatzierung gemeinsam in Artikel 3 Buchstabe h geregelt. Dies ist aus Sicht der Berichterstatterin nicht angemessen, da bei Sponsoring die Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalt beibehalten wird. Im Fall von Produktplatzierung aber wird diese grundsätzliche Trennung aufgehoben. Artikel 3 Buchstabe h in der geänderten Fassung umfasst deshalb nur die Vorschriften zum Sponsoring. Der neue Artikel 3 Buchstabe i (neu) umfasst die Vorschriften zur Produktplatzierung.

Änderungsantrag 121

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3 h Absatz 1 Buchstabe a (Richtlinie 89/552/EWG)

(a) **Die Programmplanung, wo angemessen, und der Inhalt solcher audiovisueller Mediendienste** dürfen auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird.

(a) **ihr Inhalt und bei Fernsehübertragung ihre** Programmplanung dürfen auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird.

Änderungsantrag 122

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3 h Absatz 1 Buchstabe c (Richtlinie 89/552/EWG)

(c) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung **und/oder auf die Produktplatzierung** hingewiesen werden. Gesponserte Programme müssen, beispielsweise durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, eine Bezugnahme auf seine Produkte oder Dienste oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen in angemessener Weise zum Beginn, während und/oder zum Ende der Programme eindeutig gekennzeichnet sein. **Programme mit Produktplatzierungen müssen zu Programmbeginn hinreichend gekennzeichnet sein, um eine Irreführung**

(c) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung hingewiesen werden. Gesponserte Programme müssen, beispielsweise durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, eine Bezugnahme auf seine Produkte oder Dienste oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen in angemessener Weise zum Beginn, während und/oder zum Ende der Programme eindeutig gekennzeichnet sein.

des Zuschauers zu verhindern.

Begründung

Der Hinweis auf Sponsoring sollte nur am Beginn und/oder am Ende des Programms möglich sein, um die Werbeeinschübe zu begrenzen.

Änderungsantrag 123
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Audiovisuelle Mediendienste dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist. ***Ferner dürfen audiovisuelle Mediendienste keine Produktplatzierung zugunsten von Zigaretten oder Tabakerzeugnissen oder zugunsten von Unternehmen enthalten, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.***

2. Audiovisuelle Mediendienste ***oder Programme*** dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.

Änderungsantrag 124
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h Absatz 3 (Richtlinie 89/552/EWG)

3. Beim Sponsoring von audiovisuellen Mediendiensten durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens geworben werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterliegt, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

3. Beim Sponsoring von audiovisuellen Mediendiensten ***oder Programmen*** durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens geworben werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterliegt, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

Änderungsantrag 125
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h Absatz 4 (Richtlinie 89/552/EWG)

4. *Nachrichtensendungen* und *Sendungen* zum aktuellen Zeitgeschehen dürfen *weder* gesponsert werden *noch* *Produktplatzierung* enthalten.
Audiovisuelle Mediendienste für Kinder und *Dokumentarfilme* dürfen *keine* *Produktplatzierung* enthalten.

4. *Nachrichtenprogramme* und *Programme* zum aktuellen Zeitgeschehen dürfen *nicht* gesponsert werden.

Änderungsantrag 126
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h a Absatz 1 (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

„Artikel 3ha

1. Produktplatzierung ist verboten. Insbesondere Nachrichtenprogramme und Programme zum aktuellen Zeitgeschehen, Kinderprogramme, Dokumentarfilme und Ratgeberprogramme sollen keine Produktplatzierung enthalten.

Produktintegration und Themenplatzierung sind grundsätzlich verboten.

Änderungsantrag 127
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h a Absatz 2 (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Abweichend von Absatz 1 können die Mitgliedstaaten Produktplatzierung ausdrücklich zulassen:
– in Kinofilmen, Fernsehfilmen, Fernsehserien und Sportübertragungen oder
– in Fällen von Produktionshilfen, in denen kein Entgelt bezahlt wird, aber einige Waren oder Dienstleistungen lediglich unentgeltlich zwecks Einfügung in ein Programm bereitgestellt werden.

***Programme, die Produktplatzierungen
enthalten, müssen folgenden
Anforderungen genügen:***

Änderungsantrag 128
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h a Absatz 2 Buchstabe a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

***a) ihr Inhalt und bei
Fernsehausstrahlung ihre
Programmplanung dürfen auf keinen
Fall in der Weise beeinflusst werden, dass
die Verantwortung und redaktionelle
Unabhängigkeit des
Mediendiensteanbieters beeinträchtigt
werden;***

Änderungsantrag 129
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h a Absatz 2 Buchstabe b (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

***b) sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf,
Miete oder Pacht von Waren oder
Dienstleistungen auffordern,
insbesondere nicht durch besondere
verkaufsfördernde Bezugnahmen auf
solche Waren oder Dienstleistungen;***

Änderungsantrag 130
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h a Absatz 2 Buchstabe c (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

***c) das Produkt darf nicht „übermäßig
hervorgehoben“ werden;***

Änderungsantrag 131
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h a Absatz 2 Buchstabe d (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

***d) die Zuschauer müssen eindeutig auf
das Bestehen einer Produktplatzierung***

hingewiesen werden. Programme mit Produktplatzierungen müssen zum Beginn und zum Ende des Programms sowie durch ein Signal mindestens alle 20 Minuten während des Programms hinreichend gekennzeichnet sein, um eine Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

Änderungsantrag 132

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3 h a Absatz 3 (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

3. Programme dürfen unter keinen Umständen die folgenden Produktplatzierungen enthalten:

– Produktplatzierungen zugunsten von Zigaretten oder Tabakerzeugnissen oder zugunsten von Unternehmen, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist, oder

– zugunsten von bestimmten Arzneimitteln oder medizinischen Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

Änderungsantrag 133

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3 h a Absatz 4 (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

4. Die Absätze 1, 2 und 3 gelten nur für Programme, die nach dem Zeitpunkt, zu dem diese Richtlinie von den Mitgliedstaaten in Kraft gesetzt sein muss, produziert werden.

Änderungsantrag 134

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3hb

- 1. Der Anteil kurzer Werbeformen wie Werbespots und Teleshopping-Spots an der Sendezeit darf innerhalb einer vollen Stunde 20 v. H. nicht überschreiten.**
- 2. Absatz 1 gilt nicht für Hinweise des Fernsehveranstalters auf eigene Programme und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Programmen abgeleitet sind, oder für Sponsorenhinweise.**

Begründung

Afin de ne pas nuire au confort d'écoute des téléspectateurs, les services linéaires et non linéaires devraient à tout le moins être soumis à une limite horaire du temps de publicité. Il convient donc d'introduire un article 3 undecies reprenant les termes du nouvel article 18 du paragraphe 2, pour faire figurer cette disposition dans le socle commun.

Änderungsantrag 135
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h c (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 3hc

- 1. Die Mitgliedstaaten treffen geeignete Maßnahmen, damit die ihrer Rechtshoheit unterliegenden audiovisuellen Mediendienste schrittweise für Hörgeschädigte und Sehbehinderte zugänglich werden.**
- 2. Spätestens am Ende des dritten Jahres nach Erlass dieser Richtlinie unterbreiten die Mitgliedstaaten der Kommission alle zwei Jahre einen nationalen Bericht über die Anwendung dieses Artikels. Dieser Bericht umfasst insbesondere statistische Angaben über die erzielten Fortschritte, um das Ziel der Zugänglichkeit zu erreichen, wie in Absatz 1 beschrieben. Alle Hindernisse und die Maßnahmen, die erforderlich sind, um ihnen abzuhelpfen, sind zu beschreiben.**

Artikel 3hd

1. Unbeschadet der übrigen von den Mitgliedstaaten erlassenen zivil-, verwaltungs- oder strafrechtlichen Bestimmungen soll jede natürliche oder juristische Person, deren berechtigte Interessen – insbesondere, aber nicht ausschließlich Ehre und Ansehen – aufgrund der Behauptung falscher Tatsachen in einem Programm beeinträchtigt worden sind, unabhängig von ihrer Nationalität ein Recht auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen beanspruchen können.

2. Das Recht auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen gelten in Bezug auf alle Fernsehveranstalter, die der Rechtshoheit eines Mitgliedstaats unterworfen sind.

3. Die Mitgliedstaaten treffen die erforderlichen Maßnahmen zur Ausgestaltung dieses Rechts oder gleichwertiger Maßnahmen und legen das Verfahren zu deren Wahrnehmung fest. Sie sorgen insbesondere dafür, dass eine ausreichende Frist eingeräumt wird und dass die Vorschriften so festgelegt werden, dass dieses Recht oder gleichwertige Maßnahmen von den natürlichen oder juristischen Personen, deren Wohnsitz oder Niederlassung sich in einem anderen Mitgliedstaat befindet, in angemessener Weise wahrgenommen werden können.

4. Der Antrag auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen kann abgelehnt werden, wenn die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen für eine solche Gegendarstellung nicht vorliegen, die Gegendarstellung eine strafbare Handlung beinhaltet, ihre Sendung den Anbieter des audiovisuellen Mediendienstes zivilrechtlich haftbar machen würde oder

wenn sie gegen die guten Sitten verstößt.

5. Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass bei Streitigkeiten über die Wahrnehmung des Rechts auf Gegendarstellung oder gleichwertiger Maßnahmen eine gerichtliche Nachprüfung erfolgt.

6. Das Recht auf Gegendarstellung gilt unbeschadet anderer Rechtsmittel, die denjenigen Personen zur Verfügung stehen, deren Rechte auf Würde, Ehre, guten Ruf oder Privatleben von den Medien nicht respektiert wurde.

Begründung

Das Recht auf Gegendarstellung muss für alle audiovisuellen Mediendienste und nicht nur für die linearen Dienste gelten.

Änderungsantrag 137

ARTIKEL 1 NUMMER 7 BUCHSTABE A A (NEU)

Artikel 6 Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

(aa) In Absatz 1 wird der folgende Buchstabe d eingefügt:

„d) Die Mitgliedstaaten berücksichtigen bei der Definition des Begriffs „unabhängiger Produzent“ die folgenden drei Kriterien gebührend:

Eigentum und Urheberrechte der Produktionsfirma, Anzahl der demselben Fernsehveranstalter gelieferten Programme und Eigentum an Sekundärrechten.

Änderungsantrag 138

ARTIKEL 1 NUMMER 9

Artikel 10 Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

(1) Fernsehwerbung und Teleshopping müssen als solche klar erkennbar und ***durch optische und/oder akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen getrennt*** sein.

(1) Fernsehwerbung und Teleshopping müssen als solche klar erkennbar und ***vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar*** sein. ***Unbeschadet des Einsatzes neuer Werbetechniken müssen Fernsehwerbung***

und Teleshopping durch optische und/oder akustische **und/oder räumliche** Mittel eindeutig von anderen Programmteilen **abgesetzt** sein.

Änderungsantrag 139
ARTIKEL 1 NUMMER 9
Artikel 10 Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

(2) *Einzel* gesendete Werbespots und Teleshopping-Spots müssen, außer in Sportprogrammen, die Ausnahme bilden. **entfällt**

Begründung

Einzel gesendete Werbespots stören den Programmablauf nicht. Den Zuschauern sind sie lieber als längere Werbepausen.

Änderungsantrag 140
ARTIKEL 1 NUMMER 10
Artikel 11 Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

(1) *Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass durch in laufende Sendungen eingefügte* Werbung oder Teleshopping-Spots der Gesamtzusammenhang der Programme nicht beeinträchtigt und die Rechte von Rechteinhabern nicht verletzt werden.

(1) *Werbung und Teleshopping-Spots werden nur zwischen den Sendungen eingefügt. Vorbehaltlich der in Absatz 2 festgelegten Bedingungen können* Werbung ***und*** Teleshopping-Spots ***auch*** in laufende Sendungen ***so eingefügt werden, dass unter Berücksichtigung der natürlichen Programmunterbrechungen*** der Gesamtzusammenhang der Programme nicht beeinträchtigt ***und nicht gegen*** die Rechte von Rechteinhabern ***verstoßen wird.***

Begründung

Die von der Kommission vorgeschlagene substantielle Aufweichung von Artikel 11 würde das heute erreichte Gleichgewicht zwischen der notwendigen Finanzierung der Programme, dem Empfangskomfort der Fernsehzuschauer, der Qualität der ausgestrahlten Programme und der Achtung der Werke ernsthaft in Frage stellen. Es scheint deshalb legitim, den Fernsehveranstaltern mehr Flexibilität in Bezug auf die Einfügung von Werbebotschaften in ihre Programme einzuräumen. Folglich muss im Sinne der prinzipiellen Trennung der Werbung vom Rest des Programms der — ebenso wesentliche — Grundsatz der Einfügung von Werbung zwischen den Sendungen ausdrücklich formuliert werden. Der Vorschlag zielt deshalb darauf ab, den bisherigen Absatz 1 des Artikels 11 im Kern beizubehalten, indem vor

allem das Kriterium der „natürlichen Programmunterbrechungen“ erhalten bleibt, aufgrund dessen jede unvorhergesehene oder vorzeitige Unterbrechung unterbunden werden kann.

Artikel 11 Absatz 2 Unterabsatz 2 stellt einen Kompromiss zwischen der Notwendigkeit dar, die Qualität und den Gesamtzusammenhang der Programme, insbesondere von Serien, Reihen, Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen, zu erhalten, und dem legitimen Bestreben, den Fernsehveranstaltern mehr Flexibilität einzuräumen, indem das 20-Minuten-Kriterium ersetzt wird durch drei Unterbrechungen je voller Stunde.

Artikel 11 Absatz 2 Unterabsatz 3 soll die Übertragung von Sportveranstaltungen regeln, deren unvorhersehbarer Charakter eine spezielle Regelung rechtfertigt, damit den Zuschauern keine Spielphasen vorenthalten werden.

Änderungsantrag 141
ARTIKEL 1 NUMMER 10
Artikel 11 Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen, **Kinderprogrammen und Nachrichtensendungen** darf für jeden Zeitraum von **35 Minuten** einmal für Werbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden. Religiöse Programme dürfen nicht durch Werbung oder Teleshopping unterbrochen werden.

2. Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen, **Konzerten, Theaterstücken und Opern** darf für jeden Zeitraum von **45 Minuten** einmal für Werbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden. Religiöse Programme dürfen nicht durch Werbung oder Teleshopping unterbrochen werden.

Kinderprogramme und Nachrichtensendungen dürfen bei einer geplanten Laufzeit von mehr als 30 Minuten für jeden Zeitraum von 30 Minuten einmal für Werbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden.

Begründung

Besserer Ausgleich zum Schutz bestimmter Programme bzw. zu den Ertragsperspektiven für audiovisuelle Werke.

Änderungsantrag von Hanna Foltyn-Kubicka

Änderungsantrag 142
ARTIKEL 1 NUMMER 13
Artikel 18 Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Absatz 1 gilt nicht für Hinweise des Fernsehveranstalters **auf** eigene Programme und **auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Programmen abgeleitet sind, Sponsorenhinweise und die Produktplatzierung.**

2. Absatz 1 gilt nicht für Hinweise des Fernsehveranstalters **zur Werbung für** eigene Programme und **Teleshopping.**

Begründung

Das Offenhalten von Schlupflöchern, die es Fernsehveranstaltern ermöglichen, für Produkte zu werben, die aus ihren eigenen Programmen abgeleitet sind, sowie über Sponsorenhinweise und Produktplatzierung schwächen die eingeführten Beschränkungen erheblich und könnten eine einfache Möglichkeit für ihre Umgehung bieten.

Änderungsantrag 143 ARTIKEL 1 NUMMER 15 Artikel 19 (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Bestimmungen dieser Richtlinie gelten entsprechend für reine Fernsehwerbungs- und Teleshopping-Sendungen sowie für Fernsehsendungen, die ausschließlich der Eigenwerbung dienen. Kapitel 3 sowie Artikel 11 (Einfügung von Werbung) und Artikel 18 (Dauer der Werbung und des Teleshoppings) gelten nicht für solche Sendungen.“

Die Bestimmungen dieser Richtlinie gelten entsprechend für reine Fernsehwerbungs- und Teleshopping-Sendungen sowie für Fernsehsendungen, die ausschließlich der Eigenwerbung dienen, **die als solche durch optische und/oder akustische Signale leicht erkennbar sein sollen.** Kapitel 3 sowie Artikel 11 (Einfügung von Werbung) und Artikel 18 (Dauer der Werbung und des Teleshoppings) gelten nicht für solche Sendungen.

Begründung

Werbung, Teleshopping, und Eigenwerbung in Fernsehsendungen, die ausschließlich für diese Zwecke gedacht sind, sollten ausdrücklich auch als solche gekennzeichnet werden. Dem Verbraucher sollte der Werbeinhalt der angebotenen Dienste bewusst sein.

Änderungsantrag 144 ARTIKEL 1 NUMMER 17 Artikel 20 (Richtlinie 89/552/EWG)

Unbeschadet des Artikels 3 können die Mitgliedstaaten für **Sendungen**, die ausschließlich für ihr eigenes Hoheitsgebiet bestimmt sind und weder unmittelbar noch mittelbar in einem oder

Unbeschadet des Artikels 3 können die Mitgliedstaaten für **Fernsehsendungen**, die ausschließlich für ihr eigenes Hoheitsgebiet bestimmt sind und weder unmittelbar noch mittelbar in einem oder

mehreren anderen Mitgliedstaaten öffentlich empfangen werden können **sowie in Bezug auf Fernsehveranstalter, die keinen bedeutenden Zuschaueranteil erreichen**, unter Einhaltung des Gemeinschaftsrechts andere als die in Artikel 11 Absatz 2 und Artikel 18 festgelegten Bedingungen vorsehen.“

mehreren anderen Mitgliedstaaten öffentlich empfangen werden können, unter Einhaltung des Gemeinschaftsrechts andere als die in Artikel 11 Absatz 2 und Artikel 1 festgelegten Bedingungen vorsehen.“

Begründung

Um Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte der Begriff „Sendungen“ durch den Begriff „Fernsehsendungen“ ersetzt werden, und der Hinweis auf „Fernsehveranstalter, die keinen bedeutenden Zuschaueranteil erreichen“, sollte gestrichen werden.

Änderungsantrag 145
ARTIKEL 1 NUMMER 17 A (neu)
Artikel 22 Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

17a. Artikel 22 Absatz 1 erhält folgende Fassung:

„1. Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass Sendungen von Mediendiensteanbietern, die ihrer Rechtshoheit unterliegen, keinerlei Programme enthalten, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen können, insbesondere solche, die Pornographie oder grundlose Gewalttätigkeiten zeigen.“

Begründung

Klarstellung im Sinne des Anwendungsbereiches der Richtlinie.

Änderungsantrag 146
ARTIKEL 1 NUMMER 18
Artikel 22 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 22a

(1) Die Mitgliedstaaten fördern die Herstellung und Programmplanung von

audiovisuellen Mediendiensten und Programmen, die für Minderjährige geeignet und dazu angetan sind, ihre Kenntnisse über die Medien zu verbessern.

(2) Diese Maßnahmen müssen darauf gerichtet sein, die Erziehungsmaßnahmen der Eltern, Lehrer und Erzieher im Hinblick auf das Entstehen eines Bewusstseins für die Auswirkungen der Programme zu erleichtern, die von den Minderjährigen angeschaut werden könnten, und zwar durch:

- die Ausarbeitung von angemessenen Klassifizierungssystemen;

- die Förderung von Politiken zur Mediensensibilisierung und -erziehung, die auch schulische Einrichtungen einbeziehen und die Herstellung von geeigneten europäischen Familien- oder Kinder- und Jugendprogrammen ermöglichen;

- die Berücksichtigung der auf diesem Gebiet in Europa oder anderswo gewonnenen Erfahrung und der Meinung der betroffenen Parteien, wie Fernsehveranstalter, Produzenten, Eltern, Erzieher, Kommunikationsspezialisten und die betreffenden Verbände.

(3) Die Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten schreiben außerdem vor, dass neue Fernsehgeräte mit technischen Vorrichtungen ausgestattet werden, die es ermöglichen, bestimmte Programme herauszufiltern.

Begründung

Durch den Änderungsantrag sollen die Maßnahmen, die zum Schutz von Minderjährigen und zur Bewertung des Inhalts audiovisueller Mediendienste getroffen werden müssen, genauer bestimmt werden.

Der rechtliche Schutz von Minderjährigen, der Menschenwürde, der Rechte von Kindern und der Rechte der Eltern und der Familie muss durch die Herstellung und angemessene Ausstrahlung von kinder-, jugend- und familiengerechten Programmen sowie durch Programme zur Medienerziehung umgesetzt werden.

Änderungsantrag 147
ARTIKEL 1 NUMMER 20
Artikel 23 b Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Die Mitgliedstaaten gewährleisten die Unabhängigkeit der nationalen Regulierungsbehörden und sorgen dafür, dass diese ihre Befugnisse unparteiisch und transparent ausüben.

1. Die Mitgliedstaaten **ergreifen gemäß nationalem Recht geeignete Maßnahmen, um nationale Regulierungsbehörden und -stellen einzurichten, deren** Unabhängigkeit zu gewährleisten, **sicherzustellen, dass Frauen und Männer gleichermaßen in ihnen vertreten sind,** und dafür zu sorgen, dass diese ihre Befugnisse unparteiisch und transparent ausüben.

Änderungsantrag 148
ARTIKEL 1 NUMMER 20
Artikel 23 b Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1a. Die Mitgliedstaaten erteilen diesen Regulierungsbehörden den Auftrag, für die Einhaltung der Bestimmungen dieser Richtlinie durch die Anbieter audiovisueller Medien zu sorgen, insbesondere derjenigen, die sich auf die freie Meinungsäußerung, die Medienvielfalt, die Menschenwürde, den Grundsatz der Nichtdiskriminierung, den Schutz der Minderjährigen und schutzbedürftigen oder behinderten Menschen beziehen.

Änderungsantrag 149
ARTIKEL 1 NUMMER 20
Artikel 23 b Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Die nationalen **Regulierungsbehörden** übermitteln sich gegenseitig und der Kommission alle Informationen, die für die Anwendung der Bestimmungen dieser Richtlinie notwendig sind.

2. Die nationalen **Regulierungsstellen** übermitteln sich gegenseitig und der Kommission alle Informationen, die für die Anwendung der Bestimmungen dieser Richtlinie notwendig sind. **Die nationalen Regulierungsstellen stärken ihre Zusammenarbeit vor allem bei der Lösung von Problemen nach Artikel 2 Absatz 7 dieser Richtlinie.**

Begründung

Die Gewährleistung des Herkunftslandprinzips kann durch eine bessere Zusammenarbeit der nationalen Regulierungsinstanzen, vor allem auch bei bilateralen Problemen, gestärkt werden.

Änderungsantrag 150
ARTIKEL 1 NUMMER 22
Artikel 26 (Richtlinie 89/552/EWG)

Spätestens am [] und anschließend alle zwei Jahre übermittelt die Kommission dem Europäischen Parlament, dem Rat und dem Wirtschafts- und Sozialausschuss einen Bericht über die Anwendung dieser Richtlinie in ihrer geänderten Fassung und macht erforderlichenfalls Vorschläge zu ihrer Anpassung an die Entwicklungen im Bereich der audiovisuellen Mediendiensten, und zwar insbesondere im Lichte neuerer technologischer Entwicklungen **und** der Wettbewerbsfähigkeit dieses Sektors.

Spätestens am [*] und anschließend alle zwei Jahre übermittelt die Kommission dem Europäischen Parlament, dem Rat und dem Wirtschafts- und Sozialausschuss einen Bericht über die Anwendung dieser Richtlinie in ihrer geänderten Fassung, ***einschließlich der Berichte nach Artikel 3f Absatz 3 und Artikel 3k Absatz 2 und insbesondere im Hinblick auf die Umsetzung der Maßnahmen gemäß Artikel 3f (i) und Artikel 3hb***, und macht erforderlichenfalls Vorschläge zu ihrer Anpassung an die Entwicklungen im Bereich der audiovisuellen Mediendiensten, und zwar insbesondere im Lichte neuerer technologischer Entwicklungen, der Wettbewerbsfähigkeit dieses Sektors ***sowie der Förderung der kulturellen Vielfalt***.

**** Ende des fünften Jahres nach Annahme dieser Richtlinie***

Begründung

Effiziente Bündelungen der verschiedenen Berichtspflichten.

Änderungsantrag 151
ARTIKEL 3 ABSATZ 1

1. Die Mitgliedstaaten setzen die erforderlichen Rechts- und Verwaltungsvorschriften in Kraft, um dieser Richtlinie spätestens **am** [...] nachzukommen. Sie teilen der Kommission

1. Die Mitgliedstaaten setzen die erforderlichen Rechts- und Verwaltungsvorschriften in Kraft, um dieser Richtlinie spätestens ...* nachzukommen. Sie teilen der Kommission unverzüglich den

unverzöglich den Wortlaut dieser Rechtsvorschriften mit und fügen eine Tabelle der Entsprechungen zwischen der Richtlinie und diesen innerstaatlichen Rechtsvorschriften bei.

Wortlaut dieser Rechtsvorschriften mit und fügen eine Tabelle der Entsprechungen zwischen der Richtlinie und diesen innerstaatlichen Rechtsvorschriften bei.

** zwei Jahre nach Inkrafttreten der Richtlinie*

Begründung

Eine Frist für die Umsetzung dieser Richtlinie ist im Text der Kommission nicht enthalten. Eine rasche Umsetzung ist wünschenswert, um einen uneingeschränkt funktionierenden Binnenmarkt für audiovisuelle Mediendienste und gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Anbieter von Mediendiensten zu gewährleisten. Zwei Jahre nach Umsetzung der Richtlinie sollten die Mitgliedstaaten der Kommission über ihre Umsetzungsmaßnahmen für bestimmte Bestimmungen dieser Richtlinie Bericht erstatten. In ähnlicher Weise sollte die Kommission dem Rat und dem Parlament über die Anwendung dieser Richtlinie drei Jahre nach ihrer Umsetzung (oder fünf Jahre nach ihrer Annahme) Bericht erstatten.

BEGRÜNDUNG

Zusammenfassung des Vorschlages der Kommission

Ziel der Revision der erfolgreichen EU-Richtlinie "Fernsehen ohne Grenzen" ist es, bestmögliche Voraussetzungen für die Entwicklung bestehender und neuer audiovisueller Mediendienste in Europa zu schaffen.

Der Vorschlag der Kommission KOM(2005)0646 vom 13.12.2005 orientiert sich an den Grundprinzipien der geltenden Richtlinie, dem Herkunftslandprinzip und der Harmonisierung von Mindeststandards, und aktualisiert sie technologieneutral zur Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste. Die wesentlichen Gründe für die Notwendigkeit der Revision der Richtlinie sind technologische Veränderungen denn,

1. die Fernseh-Richtlinie gilt nur für die analoge Übertragung von Fernsehen, die generelle Umstellung der Fernsehübertragung auf eine neue digitale Technologie soll in der EU aber schon bis zum Jahr 2010 abgeschlossen sein;
2. diese technologische Entwicklung, wie z.B. schnelles Breitband-Internet oder Mobilfunk-Verbindungen der 3. Generation, ermöglichen neue fernsehähnliche Mediendienste und in der Folge eine Vielzahl neuer Geschäftsmodelle. Diese neuen audiovisuellen Dienste sind wie Fernsehdienste sowohl kulturelle als auch wirtschaftliche Güter. Sie unterliegen für das Wirtschaftrecht europäischen Vorgaben, im kulturellen Bereich aber dem Medienrecht der Mitgliedstaaten.

Um die derzeitigen EU-Vorschriften für neue technologische Entwicklungen zu öffnen, wird in dem Vorschlag der EU-Kommission zwischen „linearen“ Diensten, d.h. Sendungen über das traditionelle Fernsehen, das Internet oder den Mobilfunk, die den Zuschauer nach einem festen Programmplan laufend mit Inhalten versorgen- und „nicht-linearen Diensten“, d.h. fernsehähnliche Dienste, die der Zuschauer selbst durch Abruf aus dem Netz anfordert, unterschieden.

Für lineare Dienste sollen die heutigen Fernsehvorschriften – in moderner, flexiblerer Form – weiter gelten. Für nicht-lineare Dienste sollen dagegen nur minimale Grundvorschriften festgelegt werden, z.B. für den Jugendschutz und gegen die Aufstachelung zum Rassenhass und zur Verhinderung von Schleichwerbung. Durch diese gemeinsame Regeln sollen auch die Anbieter neuer audiovisueller Mediendienste künftig nur noch den Vorschriften des Mitgliedstaats unterliegen, in dem sie niedergelassen sind, und nicht mehr den vielfältigen medienrechtlichen Vorschriften aller Mitgliedstaaten, in denen ihre Dienste empfangen werden können.

Auf diese Weise schafft die Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste die Voraussetzung zur Verwirklichung des Binnenmarktes mit dem für Wirtschaftswachstum und Arbeitsplätze so wichtigen Herkunftslandsprinzip und wird gleichzeitig den kulturellen Aspekten gerecht.

Beurteilung der Berichterstatterin

Mit Blick auf die technologischen Veränderungen im Fernsehen fordert das Parlament schon seit mehreren Jahren die Revision der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“. Die Berichterstatterin begrüßt deshalb den Vorschlag der Kommission, denn er stellt eine gute Grundlage für die Überarbeitung der Richtlinie dar. Einzelne Punkte bedürfen allerdings noch weiterer Klarstellung. Dazu gehören insbesondere der Anwendungsbereich, die Definition von Ko- und Selbstregulierung, die quantitativen Werberegelungen, die vorgeschlagene Produkt-Platzierung und das Recht auf Kurzberichterstattung.

Anwendungsbereich

Die Definition des Anwendungsbereiches und damit die Abgrenzung zwischen audiovisuellen Diensten im Allgemeinen und audiovisuellen **Mediendiensten** ist für die Richtlinie von zentraler Bedeutung. Die Kommission hat vorgeschlagen, dass audiovisuelle Dienste, um den besonderen Charakter eines Mediendienstes zu erfüllen, sechs Kriterien aufweisen müssen:

- eine Dienstleistung im Sinne von Artikel 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.

Zur weiteren Klarstellung schlägt die Berichterstatterin vor, in dieser Definition das Kriterium der „redaktionellen Verantwortung“ und den Begriff „Programm“ zusätzlich einzufügen, wie dies im Richtlinienentwurf von der Kommission an anderer Stelle bereits geschehen ist. Die Ergänzung präzisiert, dass nur solche audiovisuellen Mediendienste, bei denen ein professioneller Mediendiensteanbieter die redaktionelle Gestaltung und die abschließende Zusammenstellung eines Programms für eine Ausstrahlung in einem festgelegten Zeitplan oder zum Abruf aus einem Katalog verantwortet, in den Anwendungsbereich fallen. Dienste, bei denen der audiovisuelle Teil nicht Hauptzweck der Dienstleistung ist, und Dienste, die nur die technische Weiterleitung übernehmen, sollen zur Verdeutlichung *expressis verbis* vom Anwendungsbereich ausgeschlossen werden.

Ko- und Selbstregulierung

Es ist sehr zu begrüßen, dass die EU-Kommission zum ersten Mal mit diesem Vorschlag den Mitgliedstaaten zur Umsetzung einer Richtlinie grundsätzlich Instrumente der Koregulierung und der Selbstregulierung empfiehlt. Durch die Änderungsanträge dieses Berichtes soll klargestellt werden, dass der nationale Gesetzgeber jeweils selbst entscheidet, unter welchen Bedingungen Koregulierungs- und/oder Selbstregulierungsinstrumente auf nationaler Ebene eingesetzt werden, wie die Beauftragung der betroffenen Kreise erfolgt und welche Sanktionsmöglichkeiten im Falle des Versagens der beauftragten Selbstregulierungsstellen durch den Gesetzgeber erfolgen.

Quantitative Werberegulungen

Die von der Kommission vorgeschlagenen Flexibilisierungen der quantitativen Werberegulungen sind richtig, sollten aber ausgeweitet werden, um die wirtschaftliche Chancengleichheit zwischen frei empfangbarem Fernsehen und nicht-linearen fernsehähnliche Abruf-Diensten, die keinerlei quantitativen Werberegulungen unterworfen sind, auch im Interesse der Nutzer in Zukunft zu erhalten.

Die Berichterstatterin schlägt deshalb zusätzlich die Öffnung des Block-Werbegebietes vor, stellt sie aber ins Ermessen der Mitgliedstaaten.

Notfallsperre für den Jugendschutz

Wie bisher schon im Fernsehen sollte es auch bei den fernsehähnlichen Diensten für die Mitgliedstaaten die Möglichkeit der schnellen Sperrung im Fall des extremen Verstoßes gegen den Jugendschutz geben. Die Berichterstatterin schlägt hierfür das erprobte Verfahren nach Artikel 3 Absatz 5 der Richtlinie 2000/31 EG vor.

Sponsoring – Produktplatzierung – Produktintegration – Produktionshilfen

Die von der Kommission vorgeschlagene Legalisierung von Produktplatzierung sieht das Parlament sehr kritisch, denn durch dieses Werbeinstrument wird die grundsätzliche Trennung von Werbung und redaktionellem Inhalt aufgehoben. Die Folge ist die Gefahr des zunehmenden Verlustes der redaktionellen Unabhängigkeit und der Integrität redaktioneller Inhalte.

Diese Position teilt die Berichterstatterin nachdrücklich und schlägt deshalb eine Trennung von Sponsoring, bei dem die Trennung von Inhalt und Werbung aufrechterhalten wird, und Produktplatzierung vor. Die Kommission hat in ihrem Vorschlag beide Werbeinstrumente in einem Artikel zusammengefasst.

Darüber hinaus sollen die verschiedenen Formen, bei denen im Gegensatz zum Sponsoring eine Verbindung von Werbung und Programm möglich sein könnte, klarer definiert und abgegrenzt werden. Verboten bleiben soll die Produktintegration, bei der sich der Inhalt nach den Vorgaben der Werbung richtet. Verboten bleiben soll die Themenplatzierung, bei der nicht Produkte, sondern Themen ins Programm als Werbung integriert werden. Auch Produktplatzierung soll nach dem Vorschlag der Berichterstatterin grundsätzlich verboten bleiben und nur dort, wo tatsächlich – wie bei Kino- und Fernsehfilmen – ein Wettbewerb mit US-Produktionen in Europa stattfindet, und im Sport erlaubt sein.

Für die so eingegrenzte Produktplatzierung sollen strengere Transparenzregeln als von der Kommission vorgeschlagen gelten. Dazu gehören die ausführliche Information zu Beginn und am Ende der Sendung und mindestens ein Signalhinweis alle 20 Minuten während der Sendung, um den Nutzer auf die Produktplatzierung aufmerksam zu machen.

Neu eingeführt wird von der Berichterstatterin die Möglichkeit der Produktionshilfen in Form von Waren oder Dienstleistungen. Diese erlaubten Produktionshilfen dürfen im Unterschied zur Produktplatzierung nicht gegen Entgelt und nur entsprechend der redaktionellen Erfordernisse eingesetzt werden.

Recht auf Kurzzeitberichterstattung – Recht auf Gegendarstellung – Zugangbarrieren abbauen

Um die Informationsfreiheit für alle Bürgerinnen und Bürger in der EU zu stärken, schlägt die Berichterstatterin vor,

- das Kurzberichterstattungsrecht nicht nur optional zu ermöglichen, sondern es in allen Mitgliedstaaten je nach nationalem Gesetz zu sichern,
- das Recht auf Gegendarstellung nicht auf das traditionelle Fernsehen zu beschränken, sondern auch auf die neuen Mediendienste anzuwenden,
- den uneingeschränkten Zugang zu den audiovisuellen Mediendiensten für Personen mit Behinderung schrittweise zu gewährleisten.

Förderung europäischer Inhalte und unabhängiger Produzenten

Die neuen audiovisuellen Mediendienste haben große Potentiale zu Vermittlung europäischer Inhalte. Die Berichterstatterin konkretisiert die Möglichkeiten, wie die Mitgliedstaaten diese Entwicklung, auch zugunsten unabhängiger Produzenten, fördern könnten, ohne die neuen Geschäftsmodelle zu gefährden.

Nationale Regulierungsstellen

Eine verbesserte Zusammenarbeit der nationalen Regulierungsstellen soll aus Sicht der Berichterstatterin vor allem die Lösung bilateraler Probleme zwischen den Mitgliedstaaten zur Sicherung des Sendestaatsprinzips und den mit dieser Richtlinie harmonisierten Mindeststandards erleichtern, um den Erfolg der überarbeiteten Richtlinie zu sichern.

9.10.2006

STELLUNGNAHME DES AUSSCHUSSES FÜR BÜRGERLICHE FREIHEITEN, JUSTIZ UND INNERES

für den Ausschuss für Kultur und Bildung

zu dem Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (KOM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD))

Verfasser der Stellungnahme: Jean-Marie Cavada

KURZE BEGRÜNDUNG

Der Vorschlag der Kommission, dessen erklärtes primäres Ziel darin besteht, „optimale Wettbewerbsbedingungen für die europäischen Unternehmen und Dienste im Bereich der Informationstechnologien“ zu schaffen, unterscheidet zwischen linearen und nicht-linearen Diensten. Für Erstere schlägt die Kommission die Modernisierung und Vereinfachung der geltenden Regelung vor, während sie für Letztere nur einen Teil der Regeln anzuwenden gedenkt, die für die linearen Dienste gelten (das, was als Grundbestand gemeinsamer Regeln bezeichnet wird), und dies insbesondere in Bezug auf die den Jugendschutz, die Bekämpfung des Rassenhasses oder die Schleichwerbung betreffenden Fragen.

Es ist bedauerlich, dass die Kommission sich mit dem Argument der schwierigen, wenn nicht gar unmöglichen technologischen Umsetzung bei den nicht-linearen Diensten auf einen Mindestbestand gemeinsamer Vorschriften beschränkt hat, sogar wenn es um die Bekämpfung von Diskriminierungen oder den Jugendschutz geht. Zum Schutz der Freiheiten müssten die Rechte und Verpflichtungen, die diesbezüglich anerkanntermaßen für die linearen Dienste gelten, so weit wie möglich auch auf die nicht-linearen Dienste ausgeweitet werden, denen in der audiovisuellen Landschaft eine von Tag zu Tag größere Bedeutung zukommt.

Im Übrigen möchte die Kommission die Mitgliedstaaten in ihrem Vorschlag dazu ermutigen, die Unabhängigkeit der Regulierungsbehörden zu gewährleisten, die insbesondere dafür zuständig sind, die Umsetzung der Richtlinie unter Wahrung der in ihr verankerten Grundsätze sicherzustellen. Dieser Wunsch ist überaus lobenswert. Er müsste jedoch mit einer Verpflichtung für die Mitgliedstaaten einhergehen, die noch nicht über solche Behörden verfügen, sich mit diesen auszustatten, da den Regulierungsbehörden mit Blick auf den Schutz der Freiheiten, der Jugendlichen, der Medienvielfalt und der Menschenwürde für alle

audiovisuellen Mediendienste eine tragende Rolle zukommt.

ÄNDERUNGSANTRÄGE

Der Ausschuss für bürgerliche Freiheiten, Justiz und Inneres ersucht den federführenden Ausschuss für Kultur und Bildung, folgende Änderungsanträge in seinen Bericht zu übernehmen:

Vorschlag der Kommission

Abänderungen des Parlaments

Änderungsantrag 1 ERWÄGUNG 2 A (neu)

(2a) Freie und pluralistische Medien sind eine wesentliche Voraussetzung für die uneingeschränkte Wahrnehmung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Informationsfreiheit, und die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte; bekräftigt die Verpflichtung der Staaten, den Medienpluralismus zu schützen und gegebenenfalls Maßnahmen zu seinem Schutz zu ergreifen.

Begründung

Es wird für wesentlich erachtet, eine Erwägung betreffend freie und pluralistische Medien auf der Grundlage der bereits vom EP geäußerten Standpunkte (siehe Begründung zu Änderungsantrag 30 Artikel 23 c (neu)) einzufügen.

Änderungsantrag 2 ERWÄGUNG 3

(3) Die große Bedeutung der audiovisuellen Mediendienste für die Gesellschaften, die Demokratie und die Kultur rechtfertigt die Anwendung besonderer Vorschriften auf diese Dienste.

(3) Die große Bedeutung der audiovisuellen Mediendienste für die Gesellschaften, die Demokratie, **die Bildung** und die Kultur rechtfertigt die Anwendung besonderer Vorschriften auf diese Dienste, **damit insbesondere die in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, in der Europäischen Konvention zum Schutze**

der Menschenrechte und Grundfreiheiten und dem Pakt der Vereinten Nationen über bürgerliche und politische Rechte verankerten Grundrechte und -freiheiten gewahrt werden und der Schutz von Minderjährigen, schutzbedürftigen und behinderten Menschen gewährleistet wird.

Änderungsantrag 3
ERWÄGUNG 5

(5) Europäische Unternehmen, die audiovisuelle Mediendienste erbringen, leiden derzeit unter mangelnder Rechtssicherheit und ungleichen Wettbewerbsbedingungen hinsichtlich der für neu aufkommende Abrufdienste geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen. Deshalb ist es notwendig, zumindest bestimmte gemeinsame Grundvorschriften **auf alle audiovisuellen Mediendienste** anzuwenden, um einerseits Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden und andererseits die Rechtsicherheit zu verbessern.

(5) Europäische Unternehmen, die audiovisuelle Mediendienste erbringen, leiden derzeit unter mangelnder Rechtssicherheit und ungleichen Wettbewerbsbedingungen hinsichtlich der für neu aufkommende Abrufdienste geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen. Deshalb ist es notwendig, **auf alle audiovisuellen Mediendienste** zumindest bestimmte gemeinsame Grundvorschriften anzuwenden, **die insbesondere ein ausreichendes Schutzniveau für Minderjährige und andere schutzbedürftige oder behinderte Menschen und für die Achtung der Grundrechte und -freiheiten gewährleisten sollen**, um einerseits Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden und andererseits die Rechtsicherheit zu verbessern.

Änderungsantrag 4
ERWÄGUNG 9

(9) Diese Richtlinie verbessert die Wahrung der Grundrechte und **trägt den** in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, **anerkannten Grundrechten und Grundsätzen vollständig Rechnung. In dieser Hinsicht** werden die Mitgliedstaaten durch diese Richtlinie in keiner Weise in der Anwendung ihrer **Verfassungsvorschriften** über die Pressefreiheit und die Meinungsfreiheit in

(9) Diese Richtlinie verbessert die Wahrung der Grundrechte und **versucht die** in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, **verankerten Grundsätze, Rechte und Freiheiten zu übernehmen. In diesem Zusammenhang sollten die Mitgliedstaaten eine oder mehrere unabhängige Regulierungsbehörden einrichten, falls dies nicht bereits geschehen ist. Diese Behörden sollten die Garanten der Wahrung der**

den Medien eingeschränkt.

Grundrechte im Rahmen der Erbringung audiovisueller Mediendienste sein. Die Entscheidung, ob es zweckmäßiger ist, über eine einzige Regulierungsbehörde für alle audiovisuellen Mediendienste oder über mehrere Behörden für die verschiedenen Kategorien von Diensten (lineare bzw. nicht-lineare Dienste) zu verfügen, liegt bei den Mitgliedstaaten. Im Übrigen werden die Mitgliedstaaten durch diese Richtlinie in keiner Weise in der Anwendung ihrer **Verfassungs- oder Verwaltungsvorschriften** über die Pressefreiheit und die Meinungsfreiheit in den Medien eingeschränkt.

Änderungsantrag 5
ERWÄGUNG 10

(10) Aufgrund der Einführung einheitlicher Mindestbestimmungen in Artikel 3b bis 3h dürfen die Mitgliedstaaten in den durch diese Richtlinie harmonisierten Bereichen nicht mehr aus Gründen des Jugendschutzes und der Bekämpfung der Aufstachelung zum Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Glauben oder Nationalität, der Verletzung der Menschenwürde einzelner Personen oder des Verbraucherschutzes gemäß Artikel 3 Absatz 4 der Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom Herkunftslandprinzip abweichen.

(10) **Die Bestimmungen der Artikel 3c bis 3j dieser Richtlinie stellen harmonisierte Regeln dar, die für die Mitgliedstaaten gelten. Diese können demnach insbesondere für die nicht-linearen Dienste** aus Gründen des Jugendschutzes, **der Wahrung** der Menschenwürde, der Bekämpfung **der Diskriminierungen und** der Aufstachelung zum Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Glauben, **sexueller Ausrichtung, ethnischer Herkunft** oder Nationalität, **des Schutzes von schutzbedürftigen oder behinderten Menschen** oder **auch** des Verbraucherschutzes gemäß Artikel 3 Absatz 4 der Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom Herkunftslandprinzip abweichen.

Änderungsantrag 6
ERWÄGUNG 24

(24) Unbeschadet des Herkunftslandprinzips gestattet diese Richtlinie den Mitgliedstaaten die Ergreifung von Maßnahmen, die eine Einschränkung des freien Verkehrs von

(24) Unbeschadet des Herkunftslandprinzips gestattet diese Richtlinie den Mitgliedstaaten die Ergreifung von Maßnahmen, die eine Einschränkung des freien Verkehrs von

Fernsehdiensten bedeuten, allerdings nur unter den Bedingungen, die in Artikel 2a dieser Richtlinie aufgeführt sind, und nach dem in dieser Richtlinie festgelegten Verfahren. Der Europäische Gerichtshof betont jedoch in seiner ständigen *Rechtssprechung*, dass Einschränkungen der Dienstleistungsfreiheit, wie beispielsweise jegliche Ausnahme von einem Grundsatz des Vertrags, sehr restriktiv auszulegen sind.

Fernsehdiensten bedeuten, allerdings nur unter den Bedingungen, die in Artikel 2a dieser Richtlinie aufgeführt sind, und nach dem in dieser Richtlinie festgelegten Verfahren. Der Europäische Gerichtshof betont jedoch in seiner ständigen *Rechtssprechung*, dass Einschränkungen der Dienstleistungsfreiheit, wie beispielsweise jegliche Ausnahme von einem Grundsatz des Vertrags, sehr restriktiv auszulegen sind, **wobei er sich insbesondere auf den Jugend- und Gesundheitsschutz bezieht und auf keinen Fall eine vorherige Kontrolle von Ideen oder Meinungen zulässt.**

Begründung

Der Europäische Gerichtshof hat sich hierüber ausgesprochen und äußerste Vorsicht gefordert, wenn es darum geht, irgendwelche Einschränkungen der Grundsätze auszulegen.

Änderungsantrag 7 ERWÄGUNG 25

(25) Wie die Kommission in ihrer Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament „Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union“¹ betont hat, gehört dazu auch „dass sorgfältig analysiert wird, welcher Regulierungsansatz angezeigt ist und insbesondere, ob Rechtsvorschriften für den jeweiligen Sektor oder die jeweilige Themenstellung vorzuziehen sind, oder ob Alternativen wie Ko-Regulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten. Für Ko-Regulierung und Selbstregulierung sieht die Interinstitutionelle Vereinbarung über bessere Rechtsetzung² gemeinsame Definitionen, Kriterien und Verfahren vor.“ Wie die Erfahrung zeigt, können Mit- und Selbstregulierungsinstrumente, die im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen

(25) In der am 31. Dezember 2003 zwischen der Kommission, dem Rat und dem Europäischen Parlament getroffenen Interinstitutionellen Vereinbarung über bessere Rechtsetzung wird empfohlen, auf die Koregulierung zurückzugreifen, insbesondere wenn die europäischen Rechtssetzungsbehörden die wesentlichen Ziele festlegen und es der Koregulierung oder gar Selbstregulierung überlassen, über die Mittel zu entscheiden, mit denen die so festgelegten Ziele verwirklicht werden können. Unter Koregulierung ist der Mechanismus zu verstehen, durch den ein gemeinschaftlicher Rechtsakt die Verwirklichung der von der Rechtssetzungsbehörde festgelegten Ziele den in dem betreffenden Bereich anerkannten Akteuren (Wirtschaftsakteuren, Sozialpartnern, Nichtregierungsorganisationen oder Verbänden) überträgt. Die Selbstregulierung, bei der auf Initiative

Verbraucherschutzes spielen.

einzig und allein der Akteure und ohne staatliche Beteiligung Verhaltenskodizes, Filter-Software, Labels und andere Vorkehrungen entwickelt werden, kann die Wahrung der in der vorliegenden Richtlinie festgelegten Grundsätze, insbesondere der den Schutz der Grundrechte und -freiheiten betreffenden Grundsätze, allein nicht gewährleisten.

¹ KOM(2005) 97.

² ABl. C 321 vom 31.12.2003, S. 1.

Begründung

Wie dies in der Interinstitutionellen Vereinbarung befürwortet wird, ist der Koregulierung große Bedeutung beizumessen; allerdings kann, wenn es um den Schutz der Grundrechte und der Minderjährigen geht, die Selbstregulierung keinen Vorrang haben.

Änderungsantrag 8 ERWÄGUNG 26

(26) Fernsehveranstalter können ausschließliche Übertragungsrechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, zu Unterhaltungszwecken erwerben. Gleichzeitig **muss** jedoch unbedingt der Pluralismus durch die Vielfalt der Nachrichten und Programme in der Europäischen Union gefördert und den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, anerkannten Grundrechten und Grundsätzen Rechnung getragen werden.

(26) Fernsehveranstalter können ausschließliche Übertragungsrechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, zu Unterhaltungszwecken erwerben. Gleichzeitig **müssen** jedoch unbedingt **der freie Zugang zur Information und der Medienpluralismus** durch die Vielfalt der Nachrichten und Programme in der Europäischen Union gefördert und den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, anerkannten Grundrechten und Grundsätzen Rechnung getragen werden.

Änderungsantrag 9 ERWÄGUNG 28

(28) Nicht-lineare Dienste unterscheiden sich von linearen Diensten **darin, welche** Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer **hat** und **welche** Auswirkungen **sie** auf die Gesellschaft **haben**. Deshalb ist es

(28) Nicht-lineare Dienste unterscheiden sich von linearen Diensten **durch die** Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer und **ihre** Auswirkungen auf die Gesellschaft. Deshalb ist es gerechtfertigt,

gerechtfertigt, für nicht-lineare Dienste, **die nur den Grundvorschriften in Artikel 3c bis 3h unterliegen, weniger strenge** Vorschriften zu erlassen.

für nicht-lineare Dienste **flexiblere** Vorschriften zu erlassen. **Daher ist es wichtig, dass die Mitgliedstaaten dafür sorgen, dass die Erbringer nicht-linearer Dienste sich verpflichten, für die Achtung der Grundrechte und -freiheiten, insbesondere den Schutz von Minderjährigen, schutzbedürftigen oder behinderten Menschen, die Wahrung der Menschenwürde und die Nichtdiskriminierung, zu sorgen; diese Grundsätze stellen in der Tat die Werte der Union dar und sind in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union wie auch in der Europäischen Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten, die zu achten sich die Mitgliedstaaten verpflichtet haben, verankert.**

Änderungsantrag 10
ERWÄGUNG 30

(30) Gemäß dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit sind in dieser Richtlinie nur diejenigen Maßnahmen vorgesehen, die zur Gewährleistung des reibungslosen Funktionierens des Binnenmarktes unerlässlich sind. Damit der Binnenmarkt wirklich zu einem Raum ohne Binnengrenzen für audiovisuelle Mediendienste wird, muss diese Richtlinie in den Bereichen, in denen ein Handeln auf Gemeinschaftsebene geboten ist, ein hohes Schutzniveau für die dem Allgemeininteresse dienenden Ziele, insbesondere für den **Jugendschutz und den Schutz** der Menschenwürde, gewährleisten.

(30) Gemäß dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit sind in dieser Richtlinie nur diejenigen Maßnahmen vorgesehen, die zur Gewährleistung des reibungslosen Funktionierens des Binnenmarktes **und zur Achtung der Rechte, Werte und Freiheiten, auf denen die Europäische Union aufgebaut wurde**, unerlässlich sind. Damit der Binnenmarkt wirklich zu einem Raum ohne Binnengrenzen für audiovisuelle Mediendienste wird, muss diese Richtlinie in den Bereichen, in denen ein Handeln auf Gemeinschaftsebene geboten ist, ein hohes Schutzniveau für **die Grundrechte und -freiheiten und** die dem Allgemeininteresse dienenden Ziele, insbesondere für den **Schutz von Minderjährigen, schutzbedürftigen oder behinderten Menschen, der Menschenwürde, der Verbraucher und der Gesundheit der Bevölkerung**, gewährleisten.

Änderungsantrag 11
ERWÄGUNG 31

(31) Der Gesetzgeber, die Branche **und** die Eltern haben weiterhin Bedenken in Bezug auf schädliche Inhalte und Verhaltensweisen im Bereich der audiovisuellen Mediendienste. Gerade im Zusammenhang mit neuen Plattformen und neuen Produkten wird hier mit neuen Problemen zu rechnen sein. Deshalb ist es notwendig, Vorschriften zum Schutz der körperlichen, geistigen und sittlichen Entwicklung Minderjähriger sowie zur Wahrung der Menschenwürde in allen audiovisuellen Mediendiensten und in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zu erlassen.

(31) Der Gesetzgeber, die Branche, die Eltern **und die im Bereich des Schutzes der Jugend, der schutzbedürftigen oder behinderten Menschen tätigen Nichtregierungsorganisationen** haben weiterhin Bedenken in Bezug auf schädliche Inhalte und Verhaltensweisen im Bereich der audiovisuellen Mediendienste. Gerade im Zusammenhang mit neuen Plattformen und neuen Produkten wird hier mit neuen Problemen zu rechnen sein. Deshalb ist es notwendig, Vorschriften zum Schutz der körperlichen, geistigen und sittlichen Entwicklung Minderjähriger, **schutzbedürftiger oder behinderter Menschen** sowie zur Wahrung der Menschenwürde in allen audiovisuellen Mediendiensten und in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zu erlassen.

Änderungsantrag 12
ERWÄGUNG 32

(32) ***Etwaige Maßnahmen zum Jugendschutz und zur Wahrung der Menschenwürde müssen sorgfältig gegen das in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union verankerte Grundrecht auf Meinungsfreiheit abgewogen werden. Ziel dieser Maßnahmen ist daher die Gewährleistung eines angemessenen Jugendschutzes insbesondere in Bezug auf nicht-lineare Dienste, aber kein generelles Verbot von nur für Erwachsene bestimmten Inhalten.***

(32) ***Das in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union und in der Europäischen Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten verankerte Grundrecht auf Meinungsfreiheit gilt nur insoweit, als die Wahrung der Menschenwürde und der Jugendschutz gewährleistet sind. Es sollte daher, auch für nicht-lineare Dienste, ein Gleichgewicht gefunden werden, wobei insbesondere der Jugendschutz gewährleistet wird, ohne aber nur für Erwachsene bestimmte Inhalte zu verbieten.***

Änderungsantrag 13
ERWÄGUNG 32 a (neu)

(32a) Durch Programme, in denen Szenen von verbaler, körperlicher oder sittlicher

Gewalt vorkommen, oder Szenen, die die Menschenwürde verletzen, kann das seelische Gleichgewicht von Minderjährigen, von schutzbedürftigen oder behinderten Menschen, insbesondere von geistig Behinderten, empfindlich gestört werden oder sie können dadurch psychisch oder psychologisch erschüttert werden. Da der Schutz dieser Menschen allgemein eins der Ziele der vorliegenden Richtlinie darstellt, werden die Mitgliedstaaten nachdrücklich aufgefordert, die Erbringer audiovisueller Mediendienste an dieses Erfordernis zu erinnern und ihnen vorzuschreiben, dass vor der Verbreitung unmissverständlich auf den besonderen Charakter solcher Programme hingewiesen werden muss.

Begründung

Der Schutz von Minderjährigen, von schutzbedürftigen und behinderten Menschen muss eins der Hauptanliegen des Gesetzgebers sowohl auf nationaler wie auch auf europäischer Ebene bleiben. Dieser Schutz muss auch den Anbietern audiovisueller Mediendienste am Herzen liegen; diese müssen die Nutzer ihrer Dienste vor den schädlichen Auswirkungen warnen, die von bestimmten Szenen oder Programmen für anfällige Menschen ausgehen können. Dies ist ein Bereich, der sich offensichtlich für die Selbstregulierung und Koregulierung eignet.

Änderungsantrag 14 ERWÄGUNG 35

(35) Nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste besitzen das Potenzial, lineare Dienste teilweise zu ersetzen. Sie sollten daher im Rahmen des praktisch Durchführbaren die Produktion und Verbreitung europäischer Werke vorantreiben und damit einen aktiven *Betrag* zur Förderung der kulturellen Vielfalt leisten. Die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten durch die audiovisuellen Mediendienste wird regelmäßig zu überprüfen sein. Bei der Berichterstattung gemäß Artikel 3f Absatz 3 sollen die Mitgliedstaaten insbesondere auch

(35) Nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste besitzen das Potenzial, lineare Dienste teilweise zu ersetzen. Sie sollten daher im Rahmen des praktisch Durchführbaren die Produktion und Verbreitung europäischer Werke vorantreiben und damit einen aktiven *Beitrag* zur Förderung der kulturellen Vielfalt leisten. ***Im Einklang mit dieser Zielsetzung müssen auch Koproduktionen und audiovisuelle Produktionen aus Drittstaaten, die in die Europäische Nachbarschaftspolitik einbezogen sind, im Hinblick auf die Förderung des Kulturaustauschs und der gegenseitigen***

auf den finanziellen Anteil solcher Dienste an der Produktion europäischer Werke und am Erwerb von Rechten an europäischen Werken, den Anteil europäischer Werke an der Gesamtpalette audiovisueller Mediendienste sowie die tatsächliche Nutzung der von solchen Diensten angebotenen europäischen Werke durch die Verbraucher eingehen.

Kenntnis Beachtung finden. Die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten durch die audiovisuellen Mediendienste wird regelmäßig zu überprüfen sein. Bei der Berichterstattung gemäß Artikel 3f Absatz 3 sollen die Mitgliedstaaten insbesondere auch auf den finanziellen Anteil solcher Dienste an der Produktion europäischer Werke und am Erwerb von Rechten an europäischen Werken, den Anteil europäischer Werke an der Gesamtpalette audiovisueller Mediendienste sowie die tatsächliche Nutzung der von solchen Diensten angebotenen europäischen Werke durch die Verbraucher eingehen.

Änderungsantrag 15 ERWÄGUNG 36

(36) Bei der Umsetzung der Bestimmungen von Artikel 4 der geänderten Richtlinie 89/552/EWG sollten die Mitgliedstaaten dafür sorgen, dass die ***Fernsehveranstalter*** einen angemessenen Anteil europäischer Koproduktionen und nicht-einheimischer europäischer Werke berücksichtigen.

(36) Bei der Umsetzung der Bestimmungen von Artikel 4 der geänderten Richtlinie 89/552/EWG sollten die Mitgliedstaaten dafür sorgen, dass die ***audiovisuellen Mediendienste*** einen angemessenen Anteil europäischer Koproduktionen und nicht-einheimischer europäischer Werke berücksichtigen.

Begründung

Im Bereich der Förderung der europäischen audiovisuellen Produktionen sollten für die Erbringer nicht-linearer Dienste die Verpflichtungen gelten, denen bei entsprechenden Inhalten schon jetzt die Erbringer linearer Dienste unterliegen.

Änderungsantrag 16 ERWÄGUNG 38 a (neu)

(38a) Das Recht auf Gegendarstellung ist ein im Online-Umfeld besonders geeignetes Rechtsmittel, da die Möglichkeit besteht, beanstandete Informationen sofort zu korrigieren. Dieses Recht muss jedoch innerhalb einer angemessenen Frist nach

Begründung des Verlangens ausgeübt werden, und zwar zu einem Zeitpunkt und in einer Art und Weise, die angesichts des speziellen Programms, auf das sich das Verlangen bezieht, als geeignet erscheinen. Der Gegendarstellung muss insbesondere die gleiche Bedeutung wie der beanstandeten Information beigemessen werden, damit der gleiche Nutzerkreis mit den gleichen Auswirkungen erreicht wird.

Änderungsantrag 17
ERWÄGUNG 40

(40) Aufgrund der geschäftlichen und technologischen Entwicklung haben die Nutzer eine immer größere Auswahl, damit aber auch eine größere Verantwortung bei der Nutzung audiovisueller Mediendienste. Damit die Ziele des allgemeinen Interesses angemessen verwirklicht werden können, müssen etwaige Vorschriften eine ausreichende Flexibilität in Bezug auf lineare audiovisuelle Mediendienste zulassen: Der Trennungsgrundsatz sollte auf Werbung und Teleshopping beschränkt, die Produktplatzierung sollte unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt und einige quantitative Beschränkungen sollten aufgehoben werden. Produktplatzierung, die den Charakter von Schleichwerbung hat, sollte jedoch verboten bleiben. Der Einsatz neuer Werbetechniken sollte durch den Trennungsgrundsatz nicht ausgeschlossen werden.

(40) Aufgrund der geschäftlichen und technologischen Entwicklung haben die Nutzer eine immer größere Auswahl, damit aber auch eine größere Verantwortung bei der Nutzung audiovisueller Mediendienste. Damit die Ziele des allgemeinen Interesses angemessen verwirklicht werden können, müssen etwaige Vorschriften eine ausreichende Flexibilität in Bezug auf lineare audiovisuelle Mediendienste zulassen: Der Trennungsgrundsatz sollte auf Werbung und Teleshopping beschränkt, die Produktplatzierung sollte unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt ***werden, vorausgesetzt, der Nutzer wird ganz klar davon informiert***, und einige quantitative Beschränkungen sollten aufgehoben werden. Produktplatzierung, die den Charakter von Schleichwerbung hat, sollte jedoch verboten bleiben. Der Einsatz neuer Werbetechniken sollte durch den Trennungsgrundsatz nicht ausgeschlossen werden.

Änderungsantrag 18
ERWÄGUNG 42

(42) Da die Zuschauer aufgrund der zunehmenden Anzahl neuer Dienste nun eine größere Auswahl haben, sind detaillierte Vorschriften über Werbeeinschübe zum Schutz der Zuschauer

(42) Da die Zuschauer aufgrund der zunehmenden Anzahl neuer ***linearer und nicht-linearer*** Dienste nun eine größere Auswahl haben, sind detaillierte Vorschriften über Werbeeinschübe zum

nicht mehr notwendig. Durch diese Richtlinie soll nicht die zulässige Werbedauer pro Stunde erhöht, sondern den Fernsehveranstaltern eine größere Flexibilität eingeräumt werden, sofern dadurch nicht der Gesamtzusammenhang der Programme in Frage gestellt wird.

Schutz der Zuschauer nicht mehr notwendig. Durch diese Richtlinie soll nicht die zulässige Werbedauer pro Stunde erhöht, sondern den Fernsehveranstaltern eine größere Flexibilität eingeräumt werden, sofern dadurch nicht der Gesamtzusammenhang der Programme in Frage gestellt wird.

Begründung

Ohne die vorgeschlagene Klarstellung könnte man es so auslegen, dass ausschließlich auf die nicht-linearen Dienste Bezug genommen wird.

Änderungsantrag 19 ERWÄGUNG 43 A (neu)

(43a) Bestimmte Programmkategorien wie Programme für Jugendliche sollten durch entsprechende Information über den Inhalt oder geeignete Filtersysteme angemessen geschützt werden.

Begründung

Die Richtlinie muss ermöglichen, vor der Nutzung audiovisueller Systeme durch Kinder und Jugendliche zu schützen, und zwar durch genaue Information über das Programm, um den Eltern bei ihrer Auswahl eine Orientierungshilfe zu geben, oder durch Filtersysteme, die auch ohne eine Kontrolle seitens der Eltern einen geschützten Konsum durch Jugendliche ermöglichen.

Änderungsantrag 20 ERWÄGUNG 45

(45) Schleichwerbung wird von dieser Richtlinie wegen ihrer nachteiligen Auswirkungen auf die Verbraucher verboten. Das Verbot von Schleichwerbung gilt nicht für die rechtmäßige Produktplatzierung im Rahmen dieser Richtlinie. ***entfällt***

Änderungsantrag 21

ERWÄGUNG 47

(47) Die Regulierungsbehörden sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur Medienvielfalt beitragen können. Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen.

(47) Die Regulierungsbehörden, **deren Existenz und Rolle sich in einer Welt von immer komplexeren audiovisuellen Mediendiensten als unerlässlich erweisen**, sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur **Achtung der Meinungsfreiheit und des Pluralismus** beitragen können. **Ferner sollten diese Instanzen dafür sorgen, dass die Menschenwürde, die Minderjährigen, die schutzbedürftigen Menschen und Behinderten geschützt werden, dass jede Form von Diskriminierung bekämpft wird und genereller dass die Grundfreiheiten und -rechte gefördert werden.** Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen.

Änderungsantrag 22 ERWÄGUNG 47

(47) Die Regulierungsbehörden sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur Medienvielfalt beitragen können. Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen.

(47) Die Regulierungsbehörden sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur Medienvielfalt beitragen können. **Ihre Kompetenzen betreffend die Kontrolle von Inhalten sollen sich auf die in dieser Richtlinie behandelten Bereiche und Vorschriften beschränken, ohne dass sie in irgendeinem Fall irgendeine Kontrolle über den Wahrheitsgehalt der Informationen ausüben können.** Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen.

Begründung

Es ist keinesfalls die Aufgabe der Regulierungsbehörden, die Grundrechte zu wahren. Diese Aufgabe ist ausschließlich Richtern und Gerichten vorbehalten. Zuzulassen, dass eine Regulierungsbehörde darüber entscheiden kann, ob eine Information wahr ist oder nicht, würde bedeuten, die freiheitsfeindliche Praxis der Vorzensur wieder einzuführen. Das Europäische Parlament hat in diesem Sinne zahlreiche Beschwerden von Bürgern erhalten.

Änderungsantrag 23 ERWÄGUNG 47 A (neu)

(47a) Das Recht von Behinderten und älteren Menschen auf Teilnahme am sozialen und kulturellen Leben, wie es in den Artikeln 25 und 26 der Grundrechtscharta bekräftigt wird, ist untrennbar von den Bestimmungen betreffend die Zugänglichkeit zu den audiovisuellen Mediendiensten. Die Zugänglichkeit zu den audiovisuellen Mediendiensten umfasst u. a. die Gebärdensprache, die Untertitelung, die Audiobeschreibung, die Audio-Untertitelung und leicht verständliche Bildschirmmenüs.

Begründung

Gemäß der Verpflichtung der Kommission, die Behinderungen in allen Gemeinschaftspolitiken zu berücksichtigen, kommt es darauf an, ausdrücklich auf die Bestimmungen der Charta hinzuweisen, die Menschen mit Behinderungen und ältere Menschen betreffen. Ferner wird eine nicht erschöpfende Liste von Zugänglichkeitsmerkmalen vorgeschlagen, die zur Einhaltung der Bestimmungen der Charta notwendig sind. Leitlinien, die den Begriff „Zugänglichkeit“ im Zusammenhang mit audiovisuellen Diensten erklären, sollten im Text der Richtlinie oder, wie unten vorgeschlagen, im Anhang zur Richtlinie enthalten sein.

Änderungsantrag 24 ARTIKEL 1 NUMMER 2 Artikel 1 Buchstabe c (Richtlinie 89/552/EWG)

c) ‚Fernsehsendung‘: ***ein linearer*** audiovisueller Mediendienst, bei ***dem*** ein Mediendiensteanbieter den Zeitpunkt, zu dem ein bestimmtes Programm übertragen

c) ‚***lineare Dienste, einschließlich*** Fernsehsendung‘: audiovisuelle Mediendienste, bei ***denen*** ein Mediendiensteanbieter den Zeitpunkt, zu

wird, **und den Programmplan festlegt.**

dem ein bestimmtes Programm **auf der Grundlage eines festen Programmplans, den er festgelegt hat,** übertragen wird.

Begründung

Dieser Änderungsantrag versucht, die Definition von „linearen Diensten“ zu klären.

Änderungsantrag 25
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe e (Richtlinie 89/552/EWG)

e) ‚nicht-linearer Dienst‘: ein audiovisueller Mediendienst, bei dem der Nutzer aufgrund eines vom Mediendiensteanbieter ausgewählten Inhaltsangebots **den Zeitpunkt festlegt, zu dem ein bestimmtes Programm übertragen wird.**

e) ‚nicht-linearer Dienst‘: ein audiovisueller Mediendienst, bei dem der Nutzer aufgrund eines vom Mediendiensteanbieter ausgewählten **diversifizierten** Inhaltsangebots **individuell die Übertragung eines bestimmten Programms abruft.**

Änderungsantrag 26
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

ka) ‚Einschaltquote und Mediennutzer‘: die Schätzung der Anzahl der Zuschauer einer Fernsehsendung.

Änderungsantrag 27
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k b (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

kb) ‚Erhebungsstelle‘: jede natürliche oder juristische Person, die für die Organisation oder Durchführung von Erhebungen über die Einschaltquote und die Mediennutzer verantwortlich ist.

Begründung

Im Sinne dieser Richtlinie wird für wesentlich erachtet, die Definition der Einschaltquote und der Erhebungsstelle aufzunehmen (siehe Änderungsantrag zu Artikel 20 a (neu), Änderungsantrag 25).

Änderungsantrag 28
ARTIKEL 1 NUMMER 3 BUCHSTABE A A (neu)
Artikel 2 Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

(aa) In Artikel 2 wird der folgende Absatz 1a eingefügt:

„1a. Die Mitgliedstaaten und die Kommission gewährleisten unter Achtung ihrer jeweiligen Zuständigkeiten den Pluralismus, die Freiheit und die Unabhängigkeit der audiovisuellen Mediendienste.“

Änderungsantrag 29
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3b Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass der Zugang zu Ereignissen, die von großem öffentlichen Interesse sind und die von einem ihrer Rechtshoheit unterliegenden Fernsehveranstalter übertragen werden, zum Zwecke der Kurzberichterstattung Fernsehveranstaltern, die in anderen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, unter gerechten, vernünftigen und nicht diskriminierenden Bedingungen nicht verwehrt wird.

1. Aufgrund des Grundsatzes des freien Zugangs zu Informationen, der insbesondere in Artikel 11 der Grundrechtecharta enthalten ist, sorgen die Mitgliedstaaten dafür, dass der Zugang zu Ereignissen, die von großem öffentlichen Interesse sind und die von einem ihrer Rechtshoheit unterliegenden Fernsehveranstalter übertragen werden, zum Zwecke der Kurzberichterstattung Fernsehveranstaltern, die in anderen Mitgliedstaaten niedergelassen sind ***und Vermittlern, wenn sie im Auftrag von Fernsehveranstaltern tätig sind,*** unter gerechten, vernünftigen und nicht diskriminierenden Bedingungen nicht verwehrt wird.

Begründung

Es muss auf eine Inkonsequenz zwischen Änderungsantrag 27 und Artikel 3c betreffend das Recht der Vermittler, wie den Presseagenturen, Zugang zum Signal zu erlangen, hingewiesen werden. Um keine Verwirrung zu stiften, ist es erforderlich, in dem Artikel darauf hinzuweisen, dass die Vermittler, wenn sie im Auftrag von Fernsehveranstaltern handeln, Recht auf Zugang zum Signal haben.

Änderungsantrag 30
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3b Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1a. Die Mitgliedstaaten können beantragen, dass bestimmte Ereignisse von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung, die aber in der in Artikel 3a genannten Liste nicht enthalten sind, von den ihrer Rechtshoheit unterliegenden Fernsehveranstaltern nicht auf Ausschließlichkeitsbasis übertragen werden, und zwar aufgrund ihrer erheblichen Bedeutung, oder von Unvorhersehbarkeit oder aus zeitlichen Gründen. Diese Anträge werden einem beschleunigten Überprüfungsverfahren gemäß dem in Artikel 3b Absatz 3a Unterabsatz 2 festgelegten Verfahren unterzogen.

Änderungsantrag 31
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3b Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Die Fernsehveranstalter *oder Vermittler* können diese Kurznachrichtenausschnitte frei aus dem Sendesignal des übertragenden Fernsehveranstalters auswählen, müssen dabei **aber** mindestens ihre Quelle angeben.

2. Die Fernsehveranstalter können diese Kurznachrichtenausschnitte **zum Zwecke der Übertragung** frei aus dem Sendesignal des übertragenden Fernsehveranstalters auswählen **und** müssen dabei mindestens ihre Quelle angeben.

Änderungsantrag 32
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3c Buchstabe a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

(aa) seine Gesellschaftsform,

Änderungsantrag 33
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3c Buchstabe a b (neu)

(ab) sein Kapital,

Änderungsantrag 34
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 c Buchstabe a c (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

*(ac) den Namen seines gesetzlichen
Vertreterers,*

Änderungsantrag 35
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 c Buchstabe a d (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

*(ad) den Namen des für den Inhalt
verantwortlichen Redakteurs, wenn er sich
vom gesetzlichen Vertreter unterscheidet,*

Änderungsantrag 36
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 c Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

*Um die Informationen von Absatz 1
zugänglicher zu machen, stellen die
Mitgliedstaaten öffentliche nationale
Register von audiovisuellen
Mediendiensten auf, bei denen sich jeder
Anbieter dieser Dienste, dessen
Niederlassungsort sich auf dem
Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats befindet,
registrieren lässt und die im ersten Absatz
erwähnten Informationen übermittelt.*

Änderungsantrag 37
ARTIKEL 1 NUMMER 6 Artikel 3d (Richtlinie 89/552/EWG)

*Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene
Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass
ihrer Rechtshoheit unterliegende
Mediendienste nicht in einer Art und Weise
verbreitet werden, die die körperliche,
geistige und sittliche Entwicklung von
Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen*

*Sendungen oder audiovisuelle
Mediendienste, die die körperliche, geistige
und sittliche Entwicklung von
Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen
könnten, sind verboten.*

könnte.

Änderungsantrag 38
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 d (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen könnte.

Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die **die Würde und Achtung der menschlichen Person** oder die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen, **von schutzbedürftigen oder behinderten Menschen** ernsthaft beeinträchtigen könnte.

Änderungsantrag 39
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 d Unterabsatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten den Nutzern leistungsfähige Filtersysteme für Inhalte zur Verfügung stellen, die für die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen schädlich sind, und sie über deren Existenz informieren.

Änderungsantrag 40
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 d Unterabsatz 1 b (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Kommission und die Mitgliedstaaten ermuntern die Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten, die Regulierungsbehörden und alle betroffenen Parteien weiter über die technische und juristische Durchführbarkeit der Entwicklung einer harmonisierten Kennzeichnung der Inhalte nachzudenken und dabei eine bessere

Filterung und Klassifizierung an der Quelle zu fördern, ganz gleich welche Plattform benutzt wird, um einen besseren Jugendchutz zu ermöglichen.

Änderungsantrag 41
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3d Absatz 1 c (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1c. Die Mitgliedstaaten treffen die geeigneten Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass das im ersten Absatz enthaltene Verbot eingehalten wird.

Änderungsantrag 42
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3d Absatz 1 d (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1d. Die Mitgliedstaaten gewährleisten unter Androhung administrativer und strafrechtlicher Sanktionen, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden audiovisuellen Mediendienste keinesfalls Kinderpornographie übermitteln.

Begründung

In Anbetracht der Vorkommnisse in etlichen Mitgliedstaaten, wie das Verschwinden und die Tötung von Kindern, Verbrechen im Zusammenhang mit Pädophilie, Verbreitung von pornographischem Material, Internetseiten, die zur Ausbeutung von Kindern auffordern, und Zunahme der Gewalt gegen Frauen, wird die Notwendigkeit immer dringender, klar und entschieden gegen ein gesellschaftliches Übel vorzugehen, von dem insbesondere eine völlig wehrlose und unschuldige Altersgruppe betroffen ist.

Änderungsantrag 43
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3d Absatz 1 c (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1c. Die Mitgliedstaaten fordern die Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten auf, Informationskampagnen zur Vorbeugung gegen Gewalt gegen Frauen und

Jugendliche, sofern dies praktisch durchführbar ist, in Zusammenarbeit mit Verbänden und in diesem Bereich tätigen staatlichen oder privaten Stellen zu fördern.

Begründung

In Anbetracht der Vorkommnisse in etlichen Mitgliedstaaten, wie das Verschwinden und die Tötung von Kindern, Verbrechen im Zusammenhang mit Pädophilie, Verbreitung von pornographischem Material, Internetseiten, die zur Ausbeutung von Kindern auffordern, und Zunahme der Gewalt gegen Frauen, wird die Notwendigkeit immer dringender, klar und entschieden gegen ein gesellschaftliches Übel vorzugehen, von dem insbesondere eine völlig wehrlose und unschuldige Altersgruppe betroffen ist.

Änderungsantrag 44
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 e (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln dafür, dass die audiovisuellen Mediendienste und die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von ihrer Rechtshoheit unterliegenden Anbietern verbreitet werden, nicht zu Hass aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung aufstacheln.

Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln dafür, dass die audiovisuellen Mediendienste und die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von ihrer Rechtshoheit unterliegenden Anbietern verbreitet werden, ***keine Diskriminierung enthalten***, nicht zu Hass aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung aufstacheln ***und dass sie nicht die Würde und Achtung der menschlichen Person beeinträchtigen.***

Änderungsantrag 45
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 f Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Die Mitgliedstaaten sorgen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter die Produktion und den Zugang zu europäischen Werken im Sinne von Artikel 6 fördern.

1. Die Mitgliedstaaten sorgen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter die Produktion und den Zugang zu europäischen Werken im Sinne von Artikel 6 fördern. ***Was die nicht-linearen Dienste anbelangt, so kann diese***

Förderung insbesondere gemäß folgenden Modalitäten erfolgen: Mindestinvestitionen in europäische Produktionen im Verhältnis zum Umsatz, Mindestanteil von europäischen Produktionen innerhalb der Video-Bestellkataloge und attraktive Darstellung der europäischen Produktionen in den elektronischen Programmführern.

Begründung

Die vorgeschlagene Hinzufügung präzisiert die wichtigsten Beispiele von Maßnahmen, die die Mitgliedstaaten treffen können, um das für die erste Phase gesteckte Ziel zu erreichen. Sie ermöglicht somit, die Verwirklichung des Ziels zu fördern und dabei gleichzeitig die notwendige Flexibilität beizubehalten, die mit dieser Verwirklichung verbunden ist (Erwähnung „wenn dies durchführbar ist, und mit angemessenen Mitteln“; nicht erschöpfender und nicht zwingender Charakter des Maßnahmenkatalogs).

Änderungsantrag 46
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 f Absatz 4 (Richtlinie 89/552/EWG)

Auf der Grundlage der von den Mitgliedstaaten übermittelten Informationen erstattet die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat über die Anwendung von Absatz 1 Bericht und trägt dabei der Markt- und Technologieentwicklung Rechnung.

Auf der Grundlage der von den Mitgliedstaaten übermittelten Informationen ***und einer unabhängigen Studie*** erstattet die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat ***alle zwei Jahre*** über die Anwendung von Absatz 1 Bericht und trägt dabei der Markt- und Technologieentwicklung ***und dem Ziel der kulturellen Vielfalt*** Rechnung.

Änderungsantrag 47
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 f Absatz 4 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

4a. Der Rat überprüft am Ende des fünften Jahres nach Erlass dieser Richtlinie anhand eines Berichts der Kommission, der gegebenenfalls Änderungsvorschläge enthält, die Durchführung des vorliegenden Artikels und trägt dabei der Markt- und Technologieentwicklung und dem Ziel der kulturellen Vielfalt sowie

**einer unabhängigen Studie über die
Auswirkung der Maßnahmen betreffend
Absatz 1 Rechnung.**

Begründung

Es kommt darauf an, für die effektive Durchführung dieses Artikels zu sorgen und zu diesem Zweck ein System zur Überprüfung dieses Artikels einzuführen, die sich an der derzeit geltenden Regelung für die Fernsehdienste orientiert, wie er in den Artikeln 4 Absatz 4 und 25a der Richtlinie Fernsehen ohne Grenzen definiert wird.

Änderungsantrag 48
ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3g Einleitung und Buchstaben a bis c (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von den ihrer Rechtshoheit unterliegenden Veranstaltern verbreitet wird, folgenden Anforderungen genügt:

a) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation ***muss klar als solche erkennbar sein. Jede Schleichwerbung in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation ist verboten.***

b) In der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation dürfen keine subliminalen

Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von den ihrer Rechtshoheit unterliegenden Veranstaltern verbreitet wird, ***den in der Charta der Grundrechte verankerten Grundsätzen und insbesondere*** folgenden Anforderungen genügt:

a) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation ***darf nicht***

i)) Diskriminierungen nach Geschlecht, Rasse, rassischer oder ethnischer Herkunft, Religion oder Glaube, Behinderung, Alter, sexueller Ausrichtung oder Nationalität enthalten,

ia) die Würde und Achtung der menschlichen Person beeinträchtigen;

ii) religiöse oder politische Überzeugungen verletzen;

iii) Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden;

iv) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt gefährden.

b) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation muss klar als solche

Techniken eingesetzt werden.

c) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation darf nicht

i) Diskriminierungen nach Rasse, Geschlecht oder Nationalität enthalten;

ii) religiöse oder politische Überzeugungen verletzen;

iii) Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden;

iv) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt gefährden.

erkennbar sein. Jede Schleichwerbung in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation ist verboten.

c) In der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation dürfen keine subliminalen Techniken eingesetzt werden.

Änderungsantrag 49
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 g Buchstabe f (Richtlinie 89/552/EWG)

(f) Audiovisuelle Kommunikation darf weder zur körperlichen noch zur seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Deswegen soll sie keine direkten Kaufappelle an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen, Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben und Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

(f) Audiovisuelle Kommunikation darf weder zur körperlichen noch zur seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen **oder versuchen, ihre Sensibilität sowie die von schutzbedürftigen oder behinderten Menschen auszunutzen.** Deswegen soll sie keine direkten Kaufappelle an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen, Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben und Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen, **es sei denn, dies ist aus Gründen der Lehre oder Ausbildung gerechtfertigt.**

Änderungsantrag 50
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Audiovisuelle Mediendienste dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist. Ferner dürfen **audiovisuelle Mediendienste** keine Produktplatzierung zugunsten von Zigaretten oder Tabakerzeugnissen oder zugunsten von Unternehmen enthalten, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.

2. Audiovisuelle Mediendienste dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist. Ferner dürfen **sie** keine Produktplatzierung zugunsten von Zigaretten oder Tabakerzeugnissen oder zugunsten von Unternehmen enthalten, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.

Änderungsantrag 51
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h Absatz 4 (Richtlinie 89/552/EWG)

4. Nachrichtensendungen **und Sendungen zum aktuellen Zeitgeschehen** dürfen weder gesponsert werden noch Produktplatzierung enthalten. Audiovisuelle Mediendienste für Kinder und Dokumentarfilme dürfen keine Produktplatzierung enthalten.“

4. Nachrichtensendungen dürfen weder gesponsert werden noch Produktplatzierung enthalten. Audiovisuelle Mediendienste **oder Programme** für Kinder und Dokumentarfilme dürfen keine Produktplatzierung enthalten.“

Änderungsantrag 52
ARTIKEL 1 NUMMER 6 A Artikel 3 ha (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 3ha

1. Die Mitgliedstaaten treffen alle geeigneten, sowohl allgemeine als auch spezifische Maßnahmen, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden audiovisuellen Mediendienste schrittweise und uneingeschränkt für Menschen mit Behinderungen zugänglich werden.

2. Ab dem (Tag) (Monat) (Jahr) unterbreiten die Mitgliedstaaten der Kommission alle zwei Jahre einen nationalen Bericht über die Anwendung dieses Artikels.

Dieser Bericht umfasst insbesondere statistische Angaben über die erzielten Fortschritte, um das Ziel der

Zugänglichkeit zu erreichen, wie in Absatz 1 beschrieben, die Gründe für jeden Misserfolg und die getroffenen oder beabsichtigten Maßnahmen, um das Ziel zu erreichen.

Die Kommission gewährleistet die Anwendung dieses Artikels im Einklang mit den Bestimmungen des Vertrages.

Begründung

Der neue Artikel fügt die Verpflichtung für die Mitgliedstaaten hinzu, alle geeigneten Maßnahmen zu treffen, um den Behinderten die Zugänglichkeit zum digitalen Fernsehen zu gewährleisten und über die Maßnahmen Bericht zu erstatten, die getroffen wurden, um die Zugänglichkeit zu gewährleisten.

Die Berichte sollten mindestens umfassen: statistische Daten und Ziele über die Fernsehzugänglichkeit; einen Fortschrittsbericht darüber, wie behinderte Nutzer konsultiert wurden.

Ein Anhang zur Richtlinie, in dem der Begriff „Zugänglichkeit“ erklärt wird, und Maßnahmen, die vielleicht getroffen werden müssen, um sie zu erreichen, sollte hinzugefügt werden, und dabei sollte „Digital TV Equipment: Vulnerable Consumer Requirement“, veröffentlicht vom Vereinigten Königreich im März 2006, als Referenz benutzt werden.

Änderungsantrag 53
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 hb (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 3hb

1. Unbeschadet der übrigen von den Mitgliedstaaten erlassenen zivil-, verwaltungs- oder strafrechtlichen Bestimmungen soll jede natürliche oder juristische Person, deren berechtigte Interessen – insbesondere Ehre und Ansehen – aufgrund der Behauptung falscher Tatsachen in einem Programm beeinträchtigt worden sind, unabhängig von ihrer Nationalität ein Recht auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen beanspruchen können. Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die effektive Ausübung des Rechts auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen nicht durch Auferlegung

unangemessener Bedingungen behindert wird. Die Gegendarstellung wird in einer angemessenen Frist nach Begründung des Antrags zu einem Zeitpunkt in einer Weise übermittelt, die aufgrund des Programms, auf das sich der Antrag bezieht, angemessen sind.

2. Das Recht auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen gelten in Bezug auf alle Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten, die der Rechtshoheit eines Mitgliedstaats unterworfen sind.

3. Die Mitgliedstaaten treffen die erforderlichen Maßnahmen zur Ausgestaltung dieses Rechts oder dieser Maßnahmen und legen das Verfahren zu deren Wahrnehmung fest. Sie sorgen insbesondere dafür, dass die Frist für die Wahrnehmung des Rechts auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen ausreicht und dass die Vorschriften so festgelegt werden, dass dieses Recht oder diese Maßnahmen von den natürlichen oder juristischen Personen, deren Wohnsitz oder Niederlassung sich in einem anderen Mitgliedstaat befindet, in angemessener Weise wahrgenommen werden können.

4. Der Antrag auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen kann abgelehnt werden, wenn die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen für eine solche Gegendarstellung nicht vorliegen, die Gegendarstellung eine strafbare Handlung beinhaltet, ihre Sendung den Anbieter des audiovisuellen Mediendienstes zivilrechtlich haftbar machen würde oder wenn sie gegen die guten Sitten verstößt.

5. Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass bei Streitigkeiten über die Wahrnehmung des Rechts auf Gegendarstellung oder gleichwertiger Maßnahmen eine gerichtliche Nachprüfung erfolgen kann.

6. Das Recht auf Gegendarstellung gilt unbeschadet anderer Rechtsmittel, die denjenigen Personen zur Verfügung

stehen, deren Rechte auf Würde, Ehre, guten Ruf oder das Privatleben von den Medien nicht respektiert wurde.

Begründung

Das Recht auf Gegendarstellung muss für alle audiovisuellen Mediendienste und nicht nur für die linearen Dienste gelten.

Änderungsantrag 54

ARTIKEL 1 NUMMER 9 Artikel 10 Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Einzeln gesendete Werbespots und Teleshopping-Spots müssen, **außer in Sportprogrammen**, die Ausnahme bilden.“

2. Einzeln gesendete Werbespots und Teleshopping-Spots müssen die Ausnahme bilden.“

Änderungsantrag 55

ARTIKEL 1 NUMMER 10 Artikel 11 Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1a. Bei Programmen, die aus eigenständigen Teilen bestehen, oder bei Sportprogrammen sowie Sendungen über ähnlich strukturierte Ereignisse und Darbietungen mit Pausen können die Werbung und Teleshopping-Spots nur zwischen die eigenständigen Teile oder in die Pausen eingefügt werden.

Änderungsantrag 56

ARTIKEL 1 NUMMER 10 Artikel 11 Absatz 2 Unterabsatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen, Kinderprogrammen und Nachrichtensendungen darf für jeden Zeitraum von **35** Minuten einmal für Werbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden.

2. Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen, Kinderprogrammen und Nachrichtensendungen darf für jeden Zeitraum von **45** Minuten einmal für Werbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden. ***Eine weitere Unterbrechung ist zulässig, wenn die programmierte Sendedauer um mindestens 20 Minuten über zwei oder mehrere volle 45-Minuten-Zeiträume hinausgeht. Die***

Übertragung audiovisueller Werke wie Kinospielefilme und Fernsehfilme (mit Ausnahme von Serien, Reihen, Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen) kann für jeden vollen Zeitraum von 45 Minuten einmal unterbrochen werden, sofern ihre programmierte Sendezeit mehr als 45 Minuten beträgt. Eine weitere Unterbrechung ist zulässig, wenn die programmierte Sendedauer um mindestens 20 Minuten über zwei oder mehrere volle 45-Minuten-Zeiträume hinausgeht.

Änderungsantrag 57

ARTIKEL 1 NUMMER 17 Artikel 20 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 20a

1. Um bei den Werbeeinkünften die Grundsätze des Pluralismus, des Wettbewerbs und der Unternehmensfreiheit zu wahren, müssen bei der Ermittlung der Einschaltquoten die folgenden Kriterien beachtet werden:

a) Unabhängigkeit der Ermittler der Einschalt- und Ausstrahlungsquoten der verschiedenen Kommunikationsmittel von allen Einrichtungen, bei denen sie ermitteln;

b) Repräsentativität der Lenkungsorgane (Technisch-wissenschaftlicher und/oder Kontrollausschuss): diesen müssen die Vertreter aller Betroffenen und Ermittelten angehören (Betreiber, Markt, Verbraucher) und sie dürfen nicht auf alle TV-Plattformen beschränkt sein;

c) Transparenz der technischen Ausschüsse, denen bei der Ermittlungstätigkeit echte Befugnisse eingeräumt werden müssen, ohne jegliche technische oder administrative Einmischung seitens des Verwaltungsrates.

Begründung

In Anbetracht der Bedeutung der Ermittlung der Einschaltquoten für die Werbeeinkünfte erscheint ein einheitliches Niveau in der gesamten Union im Einklang mit den Grundsätzen der Meinungsfreiheit, Unabhängigkeit, Transparenz und Repräsentativität erforderlich.

Änderungsantrag 58
ARTIKEL 1 NUMMER 18A (neu)
Artikel 23 (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 23

entfällt

1. Unbeschadet der übrigen von den Mitgliedstaaten erlassenen zivilverwaltungs- oder strafrechtlichen Bestimmungen muss jede natürliche oder juristische Person, deren berechtigte Interessen - insbesondere Ehre und Ansehen - aufgrund der Behauptung falscher Tatsachen in einem Fernsehprogramm beeinträchtigt worden sind, unabhängig von ihrer Nationalität ein Recht auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen beanspruchen können.

2. Das Recht auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen gelten in Bezug auf alle Fernsehveranstalter, die der Rechtshoheit eines Mitgliedstaats unterworfen sind.

3. Die Mitgliedstaaten treffen die erforderlichen Maßnahmen zur Ausgestaltung dieses Rechts oder dieser Maßnahmen und legen das Verfahren zu deren Wahrnehmung fest. Sie sorgen insbesondere dafür, dass die Frist für die Wahrnehmung des Rechts auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen ausreicht und dass die Vorschriften so festgelegt werden, dass dieses Recht oder diese Maßnahmen von den natürlichen oder juristischen Personen, deren Wohnsitz oder Niederlassung sich in einem anderen Mitgliedstaat befindet, in angemessener Weise wahrgenommen werden können.

4. Der Antrag auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen kann abgelehnt werden, wenn die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen für eine solche Gegendarstellung nicht vorliegen, die Gegendarstellung eine strafbare Handlung beinhaltet, ihre Sendung den Fernsehveranstalter zivilrechtlich haftbar machen würde oder wenn sie gegen die guten Sitten verstößt.

5. Bei Streitigkeiten über die Wahrnehmung des Rechts auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen ist eine gerichtliche Nachprüfung zu ermöglichen.

Begründung

Das Recht auf Gegendarstellung muss für alle audiovisuellen Mediendienste und nicht nur für die linearen Dienste gelten.

Änderungsantrag 59

ARTIKEL 1 NUMMER 19 BUCHSTABE A (neu) Artikel 23a Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

19a. Artikel 23a Absatz 1 soll wie folgt lauten:

„1. Es wird ein Kontaktausschuss bei der Kommission eingesetzt. Dieser Ausschuss setzt sich aus Vertretern der in Artikel 23b vorgesehenen zuständigen nationalen Regulierungsbehörden zusammen. Den Vorsitz führt ein Vertreter der Kommission; der Ausschuss tagt auf Initiative des Vorsitzenden oder auf Antrag der Delegation eines Mitgliedstaats.“

Änderungsantrag 60

ARTIKEL 1 NUMMER 20

Artikel 23 b Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Die Mitgliedstaaten ***gewährleisten die Unabhängigkeit der nationalen Regulierungsbehörden und sorgen dafür,***

1. Die Mitgliedstaaten ***sorgen für die Einsetzung von Regulierungsbehörden, deren Unabhängigkeit sie gegenüber***

dass diese ihre Befugnisse unparteiisch und transparent ausüben.

politischen, wirtschaftlichen oder finanziellen Kreisen, deren Unparteilichkeit sowie Transparenz bei der Funktionsweise und beim Entscheidungsprozess sie gewährleisten.

Änderungsantrag 61
ARTIKEL 1 NUMMER 20
Artikel 23 b Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1a. Die Mitgliedstaaten können den Regulierungsbehörden den Auftrag erteilen, für die Einhaltung der Bestimmungen dieser Richtlinie durch die Anbieter audiovisueller Medien zu sorgen, insbesondere derjenigen, die sich auf die freie Meinungsäußerung, die Medienvielfalt, die Menschenwürde, den Grundsatz der Nichtdiskriminierung, den Schutz der Minderjährigen und schutzbedürftigen oder behinderten Menschen beziehen.

Änderungsantrag 62
ARTIKEL 1 NUMMER 20
Artikel 23 c Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Die *nationalen* Regulierungsbehörden übermitteln sich gegenseitig und der Kommission alle Informationen, die für die Anwendung der Bestimmungen dieser Richtlinie notwendig sind.“

2. Die Regulierungsbehörden übermitteln sich gegenseitig und der Kommission alle Informationen, die für die Anwendung der Bestimmungen dieser Richtlinie notwendig sind, *und im Falle eines schweren Verstoßes gegen die Bestimmungen der Richtlinie stimmen sie sich ab, um die zu ergreifenden Maßnahmen festzulegen.*“

Änderungsantrag 63
ARTIKEL 1 NUMMER 20 Artikel 23c (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 23c

1. Die Mitgliedstaaten treffen die erforderlichen Maßnahmen, um den Informationspluralismus im Fernsehen zu

gewährleisten. Die Mitgliedstaaten verbieten insbesondere die Bildung und Aufrechterhaltung beherrschender Stellungen im Fernsehmarkt und den damit verbundenen Märkten.

2. Die Mitgliedstaaten sorgen für die Wahrung der Neutralität der von den staatlichen Behörden übermittelten Informationen und legen die geeigneten Maßnahmen fest, um zu verhindern, dass eventuelle Missbräuche von Regierungsämtern die über die Medien verbreiteten Informationen beeinflussen können.

Begründung

Im Einklang mit vom EP bereits zum Ausdruck gebrachten Standpunkten (vgl. am 6. September 2005 angenommene Entschließung zu "Fernsehen ohne Grenzen" und EP-Entschließung zu den Gefahren der Verletzung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Informationsfreiheit (Artikel 11 Absatz 2 der Charta der Grundrechte) in der EU, vor allem in Italien (2003/2237(INI)), die darauf abzielen, von den Mitgliedstaaten die Beachtung der allgemeinen Grundsätze im Bereich des Schutzes des Pluralismus und das Verbot der Häufung von Regierungsämtern und Kontrolle von Rundfunk- und Fernsehunternehmen zu fordern.

Es liegt nämlich klar auf der Hand, dass die bestehenden Unterschiede in den einschlägigen nationalen Rechtsvorschriften die Ausübung der Niederlassungsfreiheit und die freie Dienstleistungserbringung auf dem Hoheitsgebiet der Gemeinschaft erschweren.

Änderungsantrag 64 ARTIKEL 1 NUMMER 22

Artikel 26 Absatz 1a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Bei der Ausarbeitung solcher Berichte hört die Kommission nicht nur die nationalen Regulierungsbehörden, sondern auch eine europäische Plattform von Verbraucherverbänden als Vertreter der verschiedenen Benutzergruppen.

Begründung

Bei der Ausarbeitung solcher Berichte muss den Verbraucherverbänden eine vorrangige Rolle zukommen.

VERFAHREN

Titel	Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität		
Bezugsdokumente – Verfahrensnummer	KOM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD)		
Federführender Ausschuss	CULT		
Stellungnahme von Datum der Bekanntgabe im Plenum	LIBE 2.2.2006		
Verstärkte Zusammenarbeit – Datum der Bekanntgabe im Plenum			
Verfasser der Stellungnahme Datum der Benennung	Jean-Marie Cavada 22.2.2006		
Ersetzte(r) Verfasser(-in) der Stellungnahme			
Prüfung im Ausschuss	4.5.2006	19.6.2006	12.7.2006
Datum der Annahme	4.10.2006		
Ergebnis der Schlussabstimmung	+: 36 -: 1 0: 3		
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende Mitglieder	Alexander Alvaro, Edit Bauer, Johannes Blokland, Mihael Brejc, Michael Cashman, Jean-Marie Cavada, Carlos Coelho, Fausto Correia, Elly de Groen-Kouwenhoven, Panayiotis Demetriou, Agustín Díaz de Mera García Consuegra, Kinga Gál, Patrick Gaubert, Lilli Gruber, Adeline Hazan, Lívia Járóka, Barbara Kudrycka, Stavros Lambrinidis, Romano Maria La Russa, Henrik Lax, Antonio Masip Hidalgo, Edith Mastenbroek, Jaime Mayor Oreja, Martine Roure, Inger Segelström, Ioannis Varvitsiotis, Donato Tommaso Veraldi, Manfred Weber, Stefano Zappalà und Tatjana Ždanoka.		
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende(r) Stellvertreter(-in/-innen)	Genowefa Grabowska, Ignasi Guardans Cambó, Luis Herrero-Tejedor, Sophia in 't Veld, Sylvia-Yvonne Kaufmann, Katalin Lévai, Javier Moreno Sánchez, Antonio Tajani, Kyriacos Triantaphyllides und Rainer Wieland.		
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende(r) Stellv. (Art. 178 Abs. 2)	Luigi Cocilovo, Alessandro Foglietta und Roberto Musacchio.		
Anmerkungen (Angaben nur in einer Sprache verfügbar)			

12.10.2006

STELLUNGNAHME DES AUSSCHUSSES FÜR WIRTSCHAFT UND WÄHRUNG

für den Ausschuss für Kultur und Bildung

zu dem Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (KOM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD))

Verfasser der Stellungnahme: Karsten Friedrich Hoppenstedt

KURZE BEGRÜNDUNG

1. Mit der Ausgestaltung des Rechtsrahmens für audiovisuelle Medien müssen Grundbedingungen für die erfolgreiche Entwicklung grenzüberschreitender Mediendienste geschaffen werden, so dass die europäische Wettbewerbsfähigkeit in diesem Bereich gestärkt wird. Gleichzeitig ist der besonderen Natur des audiovisuellen Sektors Rechnung zu tragen und die Gewährleistung bedeutender Grundprinzipien, wie Jugend- und Verbraucherschutz, sicherzustellen.
2. Im Zuge der fortschreitenden technologischen Marktentwicklung im audiovisuellen Bereich, insbesondere der digitalen Konvergenz der Kommunikationsnetze und der damit einhergehenden Ausstrahlung von Medieninhalten über neue technologische Plattformen, wie Mobilfunk und Internet, wurden Verbreitungsmöglichkeiten geschaffen, die eine dem Fernsehen vergleichbare Meinungsbildungsfunktion besitzen.

Unter Berücksichtigung dieser Entwicklungen ist der im Kommissionsvorschlag enthaltene Ansatz zu begrüßen, der auf die inhaltliche und funktionelle Vergleichbarkeit der Dienste abstellt und somit einheitliche Wettbewerbsbedingungen („level playing field“) sowie Rechtssicherheit schafft.

Dieser technologieneutrale Ansatz ist zur Erfassung zukünftiger Entwicklungen, deren Halbwertszeit stetig sinkt, erforderlich.

3. Nichts desto trotz muss eine Eingrenzung des sehr weit angelegten Anwendungsbereichs erfolgen. Es sind Bereiche auszunehmen, die nach dem Regelungszweck der Richtlinie richtiger Weise nicht von dieser erfasst werden dürfen. Dies betrifft vor allem private

Inhalte sowie Online- und Glücksspiele.

4. Darüber hinaus bedarf es einer deutlichen Abgrenzung der E-Commerce-Richtlinie (2000/31/EG) zu dieser Richtlinie, deren vorrangiger Charakter klarzustellen ist. Dies führt zu Rechtssicherheit, die insbesondere für Investitionen in die neuen Mediendienste erforderlich ist.
5. Die zwischen Fernsehen und Abrufdiensten bestehende abgestufte Regelungsdichte ist aufgrund der unterschiedlichen Kontrollmöglichkeiten des Zuschauers gerechtfertigt. Es sollten jedoch Regelbeispiele aufgeführt werden, um eine Orientierung vorzugeben und Unklarheiten in der Abgrenzung entgegenzuwirken.
6. Ein starkes Herkunftslandsprinzip ist das Kernstück der Richtlinie und sollte im Interesse eines funktionstüchtigen Binnenmarktes nicht aufgeweicht werden. Insofern ist die Kodifizierung der Rechtsprechung des EuGH zur Reglementierung etwaiger Missbrauchsfälle als ausreichend zu erachten.
7. Das Kurzberichterstattungsrecht muss über den im Kommissionsvorschlag angelegten nicht-diskriminierenden Charakter hinausgehen und sollte als gemeinschaftsweites Recht für alle Mitgliedstaaten der Europäischen Union gleichermaßen gelten, um den grenzüberschreitenden Informationsfluss zu gewährleisten.
8. Die Kommission schlägt zu Recht keine unmittelbare Ausweitung der Quotenvorgaben auf nicht-lineare Dienste vor. Es sollte darüber hinaus verdeutlicht werden, dass den Mitgliedstaaten hinsichtlich der Förderung der Produktion und des Zugangs zu europäischen Werken ein weiter Ermessensspielraum zusteht.
9. Die im Kommissionsvorschlag vorgesehene Deregulierung der quantitativen Werbebestimmungen ist zu begrüßen.

Aufgrund neuer technischer Entwicklungen, die es ermöglichen, Werbespots auszublenden, wie Timeshiftfunktion von Festplattenrekordern, muss es mit Blick auf die wirtschaftliche Situation des europäischen Mediensektors zu einem weiteren Abbau der Werbebeschränkungen kommen.

Durch die Stärkung der Medienindustrie kann eine Vielzahl frei zugänglicher Angebote erhalten bleiben, wodurch der sich abzeichnenden Fokussierung auf entgeltpflichtige Angebote entgegengewirkt wird. Die Vielfalt der europäischen Medienlandschaft wird somit unterstützt. Zudem wird der Kreativität der Contentanbieter mehr Raum gegeben.

Schließlich kann angesichts der zahlreichen Wahl- und Steuerungsmöglichkeiten auf die Selbstverantwortung des Zuschauers abgestellt werden.

Insofern sind die Aufhebung des Blockwerbegebotes und die Senkung der Einfügevorgaben für Fernsehfilme, Kinospiele, Kinderprogramme und Nachrichtensendungen von 35 auf 30 Minuten zu befürworten.

10. Um die derzeit bestehende Grauzone im Bereich der Produktplatzierung zu beseitigen,

wird ein konkreter Regelungsrahmen zur Rechtssicherheit und Rechtsklarheit beitragen. Sachdienlich ist ein Positivkatalog, der Produktplatzierung für Formate zulässt, deren Meinungsbildungsfunktion keinen übergeordneten Stellenwert einnimmt, sowie für Fälle, in denen für die Produktplatzierung keine, beziehungsweise eine geringfügige Gegenleistung erbracht wurde, so dass die Gefahr der Einflussnahme auf den redaktionellen Inhalt nicht besteht.

Darüber hinaus ist es wichtig, besonders sensible Programme, wie Kindersendungen, vollständig von der Produktplatzierung auszuschließen.

Den Befürchtungen in Bezug auf die Beeinträchtigung von Transparenz und Verbraucherschutz kann durch geeignete Maßnahmen der Kennzeichnung begegnet werden.

11. Ko- und Selbstregulierungsmechanismen sollten verstärkt genutzt werden, insbesondere das Instrument der Selbstregulierung ist ausdrücklich in Art. 3 Absatz 3 der Richtlinie aufzunehmen. Unbeschadet dessen muss die staatliche Letztverantwortung erhalten bleiben. Bezüglich der konkreten Ausgestaltung sollte den Mitgliedstaaten ein gewisses Maß an Flexibilität verbleiben, um die Erhaltung der jeweils bestehenden gut funktionierenden Systeme zu gewährleisten.

ÄNDERUNGSANTRÄGE

Der Ausschuss für Wirtschaft und Währung ersucht den federführenden Ausschuss für Kultur und Bildung, folgende Änderungsanträge in seinen Bericht zu übernehmen:

Vorschlag der Kommission ¹	Abänderungen des Parlaments
	<p>Änderungsantrag 1 ERWÄGUNG 1 A (neu)</p> <p><i>(1a) Die Überarbeitung der Richtlinie 89/552/EWG sollte in erster Linie darauf ausgerichtet sein, die Veränderungen zu begleiten und die Wettbewerbsfähigkeit der Industrie für audiovisuelle Mediendienste auf den globalen Märkten zu stärken. Ein verstärkt liberaler und zukunftsorientierter Regelungsrahmen wird das Wirtschaftswachstum, die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Innovation nach Maßgabe der Strategie von Lissabon</i></p>

¹ Noch nicht im Amtsblatt veröffentlicht.

fördern.

Änderungsantrag 2
ERWÄGUNG 3

(3) Die große Bedeutung der audiovisuellen Mediendienste für die Gesellschaften, die Demokratie und die Kultur rechtfertigt die Anwendung besonderer Vorschriften auf diese Dienste.

(3) Die große Bedeutung der audiovisuellen Mediendienste für die Gesellschaften, die Demokratie und die Kultur rechtfertigt die Anwendung **begrenzter** besonderer Vorschriften auf diese Dienste, **allerdings nur dort, wo diese von unverzichtbar wesentlicher Bedeutung sind.**

Begründung

Zur Gewährleistung ihrer Wettbewerbsfähigkeit sollten audiovisuelle Mediendienste nicht mit Vorschriften überlastet werden.

Änderungsantrag 3
ERWÄGUNG 4

(4) Traditionelle audiovisuelle Mediendienste und neu aufkommende Abrufdienste bieten erhebliche Beschäftigungsmöglichkeiten in der Gemeinschaft, vor allem in kleinen und mittleren Unternehmen, und regen Wirtschaftswachstum und Investitionstätigkeit an.

(4) Traditionelle audiovisuelle Mediendienste und neu aufkommende Abrufdienste bieten erhebliche Beschäftigungsmöglichkeiten in der Gemeinschaft, vor allem in kleinen und mittleren Unternehmen, und regen Wirtschaftswachstum und Investitionstätigkeit an. **Die Richtlinie 89/552/EWG sollte die Entstehung neuer Dienste nicht durch restriktive Rechtsvorschriften behindern.**

Begründung

Die überarbeitete Richtlinie sollte die Entwicklung neuer audiovisueller Dienste unterstützen und diese nicht behindern.

Änderungsantrag 4
ERWÄGUNG 6 A (neu)

Die Förderung der Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Industrie, von der der audiovisuelle Bereich einen wichtigen Teil

darstellt, ist für die Erreichung der politischen Zielsetzungen der Strategie von Lissabon von elementarer Bedeutung. Zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der audiovisuellen Industrie sollten mit einem geeigneten Regelungsrahmen angemessene Mittel zur Finanzierung gefördert werden. Da eine dynamische und gewinnorientierte Ausrichtung des audiovisuellen Sektors von wesentlicher Bedeutung ist, sollte der Sektor so unaufdringlich wie möglich reguliert werden.

Begründung

Zur Gewährleistung ihrer Wettbewerbsfähigkeit sollten audiovisuelle Mediendienste nicht mit Vorschriften überlastet werden.

Änderungsantrag 5 ERWÄGUNG 13

(13) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste erfasst alle Dienste der audiovisuellen Massenmedien, unabhängig davon, ob diese nach Programmplan oder auf Abruf bereitgestellt werden. Er umfasst jedoch nur Dienstleistungen, wie sie im EG-Vertrag festgelegt sind, und daher alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die öffentlich-rechtlicher Unternehmen, gilt jedoch nicht für nicht-wirtschaftliche Tätigkeiten, wie z. B. rein private Webseiten.

(13) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste erfasst alle Dienste der audiovisuellen Massenmedien, unabhängig davon, ob diese nach Programmplan oder auf Abruf bereitgestellt werden. Er umfasst jedoch nur Dienstleistungen, wie sie im EG-Vertrag festgelegt sind, und daher alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die öffentlich-rechtlicher Unternehmen, gilt jedoch nicht für nicht-wirtschaftliche Tätigkeiten, wie z. B. rein private Webseiten, ***oder andere vom Nutzer generierte Inhalte, die üblicherweise nicht gegen Entgelt bereitgestellt werden. Das wirtschaftliche Element muss signifikant sein, um die Anwendung dieser Richtlinie zu rechtfertigen. Ob eine Aktivität die erforderliche wirtschaftliche Bedeutung erreicht, ist entsprechend den Bestimmungen des Mitgliedstaates zu beurteilen, in dem der Mediendienstanbieter niedergelassen ist.***

Begründung

Es ist ausdrücklich klarzustellen, dass die Richtlinie nur für wirtschaftliche Tätigkeiten gilt und private Inhalte sowie halbprivate Angebote nicht erfasst.

Das wirtschaftliche Element sollte von einigem Gewicht sein, um beispielsweise Webseiten oder Blogs, die lediglich informatorische Angaben über die benutzte Software enthalten, vom Anwendungsbereich dieser Richtlinie auszunehmen. Bewertungskriterien können dem jeweiligen nationalen Recht, beispielsweise dem Steuer- oder Gesellschaftsrecht, entnommen werden.

Änderungsantrag 6 ERWÄGUNG 14

(14) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste umfasst die Massenmedien in ihrer informierenden, unterhaltenden und bildenden Funktion, schließt aber alle Formen privater Korrespondenz, z. B. an eine begrenzte Anzahl von Empfängern versandte elektronische Post, aus. Die Begriffsbestimmung schließt ebenfalls alle Dienste aus, die nicht der Verbreitung audiovisueller Inhalte dienen, d. h. bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellen und nicht Hauptzweck der Dienste sind. Dazu zählen beispielsweise Webangebote, die lediglich zu Ergänzungszwecken audiovisuelle Elemente enthalten, z. B. animierte grafische Elemente, kleine Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nicht-audiovisuelle Dienste.

(14) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste umfasst die Massenmedien, **die zur öffentlichen Meinungsbildung beitragen**, in ihrer informierenden, unterhaltenden und bildenden Funktion, schließt aber alle Formen privater Korrespondenz, z. B. an eine begrenzte Anzahl von Empfängern versandte elektronische Post, aus. Die Begriffsbestimmung schließt ebenfalls alle Dienste aus, die nicht der Verbreitung audiovisueller Inhalte dienen, d. h. bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellen und nicht Hauptzweck der Dienste sind. Dazu zählen beispielsweise Webangebote, die lediglich zu Ergänzungszwecken audiovisuelle Elemente enthalten, z. B. animierte grafische Elemente, kleine Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nicht-audiovisuelle Dienste. **Ebenfalls nicht erfasst sind Gewinnspiele mit einem einen Geldwert darstellenden Einsatz bei Glücksspielen - einschließlich Lotterien und Wetten sowie Online-Spiele, die auf interaktiver Software basieren -, soweit deren Hauptzweck nicht in der Verbreitung audiovisueller Inhalte liegt.**

Begründung

Es ist klarzustellen, dass Glücksspiele und Online-Spiele, die auf interaktiver Software basieren, nicht dem Anwendungsbereich der Richtlinie unterfallen. Die Verbreitung der

audiovisuellen Inhalte stellt in diesen Fällen regelmäßig lediglich eine Nebenerscheinung dar, so dass diese Bereiche grundsätzlich nicht vom Regelungszweck der Norm erfasst werden.

Der Glücksspielsektor ist zudem ein hochsensibler Markt, der wegen des Verbraucherschutzes sowie aus Gründen der öffentlichen Sicherheit und Ordnung einer differenzierteren Regulierung bedarf.

Änderungsantrag 7 ERWÄGUNG 17

(17) Der Begriff der redaktionellen Verantwortung ist grundlegend für die Bestimmung der Rolle des Mediendiensteanbieters und damit des Begriffs der audiovisuellen Mediendienste. Die in der Richtlinie 2000/31/EG vorgesehenen Haftungsausschlüsse bleiben von dieser Richtlinie unberührt.

(17) Der Begriff der redaktionellen Verantwortung ist grundlegend für die Bestimmung der Rolle des Mediendiensteanbieters und damit des Begriffs der audiovisuellen Mediendienste. ***Redaktionelle Verantwortung umfasst die Verantwortung für die Auswahl und Anordnung des audiovisuellen Inhalts - entweder in Bezug auf die einzelnen Programmbestandteile an sich oder auf das Programmangebot - auf professionelle Art und Weise. Diese redaktionelle Verantwortung betrifft im Falle von Fernsehen die Erstellung des Programmplans und im Falle von Abrufdiensten die Zusammenstellung der Inhaltsangebote.*** Die in der Richtlinie 2000/31/EG vorgesehenen Haftungsausschlüsse bleiben von dieser Richtlinie unberührt.

Begründung

Mit der Definition der redaktionellen Verantwortung wird klargestellt, dass reine Hosting-Anbieter, die lediglich die Plattform für die Inhalte bereitstellen, nicht erfasst werden. Im Übrigen dient dieses Kriterium dem Ausschluss der von Privaten vereinzelt angebotenen Inhalte.

Änderungsantrag 8 ERWÄGUNG 18

(18) Zusätzlich zur Werbung und zum Teleshopping wird der umfassendere Begriff der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation eingeführt. Er umfasst

(18) Zusätzlich zur Werbung und zum Teleshopping wird der umfassendere Begriff der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation eingeführt. Er umfasst

bewegte Bilder mit oder ohne Ton, die audiovisuelle Mediendienste begleiten und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen und umfasst daher nicht Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit kostenlose Spendenaufrufe zu Wohlfahrtszwecken.

Bilder mit oder ohne Ton, **die in Programmen enthalten sind oder diese begleiten** und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen und umfasst daher nicht Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit kostenlose Spendenaufrufe zu Wohlfahrtszwecken.

Begründung

Es ist klarzustellen, dass mit der Zulassung von Produktplatzierung die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation auch in die Programme integriert werden kann. Darüber hinaus ist nicht ersichtlich, warum Bilder, die von dem Begriff der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation erfasst werden, das Merkmal der Bewegung erfüllen müssen. Im Zuge der verstärkten Nutzung neuer Werbetechniken, wie Split Screen, ist auch die Möglichkeit der Einblendung eines Standbildes denkbar.

Änderungsantrag 9 ERWÄGUNG 19 A (neu)

(19a) Zur Förderung einer starken, wettbewerbsfähigen und integrierten europäischen audiovisuellen Industrie und zur Förderung der Medienvielfalt in der Europäischen Union ist es nach wie vor von wesentlicher Bedeutung, dass die rechtliche Zuständigkeit für einen Anbieter audiovisueller Mediendienste bei nur einem Mitgliedstaat verbleibt. Die Niederlassungskriterien, die zur Festlegung dieser Zuständigkeit herangezogen werden, sollten deshalb die gleichen bleiben wie in Richtlinie 97/36/EG festgelegt.

Begründung

Diese Änderung dient der Stärkung des Ursprungslandprinzips und insbesondere der Stärkung der derzeitigen Definitionen der Niederlassung und der Gerichtsbarkeit, die bei der Erleichterung einer grenzüberschreitenden europäischen Fernsehtätigkeit bislang effiziente Dienste geleistet haben.

Änderungsantrag 10
ERWÄGUNG 25

(25) Wie die Kommission in ihrer Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament „Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union“ betont hat, gehört dazu auch „dass sorgfältig analysiert wird, welcher Regulierungsansatz angezeigt ist und insbesondere, ob Rechtsvorschriften für den jeweiligen Sektor oder die jeweilige Themenstellung vorzuziehen sind, oder ob Alternativen wie Ko-Regulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten. **Für Ko-Regulierung und Selbstregulierung sieht die Interinstitutionelle Vereinbarung über bessere Rechtsetzung gemeinsame Definitionen, Kriterien und Verfahren vor.**“ Wie die Erfahrung zeigt, können Mit- und Selbstregulierungsinstrumente, die im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzes spielen.

(25) Wie die Kommission in ihrer Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament „Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union“ betont hat, gehört dazu auch „dass sorgfältig analysiert wird, welcher Regulierungsansatz angezeigt ist und insbesondere, ob Rechtsvorschriften für den jeweiligen Sektor oder die jeweilige Themenstellung vorzuziehen sind, oder ob Alternativen wie Ko-Regulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten. Wie die Erfahrung zeigt, können Mit- und Selbstregulierungsinstrumente, die im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzes spielen. **Die Selbstregulierung stellt somit ein zusätzliches Mittel dar, um bestimmte Ziele dieser Richtlinie zu erreichen, sie kann aber die Zuständigkeit des Gesetzgebers nicht vollständig ersetzen. Die Ko-Regulierung bietet den erforderlichen „Rechtsbezug“ zwischen Selbstregulierung und dem einzelstaatlichen Gesetzgeber und ermöglicht die Umsetzung von Richtlinien nach Maßgabe der unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten.**

Begründung

Die in der Interinstitutionellen Vereinbarung über bessere Rechtsetzung enthaltenen Begriffsbestimmungen der Selbstregulierung und der Ko-Regulierung berücksichtigen nicht die zahlreichen vorhandenen und effizienten Selbstregulierungssysteme, wie etwa die in vielen Mitgliedstaaten seit langem bestehenden Selbstregulierungen im Werbebereich. Wenn Mitgliedstaaten Aufgaben zur Erfüllung der Zielsetzungen der Richtlinie Selbstregulierungsgremien übertragen, so muss dieser Übertragungsmechanismus hinreichend deutlich sein, um zu gewährleisten, dass Regelungsmaßnahmen wirksam werden können, falls die Ziele der Richtlinie mit den Selbstregulierungsmaßnahmen nicht erreicht werden können.

Änderungsantrag 11
ERWÄGUNG 25 a (neu)

(25a) Die Ko- und Selbstregulierung sollten zur Erreichung der Ziele der Richtlinie verstärkt genutzt werden. Die Erfahrung hat gezeigt, dass diese alternativen Regulierungsmechanismen in einzelnen Mitgliedstaaten in zahlreichen Fällen effizient funktionieren und daher insbesondere im Bereich des Verbraucherschutzes eine wichtige Rolle spielen können. Unter Ko-Regulierung sollte die Kooperation von staatlichen Stellen mit Selbstregulierungsgremien verstanden werden. Im Rahmen einer solchen Kooperation werden die vom Gesetzgeber festgesetzten Ziele durch Gesetz an die in dem betreffenden Bereich anerkannten Teilnehmer delegiert. Durch diese rechtliche Verknüpfung wird sichergestellt, dass der nationale Gesetzgeber weiterhin in der Verantwortung bleibt und als Regulator eingreifen kann, wenn die Selbstregulierung versagt.

Begründung

Eine verstärkte Nutzung der Ko- und Selbstregulierung ist zu befürworten. Unbeschadet dessen muss die Letztverantwortung beim Staat liegen, so dass diesem beim Fehlgehen der alternativen Regulierungsverfahren ein Eingriffsrecht zusteht. Gleichzeitig sollte den Mitgliedstaaten bezüglich der konkreten Ausgestaltung ein gewisses Maß an Flexibilität verbleiben, um den Erhalt der existierenden gut funktionierenden Systeme zu gewährleisten.

Änderungsantrag 12
ERWÄGUNG 27

(27) Zur vollständigen und angemessenen Wahrung des Grundrechts auf Information und der Zuschauerinteressen in der Europäischen Union sollten daher die Inhaber ausschließlicher Rechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, anderen Fernsehveranstaltern und **Vermittlern**, soweit diese für Fernsehveranstaltern tätig werden, unter

(27) Zur vollständigen und angemessenen Wahrung des Grundrechts auf Information und der Zuschauerinteressen in der Europäischen Union **tragen die Mitgliedstaaten dafür Sorge**, dass die Inhaber ausschließlicher Rechte für Ereignisse, die von **größerem öffentlichen** Interesse sind, anderen Fernsehveranstaltern und **zugelassenen und anerkannten neuen**

fairen, zumutbaren und diskriminierungsfreien Bedingungen das Recht auf Verwendung von kurzen Auszügen für allgemeine Nachrichtenzwecke gewähren, wobei jedoch den **ausschließlichen** Rechten angemessen Rechnung zu tragen ist. Solche Bedingungen sollten rechtzeitig vor dem Ereignis, das von öffentlichem Interesse ist, mitgeteilt werden, damit andere Interessenten genügend Zeit haben, dieses Recht auszuüben. Solche kurzen Auszüge sollten im Allgemeinen nicht länger als 90 Sekunden dauern.

Agenturen, soweit diese **unmittelbar** für **zugelassene Fernsehveranstalter** tätig werden, unter fairen, zumutbaren und diskriminierungsfreien Bedingungen das Recht auf Verwendung von kurzen Auszügen für allgemeine Nachrichtenzwecke **im Rahmen eines Nachrichtenprogramms** gewähren, wobei jedoch den **sonstigen lizenzierten** Rechten angemessen Rechnung zu tragen ist. Solche Bedingungen sollten rechtzeitig vor dem Ereignis, das von öffentlichem Interesse ist, mitgeteilt werden, damit andere Interessenten genügend Zeit haben, dieses Recht auszuüben. Solche kurzen Auszüge sollten im Allgemeinen

– nicht länger als 90 Sekunden dauern **und eine Dauer haben, die lediglich der Art des Ereignisses entspricht und hierfür ausreicht;**

– **bei organisierten Ereignissen erst dann gesendet werden, wenn der ursprüngliche Fernsehveranstalter die Möglichkeit hatte, seine Sendung auszustrahlen, oder 60 Minuten nach dem Ereignis;**

– **nicht später als 36 Stunden nach dem Ende des Ereignisses ohne Sondergenehmigung des Rechteinhabers ausgestrahlt werden;**

– **unter eindeutiger Aufzeigung des Namens des ursprünglichen Fernsehveranstalters und/oder des Rechteinhabers für die gesamte Dauer der Ausstrahlung gesendet werden;**

– **vom Fernsehveranstalter zugunsten des Rechteinhabers angemessen kompensiert werden.**

Die Verpflichtungen aufgrund dieses Artikels beeinträchtigen in keiner Weise die Bestimmungen der Urheberrechtsgesetzgebung der Mitgliedstaaten, einschließlich beispielsweise der Richtlinie 2001/29/EG, des Berner Übereinkommens und des Übereinkommens von Rom.

Die Fernsehveranstalter können diese Kurznachrichtenausschnitte entweder frei aus dem Sendesignal des übertragenden Fernsehveranstalters auswählen, wobei sie aber mindestens ihre Quelle angeben müssen, oder sie können nach Maßgabe der Rechtsvorschriften des betreffenden Mitgliedstaates und für die Zwecke der Übertragung selbst Zugang zu dem Ereignis erlangen.

Änderungsantrag 13
ERWÄGUNG 28

(28) Nicht-lineare Dienste unterscheiden sich von linearen Diensten darin, welche Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer hat und welche Auswirkungen sie auf die Gesellschaft haben. Deshalb ist es gerechtfertigt, für nicht-lineare Dienste, die nur den Grundvorschriften in Artikel 3c bis 3h unterliegen, weniger strenge Vorschriften zu erlassen.

(28) Nicht-lineare Dienste unterscheiden sich von linearen Diensten darin, welche Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer hat und welche Auswirkungen sie auf die Gesellschaft haben. Deshalb ist es gerechtfertigt, für nicht-lineare Dienste, die nur den Grundvorschriften in Artikel 3c bis 3h unterliegen, weniger strenge Vorschriften zu erlassen. ***Die Fernsehübertragung, d. h. lineare Dienste, umfassen üblicherweise und insbesondere analoges und digitales Fernsehen, Live Streaming, Webcasting und Near-video-on-demand, wogegen beispielsweise Video-on-demand ein Abrufdienst und damit ein nicht-linearer Dienst ist.***

Begründung

Sprachliche Klärung.

Änderungsantrag 14
ERWÄGUNG 35

(35) Nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste besitzen das Potenzial, lineare Dienste teilweise zu ersetzen. Sie ***sollten*** daher ***im Rahmen des praktisch Durchführbaren*** die Produktion und Verbreitung europäischer Werke vorantreiben und damit einen aktiven Betrag

(35) Nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste besitzen das Potenzial, lineare Dienste teilweise zu ersetzen. Sie ***können*** daher die Produktion und Verbreitung europäischer Werke vorantreiben und damit einen aktiven Betrag zur Förderung der kulturellen Vielfalt

zur Förderung der kulturellen Vielfalt leisten. Die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten durch die audiovisuellen Mediendienste wird regelmäßig zu überprüfen sein. **Bei der Berichterstattung gemäß Artikel 3f Absatz 3 sollen die Mitgliedstaaten insbesondere auch auf den finanziellen Anteil solcher Dienste an der Produktion europäischer Werke und am Erwerb von Rechten an europäischen Werken, den Anteil europäischer Werke an der Gesamtpalette audiovisueller Mediendienste sowie die tatsächliche Nutzung der von solchen Diensten angebotenen europäischen Werke durch die Verbraucher eingehen.**

leisten. Die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten durch die audiovisuellen Mediendienste wird regelmäßig zu überprüfen sein.

Änderungsantrag 15
ERWÄGUNG 36

(36) Bei der Umsetzung der Bestimmungen von Artikel 4 der geänderten Richtlinie 89/552/EWG sollten die Mitgliedstaaten dafür sorgen, dass die Fernsehveranstalter einen angemessenen Anteil europäischer Koproduktionen und nicht-einheimischer europäischer Werke berücksichtigen. **entfällt**

Änderungsantrag 16
ERWÄGUNG 40

(40) Aufgrund der geschäftlichen und technologischen Entwicklung haben die Nutzer eine immer größere Auswahl, damit aber auch eine größere Verantwortung bei der Nutzung audiovisueller Mediendienste. Damit die Ziele des allgemeinen Interesses angemessen verwirklicht werden können, müssen etwaige Vorschriften eine ausreichende Flexibilität in Bezug auf lineare audiovisuelle Mediendienste zulassen: Der Trennungsgrundsatz sollte auf Werbung und Teleshopping beschränkt, die

(40) Aufgrund der geschäftlichen und technologischen Entwicklung haben die Nutzer eine immer größere Auswahl, damit aber auch eine größere Verantwortung bei der Nutzung audiovisueller Mediendienste. Damit die Ziele des allgemeinen Interesses angemessen verwirklicht werden können, müssen etwaige Vorschriften eine ausreichende Flexibilität in Bezug auf lineare audiovisuelle Mediendienste zulassen: Der Trennungsgrundsatz sollte auf Werbung und Teleshopping beschränkt, die

Produktplatzierung sollte unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt und einige quantitative Beschränkungen sollten aufgehoben werden. Produktplatzierung, die den Charakter von Schleichwerbung hat, sollte jedoch verboten bleiben. Der Einsatz neuer Werbetechniken sollte durch den Trennungsgrundsatz nicht ausgeschlossen werden.

Produktplatzierung sollte **für bestimmte Fälle nach Maßgabe einer Positivliste** unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt und einige quantitative Beschränkungen sollten aufgehoben werden. Produktplatzierung, die den Charakter von Schleichwerbung hat, sollte jedoch verboten bleiben. Der Einsatz neuer Werbetechniken sollte durch den Trennungsgrundsatz nicht ausgeschlossen werden.

Begründung

Es bedarf der Klarstellung, dass Produktplatzierung nicht generell erlaubt ist, sondern nur für die in der Positivliste aufgeführten Fälle unter bestimmten Voraussetzungen.

Änderungsantrag 17 ERWÄGUNG 41

(41) Abgesehen von den Praktiken, die unter diese Richtlinie fallen, gilt die Richtlinie 2005/29/EG für unlautere Geschäftspraktiken, darunter auch für irreführende und aggressive Praktiken in audiovisuellen Mediendiensten. Da überdies die Richtlinie 2003/33/EG, die Werbung und Sponsoring für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse in Printmedien, Diensten der Informationsgesellschaft und in Hörfunksendungen verbietet, unbeschadet der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität gilt, sollte das Verhältnis zwischen Richtlinie 2003/33/EG und Richtlinie 89/552/EWG im Hinblick auf die besonderen Merkmale audiovisueller Mediendienste vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie ebenfalls unberührt bleiben. Artikel 88 Absatz 1 der Richtlinie 2001/83/EG, der die Öffentlichkeitswerbung für bestimmte Arzneimittel verbietet, gilt wie in Artikel 88 Absatz 5 vorgesehen, unbeschadet des Artikel 14 der Richtlinie 88/552/EWG; das

(41) Abgesehen von den Praktiken, die unter diese Richtlinie fallen, gilt die Richtlinie 2005/29/EG für unlautere Geschäftspraktiken, darunter auch für irreführende und aggressive Praktiken in audiovisuellen Mediendiensten. Da überdies die Richtlinie 2003/33/EG, die Werbung und Sponsoring für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse in Printmedien, Diensten der Informationsgesellschaft und in Hörfunksendungen verbietet, unbeschadet der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität gilt, sollte das Verhältnis zwischen Richtlinie 2003/33/EG und Richtlinie 89/552/EWG im Hinblick auf die besonderen Merkmale audiovisueller Mediendienste vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie ebenfalls unberührt bleiben. Artikel 88 Absatz 1 der Richtlinie 2001/83/EG, der die Öffentlichkeitswerbung für bestimmte Arzneimittel verbietet, gilt wie in Artikel 88 Absatz 5 vorgesehen, unbeschadet des Artikel 14 der Richtlinie 88/552/EWG; das

Verhältnis zwischen Richtlinie 2001/83/EG und Richtlinie 89/552/EWG sollte vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie unberührt bleiben.

Verhältnis zwischen Richtlinie 2001/83/EG und Richtlinie 89/552/EWG sollte vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie unberührt bleiben. **Ferner sollten die Bestimmungen dieser Richtlinie gegenüber den Bestimmungen der Richtlinie 2000/31/EG über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt Vorrang haben.**

Begründung

Es bedarf einer klaren Abgrenzung zur Richtlinie 2000/31/EG über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt. Dies führt zu Rechtssicherheit, die insbesondere für Investitionen in die neue Medienindustrie erforderlich ist.

Änderungsantrag 18 ERWÄGUNG 42

(42) Da die Zuschauer aufgrund der zunehmenden Anzahl neuer Dienste nun eine größere Auswahl haben, sind detaillierte Vorschriften über Werbeeinschübe zum Schutz der Zuschauer nicht mehr notwendig. Durch diese Richtlinie soll nicht die zulässige Werbedauer pro Stunde erhöht, sondern den Fernsehveranstaltern eine größere Flexibilität eingeräumt werden, sofern dadurch nicht der Gesamtzusammenhang der Programme in Frage gestellt wird.

(42) Da die Zuschauer aufgrund der zunehmenden Anzahl neuer **linearer und nicht-linearer** Dienste nun eine größere Auswahl haben, sind detaillierte Vorschriften über Werbeeinschübe zum Schutz der Zuschauer nicht mehr notwendig. Durch diese Richtlinie soll nicht die zulässige Werbedauer pro Stunde erhöht, sondern den Fernsehveranstaltern eine größere Flexibilität eingeräumt werden, sofern dadurch nicht der Gesamtzusammenhang der Programme in Frage gestellt wird.

Begründung

Im digitalen Zeitalter gibt es auch bei den linearen Diensten eine größere Auswahl, die auch in Zukunft noch zunehmen wird.

Änderungsantrag 19 ERWÄGUNG 43

(43) Die Richtlinie dient der Wahrung des eigenen Charakters der europäischen

(43) Die Richtlinie dient der Wahrung des eigenen Charakters der europäischen

Fernsehlandschaft **und beschränkt deshalb die Möglichkeiten der Unterbrechung von Kinospielefilmen und Fernsehfilmen sowie bestimmter anderer Programmategorien, die noch eines gewissen Schutzes bedürfen.**

Fernsehlandschaft. **Werbung und Teleshopping-Spots können während der Programme nur so eingefügt werden, dass die Integrität und der Wert des Programms, unter Berücksichtigung der natürlichen Unterbrechungen sowie der Dauer und des Charakters des Programms, und die Rechte der Rechteinhaber nicht beeinträchtigt werden.**

Begründung

Anbieter audiovisueller Mediendienste, die in kostenintensive Originalinhalte wie Fernsehfilme oder Kinofilme investieren, müssen in die Lage versetzt werden, diese Art von wertvollen Inhalten zu refinanzieren. Da diese wertvollen Inhalte kostenintensiv und von großer Bedeutung für den Ruf des Unternehmens sind, wird Werbung auf behutsame und verantwortungsvolle Weise eingefügt, so dass wertvolle Inhalte nicht durch zu viel oder schlecht platzierte Werbung beeinträchtigt werden. Beschränkungen bei den Möglichkeiten zur Einfügung von Werbung in Filmen wird die Finanzierung dieser Inhalte beeinträchtigen. Als Folge davon könnten in Zukunft Anbieter audiovisueller Mediendienste von einer Fortführung ihrer Investitionen in Filme absehen. Eine allgemeine Regel über den Schutz der Integrität von Filmen und über den Programmfluss sowie über den Schutz der Urheberrechte wird das Ziel unterstützen, dass auch in Zukunft in Filme investiert wird.

Änderungsantrag 20 ERWÄGUNG 46

(46) Produktplatzierung ist eine Tatsache in Kinospielefilmen und audiovisuellen Fernsehproduktionen, sie wird aber von den Mitgliedstaaten unterschiedlich geregelt. Um gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen und damit die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Medien zu verbessern, ist es notwendig, Regelungen für die Produktplatzierung zu treffen. Die **hier eingeführte** Bestimmung des Begriffs „Produktplatzierung“ umfasst alle Formen audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, eines Dienstes oder der entsprechenden Marke bzw. der Bezugnahme darauf besteht, so dass diese innerhalb eines Programms erscheinen, üblicherweise gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung. **Dafür** gelten die

(46) Produktplatzierung ist eine Tatsache in Kinospielefilmen und audiovisuellen Fernsehproduktionen, sie wird aber von den Mitgliedstaaten unterschiedlich geregelt. Um gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen und damit die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Medien zu verbessern, ist es notwendig, Regelungen für die Produktplatzierung zu treffen. **Sachdienlich ist ein Katalog von Situationen, in denen Produktplatzierung für Formate zulässig ist, deren Meinungsbildungsfunktion keinen übergeordneten Stellenwert einnimmt, sowie für Fälle, in denen für die Produktplatzierung keine beziehungsweise eine geringfügige Gegenleistung erbracht wurde, so dass keine Gefahr besteht, dass die redaktionellen Inhalte beeinflusst**

gleichen qualitativen Vorschriften und Beschränkungen wie für die Werbung.

werden. Die Bestimmung des Begriffs „Produktplatzierung“ umfasst alle Formen audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, eines Dienstes oder der entsprechenden Marke bzw. der Bezugnahme darauf besteht, so dass diese innerhalb eines Programms erscheinen, üblicherweise gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung. **Diese kann im Zur-Verfügung-Stellen von geldwerten Leistungen bestehen, für die ansonsten eigene Mittel (finanziell, personell oder sachlich) hätten aufgewendet werden müssen.** Für Produktplatzierung gelten die gleichen qualitativen Vorschriften und Beschränkungen wie für die Werbung. **Sie muss außerdem besonderen Anforderungen genügen. So darf die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters nicht beeinträchtigt werden. Insbesondere sollte durch die Einbeziehung des Produkts in die Handlung des Programms nicht der Eindruck entstehen, dass das Produkt vom Programm oder seinen Darstellern unterstützt wird. Des Weiteren darf das Produkt nicht "übermäßig hervorgehoben" werden. Eine Hervorhebung ist unzulässig, wenn sie nicht durch redaktionelle Erfordernisse des Programms, insbesondere zur Darstellung der Lebenswirklichkeit, gerechtfertigt ist. Das Verbot kann sich aus dem wiederholten Auftreten der betreffenden Marken, Waren oder Dienstleistungen oder aus der Art und Weise ihrer Hervorhebung ergeben. Dabei ist auch der Inhalt der Programme zu berücksichtigen, in die sie eingefügt werden. Dem Verbraucherschutz und der Transparenz wird durch eine umfangreiche Kennzeichnungspflicht Rechnung getragen. Die während des Programms eingeblendete Kennzeichnung darf nicht dem Firmenlogo entsprechen, um keine zusätzlichen Werbeeffekte herbeizuführen. Aus diesem Grund sollte ein neutrales Logo**

gewählt werden.

Begründung

Zur Regulierung der Produktplatzierung ist ein Positivkatalog sachdienlich, der deren Zulässigkeit für Fälle vorsieht, in denen die Meinungsbildungsfunktion keinen übergeordneten Stellenwert einnimmt, beziehungsweise die Gefahr der Einflussnahme auf den redaktionellen Inhalt gering ist.

Das Merkmal der unzulässigen Hervorhebung wird in Anlehnung an die Ausführungen in der Mitteilung der Kommission zu Auslegungsfragen in Bezug auf bestimmte Aspekte der Richtlinie "Fernsehen ohne Grenzen" über die Fernsehwerbung (2004C 102/02) definiert.

Änderungsantrag 21

ERWÄGUNG 47

(47) Die Regulierungsbehörden sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur Medienvielfalt beitragen können. Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen.

(47) Die Regulierungsbehörden **und die Mitglieder von Regulierungsgremien** sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur Medienvielfalt beitragen können. Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen. **Hinsichtlich der konkreten Organisation der Regulierungsbehörden und -gremien können die jeweiligen nationalen Besonderheiten entsprechend den Medienordnungen aufrechterhalten bleiben, soweit dies deren Unparteilichkeit und Transparenz nicht beeinträchtigt.**

Begründung

Durch diesen Zusatz soll sichergestellt werden, dass die in den Mitgliedstaaten bestehende Besonderheiten der Organisation der Regulierungsbehörden und -gremien aufrechterhalten werden können.

Änderungsantrag 22

ARTIKEL 1 NUMMER 2

Artikel 1 Buchstabe a (Richtlinie 89/552/EWG)

a) ‚audiovisueller Mediendienst‘: eine Dienstleistung im Sinne von Artikel 49 und 50 EG-Vertrag, 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 Artikel 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlamentes und der Rates besteht.

a) ‚audiovisueller Mediendienst‘: eine Dienstleistung im Sinne von Artikel 49 und 50 EG-Vertrag, deren Hauptzweck in dem Angebot **von Programmen liegt, die aus bewegten Bildern** mit oder ohne Ton zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit **bestehen, der redaktionellen Verantwortung eines Mediendiensteanbieters unterliegen und** über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne von Artikel 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlamentes und **des Rates verbreitet werden und/ oder audiovisuelle kommerzielle Kommunikation.**

Unter diese Definition fallen nicht

- Dienste, bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine Begleiterscheinung des Dienstes und nicht seinen Hauptgegenstand darstellen;**
- elektronische Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften, und**
- nicht-gewerbliche Aktivitäten wie Blogs und private Websites.**

Änderungsantrag 23
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1, Buchstabe a a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

aa) ‚Programm‘ bedeutet eine Kombination aus bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die eine individuelle Komponente eines Programmschemas oder des Inhaltsangebots eines Mediendiensteanbieters darstellt und deren Hauptzweck darin besteht, die Zuschauer zu informieren, zu unterhalten oder zu bilden.

Begründung

Der Änderungsantrag unterstützt den Ansatz des Verfassers der Stellungnahme, fügt aber noch eine weitere Definition von „Programm“ hinzu („Information, Unterhaltung oder Bildung der Zuschauer“ als „Hauptzweck“). Es ist wichtig, dass unterschieden wird zwischen Programmen im herkömmlichen Sinn und substantiellen Inhalten (von beispielsweise 30

Minuten Dauer), die von Unternehmen zur Förderung ihrer Produkte und Dienstleistungen produziert werden. Solche Inhalte - die einen erheblichen Bestandteil nicht-linearer Dienste darstellen können und bei denen die Zuschauer die Möglichkeit haben, sie aufgrund ihres Inhaltes selbst auf Abruf anzuschauen - sollten als „gewerbliche audiovisuelle Mitteilungen“ reguliert werden.

Änderungsantrag 24
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe c (Richtlinie 89/552/EWG)

c) ‚Fernsehsendung‘: **ein linearer audiovisueller Mediendienst, bei dem ein Mediendiensteanbieter den Zeitpunkt, zu dem ein bestimmtes Programm übertragen wird, und den Programmplan festlegt.**

c) ‚Fernsehsendung‘ oder ‚linearer Dienst‘: **die ursprüngliche Übertragung verschiedener Programme durch beliebige technische Mittel in kodierter oder unkodierter Form zum gleichzeitigen Anschauen von Programmen auf der Grundlage des Programmplans.**

Änderungsantrag 25
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe e (Richtlinie 89/552/EWG)

e) ‚nicht-linearer Dienst‘: ein audiovisueller Mediendienst, **bei dem der Nutzer** aufgrund eines vom Mediendiensteanbieter ausgewählten Inhaltsangebots **den Zeitpunkt festlegt**, zu dem **ein bestimmtes Programm übertragen** wird.

e) ‚Fernsehdienst auf Abruf‘ (d.h. ein nicht-linearer audiovisueller Mediendienst): ein audiovisueller Mediendienst, **der von einem Mediendiensteanbieter** aufgrund eines vom Mediendiensteanbieter ausgewählten Inhaltsangebots **zum Betrachten der Programme** zu dem **vom Benutzer gewählten** Zeitpunkt **angeboten** wird. **Das wirtschaftliche Element ist von Bedeutung.**

Änderungsantrag 26
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe f (Richtlinie 89/552/EWG)

f) ‚audiovisuelle kommerzielle Kommunikation‘: **bewegte** Bilder mit oder ohne Ton, die audiovisuelle Mediendienste **begleiten** und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des

f) ‚audiovisuelle kommerzielle Kommunikation‘: Bilder mit oder ohne Ton, die **als Teil** audiovisueller Mediendienste **übertragen werden** und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und

Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen.

Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen.

Änderungsantrag 27
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe h (Richtlinie 89/552/EWG)

h) ‚Schleichwerbung‘: die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, des Namens, der Marke oder der Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom **Fernsehveranstalter** absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich ihres eigentlichen Zwecks irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

h) ‚Schleichwerbung‘: die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, des Namens, der Marke oder der Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom **Mediendiensteanbieter** absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich ihres eigentlichen Zwecks irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

Begründung

*Wegen der nachteiligen Auswirkungen der Schleichwerbung auf die Verbraucher sollte sich deren Verbot auf alle Anbieter audiovisueller Mediendienste erstrecken.
Die Ausweitung des Schleichwerbverbots auf nicht-lineare Dienste steht zudem mit dem in 3g a) erklärten Schleichwerbverbot für jegliche audiovisuelle kommerzielle Kommunikation in Einklang.*

Änderungsantrag 28
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe i (Richtlinie 89/552/EWG)

i) ‚Sponsoring‘: jeder Beitrag eines nicht mit der Erbringung audiovisueller Mediendienste oder der Produktion audiovisueller Werke befassten öffentlichen oder privaten Unternehmens zur Finanzierung audiovisueller Mediendienste mit dem Ziel, seinen Namen, seine Marke, sein Erscheinungsbild, seine Tätigkeiten oder seine Produkte zu fördern.

i) ‚Sponsoring‘: jeder Beitrag eines nicht mit der Erbringung audiovisueller Mediendienste oder der Produktion audiovisueller Werke befassten öffentlichen oder privaten Unternehmens zur Finanzierung audiovisueller **Mediendienste oder Programme** mit dem Ziel, seinen Namen, seine Marke, sein Erscheinungsbild, seine Tätigkeiten oder seine Produkte zu fördern.

Begründung

Der Zusatz dient der Präzisierung.

Änderungsantrag 29
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k (Richtlinie 89/552/EWG)

k) ‚Produktplatzierung‘: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, 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.“

k) ‚Produktplatzierung‘: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, eines Dienstes oder der entsprechenden Marke bzw. der Bezugnahme darauf besteht, so dass diese innerhalb eines audiovisuellen Mediendienstes erscheinen, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung.“ **Die gesetzliche Definition von Produktplatzierung umfasst nicht die in Programmen verteilten Gewinne und in den Programmen verwendeten Merchandising-Produkte.**

Begründung

Anbieter audiovisueller Mediendienste brauchen Rechtssicherheit. Produktplatzierung gilt nur dann als solche, wenn eine tatsächliche Bezahlung stattgefunden hat. Die Verwendung des Begriffs „üblicherweise“ würde zu der rechtlichen Annahme einer solchen Bezahlung führen, selbst wenn sie nicht stattgefunden hat, und hätte zur Folge, dass die besondere Regelung für Produktplatzierung einschließlich Kenntlichmachung usw. Anwendung finden müsste. Die neuen Bestimmungen über Produktplatzierung dürfen nicht beiläufig dazu führen, dass bereits bestehende und rechtmäßig praktizierte Formate in Programmen, die Spiele und die Überreichung von Preisen an Gewinner vorsehen (wodurch die Zuschauer motiviert werden, daran teilzunehmen und das Programm zu genießen), rechtswidrig werden.

Änderungsantrag 30
ARTIKEL 1 NUMMER 4 BUCHSTABE A
Artikel 2a Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

„1. Die Mitgliedstaaten gewährleisten den freien Empfang und behindern nicht die Weiterverbreitung audiovisueller Mediendienste aus anderen Mitgliedstaaten in ihrem Hoheitsgebiet aus Gründen, die die durch diese Richtlinie koordinierten Bereiche betreffen.“

„1. Die Mitgliedstaaten gewährleisten den freien Empfang und behindern nicht die Weiterverbreitung audiovisueller Mediendienste aus anderen Mitgliedstaaten in ihrem Hoheitsgebiet aus Gründen, die die durch diese Richtlinie koordinierten Bereiche betreffen. **Das Herkunftslandprinzip ist das Rückgrat einer erfolgreichen europäischen Fernsehindustrie als natürlicher Teil des Binnenmarktes. Darüber hinaus fördert dieses Prinzip die Informationsfreiheit. Das Herkunftslandprinzip ist von entscheidender Bedeutung für das Entstehen eines gesamteuropäischen audiovisuellen Marktes mit einer starken Industrie, die europäische Inhalte produziert. Ferner schützt es die Rechte der Zuschauer auf Beteiligung an der Vielfalt der europäischen Programme.**“

Änderungsantrag 31
ARTIKEL 1 NUMMER 4 BUCHSTABE B
Artikel 2a Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

b) In Absatz 2 wird der Wortlaut „Artikel 22a“ durch „Artikel 3e“ ersetzt.

b) Absatz 2 erhält folgende Fassung:

2. Die Mitgliedstaaten können vorübergehend von Absatz 1 abweichen, wenn die folgenden Bedingungen erfüllt sind:

(a) Mit einer Fernsehsendung aus einem anderen Mitgliedstaat wird in offensichtlicher, ernster und schwerwiegender Weise gegen Artikel 22 Absätze 1 oder 2 und/oder Artikel 22a verstoßen; oder mit einem nicht-linearen Mediendienst aus einem anderen Mitgliedstaat wird in offensichtlicher, ernster und schwerwiegender Weise gegen Artikel 3e oder 3d verstoßen;

(b) der Mediendiensteanbieter hat während der vorangegangenen zwölf Monate bereits mindestens zweimal gegen die Vorschriften des Buchstabens a) verstoßen;

(c) der betreffende Mitgliedstaat hat dem Mediendiensteanbieter und der Kommission schriftlich die behaupteten Verstöße sowie die für den Fall erneuter Verstöße beabsichtigten Maßnahmen mitgeteilt;

(d) die Konsultationen mit dem Mitgliedstaat, der den audiovisuellen Mediendienst verbreitet, und der Kommission haben innerhalb von 15 Tagen ab der unter Buchstabe c) genannten Mitteilung zu keiner gütlichen Regelung geführt, und es kommt zu einem erneuten Verstoß.

Die Kommission entscheidet innerhalb einer Frist von zwei Monaten ab dem Zeitpunkt der Mitteilung der Maßnahmen durch den Mitgliedstaat, ob die Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind oder nicht. Im Fall einer negativen Entscheidung muss der betreffende Mitgliedstaat die beanstandeten Maßnahmen unverzüglich beenden.

Begründung

Der Jugendschutz und der Schutz der Menschenwürde sind elementare Werte der europäischen audiovisuellen Politik und sind ein Kernanliegen der vorliegenden Richtlinie. Die diesen Werten dienenden Ziele müssen ausnahmsweise und unter bestimmten engen Voraussetzungen auch zur Einschränkung des Grundsatzes des freien Empfangs führen können. Nicht-lineare Dienste, deren freier Empfang bisher entsprechend den Regeln der eCommerce-Richtlinie eingeschränkt werden konnten, unterfallen in Zukunft der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste. Aus diesem Grund müssen Regelungen festgeschrieben werden, unter welchen Umständen der freie Empfang eingeschränkt werden darf. Es empfiehlt sich, diese Regelungen analog zu den Regelungen für lineare Dienste auszugestalten, denn nicht-lineare Dienste nähern sich in ihrem Charakter den linearen Diensten mehr und mehr an.

Änderungsantrag 32
ARTIKEL 1 NUMMER 4 BUCHSTABE B A (NEU)
Artikel 2a Absatz 3 (Richtlinie 89/552/EWG)

c) Absatz 3 erhält folgende Fassung:

3. Absatz 2 lässt die Anwendung entsprechender Verfahren, Rechtsmittel oder Sanktionen bezüglich der betreffenden Verstöße in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, unberührt.

Begründung

Siehe Begründung zu Änderungsantrag 117.

Änderungsantrag 33
ARTIKEL 1 NUMMER 5
Artikel 3 Absatz 3 (Richtlinie 89/552/EWG)

3. Die Mitgliedstaaten **fördern Regelungen zur Co-Regulierung in den von dieser Richtlinie koordinierten Bereichen. Solche Regelungen** müssen derart gestaltet sein, dass sie von den hauptsächlich Beteiligten allgemein anerkannt werden und dass eine wirksame Durchsetzung gewährleistet ist.“

3. **Zur Umsetzung und zum Vollzug der Bestimmungen dieser Richtlinie fördern** die Mitgliedstaaten **Systeme der Ko- und Selbstregulierung. Diese** müssen derart gestaltet sein, dass sie von den Beteiligten allgemein anerkannt werden und dass eine wirksame Durchsetzung gewährleistet ist.“

Begründung

Eine Umsetzung der Richtlinie mittels Selbstregulierungs- und Selbstkontrollsystemen sollte weiterhin möglich bleiben. Daher ist klarzustellen, dass auch Selbstregulierung erfasst wird, soweit sie mit staatlicher Letztverantwortung und einer entsprechenden staatlichen Eingriffsmöglichkeit gekoppelt ist.

Änderungsantrag 34
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3b Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. **Die Mitgliedstaaten sorgen** dafür, dass der Zugang zu Ereignissen, die von großem öffentlichen Interesse sind und die von einem **ihrer** Rechtshoheit unterliegenden Fernsehveranstalter übertragen werden, zum Zwecke der Kurzberichterstattung Fernsehveranstaltern, die in anderen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, nicht verwehrt wird.

1. **Jeder Mitgliedstaat sorgt** dafür, dass der Zugang zu Ereignissen, die von großem öffentlichen Interesse sind und die von einem **seiner** Rechtshoheit unterliegenden Fernsehveranstalter übertragen werden, zum Zwecke der Kurzberichterstattung Fernsehveranstaltern, die in anderen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, nicht verwehrt wird.

Solche kurzen Auszüge sollten im Allgemeinen

– nicht länger als 90 Sekunden dauern ***und lediglich eine Dauer haben, die der Art des Ereignisses entspricht und hierfür ausreicht;***

– ***bei organisierten Ereignissen erst dann gesendet werden, wenn der ursprüngliche Fernsehveranstalter die Möglichkeit hatte, seine Sendung auszustrahlen, oder 60 Minuten nach dem Ereignis;***

– ***nicht später als 36 Stunden nach dem Ende des Ereignisses ohne Sondergenehmigung des Rechteinhabers ausgestrahlt werden;***

– ***unter eindeutiger Aufzeichnung des Namens des ursprünglichen Fernsehveranstalters und/oder des Rechteinhabers für die gesamte Dauer der Ausstrahlung gesendet werden;***

– ***sollten vom Fernsehveranstalter zugunsten des Rechteinhabers angemessen vergütet werden.***

2. Die Fernsehveranstalter oder Vermittler können diese Kurznachrichtenausschnitte frei aus dem Sendesignal des übertragenden Fernsehveranstalters auswählen, müssen dabei aber mindestens ihre Quelle angeben.

2. Die Fernsehveranstalter oder Vermittler können diese Kurznachrichtenausschnitte frei aus dem Sendesignal des übertragenden Fernsehveranstalters auswählen, müssen dabei aber mindestens ihre Quelle angeben, ***oder die Fernsehveranstalter können nach Maßgabe der Rechtsvorschriften des betreffenden Mitgliedstaates und für die Zwecke der Übertragung selbst Zugang zu dem Ereignis erhalten.***

Änderungsantrag 35

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3c Buchstabe d (Richtlinie 89/552/EWG)

d) gegebenenfalls die zuständige ***Regulierungsbehörde.***

d) gegebenenfalls die zuständige ***Regulierungsstelle.***

Begründung

Diese Formulierung stellt sicher, dass die in den jeweiligen Mitgliedstaaten bestehenden

unterschiedlichen Organisationsformen der Regulierungsstellen erfasst werden.

Änderungsantrag 36
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3d (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten ***ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu gewährleisten***, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen könnte.

Die Mitgliedstaaten ***stellen mit geeigneten Mitteln sicher***, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen könnte. Dies betrifft insbesondere Programme, die Pornografie und grundlose Gewalttätigkeiten beinhalten.

Die Kommission und die Mitgliedstaaten unternehmen alles, um die betroffenen Parteien der Medienindustrie zu ermutigen, als weitere Maßnahme des Minderjährigenschutzes ein gemeinschaftsweites Kennzeichnungs-, Bewertungs- und Filterungssystem zu fördern.

Die Mitgliedstaaten sollen Maßnahmen fördern, um den Aufsichtspersonen bessere Kontrollmöglichkeiten über die Programme, die grundlose Gewalt und Pornografie enthalten, zu ermöglichen.

Begründung

Angesichts der Tatsache, dass Minderjährige audiovisuelle Medienangebote in erheblichem Umfang nutzen und sich einen Großteil ihrer Zeit mit diesen beschäftigen, ist ein verstärkter Minderjährigenschutz notwendig. Daher sind gemeinschaftsweite Kennzeichnungs-, Bewertungs- und Filterungssysteme sowie die bessere Kontrollmöglichkeit der Aufsichtspersonen zu fördern.

Änderungsantrag 37
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3e (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln dafür, dass die audiovisuellen Mediendienste und die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die **von** ihrer Rechtshoheit **unterliegenden Anbietern** verbreitet werden, nicht zu Hass **aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung aufstacheln**.

Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln dafür, dass die audiovisuellen Mediendienste und die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die **unter** ihrer Rechtshoheit verbreitet werden, nicht zu Hass **aus Gründen des Geschlechts, der Rasse, der ethnischen Herkunft, der Religion oder der Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Ausrichtung aufstacheln oder in sonstiger Weise die Menschenwürde verletzen**.

Begründung

Im Interesse eines einheitlichen Schutzstandards für alle audiovisuellen Mediendienste und der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation sollten die inhaltlichen Vorgaben der Kataloge in Artikel 3e und Artikel 3g Buchstabe c angeglichen werden. Gleichzeitig bietet sich insofern eine Harmonisierung mit den primärrechtlichen Vorgaben des Artikels 13 EGV an. Darüber hinaus bleibt in jedem Fall das alles überragende Schutzgut der Menschenwürde, wie es auch in Artikel 1 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union Eingang gefunden hat, aufzunehmen.

Änderungsantrag 38
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3f Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Die Mitgliedstaaten **sorgen** im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln **dafür, dass die** ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter die Produktion und den Zugang zu europäischen Werken im Sinne von Artikel 6 fördern.

1. Die Mitgliedstaaten **ermutigen** im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln **die** ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter, die Produktion und den Zugang zu europäischen Werken im Sinne von Artikel 6 **zu** fördern.

Bei nicht-linearen Diensten kann diese Förderung nach folgenden Modalitäten erfolgen: Investitionen in die europäischen Produktionen im Verhältnis zum Umsatz, Mindestanteil an europäischen Produktionen in den „Video-on-demand“-Katalogen und attraktive Darstellung der europäischen Produktionen in den

elektronischen Programmführern.

Änderungsantrag 39
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3g Buchstabe c (-i) (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

(-i) die Menschenwürde verletzen;

Begründung

Als überragendes elementares Schutzgut ist die Menschenwürde in den Katalog des Art. 3g (c) zu integrieren.

Diese Erweiterung der zu schützenden Güter steht in Einklang mit Art. 1 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, in der die Menschenwürde an erster Stelle als unantastbares oberstes Gebot aufgeführt wird.

Änderungsantrag 40
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3g Buchstabe d (Richtlinie 89/552/EWG)

d) Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation **und Teleshopping** für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse ist untersagt.

d) Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse ist untersagt.

Begründung

Teleshopping wird durch die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation mitumfasst, so dass eine eigenständige Erwähnung nicht notwendig ist.

Änderungsantrag 41
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3g Buchstabe f (Richtlinie 89/552/EWG)

f) Audiovisuelle Kommunikation darf weder zur körperlichen noch zur seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Deswegen soll sie keine direkten Kaufappelle an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen, Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das

f) Audiovisuelle **kommerzielle** Kommunikation darf weder zur körperlichen noch zur seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Deswegen soll sie keine direkten Kaufappelle an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen, Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht

besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben und Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben und Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

Begründung

Der Zusatz dient der Präzisierung.

Änderungsantrag 42
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3h Absatz 1 Einleitung (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Audiovisuelle Mediendienste, die gesponsert sind **oder Produktplatzierungen enthalten**, müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Audiovisuelle Mediendienste **oder Programme**, die gesponsert sind, müssen folgenden Anforderungen genügen:

Begründung

Die Regelungen zu Sponsoring und Produktplatzierung sollten aus Gründen der Systematik und Klarheit in unterschiedlichen Paragraphen normiert werden. Sie unterliegen Anforderungen, die erheblich voneinander abweichen.

Änderungsantrag 43
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3h Absatz 1 Buchstabe c (Richtlinie 89/552/EWG)

c) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung **und/oder auf die Produktplatzierung** hingewiesen werden. Gesponserte Programme müssen, beispielsweise durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, eine Bezugnahme auf seine Produkte oder Dienste oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen in angemessener Weise zum Beginn, während und/oder zum Ende der Programme eindeutig gekennzeichnet sein. **Programme mit Produktplatzierungen müssen zu Programmbeginn hinreichend gekennzeichnet sein, um eine Irreführung**

c) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung hingewiesen werden. Gesponserte Programme müssen, beispielsweise durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, eine Bezugnahme auf seine Produkte oder Dienste oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen in angemessener Weise zum Beginn, während und/oder zum Ende der Programme eindeutig gekennzeichnet sein.

des Zuschauers zu verhindern.

Begründung

Die Regelungen zu Sponsoring und Produktplatzierung sollten aus Gründen der Systematik und Klarheit in unterschiedlichen Paragraphen normiert werden. Sie unterliegen Anforderungen, die erheblich voneinander abweichen.

Änderungsantrag 44
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3h Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Audiovisuelle Mediendienste dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist. **Ferner dürfen audiovisuelle Mediendienste keine Produktplatzierung zugunsten von Zigaretten oder Tabakerzeugnissen oder zugunsten von Unternehmen enthalten, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.**

2. Audiovisuelle Mediendienste **oder einzelne Programme** dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.

Begründung

Die Regelungen zu Sponsoring und Produktplatzierung sollten aus Gründen der Systematik und Klarheit in unterschiedlichen Paragraphen normiert werden. Sie unterliegen Anforderungen, die erheblich voneinander abweichen.

Änderungsantrag 45
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3h Absatz 3 (Richtlinie 89/552/EWG)

3. Beim Sponsoring von audiovisuellen Mediendiensten durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens geworben werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der

3. Beim Sponsoring von audiovisuellen Mediendiensten **oder Programmen** durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens geworben werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die in dem

Mediendienstanbieter unterliegt, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendienstanbieter unterliegt, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

Begründung

Die Regelungen zu Sponsoring und Produktplatzierung sollten aus Gründen der Systematik und Klarheit in unterschiedlichen Paragraphen normiert werden. Sie unterliegen Anforderungen, die erheblich voneinander abweichen.

Änderungsantrag 46
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3h Absatz 4 (Richtlinie 89/552/EWG)

4. Nachrichtensendungen und Sendungen zum aktuellen Zeitgeschehen dürfen **weder** gesponsert werden **noch Produktplatzierung enthalten. Audiovisuelle Mediendienste für Kinder und Dokumentarfilme dürfen keine Produktplatzierung enthalten.“**

4. Nachrichtenprogramme und Programme zum aktuellen Zeitgeschehen dürfen **nicht** gesponsert werden.

Begründung

Die Regelungen zu Sponsoring und Produktplatzierung sollten aus Gründen der Systematik und Klarheit in unterschiedlichen Paragraphen normiert werden. Sie unterliegen Anforderungen, die erheblich voneinander abweichen.

Änderungsantrag 47
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3h a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 3ha

1. Produktplatzierung ist grundsätzlich verboten.

2. Sie ist ausnahmsweise unter folgenden Umständen zulässig:

a) in Kinofilmen, Fernsehfilmen und Fernsehserien, Sportübertragungen und Reality-Shows; oder

b) in Fällen, in denen für die Produktplatzierung keine, beziehungsweise eine geringfügige Gegenleistung erbracht wurde.

3. Absatz 2 gilt nicht für Kinderprogramme, Nachrichtenprogramme, Dokumentarfilme, Programme zum aktuellen Zeitgeschehen und Ratgeberprogramme.

4. Soweit der Einsatz von Produktplatzierung zulässig ist, muss sie folgenden Anforderungen genügen:

a) Die Programmplanung, wo angemessen, und der Inhalt solcher audiovisueller Mediendienste dürfen auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigt wird;

b) Produktplatzierung darf nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch besondere verkaufsfördernde Bezugnahmen auf solche Waren oder Dienstleistungen;

c) Das Produkt darf nicht „übermäßig hervorgehoben“ werden;

d) Die Zuschauer müssen eindeutig auf Produktplatzierung hingewiesen werden, um eine Irreführung zu verhindern. Programme, die Produktplatzierung enthalten, müssen gekennzeichnet werden. Die Kennzeichnung ist zu Programmbeginn sowie während der Sendung beim Auftreten von Produktplatzierung, beispielsweise durch das Einblenden eines neutralen Logos, vorzunehmen;

e) Ferner dürfen die Programme keine Produktplatzierung zugunsten von Zigaretten oder anderen Tabakerzeugnissen oder zugunsten von Unternehmen enthalten, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.

Begründung

Um die Grauzone im Bereich der Produktplatzierung zu beseitigen, wird ein konkreter Regelungsrahmen zur Rechtssicherheit beitragen. Sachdienlich ist ein Positivkatalog, der Produktplatzierung für Fälle zulässt, in denen die Meinungsbildungsfunktion keinen übergeordneten Stellenwert einnimmt, beziehungsweise die Gefahr der Einflussnahme auf den redaktionellen Inhalt nicht besteht. Besonders sensible Programme werden vollständig von der Zulässigkeit ausgeschlossen. Dem Verbraucherschutz ist durch geeignete Maßnahmen der Kennzeichnung Rechnung zu tragen.

Änderungsantrag 48
ARTIKEL 1 NUMMER 9
Artikel 10 Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. *Einzel*n gesendete Werbespots und Teleshopping-Spots müssen, außer in Sportprogrammen, die Ausnahme bilden.“ **entfällt**

Änderungsantrag 49
ARTIKEL 1 NUMMER 10
Artikel 11 Absatz 2 Unterabsatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen, Kinderprogrammen und Nachrichtensendungen darf für jeden Zeitraum von **35 Minuten** einmal für Werbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden.

2. Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen, Kinderprogrammen und Nachrichtensendungen darf für jeden Zeitraum von **30 Minuten** einmal für Werbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden.

Begründung

Die Ausdehnung der 30-Minuten-Regel, die derzeit für Nachrichten und Kinderprogramme gilt, auf 35 Minuten hätte schwerwiegende negative Auswirkungen auf die Werbeeinnahmen der Fernsehveranstalter und damit auf ihre Fähigkeit, die Produktion audiovisueller Inhalte zu finanzieren. Da die meisten Nachrichten- und Kinderprogramme nicht länger sind als 30 Minuten, kann Werbung auf wirksame Art und Weise aus diesen Programmen ausgeschlossen werden. Im Kommissionsvorschlag bzw. in dessen Bewertung der Auswirkungen auf den Regelungsrahmen scheint diese Maßnahme weder erläutert noch begründet zu werden.

Änderungsantrag 50
ARTIKEL 1 NUMMER 13
Artikel 18 Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Absatz 1 gilt nicht für Hinweise des Fernsehveranstalters auf eigene Programme und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Programmen abgeleitet sind, Sponsorenhinweise und die Produktplatzierung.“

2. Absatz 1 gilt nicht für Hinweise des Fernsehveranstalters auf eigene Programme, **oder Programme eines anderen audiovisuellen Mediendienstes, der derselben Unternehmensgruppe angehört**, und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Programmen abgeleitet sind, Sponsorenhinweise und die Produktplatzierung.“

Begründung

Eigenwerbung und „Cross-promotion“ von Programmen sollte in einem Umfeld, in dem mehrere Kanäle bestehen und in dem die Fernsehveranstalter die Zuschauer über Programme auf ihren anderen Kanälen informieren müssen, ähnlich behandelt werden.

Änderungsantrag 51
ARTIKEL 1 NUMMER 20
Artikel 23 b Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Die Mitgliedstaaten gewährleisten die Unabhängigkeit der nationalen Regulierungsbehörden und sorgen dafür, dass diese ihre Befugnisse unparteiisch und transparent ausüben.

1. Die Mitgliedstaaten gewährleisten die Unabhängigkeit der nationalen Regulierungsbehörden **und -stellen** und sorgen dafür, dass diese ihre Befugnisse unparteiisch und transparent ausüben.

Begründung

Dieser Zusatz stellt sicher, dass die in den jeweiligen Mitgliedstaaten bestehenden unterschiedlichen Organisationsformen der für die Regulierung zuständigen Stellen erfasst werden.

Änderungsantrag 52
ARTIKEL 1 NUMMER 20
Artikel 23b Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Die nationalen Regulierungsbehörden übermitteln sich gegenseitig und der Kommission alle Informationen, die für die Anwendung der Bestimmungen dieser Richtlinie notwendig sind.“

2. Die nationalen Regulierungsbehörden **und -stellen** übermitteln sich gegenseitig und der Kommission alle Informationen, die für die Anwendung der Bestimmungen dieser Richtlinie notwendig sind.“

Begründung

Dieser Zusatz stellt sicher, dass die in den jeweiligen Mitgliedstaaten bestehenden unterschiedlichen Organisationsformen der für die Regulierung zuständigen Stellen erfasst werden.

VERFAHREN

Titel	Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität
Bezugsdokumente – Verfahrensnummer	KOM((2005)0646 - C6-0443/2005 - 2005/0260(COD))
Federführender Ausschuss	CULT
Stellungnahme von Datum der Bekanntgabe im Plenum	ECON 2.2.2006
Verstärkte Zusammenarbeit – Datum der Bekanntgabe im Plenum	
Verfasser(-in) der Stellungnahme Datum der Benennung	Karsten Friedrich Hoppenstedt 14.3.2006
Ersetzte(r) Verfasser(-in) der Stellungnahme	
Prüfung im Ausschuss	11.7.2006 11.9.2006 3.10.2006
Datum der Annahme	10.10.2006
Ergebnis der Schlussabstimmung	+: 40 -: 2 0: 2
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende Mitglieder	Zsolt László Becsey, Pervenche Berès, Sharon Bowles, Udo Bullmann, Ieke van den Burg, David Casa, Jan Christian Ehler, Jonathan Evans, Jean-Paul Gauzès, Robert Goebbels, Donata Gottardi, Benoît Hamon, Gunnar Hökmark, Karsten Friedrich Hoppenstedt, Sophia in 't Veld, Wolf Klinz, Christoph Konrad, Guntars Krasts, Kurt Joachim Lauk, Andrea Losco, Astrid Lulling, Gay Mitchell, Joseph Muscat, John Purvis, Alexander Radwan, Bernhard Rapkay, Dariusz Rosati, Eoin Ryan, Antolín Sánchez Presedo, Manuel António dos Santos, Peter Skinner, Margarita Starkevičiūtė und Sahra Wagenknecht.
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende(r) Stellvertreter(-in/-innen)	Katerina Batzeli, Harald Ettl, Ona Juknevičienė, Werner Langen, Alain Lipietz, Sarah Ludford, Charles Tannock und Corien Wortmann-Kool.
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende(r) Stellv. (Art. 178 Abs. 2)	Christopher Heaton-Harris, Luis Herrero-Tejedor und Toine Manders.
Anmerkungen (Angaben nur in einer Sprache verfügbar)	...

(COD)
11.10.2006

STELLUNGNAHME DES AUSSCHUSSES FÜR INDUSTRIE, FORSCHUNG UND ENERGIE

für den Ausschuss für Kultur und Bildung

zu dem Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (KOM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD))

Verfasser der Stellungnahme: Gianni De Michelis

KURZE BEGRÜNDUNG

- Mit der Richtlinie, die uns zur Prüfung und Billigung unterbreitet wurde, wird eine Richtlinie von 1989 (89/552/EWG) aktualisiert, die sich zum Ziel setzte, die freie Ausstrahlung von Fernsehsendungen im gesamten Hoheitsgebiet der Gemeinschaft zu ermöglichen.
- Gegenüber dem damaligen Kontext hat aufgrund der technologischen Entwicklung die Zahl der verschiedenen Plattformen, über die ein audiovisueller Inhalt verbreitet und empfangen werden kann, erheblich zugenommen, aber vor allem wurde dadurch der besondere Charakter des Geschäftsmodells dieses Sektors in seiner Struktur verändert. Tatsächlich ist eine schrittweise Umwandlung von einem Verkäufermarkt in einen Konsumentenmarkt festzustellen, bei dem sich der Kunde von einem passiven Empfänger eines faktisch ausschließlich von dem Betreiber bestimmten Angebots zu einem Kunden gewandelt hat, der allein darüber entscheidet, was er konsumieren wird, wobei sich diese Entwicklung künftig noch weiter verstärken wird.
- Als eine der Folgen, die dieses neue Wirtschaftsmodell bereits mit sich gebracht hat und die – dies sei ausdrücklich betont – sich in Zukunft noch verschärfen wird, zeichnet sich eine drastische Änderung in Bezug auf die Herkunft der Mittel ab, aus denen sich die Industrie des Sektors sowohl unter dem Aspekt der Herstellung als auch der Verteilung finanzieren wird. Gegenüber den beiden traditionellen Finanzierungsformen, d.h. Gebühren und Werbeeinnahmen, hat nämlich ein System zunehmend an Bedeutung gewonnen, bei dem der Nutzer einen Preis zahlt, der sich nach der Art und Qualität des abgerufenen audiovisuellen Dienstes richtet. Es ist daher eine beträchtliche und schrittweise Zunahme der wirtschaftlichen Bedeutung dieses Industriezweigs sowie eine Verschärfung des Wettbewerbs auf weltweiter Ebene abzusehen.

- Einerseits macht dieses Szenario somit die Verwirklichung eines tatsächlichen europäischen Binnenmarktes, der in der Lage ist, mit dem amerikanischen und dem expandierenden indischen, lateinamerikanischen und chinesischen Markt größtmäßig mithalten und über die sprachlichen Barrieren oder die Vielzahl der nationalen Regelungen hinweg zu funktionieren, noch notwendiger und dringender. Andererseits ist es unbedingt erforderlich, Vorschriften einzuführen, die dazu angetan sind, der fortschreitenden technologischen Entwicklung zu folgen, sie zu unterstützen und zu fördern, und zwar auch in dem Bewusstsein, dass das Interesse der Nutzer künftig in immer stärkerem Maße von einer immer breiteren Palette von Wahlmöglichkeiten, die von der Technologie selbst geboten werden, gewährleistet wird.
- Gleichzeitig sollte man sich darüber im Klaren sein, dass die besondere Art des betreffenden Produkts – der audiovisuelle Dienst – spezifische Probleme aufwirft, die teilweise mit noch recht unterschiedlichen Sensibilitäten innerhalb der nationalen Gesellschaften sowie mit der Berücksichtigung eines Wertes, der kulturellen Identität, deren Schutz eine grundlegende Besonderheit des so genannten „europäischen Modells“ darstellt, zusammenhängen.
- Außerdem ist es wichtig, darauf hinzuweisen, dass die Europäische Union im Unterschied zu 1989 beschlossen hat, ihre politische Strategie auf eine führende geopolitische und geökonomische Rolle auszurichten, die im Zuge der Entwicklung der globalen Wirtschaft festzulegen ist, die so genannte Lissabon-Strategie, die im Jahr 2002 angenommen wurde und sich bis 2010 das Ziel gesetzt hat, die Europäische Union *zum wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftsraum in der Welt zu machen – einem Wirtschaftsraum, der fähig ist, ein dauerhaftes Wirtschaftswachstum mit mehr und besseren Arbeitsplätzen und einem größeren sozialen Zusammenhalt zu erzielen*“. In diesem Zusammenhang wird klar, dass die Zukunft des Wirtschaftssektors, der Gegenstand dieser Richtlinie ist, ein entscheidendes Element für den Erfolg dieser Strategie darstellt. Es erweist sich somit als erforderlich, einen Regelungsrahmen festzulegen, bei dem wie bei anderen politischen Zielen der Europäischen Union zur Auflage gemacht wird, dem Erfordernis Rechnung zu tragen, dass sich die europäische Industrie auf weltweiter Ebene gegenüber den Konkurrenten aus anderen Regionen der Welt als wettbewerbsfähig erweisen kann. Die Änderung der Richtlinie 89/552 muss in diese Richtung gehen und folglich so abgefasst werden, dass sie die Interessen der Allgemeinheit, der Nutzer und der Industrie in Einklang bringt und sogar Synergien zwischen diesen verschiedenen Interessen angestrebt werden können.
- Unter diesem Aspekt stellt der von der Kommission vorgeschlagene Text einen erheblichen Fortschritt in dieser Richtung dar und sollte daher vom Parlament angenommen werden, während die Alternativen, die entweder in der Beibehaltung des Ansatzes auf der Grundlage des derzeit geltenden Regelungsrahmens (der Richtlinie Fernsehen ohne Grenzen nur für die so genannten linearen Dienste und der Richtlinie über den elektronischen Handel für die nicht-linearen Dienste) oder der Änderung spezifischer Vorschriften für die linearen Dienste bestehen, abgelehnt werden. Dem Ziel, die so genannten „audiovisuellen Mediendienste“ zu bestimmen, kann zugestimmt werden, auch wenn eine klarere Abgrenzung des Bereichs der so genannten „nicht-linearen Mediendienste“ zweckmäßig erscheint, um eine deutlichere Unterscheidung zwischen Diensten und Mediendiensten zu ermöglichen. Einige fürchten nämlich zu Recht, dass, wenn dieser Bereich zu weit gefasst ist, Europa weniger in der Lage sein wird, neue Formen der Kommunikation für neue Produkte zu

erforschen. In diesem Sinne sind die Änderungsanträge zu verstehen, die wir in dieser Stellungnahme vorschlagen.

- Unsere Änderungsanträge zielen im Übrigen darauf ab, die Stärkung der europäischen Industrie, vor allem im Bereich der Content-Produktion, zu ermöglichen, um nicht nur gegenüber den amerikanischen Konkurrenten, sondern auch im Hinblick auf indische, lateinamerikanische und chinesische Konkurrenten wettbewerbsfähig zu werden. In diesem Zusammenhang muss auf die Bedeutung eines angemessenen Systems zur Verwaltung der Rechte für die Verwertung audiovisueller Inhalte hingewiesen werden, das so beschaffen sein muss, dass es die Stärkung einer unabhängigen Content-Industrie ermöglicht. Es ist daher zu wünschen, dass dieser allgemeine Rahmen in den geeigneten Gremien berücksichtigt und mit den Zielen der zu prüfenden Richtlinie koordiniert wird. Auf der Grundlage der gleichen Philosophie muss eine ordnungsgemäße Regelung der „Produktplatzierung“ sowie die Festlegung keine Strafanforderung vorsehender Vorschriften für die Werbung insgesamt unterstützt werden, und zwar aufgrund der Tatsache, dass die größeren Wahlmöglichkeiten der Nutzer die Industrie veranlassen werden, keine Auswahl zu treffen, die deren Interessen zuwiderläuft, da das breite Angebot die Konsumenten die Produkte wählen lässt, die sie für besser erachten und die ihrem Geschmack mehr entsprechen. Durch diese Änderung bei den Bedürfnissen und Erwartungen der Nutzer besteht eine geringere Notwendigkeit für einen Schutz seitens der öffentlichen Hand.
- Abschließend sei eine Lanze für die Selbstregulierung auch zusätzlich zur Koregulierung gebrochen. Wir sind uns dessen bewusst, dass die Möglichkeit, Vorschriften in dieser Richtung zu erlassen, durch die *Interinstitutionelle Vereinbarung „Bessere Rechtsetzung“* vom 31. Dezember 2001 stark eingeschränkt wird. Die technologische Entwicklung im Zusammenhang mit den Marktregeln ist jedoch derart rasant, dass Regelungen erforderlich sind, um das Erfordernis des Schutzes von Werten und Zielen von allgemeinem Interesse zu vereinbaren und gleichzeitig die notwendige Flexibilität und Wettbewerbsfähigkeit für die europäische Industrie zu gewährleisten.

ÄNDERUNGSANTRÄGE

Der Ausschuss für Industrie, Forschung und Energie ersucht den federführenden Ausschuss für Kultur und Bildung, folgende Änderungsanträge in seinen Bericht zu übernehmen:

Vorschlag der Kommission¹

Abänderungen des Parlaments

Änderungsantrag 1 ERWÄGUNG 1

(1) Die Richtlinie 89/552/EWG dient der Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität. In Anbetracht der neuen Übertragungstechniken für audiovisuelle Mediendienste ist es notwendig geworden, den geltenden Rechtsrahmen anzupassen, um den Auswirkungen des Strukturwandels und der technologischen Entwicklungen auf die Geschäftsmodelle und insbesondere auf die Finanzierung des gewerblichen Rundfunks Rechnung zu tragen und optimale Wettbewerbsbedingungen für die europäischen Unternehmen und Dienste im Bereich der Informationstechnologien und der Medien zu schaffen.

(1) Die Richtlinie 89/552/EWG dient der Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität. In Anbetracht der neuen Übertragungstechniken für audiovisuelle Mediendienste ist es notwendig geworden, den geltenden Rechtsrahmen anzupassen, um den Auswirkungen des Strukturwandels, **der Verbreitung der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT)** und der technologischen Entwicklungen auf die Geschäftsmodelle und insbesondere auf die Finanzierung des gewerblichen Rundfunks Rechnung zu tragen und optimale Wettbewerbsbedingungen für die europäischen Unternehmen und Dienste im Bereich der Informationstechnologien und der Medien zu schaffen.

Begründung

Die Verbreitung der Informations- und Kommunikationstechnologien hat wesentliche Auswirkungen auf die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Strukturen gehabt. Insbesondere hat ihre Verbreitung weitere technologische Entwicklungen ausgelöst, die die Strukturen und die Funktion zahlreicher Geschäftsmodelle verändert haben.

Änderungsantrag 2 ERWÄGUNG 2 A (neu)

¹ Noch nicht im Amtsblatt veröffentlicht.

(2a) Freie und pluralistische Medien sind eine wesentliche Voraussetzung für die uneingeschränkte Wahrnehmung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Informationsfreiheit, und die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte bekräftigt die Verpflichtung der Staaten, den Medienpluralismus zu schützen und gegebenenfalls geeignete Maßnahmen zu seinem Schutz zu ergreifen.

Begründung

Der Änderungsantrag stützt sich auf den Grundsatz, wonach die Medien gleichzeitig Kultur- und Wirtschaftsgüter sind, und die Richtlinie muss folglich beiden Kriterien Rechnung tragen, wie dies im Übrigen bei der geltenden Rechtsprechung der Fall ist.

Änderungsantrag 3 ERWÄGUNG 3

(3) Die große Bedeutung der audiovisuellen Mediendienste für die Gesellschaften, die Demokratie und die Kultur **rechtfertigt** die Anwendung besonderer Vorschriften auf diese Dienste.

(3) Die große Bedeutung der audiovisuellen Mediendienste **und der von ihnen verbreiteten Inhalte** für die Gesellschaften, die Demokratie, **die Bildung** und die Kultur **sowie der eigentliche Charakter der audiovisuellen Dienste, die gleichzeitig kulturelle und wirtschaftliche Güter sind, rechtfertigen** die Anwendung besonderer Vorschriften auf diese Dienste, **die vor allem auf den Schutz und die Stärkung des Informationspluralismus unter seinen verschiedenen Aspekten gerichtet sind, damit insbesondere die Grundfreiheiten und -rechte geschützt werden, die in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, in der Europäischen Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten und im Pakt der Vereinten Nationen über bürgerliche und politische Rechte verankert sind, und damit der Schutz von Minderjährigen sowie gefährdeten oder behinderten Personen gewährleistet ist. Ferner sollten die Medien den Bürgern die Mittel an die Hand geben, damit sie die Realität kritisch beurteilen**

und das immer größere Informationsvolumen, das ihnen angeboten wird, besser nutzen können, wie dies in der Empfehlung 1466 (2000) des Europarats festgeschrieben ist. Ferner müssten die Bürger durch eine ordnungsgemäße Regulierung dieser Dienste in die Lage versetzt werden, die geeignetsten Medien und die Art der Kommunikation auszuwählen und so zu lernen, ihr Recht auf Informationsfreiheit und Freiheit der Meinungsäußerung umfassend auszuüben.

Begründung

Die audiovisuellen Dienste sind nach ihrem Marktwert und ihrem kulturellen Wert zu betrachten.

Änderungsantrag 4 ERWÄGUNG 4

(4) Traditionelle audiovisuelle Mediendienste und neu aufkommende Abrufdienste bieten erhebliche Beschäftigungsmöglichkeiten in der Gemeinschaft, vor allem in kleinen und mittleren Unternehmen, und regen Wirtschaftswachstum und Investitionstätigkeit an.

(4) Traditionelle audiovisuelle Mediendienste und neu aufkommende Abrufdienste bieten erhebliche Beschäftigungsmöglichkeiten in der Gemeinschaft, vor allem in kleinen und mittleren Unternehmen, und regen Wirtschaftswachstum und Investitionstätigkeit an, ***die die Lebensbedingungen verbessern und dadurch die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Unternehmen stärken. Die Erleichterung des technischen Zugangs für alle, insbesondere von benachteiligten Bevölkerungsgruppen wie Personen mit Behinderungen oder älteren Menschen, zu den audiovisuellen Diensten trägt zur Dynamik des Sektors und zu seiner Wettbewerbsfähigkeit bei. Die Unterstützung von Unternehmen, die sich dem widmen, ist von Interesse, um das Ziel der Integration mit der Entwicklung der Forschung und der Arbeitsplätze zu verknüpfen.***

Begründung

Die Schaffung von Arbeitsplätzen und das Angebot von erheblichen Beschäftigungsmöglichkeiten ist ein Faktor von größter Bedeutung für die Ankurbelung des industriellen Sektors in Europa. Die Förderung von Wachstum und Produktivität in allen industriellen Bereichen ist eines der wichtigsten Ziele der Europäischen Gemeinschaft.

Änderungsantrag 5 ERWÄGUNG 5

(5) Europäische Unternehmen, die audiovisuelle Mediendienste erbringen, leiden derzeit unter mangelnder Rechtssicherheit und ungleichen Wettbewerbsbedingungen hinsichtlich der für neu aufkommende Abrufdienste geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen. Deshalb ist es notwendig, zumindest bestimmte gemeinsame Grundvorschriften auf alle audiovisuellen Mediendienste anzuwenden, um einerseits Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden und andererseits die Rechtsicherheit zu verbessern.

(5) Europäische Unternehmen, die audiovisuelle Mediendienste erbringen, leiden derzeit unter mangelnder Rechtssicherheit und ungleichen Wettbewerbsbedingungen hinsichtlich der für neu aufkommende Abrufdienste geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen. Deshalb ist es notwendig, zumindest bestimmte gemeinsame Grundvorschriften auf alle audiovisuellen Mediendienste - ***sowohl lineare als auch nicht-lineare*** - anzuwenden, um einerseits Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden und andererseits die Rechtsicherheit zu verbessern, ***um zur Vollendung des Binnenmarkts beizutragen und die Entstehung eines einheitlichen Informationsraums zu erleichtern.***

Änderungsantrag 6 ERWÄGUNG 6

(6) Die Kommission hat eine Mitteilung über die Zukunft der europäischen Regulierungspolitik im audiovisuellen Bereich veröffentlicht, in der sie betont, dass die Regulierungspolitik in diesem Sektor jetzt und auch in Zukunft die Wahrung bestimmter Interessen der Allgemeinheit, wie kulturelle Vielfalt, Recht auf Information, Jugendschutz ***und*** Verbraucherschutz, gewährleisten muss.

(6) Die Kommission hat eine Mitteilung über die Zukunft der europäischen Regulierungspolitik im audiovisuellen Bereich veröffentlicht, in der sie betont, dass die Regulierungspolitik in diesem Sektor jetzt und auch in Zukunft die Wahrung bestimmter Interessen der Allgemeinheit, wie kulturelle Vielfalt, Recht auf Information ***und deren notwendigen Pluralismus***, Jugendschutz, Verbraucherschutz ***und Anhebung des Wissensstands und der Medienkompetenz der Allgemeinheit sowie universeller***

Zugang auch für die am stärksten benachteiligten Gruppen gewährleisten muss.

Änderungsantrag 7
ERWÄGUNG 6 A (neu)

(6a) Während des Europäischen Rates von Lissabon, der am 23. und 24. März 2000 stattfand, leitete die Europäische Union eine ehrgeizige Agenda mit dem Ziel ein, Europa bis zum Jahr 2010 „zum dynamischsten und wettbewerbsfähigsten wissensbasierten Wirtschaftsraum in der Welt“ zu machen. Die Lissabon-Strategie wurde 2005 während der Halbzeitrevision als eine wichtige Komponente zur Verbesserung von Wohlstand, Förderung des Wettbewerbs und Förderung der Produktivität in der Europäischen Union neu aufgelegt. Zu diesem Zweck und im Zusammenhang mit der Lissabon-Strategie ist es notwendig, sich auf politische Maßnahmen zu konzentrieren, die nützliche Auswirkungen auf die Vollendung des Binnenmarkts, den Abbau der Wettbewerbsschranken und die Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien haben werden, um einen Weg in Richtung auf einen wettbewerbsfähigen, wissensbasierten Wirtschaftsraum aufzuzeigen.

Begründung

Die Lissabon-Strategie ist das wichtigste Aktionsinstrument der EU, um die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Unternehmen zu steigern, den Wohlstand und die Lebensbedingungen zu verbessern. Sie bildet die Grundlage für die Förderung der Produktivität der europäischen Industrie, und die europäische Fernsehindustrie ist Teil davon.

Änderungsantrag 8
ERWÄGUNG 6 B (neu)

(6b) Die Förderung der Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Industrie, in deren Rahmen der audiovisuelle Sektor einen bedeutenden Teilbereich darstellt, ist von entscheidender Bedeutung für die Verwirklichung der politischen Ziele der Lissabon-Strategie. Daher sollten zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des audiovisuellen Sektors angemessene Finanzmittel innerhalb des geeigneten Rechtsrahmens gefördert werden.

Begründung

Eine Ergänzung zum Änderungsantrag Nr. 6 von Herrn De Michelis. Damit audiovisuelle Mediendienste wettbewerbsfähig sein können, sollten sie nicht mit Regelungen überfrachtet werden.

Änderungsantrag 9
ERWÄGUNG 6 C (neu)

(6c) Das Herkunftslandsprinzip ist von entscheidender Bedeutung für die Entstehung eines gesamteuropäischen audiovisuellen Markts mit einer starken Industrie, die europäische Inhalte produziert. Darüber hinaus gewährleistet das Prinzip die Rechte der Zuschauer auf Auswahl aus einem breiten Spektrum europäischer Programme.

Änderungsantrag 10
ERWÄGUNG 6 D (neu)

(6d) Die Lissabon-Strategie, durch die eine wettbewerbsfähige wissensbasierte Wirtschaft gefördert werden soll, erfordert nachhaltige Investitionen in die Infrastruktur des Sektors und die Einführung innovativer neuer Informations- und Kommunikationstechnologien, zusammen mit der notwendigen Forschung, um auf dem europäischen Markt eine florierende

und hochproduktive Rundfunk- und Fernsehindustrie (bei der die audiovisuellen Dienste ein wichtiger Bestandteil sind) zu entwickeln.

Änderungsantrag 11
ERWÄGUNG 6 E (neu)

(6e) Eine starke europäische Industrie, unter Einschluss des traditionellen und des neuen audiovisuellen Sektors, die ordnungsgemäß reguliert ist und sich auf umfangreiche Investitionen und leistungsfähige IKT stützt, trägt zur Verwirklichung der Strategie von Lissabon bei, die die Europäische Union bis zum Jahr 2010 zum wettbewerbsfähigsten und dynamischsten Wirtschaftsraum machen will. Die derzeitigen Bestimmungen müssen im Wettbewerbsumfeld der Union den richtigen Regelungsausgleich bieten, der von wesentlicher Bedeutung ist, damit Unternehmen, die Investitionen bereitstellen und Arbeitsplätze schaffen, Vertrauen fassen.

Änderungsantrag 12
ERWÄGUNG 6 F (neu)

(6f) Die Schaffung einer starken, wettbewerbsfähigen europäischen Industrie war eines der wichtigsten Ziele, die in der Lissabon-Strategie festgelegt wurden. Zu diesem Zweck können Produktivität und technologische Führung in allen Bereichen der Wirtschaft durch starke Investitionen, Forschung und wirksame Information erzielt werden. Die Verwendung von IKT in einem wettbewerbsfähigen Umfeld wird den richtigen Regelungsausgleich herstellen, um so das Vertrauen von Verbrauchern und Arbeitsplätze schaffenden Unternehmen aufzubauen und den Binnenmarkt zu vollenden.

Änderungsantrag 13
ERWÄGUNG 6 G (neu)

(6g) Im Zusammenhang mit der Lissabon-Strategie kommt es darauf an, die Entwicklung der europäischen Content-Industrie zu berücksichtigen, indem man einen politischen Rahmen insbesondere betreffend Eigentum an und Nutzung von Rechten ausarbeitet, der dafür sorgt, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen den Erfordernissen der Verbreitung und des Vertriebs der Inhalte und dem Schutz der Vorrechte der Urheberrechtsinhaber herzustellen.

Änderungsantrag 14
ERWÄGUNG 6 H (neu)

(6h) Im Zusammenhang mit der Lissabon-Strategie kommt es darauf an, die Entwicklung der europäischen Content-Industrie zu berücksichtigen, indem man einen politischen Rahmen insbesondere betreffend das Eigentum an und die Nutzung von Rechten ausarbeitet.

Begründung

Mit dem allgemeinen Ziel der Förderung der europäischen Industrie und der europäischen audiovisuellen Industrie sollte auch den europäischen Content-Erzeugern Aufmerksamkeit geschenkt werden. Ein Rahmen sollte in diesem Zusammenhang ausgearbeitet werden, der sich mit den Rechten befasst, da die Vorherrschaft der Betreiber in diesem Bereich schädlich ist.

Änderungsantrag 15
ERWÄGUNG 7

(7) Die Kommission hat die Initiative „i2010 – europäische Informationsgesellschaft“ ergriffen, um Wachstum und Beschäftigung in der Informationsgesellschaft und in den Medien zu fördern. Kern der i2010-Initiative

(7) Die Kommission hat die Initiative „i2010 – europäische Informationsgesellschaft“ ergriffen, um Wachstum und Beschäftigung in der Informationsgesellschaft und in den Medien zu fördern. Kern der i2010-Initiative

ist eine umfassende Strategie, deren Ziel darin besteht, vor dem Hintergrund der Konvergenz von Informations- und Mediendiensten, -netzen und -geräten die Entwicklung der digitalen Wirtschaft durch Modernisierung und Einsatz sämtlicher Instrumente der EU-Politik (Rechtsvorschriften, Forschung und Partnerschaften mit der Industrie) voranzutreiben. Die Kommission hat sich vorgenommen, einheitliche Rahmenbedingungen für den Binnenmarkt im Bereich der Informationsgesellschaft und der Mediendienste zu schaffen und den Rechtsrahmen für audiovisuelle Dienste zu modernisieren. Der erste Schritt dazu war ein Kommissionsvorschlag von 2005 zur Überarbeitung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“.

ist eine umfassende Strategie, deren Ziel darin besteht, vor dem Hintergrund der Konvergenz von Informations- und Mediendiensten, -netzen und -geräten **die europäische Content-Industrie**, die Entwicklung der digitalen Wirtschaft **und die Nutzung von IKT** durch Modernisierung und Einsatz sämtlicher Instrumente der EU-Politik (Rechtsvorschriften, Forschung und Partnerschaften mit der Industrie) voranzutreiben. Die Kommission hat sich vorgenommen, einheitliche Rahmenbedingungen für den Binnenmarkt im Bereich der Informationsgesellschaft und der Mediendienste zu schaffen und den Rechtsrahmen für audiovisuelle Dienste zu modernisieren. Der erste Schritt dazu war ein Kommissionsvorschlag von 2005 zur Überarbeitung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“.

Begründung

Die Entwicklung der digitalen Wirtschaft und die Verwirklichung der Informationsgesellschaft kann nur durch die Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien bewirkt werden.

Änderungsantrag 16 ERWÄGUNG 10

(10) Aufgrund der Einführung einheitlicher Mindestbestimmungen in Artikel 3c bis 3h dürfen die Mitgliedstaaten in den durch diese Richtlinie harmonisierten Bereichen nicht mehr aus Gründen des Jugendschutzes und der Bekämpfung der Aufstachelung zum Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Glauben oder Nationalität, der Verletzung der Menschenwürde einzelner Personen oder des Verbraucherschutzes gemäß Artikel 3 Absatz 4 der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom Herkunftslandprinzip abweichen.

(10) Diese Richtlinie führt in Artikel 3c bis 3h für alle audiovisuellen Mediendienste geltende einheitliche Mindestbestimmungen in Bezug auf den Schutz der Jugend, der Menschenwürde und der Verbraucher ein. Darüber hinaus gelten die Bestimmungen der Richtlinie 2000/31/EG), insbesondere die in Bezug auf das Herkunftslandprinzip, die Informationspflicht und die Regeln über die Verantwortlichkeit (Haftungsausschlüsse). Ferner haben die Mitgliedstaaten weiterhin die Möglichkeit, aus ordnungspolitischen Gründen Maßnahmen nach Artikel 3 Absätze 3 bis 5 der Richtlinie 2000/31/EG zu ergreifen.

Begründung

Es sollte in den Erwägungsgründen klargestellt werden, dass die Mitgliedstaaten auch weiterhin aus ordnungspolitischen Gründen die Möglichkeit haben, Maßnahmen nach Artikel 3 Abs. 3 bis 5 der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates (eCommerce-Richtlinie) zu ergreifen.

Änderungsantrag 17 ERWÄGUNG 11

(11) Die Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlaments und des Rates lässt gemäß deren Artikel 1 Absatz 3 alle Maßnahmen unberührt, die von der Gemeinschaft oder den Mitgliedstaaten im Interesse der Allgemeinheit insbesondere in Bezug auf die Regulierung der Inhalte und die Politik im audiovisuellen Bereich getroffen werden.

(11) Die Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlaments und des Rates **(eine Rahmenrichtlinie) hat einen einheitlichen Rechtsrahmen für alle Übertragungsnetze und –dienste geschaffen**, lässt **jedoch** gemäß deren Artikel 1 Absatz 3 alle Maßnahmen unberührt, die von der Gemeinschaft oder den Mitgliedstaaten im Interesse der Allgemeinheit insbesondere in Bezug auf die Regulierung der Inhalte und die Politik im audiovisuellen Bereich getroffen werden. **Dies entspricht Grundsatz der technologischen Neutralität, der die Trennung zwischen der Regulierung der Übertragung und der Regulierung der Inhalte rechtfertigt.**

Begründung

Der Grundsatz der technologischen Neutralität erlaubt jegliche Freiheit bei der Entwicklung von Übertragungstechnologien, die zu angemessenen Standards und Regulierungen gehören, und ferner der Regulierung der Inhalte einen kohärenten Rahmen zu geben.

Änderungsantrag 18 ERWÄGUNG 13

(13) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste erfasst alle Dienste der audiovisuellen Massenmedien, unabhängig davon, ob diese nach Programmplan oder auf Abruf bereitgestellt werden. Er umfasst jedoch nur Dienstleistungen, wie sie im EG-Vertrag festgelegt sind, und daher alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die

(13) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste erfasst alle Dienste der audiovisuellen Massenmedien, unabhängig davon, ob diese nach Programmplan oder auf Abruf bereitgestellt werden. Er umfasst jedoch nur Dienstleistungen, wie sie im EG-Vertrag festgelegt sind, und daher alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die

öffentlich-rechtlicher Unternehmen, gilt jedoch nicht für **nicht-wirtschaftliche** Tätigkeiten, wie z. B. rein private Webseiten.

öffentlich-rechtlicher Unternehmen, gilt jedoch nicht für **Tätigkeiten, die in erster Linie nicht-wirtschaftlich sind**, wie z.B. rein private Webseiten, **den Vertrieb und Austausch von audiovisuellem Material zum Ausdruck persönlicher Meinungen sowie Dienstleistungen, in deren Rahmen audiovisuelle Inhalte vertrieben werden, die von Benutzern zum Austausch innerhalb von Interessengemeinschaften produziert werden, oder andere nicht-lineare Dienste, die keine klaren Auswirkungen auf eine bedeutende Zahl von Mitgliedern der Öffentlichkeit haben.**

Begründung

Eine Klarstellung würde dazu beitragen, den Benutzern eine Zusicherung dahingehend zu geben, dass durch die Richtlinie nicht die Art und Weise geändert wird, in der sie das kreative Potenzial des Internets einschließlich online präsentierten audiovisuellen Materials nutzen, wobei es lediglich um die Respektierung des Strafrechts geht.

Änderungsantrag 19

ERWÄGUNG 14

(14) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste umfasst die Massenmedien in ihrer informierenden, unterhaltenden und bildenden Funktion, schließt aber alle Formen privater Korrespondenz, z.B. an eine begrenzte Anzahl von Empfängern versandte elektronische Post, aus. Die Begriffsbestimmung schließt ebenfalls alle Dienste aus, die nicht der Verbreitung audiovisueller Inhalte dienen, d.h. bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellen und nicht Hauptzweck der Dienste sind. Dazu zählen beispielsweise Webangebote, die lediglich zu Ergänzungszwecken audiovisuelle Elemente enthalten, z.B. animierte grafische Elemente, kleine Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nicht-audiovisuelle Dienste.

(14) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste umfasst die Massenmedien in ihrer informierenden, unterhaltenden und **die breite Öffentlichkeit** bildenden Funktion, schließt aber alle Formen privater Korrespondenz, z.B. an eine begrenzte Anzahl von Empfängern versandte elektronische Post, aus. Die Begriffsbestimmung schließt ebenfalls alle Dienste aus, die nicht der Verbreitung audiovisueller Inhalte dienen, d.h. bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellen und nicht Hauptzweck der Dienste sind. Dazu zählen beispielsweise Webangebote, die lediglich zu Ergänzungszwecken audiovisuelle Elemente enthalten, z.B. animierte grafische Elemente, kleine Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nicht-audiovisuelle Dienste.

Begründung

Eines der Hauptmerkmale der in dieser Richtlinie beschriebenen Dienste, das auch in der Definition erwähnt ist, ist die Übermittlung an die breite Öffentlichkeit.

Änderungsantrag 20
ERWÄGUNG 15

(15) Diese Richtlinie gilt nicht für elektronische Ausgaben von Zeitungen **und** Zeitschriften.

(15) Diese Richtlinie gilt nicht für elektronische Ausgaben von Zeitungen, Zeitschriften, **Wochenzeitungen, Journalen oder Büchern, wenn der visuelle Inhalt weitgehend statischer Art ist.**

Begründung

Klarstellung.

Änderungsantrag 21
ERWÄGUNG 16

(16) Der Begriff „audiovisuell“ bezieht sich auf bewegte Bilder mit oder ohne Ton; er erfasst somit Stummfilme, nicht aber Tonübertragungen oder den Hörfunk.

(16) **Für die Zwecke dieser Richtlinie** bezieht sich der Begriff „audiovisuell“ auf bewegte Bilder mit oder ohne Ton; er erfasst somit Stummfilme, nicht aber Tonübertragungen oder den Hörfunk.

Begründung

Eine Klarstellung, da der Begriff „audiovisuell“ den Radiobereich im Rahmen anderer Rechtsakte beinhaltet, wie der Klassifizierung von Dienstleistungen im Rahmen der WTO/GATS.

Änderungsantrag 22
ERWÄGUNG 16 A (neu)

(16a) Ein audiovisueller Mediendienst besteht aus Programmen, wobei ein Programm eine zusammenhängende Folge bewegter Bilder mit oder ohne Ton unter redaktioneller Verantwortung darstellt, die von einem Mediendiensteanbieter innerhalb eines festgelegten Programmplans verbreitet oder die in einer

Gesamtpalette zusammengefasst sind.

Begründung

Änderungsantrag zur Präzisierung des audiovisuellen Mediendienstes.

Änderungsantrag 23
ERWÄGUNG 17 A (neu)

(17a) Die hiermit geänderten und weiter in den Erwägungen 13 bis 17 dieser Richtlinie erklärten Kriterien, die in der Definition der audiovisuellen Mediendienste festgelegt sind, wie in Artikel 1 Buchstabe a der Richtlinie 89/552/EWG enthalten, müssen gleichzeitig erfüllt werden.

Begründung

Es ist wichtig, darauf hinzuweisen und zu betonen, dass die von der Kommission in den Erwägungen 13 bis 17 dargelegten Erwägungen gleichzeitig erfüllt werden müssen.

Änderungsantrag 24
ERWÄGUNG 19 A (neu)

(19a) Zur Förderung einer starken, wettbewerbsfähigen und integrierten europäischen audiovisuellen Industrie zur Stärkung des Medien-Pluralismus in der gesamten Europäischen Union bleibt es von grundlegender Bedeutung, dass nur ein Mitgliedstaat für die Anbieter audiovisueller Mediendienste zuständig ist.

Begründung

Zur Stärkung des Herkunftslandsprinzips und insbesondere zur Verstärkung der geltenden Definitionen für Niederlassung und Zuständigkeiten, die bei der Erleichterung grenzübergreifender europäischer Sendetätigkeiten bisher effektiv funktioniert haben.

Änderungsantrag 25
ERWÄGUNG 19 B (neu)

(19b) Da der Informationspluralismus ein grundlegendes Prinzip der Europäischen Union ist, müssen die Mitgliedstaaten das Entstehen jedweder beherrschender Position, die diesen Grundsatz beeinträchtigen würde, verhindern und die Informationsfreiheit durch geeignete Bestimmungen gewährleisten, um einen gleichberechtigten Zugang zu den Angeboten audiovisueller Mediendienste im öffentlichen Interesse sicherzustellen.

Begründung

Die Achtung des Pluralismus im Informationsbereich muss sich in geeigneten Bestimmungen niederschlagen, wie z.B. „must carry“.

Änderungsantrag 26
ERWÄGUNG 21 A (neu)

(21a) In die Bestimmung des Begriffs „gewöhnliche Verbraucherendgeräte“ sollten Funktionen aufgenommen werden, durch die gewährleistet wird, dass audiovisuelle Mediendienste für Behinderte und ältere Menschen zugänglich sind. Zur Gewährleistung der Zugänglichkeit dieser Dienste müssen diese unter anderem Gebärdensprache, Untertitelung, akustische Bildbeschreibung, akustische Untertitelung und eine einfach zu bedienende und leicht verständliche Menüführung umfassen.

Begründung

Die Bestimmung des Begriffs „gewöhnliche Verbraucherendgeräte“ muss auch die Kriterien für die Zugänglichkeit für Behinderte und ältere Menschen berücksichtigen.

Änderungsantrag 27
ERWÄGUNG 24

(24) Unbeschadet des Herkunftslandprinzips gestattet diese Richtlinie den Mitgliedstaaten die Ergreifung von Maßnahmen, die eine

(24) Unbeschadet des Herkunftslandprinzips gestattet diese Richtlinie den Mitgliedstaaten die Ergreifung von Maßnahmen, die eine

Einschränkung des freien Verkehrs von **Fernsehdiensten** bedeuten, allerdings nur unter den Bedingungen, die in Artikel 2a dieser Richtlinie aufgeführt sind, und nach dem in dieser Richtlinie festgelegten Verfahren. Der Europäische Gerichtshof betont jedoch in seiner ständigen Rechtsprechung, dass Einschränkungen der Dienstleistungsfreiheit, wie beispielsweise jegliche Ausnahme von einem Grundsatz des Vertrags, sehr restriktiv auszulegen sind.

Einschränkung des freien Verkehrs von **audiovisuellen Mediendiensten** bedeuten, allerdings nur unter den Bedingungen, die in Artikel 2a dieser Richtlinie aufgeführt sind, und nach dem in dieser Richtlinie festgelegten Verfahren. Der Europäische Gerichtshof betont jedoch in seiner ständigen Rechtsprechung, dass Einschränkungen der Dienstleistungsfreiheit, wie beispielsweise jegliche Ausnahme von einem Grundsatz des Vertrags, sehr restriktiv auszulegen sind.

Begründung

Artikel 2a sollte für alle audiovisuellen Mediendienste gelten.

Änderungsantrag 28 ERWÄGUNG 25

(25) Wie die Kommission in ihrer Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament „Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union“ betont hat, gehört dazu auch „dass sorgfältig analysiert wird, welcher Regulierungsansatz angezeigt ist und insbesondere, ob Rechtsvorschriften für den jeweiligen Sektor oder die jeweilige Themenstellung vorzuziehen sind, oder ob Alternativen wie Ko-Regulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten. Für Ko-Regulierung und Selbstregulierung sieht die Interinstitutionelle Vereinbarung über bessere Rechtsetzung gemeinsame Definitionen, Kriterien und Verfahren vor.“ Wie die Erfahrung zeigt, können Mit- und Selbstregulierungsinstrumente, die im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzes spielen.

(25) Wie die Kommission in ihrer Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament „Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union“ betont hat, gehört dazu auch „dass sorgfältig analysiert wird, welcher Regulierungsansatz angezeigt ist und insbesondere, ob Rechtsvorschriften für den jeweiligen Sektor oder die jeweilige Themenstellung vorzuziehen sind, oder ob Alternativen wie Ko-Regulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten. Für Ko-Regulierung und Selbstregulierung sieht die Interinstitutionelle Vereinbarung über bessere Rechtsetzung gemeinsame Definitionen, Kriterien und Verfahren vor.“ Wie die Erfahrung zeigt, können Mit- und Selbstregulierungsinstrumente, die im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzes spielen.

Die Maßnahmen, um die Ziele im öffentlichen Interesse im Bereich der neuen audiovisuellen Mediendienste zu

erreichen, werden wirksamer sein, wenn sie mit der aktiven Unterstützung der Diensteanbieter selbst ergriffen werden. Die Mitgliedstaaten können daher einen umfassenderen Gebrauch von transparenten und allgemein angewendeten Mitregulierungsverfahren machen, insbesondere für die nicht-linearen Dienste.

Die Mitregulierungs- und Selbstregulierungsinstrumente müssen für die Umsetzung dieser Richtlinie in Übereinstimmung mit dieser und unter Wahrung der Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten eingesetzt werden.

Begründung

Dieser Änderungsantrag präzisiert die Komplementarität der aus der Richtlinie herrührenden und in den Mitgliedstaaten angewendeten Regulierung sowie der Mitregulierung und der Selbstregulierung.

Änderungsantrag 29 ERWÄGUNG 25 A (neu)

(25a) Die Selbstregulierung ist eine Art von freiwilliger Initiative, die den Wirtschaftsteilnehmern, den Sozialpartnern und Nichtregierungsorganisationen oder Vereinigungen die Möglichkeit verschafft, untereinander und füreinander gemeinsame Leitlinien auf europäischer Ebene anzunehmen. Selbstregulierung ist eine alternative Methode, um die bestehenden Bestimmungen zu erfüllen, und kann die Verpflichtung des Gesetzgebers nicht vollständig ersetzen. Ko-Regulierung kann bedeuten, dass die Erfüllung der Bestimmungen dieser Richtlinie unbeschadet der vertraglichen Verpflichtungen der Mitgliedstaaten Selbstregulierungsorganen anvertraut wird.

Begründung

Die Erklärung der Begriffe „Ko-Regulierung“ und „Selbstregulierung“ in den Erwägungen ist notwendig, um das größtmögliche Maß an Selbstregulierung in der Europäischen Gemeinschaft zu ermöglichen.

Änderungsantrag 30 ERWÄGUNG 25 B (neu)

(25b) Die Verfolgung von Zielen von öffentlichem Interesse im Bereich der nicht-linearen Dienstleistungen wird effektiver sein, wenn sie mit der aktiven Unterstützung der Diensteanbieter selbst durchgeführt wird. Die Mitgliedstaaten werden ermutigt, umfassend transparente und weitgehend gemeinsam angewandte Systeme der Selbst- und Mitregulierung zu nutzen.

Änderungsantrag 31 ERWÄGUNG 26

(26) Fernsehveranstalter können ausschließliche Übertragungsrechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, zu Unterhaltungszwecken erwerben. Gleichzeitig muss jedoch unbedingt der Pluralismus durch die Vielfalt der Nachrichten und Programme in der Europäischen Union gefördert und den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, anerkannten Grundrechten und Grundsätzen Rechnung getragen werden.

(26) Fernsehveranstalter können ausschließliche Übertragungsrechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, zu Unterhaltungszwecken erwerben. Gleichzeitig muss jedoch unbedingt der Pluralismus durch die Vielfalt der Nachrichten und Programme in der Europäischen Union gefördert und den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, anerkannten Grundrechten und Grundsätzen Rechnung getragen werden. ***Sofern es den Mitgliedstaaten zu diesem Zweck gestattet ist, Listen mit Ereignissen von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung, die nicht auf Ausschließlichkeitsbasis übertragen werden sollen, zu erstellen, ist es Sache des jeweiligen Mitgliedstaates zu entscheiden, ob er eine solche Liste erstellt, welchen Ereignissen er erhebliche gesellschaftliche Bedeutung beimisst, wie der Begriff***

„bedeutender Teil der Öffentlichkeit“ zu bestimmen ist und welche Form der Berichterstattung verfügbar sein soll.

Begründung

Es sollte im Ermessen der Mitgliedstaaten liegen, welchen Ereignissen sie erhebliche gesellschaftliche Bedeutung beimessen, wie sie den bedeutenden Teil der Öffentlichkeit bestimmen und welche Form der Berichterstattung verfügbar ist.

Änderungsantrag 32
ERWÄGUNG 27

(27) Zur vollständigen und angemessenen Wahrung des Grundrechts auf Information und der Zuschauerinteressen in der Europäischen Union sollten daher die Inhaber ausschließlicher Rechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, anderen Fernsehveranstaltern und **Vermittlern**, soweit diese für Fernsehveranstalter tätig werden, unter fairen, zumutbaren und diskriminierungsfreien Bedingungen das Recht auf Verwendung von kurzen Auszügen für allgemeine Nachrichtenzwecke gewähren, wobei jedoch den ausschließlichen Rechten angemessen Rechnung zu tragen ist. Solche Bedingungen sollten rechtzeitig vor dem Ereignis, das von öffentlichem Interesse ist, mitgeteilt werden, damit andere Interessenten genügend Zeit haben, dieses Recht auszuüben. Solche kurzen Auszüge sollten im Allgemeinen nicht länger als 90 Sekunden dauern.

(27) Zur vollständigen und angemessenen Wahrung des Grundrechts auf Information und der Zuschauerinteressen in der Europäischen Union sollten daher die Inhaber ausschließlicher Rechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, **gegen Erstattung angemessener Kosten** anderen Fernsehveranstaltern **und Nachrichtenagenturen**, soweit diese für Fernsehveranstalter tätig werden, unter fairen, zumutbaren und diskriminierungsfreien Bedingungen das Recht auf Verwendung von kurzen Auszügen **nur** für allgemeine Nachrichtenzwecke gewähren, wobei jedoch den ausschließlichen Rechten angemessen Rechnung zu tragen ist. Solche Bedingungen sollten rechtzeitig vor dem Ereignis, das von öffentlichem Interesse ist, mitgeteilt werden, damit andere Interessenten genügend Zeit haben, dieses Recht auszuüben. Solche kurzen Auszüge sollten im Allgemeinen:

- nicht länger als 90 Sekunden dauern,
- **später als 48 Stunden nach dem Ereignis vorgeführt werden,**
- **zur Schaffung eines öffentlichen Unterhaltungsarchivs verwendet werden,**
- **die Entfernung des Logos oder anderer Identifikationsmerkmale des Gast-Fernsehveranstalters beinhalten, oder**
- **zur Schaffung neuer nicht-linearer**

Dienste genutzt werden.

Begründung

Durch die Schaffung eines gesamteuropäischen Rechts auf Kurzberichterstattung würden Unzulänglichkeiten des Marktes angesprochen, wenn Fernsehveranstalter nicht in der Lage sind, Material für eine Kurzberichterstattung über bedeutende öffentliche Ereignisse in anderen Mitgliedstaaten zur Einbeziehung für allgemeine Nachrichtenzwecke zu erhalten. Da es wichtig ist, dass durch dieses Recht nicht Investitionen in ausschließliche Rechte unterminiert werden, würde die vorgeschlagene Ergänzung zu Erwägung 27 des Kommissionsvorschlags daher klarstellen, dass Material, das aufgrund des Rechts auf Kurzberichterstattung beschafft wird, nur für allgemeine Nachrichtenzwecke in linearen audiovisuellen Mediendiensten (gemäß Definition in Artikel 1) unter genau begrenzten Umständen genutzt werden könnte. Die vorgeschlagenen Einschränkungen, die den Besorgnissen der europäischen Sportvereinigungen und anderen entsprechen, würden auch die Neuverpackung von Material, das im Rahmen des Rechts auf Kurzberichterstattung erworben wurde, zur Verwendung in Abruf-Unterhaltungsdiensten verhindern. Darüber hinaus würde dadurch gewährleistet, dass alle marginalen Kosten für die Bereitstellung des Materials gedeckt sind. Der Änderungsantrag bezieht sich u.a. auf den Rundfunkstaatsvertrag in Deutschland.

Änderungsantrag 33 ERWÄGUNG 28

(28) Nicht-lineare Dienste unterscheiden sich von linearen Diensten darin, welche **Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten** der Nutzer hat **und welche Auswirkungen sie auf die Gesellschaft haben**. Deshalb ist es gerechtfertigt, für nicht-lineare Dienste, die **nur** den Grundvorschriften in Artikel 3c bis 3h unterliegen, weniger strenge Vorschriften zu erlassen.

(28) Nicht-lineare Dienste unterscheiden sich von linearen Diensten darin, welche **Auswahlmöglichkeiten** der Nutzer hat. Deshalb **kann** es **in einigen Fällen** gerechtfertigt **sein**, für nicht-lineare Dienste, die **jedoch** den Grundvorschriften in Artikel 3c bis 3h unterliegen, weniger strenge Vorschriften zu erlassen.

Änderungsantrag 34 ERWÄGUNG 30

(30) Gemäß dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit sind in dieser Richtlinie nur diejenigen Maßnahmen vorgesehen, die zur Gewährleistung des reibungslosen Funktionierens des Binnenmarktes unerlässlich sind. Damit der Binnenmarkt wirklich zu einem Raum ohne Binnengrenzen für audiovisuelle

(30) Gemäß dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit sind in dieser Richtlinie nur diejenigen Maßnahmen vorgesehen, die zur Gewährleistung des reibungslosen Funktionierens des Binnenmarktes unerlässlich sind. Damit der Binnenmarkt wirklich zu einem Raum ohne Binnengrenzen für audiovisuelle

Mediendienste wird, muss diese Richtlinie in den Bereichen, in denen ein Handeln auf Gemeinschaftsebene geboten ist, ein hohes Schutzniveau für die dem Allgemeininteresse dienenden Ziele, insbesondere für den Jugendschutz und den Schutz der Menschenwürde, gewährleisten.

Mediendienste wird, muss diese Richtlinie in den Bereichen, in denen ein Handeln auf Gemeinschaftsebene geboten ist, ein hohes Schutzniveau für die dem Allgemeininteresse dienenden Ziele, insbesondere für den Jugendschutz, **die Rechte Behinderter, insbesondere derjenigen, die Seh- und Hörprobleme haben**, und den Schutz der Menschenwürde, gewährleisten.

Begründung

Die Rechte Behinderter und/oder älterer Menschen sollten ebenfalls berücksichtigt werden.

Änderungsantrag 35 ERWÄGUNG 33 A (neu)

(33a) Zur Verwirklichung eines angemessenen Schutzniveaus für Minderjährige sollten die nationalen Regelungsbehörden Zeitzonen für Kinder festlegen und die auf Kinder ausgerichteten Programme definieren.

Begründung

In Ermangelung einer einheitlichen EU-weiten Definition der Begriffe „Kinder“ und „Kinderprogramme“ für die Zwecke dieser Richtlinie ist es erforderlich, dass nationale Regelungsbehörden klar die Zeitzonen definieren, in denen eine höhere Ebene von Schutzregelungen Anwendung finden sollte.

Änderungsantrag 36 ERWÄGUNG 35

(35) Nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste besitzen das Potenzial, lineare Dienste teilweise zu ersetzen. Sie sollten daher im Rahmen des praktisch Durchführbaren die Produktion und Verbreitung europäischer Werke vorantreiben und damit einen aktiven Beitrag zur Förderung der kulturellen Vielfalt leisten. Die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und

(35) Nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste besitzen das Potenzial, lineare Dienste teilweise zu ersetzen. Sie sollten daher im Rahmen des praktisch Durchführbaren die Produktion und Verbreitung europäischer Werke vorantreiben und damit einen aktiven Beitrag zur Förderung der kulturellen Vielfalt leisten. ***Diese Förderung könnte sich in einer verstärkten Unterstützung von***

Werke unabhängiger Produzenten durch die audiovisuellen Mediendienste wird regelmäßig zu überprüfen sein. Bei der Berichterstattung gemäß Artikel 3f Absatz 3 sollen die Mitgliedstaaten insbesondere auch auf den finanziellen Anteil solcher Dienste an der Produktion europäischer Werke und am Erwerb von Rechten an europäischen Werken, den Anteil europäischer Werke an der Gesamtpalette audiovisueller Mediendienste sowie die tatsächliche Nutzung der von solchen Diensten angebotenen europäischen Werke durch die Verbraucher eingehen.

Investitionen zugunsten der europäischen und vor allem unabhängigen Produktion in Form eines Mindestbeitrags, proportional zum Umsatz, niederschlagen wie auch in einer besseren Sichtbarkeit der Werke dank eines Mindestanteils europäischer Werke in den Gesamtpaletten oder eines Verweises, der diese Werke in den elektronischen Programmführern verstärkt berücksichtigt. Die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten durch die audiovisuellen Mediendienste wird regelmäßig zu überprüfen sein. Bei der Berichterstattung gemäß Artikel 3f Absatz 3 sollen die Mitgliedstaaten insbesondere auch auf den finanziellen Anteil solcher Dienste an der Produktion europäischer Werke und am Erwerb von Rechten an europäischen Werken, den Anteil europäischer Werke an der Gesamtpalette audiovisueller Mediendienste sowie die tatsächliche Nutzung der von solchen Diensten angebotenen europäischen Werke durch die Verbraucher eingehen. **Diese Berichte bewerten ebenfalls den Platz von Werken unabhängiger Produzenten.**

Begründung

Es müssen praktische Vorkehrungen getroffen werden, um nicht bei der Bejahung der notwendigen Förderung der kulturellen Vielfalt stehen zu bleiben.

Änderungsantrag 37 ERWÄGUNG 35 A (neu)

(35a) Betont, dass die Unterschiede zwischen linearen und nicht-linearen Diensten allmählich weniger relevant für die Zuschauer werden, da die Entwicklung von digitalen Diensten und Hardware den Zuschauern auf direkten Abruf den Zugang zu linearen Diensten ermöglichen wird. Vor diesem Hintergrund ist es wichtig zu gewährleisten, dass traditionelle Fernsehveranstalter, die lineare Dienste

anbieten, im Vergleich zu neuen Fernsehveranstaltern und Anbietern von Mediendiensten, die die aktuellen nicht-linearen Dienste nutzen, finanziell nicht benachteiligt werden. Dadurch würden europäische Fernsehveranstalter davon abgehalten, europäische Inhalte von hoher Qualität zu produzieren und globale Wettbewerbsfähigkeit zu entwickeln. Aus demselben Grund ist es wichtig, dass europäische Regelungen für die Finanzierung der Programmgestaltung neue Mediendienstanbieter nicht davon abhalten, sich in Europa zu entwickeln. Dies erfordert flexible, einfache und allgemeine Regelungen für lineare Dienste sowie für nicht-lineare Dienste, wobei den verschiedenen technologischen Merkmalen von Mediendiensten weniger Bedeutung beizumessen ist.

Änderungsantrag 38
ERWÄGUNG 43 A (neu)

(43a) Bestimmte Programmkategorien wie Programme für Jugendliche müssen durch entsprechende Information über den Inhalt oder geeignete Filtersysteme angemessen geschützt werden.

Begründung

Die Richtlinie muss ermöglichen, vor der Nutzung audiovisueller Systeme durch Jugendliche zu schützen, und zwar durch genaue Information über das Programm, um den Eltern bei ihrer Auswahl eine Orientierungshilfe zu geben, oder durch Filtersysteme, die auch ohne eine Kontrolle seitens der Eltern einen geeigneten Jugendschutz zu ermöglichen.

Änderungsantrag 39
ERWÄGUNG 44

*(44) Die Begrenzung der täglichen Werbe-
dauer war in der Praxis kaum von
Bedeutung. Wichtiger ist die stündliche
Begrenzung, weil sie auch für die
Hauptsendezeiten gilt. Deshalb sollte die*

entfällt

tägliche Höchstdauer abgeschafft, die stündliche Begrenzung für Werbung und Teleshopping-Spots jedoch beibehalten werden. Auch die quantitativen zeitlichen Beschränkungen für Teleshopping- und Werbekanäle sind angesichts der größeren Auswahl des Verbrauchers nicht mehr gerechtfertigt. Die Beschränkung von 20 v. H. Werbezeit pro voller Stunde wird jedoch aufrecht erhalten, außer in Bezug auf zeitaufwändigere Formen der Werbung wie „Telepromotions“ und Teleshopping-Fenster, für die aufgrund ihrer besonderen Merkmale und Präsentationsweise mehr Zeit benötigt wird.

Änderungsantrag 40
ERWÄGUNG 45

(45) Schleichwerbung wird von dieser Richtlinie wegen ihrer nachteiligen Auswirkungen auf die Verbraucher verboten. **Das Verbot von Schleichwerbung gilt nicht für die rechtmäßige Produktplatzierung im Rahmen dieser Richtlinie.**

(45) Schleichwerbung wird von dieser Richtlinie wegen ihrer nachteiligen Auswirkungen auf die Verbraucher verboten.

Begründung

Dies dient der Klärung der Begründung für den Änderungsantrag betreffend Erwägung 40. Gemäß den in Änderungsantrag 14 betreffend Artikel 3 Buchstabe h (neu) festgelegten Bedingungen fallen Produktionshilfen nicht unter das Verbot der Schleichwerbung; die Produktplatzierung bleibt verboten.

Änderungsantrag 41
ERWÄGUNG 47

(47) Die Regulierungsbehörden sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur Medienvielfalt beitragen können. Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng

(47) Die Regulierungsbehörden sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur Medienvielfalt beitragen können. Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission **sowie die nationalen**

zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen -

Regulierungsbehörden müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen. **Die Besonderheiten der nationalen Medienordnungen in der Organisation der Regulierungsbehörden und –gremien bleiben gewährleistet –**

Begründung

Diese Formulierung berücksichtigt die unterschiedlichen nationalen Organisationsformen der Aufsicht in den Mitgliedstaaten.

Änderungsantrag 42
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe a (Richtlinie 89/552/EWG)

a) ‚audiovisueller Mediendienst‘: eine Dienstleistung im Sinne von Artikel 49 und 50 EG-Vertrag, 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 Artikel 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlamentes und der Rates besteht.

a) ‚audiovisueller Mediendienst‘: eine **unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendienstanbieters erbrachte** Dienstleistung im Sinne von Artikel 49 und 50 EG-Vertrag, deren Hauptzweck in dem Angebot **von Programmen, bestehend aus bewegten Bildern** mit oder ohne Ton zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne von Artikel 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlamentes und der Rates besteht.

Dieser Begriff umfasst nicht die Presse in gedruckter oder elektronischer Form, bei der der audiovisuelle Teil nicht der Hauptbestandteil ist.

Änderungsantrag 43
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe c (Richtlinie 89/552/EWG)

c) ‚Fernsehsendung‘: **ein linearer audiovisueller Mediendienst, bei dem ein Mediendienstanbieter den Zeitpunkt, zu dem ein bestimmtes Programm übertragen wird, und den Programmplan festlegt.**

c) **„linearer Dienst“ oder ‚Fernsehsendung‘ bedeutet die Übertragung von mehreren Programmen mit allen Mitteln in unverschlüsselter oder verschlüsselter Form und in chronologischer Reihenfolge.**

Diese Programme werden zu einem vom Mediendiensteanbieter gemäß einem Programmplan festgelegten Zeitpunkt gleichzeitig an eine unbestimmte Anzahl von potenziellen Fernsehzuschauern übertragen.

Änderungsantrag 44
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe e (Richtlinie 89/552/EWG)

e) ‚nicht-linearer Dienst‘: ein audiovisueller Mediendienst, bei dem der Nutzer ***aufgrund eines vom Mediendiensteanbieter ausgewählten Inhaltsangebots den Zeitpunkt festlegt, zu dem ein bestimmtes Programm übertragen wird.***

e) ‚nicht-linearer Dienst‘: ein audiovisueller Mediendienst, ***bestehend aus einem Angebot audiovisueller Inhalte, das ein Mediendiensteanbieter redaktionell bearbeitet und zusammenstellt und*** bei dem der Nutzer ***individuell die Übertragung eines Programms abrufen.***

Begründung

Klarstellung des Begriffes "nicht-linearer Dienst" als Mediendienst auf Abrufen.

Änderungsantrag 45
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe f (Richtlinie 89/552/EWG)

f) ‚audiovisuelle kommerzielle Kommunikation‘: bewegte Bilder mit oder ohne Ton, die ***audiovisuelle Mediendienste begleiten*** und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen.

f) ‚audiovisuelle kommerzielle Kommunikation‘: bewegte Bilder mit oder ohne Ton, die ***als Teil von audiovisuellen Mediendiensten übertragen werden mit dem Ziel*** der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen.

Änderungsantrag 46
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe h (Richtlinie 89/552/EWG)

h) ‚Schleichwerbung‘: die Erwähnung oder

h) ‚Schleichwerbung‘: die Erwähnung oder

Darstellung von Waren, Dienstleistungen, des Namens, der Marke oder der Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom **Fernsehveranstalter** absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich ihres eigentlichen Zwecks irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

Darstellung von Waren, Dienstleistungen, des Namens, der Marke oder der Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom **Mediendienstanbieter** absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich ihres eigentlichen Zwecks irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

Änderungsantrag 47
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k (Richtlinie 89/552/EWG)

k) ‚Produktplatzierung‘: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, 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.“

k) ‚Produktplatzierung‘: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, eines Dienstes oder der entsprechenden Marke bzw. der Bezugnahme darauf **durch oder auf Ersuchen des Mediendienstanbieters** besteht, so dass diese innerhalb eines audiovisuellen Mediendienstes erscheinen, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung.“

Begründung

In der Praxis besorgen Mediendienstanbieter regelmäßig vorgefertigte Inhalte von Dritten. Dann haben sie häufig keine Gelegenheit, darüber zu entscheiden, ob solch ein Programm Produktplatzierung enthält. Auch haben sie keine Chance, darauf Einfluss zu nehmen.

Änderungsantrag 48
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

ka) „Europäische Werke“:

i) Werke, die aus den Mitgliedstaaten stammen;

ii) Werke, die aus europäischen Drittstaaten stammen, die Vertragsparteien

des europäischen Übereinkommens über grenzüberschreitendes Fernsehen des Europarats sind und die Bedingungen der Punkte iv), v) oder vi) unten erfüllen;

iii) Werke, die im Rahmen von zwischen der Europäischen Gemeinschaft und Drittländern im audiovisuellen Bereich geschlossenen Abkommen in Ko-Produktion hergestellt werden und die den darin jeweils festgelegten Voraussetzungen entsprechen.

Die Anwendung der Bestimmungen der Punkte ii) und iii) ist abhängig davon, dass Werke, die aus Mitgliedstaaten stammen, nicht Gegenstand diskriminierender Maßnahmen in den betroffenen Drittstaaten sind.

Die in den Punkten i) und ii) genannten Werke sind Werke, die hauptsächlich mit Autoren und Arbeitnehmern hergestellt wurden, die in einem oder mehreren in den Punkten i) und ii) genannten Staaten wohnhaft sind, vorausgesetzt, sie erfüllen eine der folgenden drei Bedingungen:

iv) sie werden von einer oder mehreren Produktionsfirmen hergestellt, die in einem oder mehreren dieser Staaten niedergelassen sind; oder

v) die Produktion der Werke wird von einer oder mehreren Produktionsfirmen, die in einem oder mehreren Staaten niedergelassen sind, überwacht und tatsächlich kontrolliert; oder

vi) der Beitrag von Ko-Produzenten aus diesen Staaten zu den gesamten Ko-Produktionskosten ist vorherrschend und die Ko-Produktion wird nicht von einer oder mehreren Produktionsfirmen kontrolliert, die außerhalb dieser Staaten niedergelassen sind.

Werke, die nicht europäische Werke im Sinne der Punkte i), ii) und iii) sind, sondern die im Rahmen der bilateralen Ko-Produktionsverträge produziert werden, die zwischen Mitgliedstaaten und Drittstaaten

geschlossen werden, gelten als europäische Werke, vorausgesetzt die gemeinschaftliche Ko-Produzenten stellen einen Mehrheitsanteil der gesamten Produktionskosten bereit und die Produktion wird nicht von einer oder mehr Produktionsfirmen kontrolliert, die außerhalb des Hoheitsgebiets der Mitgliedstaaten niedergelassen sind.

Begründung

Die Definition europäischer Werke sollte in den vorliegenden Artikel aufgenommen werden, anstatt einen gesonderten Artikel zu bilden.

Änderungsantrag 49
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k b (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

kb) "Nachrichtenagentur": ein Großhandelsanbieter von audiovisuellen Nachrichten an Anbieter von linearen audiovisuellen Mediendiensten, jedoch nicht von Diensten, die unmittelbar der breiten Öffentlichkeit übermittelt werden.

Begründung

Die zusätzliche Definition soll den Anwendungsbereich des vorgeschlagenen "Rechts auf Kurzberichterstattung" in Artikel 3 b klarstellen und einengen. Insbesondere schränkt sie den Begriff "Vermittler" im ursprünglichen Vorschlag auf Dienste von Nachrichtenagenturen ein, und nur sofern sie Dienste für Fernsehveranstalter leisten. Die Definition basiert auf der Definition von Fernsehveranstaltern im vorgeschlagenen Artikel 1 b sowie der Klassifizierung von Diensten von Nachrichtenagenturen, die für die Zwecke des Allgemeinen Abkommens über den Handel mit Dienstleistungen genutzt werden. Nachrichtenagenturen versorgen bereits lineare Fernsehveranstalter mit einem Großteil ihrer ausländischen Kurznachrichten und sind daher ein praktisches und geeignetes Medium, für das ein Recht auf Kurzberichterstattung bestehen kann.

Änderungsantrag 50
ARTIKEL 1 NUMMER 3 BUCHSTABE (A A) (neu)
Artikel 2 Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWC)

aa) In Artikel 2 wird der folgende Absatz 1a eingefügt:

„1a. Die Mitgliedstaaten und die Kommission gewährleisten unter Achtung ihrer jeweiligen Zuständigkeiten den Pluralismus der audiovisuellen Kommunikationsdienste, ihre Freiheit und ihre Unabhängigkeit.“

Änderungsantrag 51
ARTIKEL 1 NUMMER 3 BUCHSTABE E
Artikel 2 Absatz 5 (Richtlinie 89/552/EWG)

e) In Absatz 5 wird das Wort „Fernsehveranstalter“ durch das Wort „Mediendienstanbieter“ und der Wortlaut „Artikel 52“ durch „Artikel 43“ ersetzt.

e) In Absatz 5 wird das Wort „Fernsehveranstalter“ durch **die Wörter „audiovisueller Mediendienstanbieter“** und der Wortlaut „Artikel 52“ durch „Artikel 43“ ersetzt.

Änderungsantrag 52
ARTIKEL 1 NUMMER 3 BUCHSTABE G
Artikel 2 Absatz 7 (Richtlinie 89/552/EWG)

„7. Ein Mitgliedstaat kann zur Bekämpfung missbräuchlichen oder betrügerischen Verhaltens geeignete Maßnahmen gegen einen Mediendienstanbieter ergreifen, der in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen ist, wenn dessen Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend auf das Hoheitsgebiet des ersten Mitgliedstaates ausgerichtet ist. Dies muss im Einzelfall vom erstgenannten Mitgliedstaat nachgewiesen werden.

„7. Ein Mitgliedstaat kann zur Bekämpfung missbräuchlichen oder betrügerischen Verhaltens **in einem durch diese Richtlinie nicht erfassten Bereich der öffentlichen Ordnung** geeignete Maßnahmen gegen einen Mediendienstanbieter ergreifen, der in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen ist, wenn dessen Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend auf das Hoheitsgebiet des ersten Mitgliedstaates ausgerichtet ist. Dies muss im Einzelfall vom erstgenannten Mitgliedstaat nachgewiesen werden. **Die Mitgliedstaaten behindern nicht den freien Dienstleistungsverkehr in den Bereichen, die in die von dieser Richtlinie koordinierten Bereiche fallen.**

Begründung

Die Richtlinie dient dazu, einen Binnenmarkt für audiovisuelle Mediendienste durch die Harmonisierung eines Bündels von Bestimmungen zu erreichen. Artikel 2 Absatz 7 im derzeitigen Wortlaut untergräbt dieses Ziel. Er erlaubt den Mitgliedstaaten, Dienste von

außen selbst dann zu blockieren, wenn die die Bestimmungen der Richtlinie lückenlos erfüllen. Gemäß dem Vertrag und der EuGH-Rechtsprechung darf ein solches Abblocken nur in spezifischen Fällen erfolgen, wenn die öffentliche Ordnung gefährdet ist. Allein die Tatsache, dass eine Firma im Mitgliedstaat A nur zu dem Zweck niedergelassen ist, in den Genuss günstigerer Rechtsvorschriften zu gelangen, stellt an sich keinen Missbrauch dar, auch wenn diese Firma vollständig oder teilweise im Mitgliedstaat B tätig ist.

Änderungsantrag 53
ARTIKEL 1 NUMMER 4 BUCHSTABE B
Artikel 2 a Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

b) *In Absatz 2 wird der Wortlaut „Artikel 22a“ durch „Artikel 3e“ ersetzt.*

b) *Die Absätze 2 und 3 werden durch folgenden Wortlaut ersetzt:*

2. Die Mitgliedstaaten können vorübergehend von Absatz 1 abweichen, wenn die folgenden Bedingungen erfüllt sind:

a) Mit einem audiovisuellen Mediendienst aus einem anderen Mitgliedstaat wird in offensichtlicher, ernster und schwerwiegender Weise gegen Artikel 22 Absatz 1 oder 2 und/oder Artikel 3d und 3e verstoßen;

b) der Mediendiensteanbieter hat während der vorangegangenen zwölf Monate bereits mindestens zweimal gegen die Vorschriften des Buchstabens a) verstoßen;

c) der betreffende Mitgliedstaat hat dem Mediendiensteanbieter und der Kommission schriftlich die behaupteten Verstöße sowie die für den Fall erneuter Verstöße beabsichtigten Maßnahmen mitgeteilt;

d) die Konsultationen mit dem Mitgliedstaat, der die Sendung verbreitet, und der Kommission haben innerhalb von 15 Tagen ab der unter c) genannten Mitteilung zu keiner gütlichen Regelung geführt, und es kommt zu einem erneuten Verstoß.

Die Kommission trifft binnen einer Frist von zwei Monaten ab dem Zeitpunkt der Mitteilung der Maßnahmen durch den Mitgliedstaat eine Entscheidung über die Vereinbarkeit der Maßnahmen mit dem

Gemeinschaftsrecht. Im Fall einer negativen Entscheidung muss der betreffende Mitgliedstaat die beanstandeten Maßnahmen unverzüglich beenden.

3. Absatz 2 lässt die Anwendung entsprechender Verfahren, Rechtsmittel oder Sanktionen bezüglich der betreffenden Verstöße in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, unberührt.

Begründung

Die Ausnahmeregelungen zu Absatz 1 sowie die diesbezüglich zu erfüllenden Voraussetzungen betreffen sämtliche audiovisuellen Mediendienste, nicht nur die Fernsehveranstalter. Insbesondere im Hinblick auf den Schutz von Minderjährigen sollten nicht-lineare Dienste ebenfalls durch diesen Artikel abgedeckt sein.

Änderungsantrag 54
ARTIKEL 1 NUMMER 5
Artikel 3 Absatz 2 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

2a. Die Mitgliedstaaten übermitteln den Gemeinschaftsorganen in jährlichen Abständen Informationen über die Anwendung dieser Richtlinie.

Änderungsantrag 55
ARTIKEL 1 NUMMER 5
Artikel 3 Absatz 3 (Richtlinie 89/552/EWG)

3. Die Mitgliedstaaten fördern Regelungen zur Co-Regulierung in den von dieser Richtlinie koordinierten Bereichen. Solche Regelungen müssen derart gestaltet sein, dass sie von den hauptsächlich Beteiligten allgemein anerkannt werden und dass eine wirksame Durchsetzung gewährleistet ist.“

3. Zur Erreichung des in Absatz 2 genannten Ziels fördern die Mitgliedstaaten Regelungen zur Co-Regulierung *und/oder Selbstregulierung* in den von dieser Richtlinie koordinierten Bereichen. Solche Regelungen müssen derart gestaltet sein, dass sie von den hauptsächlich Beteiligten allgemein anerkannt werden und dass eine wirksame Durchsetzung gewährleistet ist.“

Begründung

Sowohl Regelungen zur Co- als auch zur Selbstregulierung sind wirksame Mittel zur Umsetzung und Durchsetzung der Ziele der Richtlinie.

Änderungsantrag 56
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 b Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass der Zugang zu Ereignissen, die von großem **öffentlichen** Interesse sind **und die von einem ihrer Rechtshoheit unterliegenden Fernsehveranstalter übertragen werden**, zum Zwecke der Kurzberichterstattung Fernsehveranstaltern, die in anderen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, *in fairer, angemessener und nicht diskriminierender Weise* nicht verwehrt wird.

1. Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass der Zugang zu Ereignissen, die von großem Interesse sind, zum Zwecke der Kurzberichterstattung Fernsehveranstaltern **und im Namen von in ihrem Namen tätigen Nachrichtenagenturen**, die in anderen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, *in fairer, angemessener und nicht diskriminierender Weise* nicht verwehrt wird.

Begründung

The proposed addition to Article 3(b)(1) reproduces the reference to intermediaries in Recital 27 and thus gives additional clarity to the Commission proposal. For events taking place outside their country of establishment, broadcasters frequently rely on intermediaries such as news agencies to provide short news coverage. The inclusion of a reference to news agencies in Article 3(b) would ensure broadcasters are able to receive this raw international news material in the most efficient format for their purposes. To limit the right to broadcasters, by excluding news agencies, would establish a right that is more theoretical than real because of the practical issues of making crossborder arrangements swiftly, particularly when a news event is unexpected.

Änderungsantrag 57
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 b Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1a. Die Mitgliedstaaten können beantragen, dass bestimmte Ereignisse von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung, die in der in Artikel 3a genannten Liste nicht enthalten sind, von den ihrer Rechtshoheit unterliegenden Fernsehveranstaltern nicht auf Ausschließlichkeitsbasis übertragen werden, wenn wichtige insbesondere aus zeitlichen Gründen unvorhersehbare Umstände dies erfordern. Diese Anträge werden einem beschleunigten

Überprüfungsverfahren nach dem in Artikel 3b Absatz 2 festgelegten Muster unterzogen.

Änderungsantrag 58
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 b Absatz 1 b (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1b. Die Mitgliedstaaten treffen alle erforderlichen Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass der Zugang zu Ereignissen, die von großem öffentlichen Interesse sind und die von einem ihrer Rechtshoheit unterliegenden Fernsehveranstalter übertragen werden, ihrer Rechtshoheit unterliegenden zugelassenen Fernsehveranstaltern sowie Fernsehveranstaltern, die in anderen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, in fairer, angemessener und nicht diskriminierender Weise nicht verwehrt wird und dass sie eine angemessene Vergütung erhalten.

Begründung

Der Vorschlag der Europäischen Kommission betreffend das Kurzberichterstattungsrecht gewährleistet den Bürgern nicht den Zugang zu Informationen über Ereignisse, die von großem öffentlichem Interesse sind. Es ist daher erforderlich, ein gemeinschaftsweites Kurzberichterstattungsrecht einzuführen. Ferner würde eine solche Bestimmung auch dem nach wie vor gültigen Ziel dienen, die EG-Richtlinie in Einklang mit der diesbezüglichen Konvention des Europarats zu bringen.

Änderungsantrag 59
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 b Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. ***Die*** Fernsehveranstalter ***oder Vermittler*** können diese Kurznachrichtenausschnitte frei aus dem Sendesignal des übertragenden Fernsehveranstalters auswählen, müssen dabei aber mindestens ihre Quelle angeben.

2. ***Zugelassene*** Fernsehveranstalter können diese Kurznachrichtenausschnitte ***entweder*** frei aus dem Sendesignal des übertragenden Fernsehveranstalters auswählen, müssen dabei aber mindestens ihre Quelle angeben, ***oder können selbst Zugang zu dem Ereignis für Kurzberichterstattungsrechte erhalten.***

Begründung

Der Zugang zu der Veranstaltung selbst kann auch eine Alternative für den Erhalt des für das Kurzberichterstattungsrecht erforderlichen Materials darstellen.

Änderungsantrag 60
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3c Absatz 1 Einleitungssatz (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Anbieter audiovisueller Mediendienste den Empfängern der Dienste zumindest die nachstehend aufgeführten Informationen leicht, unmittelbar und ständig verfügbar machen:

Die Mitgliedstaaten stellen **mit angemessenen Mitteln** sicher, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Anbieter audiovisueller Mediendienste den Empfängern der Dienste zumindest die nachstehend aufgeführten Informationen leicht, unmittelbar und ständig verfügbar machen:

Begründung

Die Formulierung sollte einheitlich sein und den Mitgliedstaaten eine flexible Verwendung der Ko-Regulierung ermöglichen.

Änderungsantrag 61
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 c Absatz 1 Buchstabe b (Richtlinie 89/552/EWG)

b) die geografische Anschrift, unter der der Mediendienstanbieter niedergelassen ist;

b) die geografische **und postalische** Anschrift, unter der der Mediendienstanbieter niedergelassen ist;

Änderungsantrag 62
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 c Buchstabe d a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

da) den Vermerk, dass der Inhalt nicht jugendfrei ist, oder geeignete Filtersysteme, die verhindern, dass Jugendliche Zugang zu Informationen haben, die ihre körperliche und geistige Entwicklung ernsthaft beeinträchtigen können.

Begründung

Artikel 3c legt eine Mindestanzahl von Vorschriften für die Anbieter audiovisueller Mediendienste fest; diese Vorschriften dürfen sich nicht nur auf die leichte Identifizierung dieser Anbieter beschränken, sondern müssen auch die Nutzung besonderer Maßnahmen zum Schutz Jugendlicher durch die Anbieter betreffen.

Änderungsantrag 63
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 d (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten **ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu gewährleisten**, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen könnte.

Die Mitgliedstaaten **stellen mit angemessenen Mitteln sicher**, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende *audiovisuelle* Mediendienste **und audiovisuelle kommerzielle Kommunikation** nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen könnte.

Begründung

Die Formulierung sollte einheitlich sein und den Mitgliedstaaten eine flexible Verwendung der Ko-Regulierung ermöglichen.

Änderungsantrag 64
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 d Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Sie tragen insbesondere dafür Sorge, dass weder kommerzielle Kommunikation noch Sponsoring, Werbung oder Produktplatzierungen von Waren genehmigt werden, die unter Bedingungen hergestellt werden, die dem Völkerrecht, das Kinderarbeit verbietet, widersprechen.

Begründung

Es wäre heuchlerisch vorzugeben, die Sittlichkeit der Minderjährigen schützen zu wollen und gleichzeitig die Aufmerksamkeit der jungen Verbraucher auf Erzeugnisse zu lenken, die illegal von Kindern hergestellt werden.

Änderungsantrag 65
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 e (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln dafür, dass die audiovisuellen Mediendienste und die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von ihrer Rechtshoheit unterliegenden Anbietern verbreitet werden, nicht zu Hass aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung aufstacheln.

Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln dafür, dass die audiovisuellen Mediendienste und die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von ihrer Rechtshoheit unterliegenden Anbietern verbreitet werden, nicht zu Hass aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung aufstacheln.

Dagegen tragen sie dafür Sorge, dass die Anbieter von Mediendiensten dazu ermuntert und in ihren Anstrengungen unterstützt werden, die Zugänglichkeit für körperlich oder geistig behinderte Personen zu fördern.

Begründung

Es reicht nicht aus, das Verbot eines diskriminierenden Inhalts zu bekräftigen; die soziale, wirtschaftliche und kulturelle Herausforderung, die der Zugang von Behinderten oder älteren Menschen zu den Programmen darstellt, muss konkret umgesetzt werden.

Änderungsantrag 66
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 f Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Die Mitgliedstaaten sorgen ***im Rahmen des praktisch Durchführbaren und*** mit angemessenen Mitteln dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendienstanbieter die Produktion und den Zugang zu europäischen Werken im Sinne von Artikel 6 fördern.

1. Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendienstanbieter die Produktion und den Zugang zu europäischen Werken im Sinne von Artikel 6 fördern.

Änderungsantrag 67
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 f Absatz 1 Unterabsatz a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Was die nicht-linearen Dienste anbelangt, so kann diese Förderung insbesondere

**gemäß folgenden Modalitäten erfolgen:
Mindestinvestitionen in europäische
Produktionen im Verhältnis zum Umsatz,
Mindestanteil von europäischen
Produktionen innerhalb der Video-
Bestellkataloge und attraktive Darstellung
der europäischen Produktionen in den
elektronischen Programmführern.**

Begründung

Es ist von wesentlicher Bedeutung, dass die nicht-linearen Dienste zur Unterstützung und Förderung der europäischen Werke im Rahmen von in die Richtlinie aufgenommenen Regelungsverpflichtungen beitragen. Diese Dienste werden am häufigsten von Großunternehmen mit weit besseren finanziellen Kapazitäten als die der Fernsehveranstalter angeboten, wie z.B. von Telekommunikationsbetreibern, Internet-Providern usw. Lastet man die Verpflichtungen bezüglich der kulturellen Vielfalt allein den Fernsehveranstaltern auf, könnte die das europäische Schaffen bedenklich gefährden.

Änderungsantrag 68 ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3 g Buchstaben a bis f und Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

a) Kommerzielle Kommunikation muss klar als solche erkennbar sein. Jede Schleichwerbung in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation ist verboten.

b) In der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation dürfen keine subliminalen Techniken eingesetzt werden.

c) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation **darf** nicht

i) **Diskriminierungen** nach Rasse, Geschlecht oder **Nationalität enthalten**;

ii) **religiöse oder politische Überzeugungen** verletzen;

a) Kommerzielle Kommunikation muss klar als solche erkennbar **und vom restlichen Programm sowohl zeitlich als auch räumlich durch optische und akustische Mittel klar abgegrenzt** sein. Jede Schleichwerbung in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation ist verboten.

b) In der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation dürfen keine subliminalen Techniken eingesetzt werden.

c) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation **muss den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union verankerten Grundsätzen genügen und darf insbesondere nicht**

i) **beleidigend sein aus Gründen der Diskriminierung** nach Geschlecht, Rasse, **ethnischer Herkunft, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung enthalten oder die menschliche Würde verunglimpfen**;

ii) **die Rechte der Kinder gemäß des UN-Übereinkommens über die Rechte des**

- iii) Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden;
- iv) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt gefährden.
- d) Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation und Teleshopping für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse ist untersagt.
- e) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke darf nicht an Minderjährige gerichtet sein und darf nicht den übermäßigen Genuss solcher Getränke fördern.
- f) Audiovisuelle Kommunikation darf weder zur körperlichen noch zur seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Deswegen soll sie keine direkten Kaufappelle an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen, Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben und Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

Kindes verletzen;

- iii) Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden;
- iv) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt gefährden.
- d) Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation und Teleshopping für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse ist untersagt.
- e) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke darf nicht an Minderjährige gerichtet sein und darf nicht den übermäßigen Genuss solcher Getränke fördern.
- f) weder zur körperlichen noch zur seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Deswegen soll sie keine direkten **oder indirekten** Kaufappelle an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen, Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben, **insbesondere Rollenvorbilder oder Respektspersonen**, und Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen **oder demütigenden** Situationen zeigen, **sofern dies nicht mit Lern- oder Ausbildungszwecken zu rechtfertigen ist. Die Mitgliedstaaten sollten audiovisuelle Mediendienstanbieter ermuntern, einen Verhaltenskodex für Kinderprogramme zu entwickeln, die Werbung oder Sponsoring oder Marketing für ungesunde und ungeeignete Nahrungsmittel und Getränke mit einem hohen Fett-, Zucker- oder Salzgehalt sowie für alkoholische Getränke enthalten oder dadurch unterbrochen werden.**

Änderungsantrag 69
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 g Buchstabe f a (neu) und Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

fa) Die Fernsehwerbung darf Minderjährigen weder körperlichen noch seelischen Schaden zufügen und unterliegt daher folgenden Kriterien zum Schutz Minderjähriger:

i) sie soll keine direkten Kaufappelle an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen;

ii) sie soll Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen;

iii) sie soll nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Personen haben;

iv) sie soll Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

Audiovisuelle Mediendienste für Kinder und Dokumentarfilme dürfen keine Produktplatzierung enthalten.

Begründung

Die Bezugnahme auf Minderjährige ist als vorrangig zu betrachten, dementsprechend wird sie vorangestellt. Ferner ist der aktuelle Text (Artikel 16) vorzuziehen, der im Vergleich zum neuen von der Kommission vorgeschlagenen Text einen stärkeren Schutz der Minderjährigen bietet.

Änderungsantrag 70
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h Absatz 1 Einleitungssatz (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Audiovisuelle Mediendienste, die gesponsert sind **oder Produktplatzierungen enthalten**, müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Audiovisuelle Mediendienste, die gesponsert sind, müssen folgenden Anforderungen genügen:

Änderungsantrag 71
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h Absatz 1 Buchstabe a a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

aa) sie dürfen keine Produktplatzierungen beinhalten, in deren Rahmen Produkte übermäßig hervorgehoben werden. Die „übermäßige Hervorhebung“ wird durch die wiederkehrende Darstellung der fraglichen Ware, Dienstleistung oder Marke oder durch die Art ihrer Präsentation festgelegt, und zwar unter Berücksichtigung des Inhalts der Programme, in denen sie auftritt;

Begründung

Eine in den Programmen übermäßig hervorgehobene Produktplatzierung kollidiert zwangsläufig mit der redaktionellen Freiheit des Mediendiensteanbieters. Die Einschränkung der übermäßigen Hervorhebung der Produktplatzierung wird dazu beitragen, Schleichwerbung und unerwünschte Formen der Produktplatzierung zu verhindern.

Änderungsantrag 72
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h Absatz 1 Buchstabe b (Richtlinie 89/552/EWG)

b) Sie dürfen nicht ***unmittelbar*** zu Kauf, Miete oder Pacht von ***Waren*** oder Dienstleistungen auffordern, ***insbesondere nicht durch besondere verkaufsfördernde Bezugnahmen auf solche Waren oder Dienstleistungen;***

b) Sie dürfen nicht zu Kauf, Miete oder Pacht von ***bestimmten Produkten*** oder Dienstleistungen ***anreizen;***

Begründung

Dient weiterhin dem Ziel, die Werbung vom redaktionellen Inhalt getrennt zu halten.

Änderungsantrag 73
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h Absatz 1 Buchstabe (c) (Richtlinie 89/552/EWG)

c) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung und/oder auf die Produktplatzierung hingewiesen werden. Gesponserte

c) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung und/oder auf die Produktplatzierung hingewiesen werden. Gesponserte

Programme müssen, beispielsweise durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, eine Bezugnahme auf seine Produkte oder Dienste oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen in angemessener Weise zum Beginn, während und/oder zum Ende der Programme eindeutig gekennzeichnet sein. **Programme mit Produktplatzierungen müssen zu Programmbeginn hinreichend gekennzeichnet sein, um eine Irreführung des Zuschauers zu verhindern.**

Programme müssen, beispielsweise durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, eine Bezugnahme auf seine Produkte oder Dienste oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen in angemessener Weise zum Beginn, während und/oder zum Ende der Programme eindeutig gekennzeichnet sein.

Änderungsantrag 74
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Audiovisuelle Mediendienste dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist. **Ferner dürfen audiovisuelle Mediendienste keine Produktplatzierung zugunsten von Zigaretten oder Tabakerzeugnissen oder zugunsten von Unternehmen enthalten, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.**

2. Audiovisuelle Mediendienste dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.

Änderungsantrag 75
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h Absatz 3 (Richtlinie 89/552/EWG)

3. Beim Sponsoring von audiovisuellen Mediendiensten durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens geworben werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der

3. Beim Sponsoring von audiovisuellen Mediendiensten durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens geworben werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der

Mediendienstanbieter unterliegt, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

Mediendienstanbieter unterliegt, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind. **Die besonderen Merkmale des Medizinprodukts müssen klar verständlich sein.**

Änderungsantrag 76
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h Absatz 4 (Richtlinie 89/552/EWG)

4. Nachrichtensendungen und Sendungen zum aktuellen Zeitgeschehen dürfen **weder** gesponsert werden **noch Produktplatzierung enthalten. Audiovisuelle Mediendienste für Kinder und Dokumentarfilme dürfen keine Produktplatzierung enthalten.**“

4. Nachrichtensendungen und Sendungen zum aktuellen Zeitgeschehen dürfen **nicht** gesponsert werden.“

Begründung

Der Vorschlag der Kommission zielt darauf ab, die Produktplatzierung innerhalb von Programmen als sich von der Werbung unterscheidende Kommunikation zu Handelszwecken zu legitimieren. Dadurch wird ein Grundpfeiler der Fernsehätigkeit beeinträchtigt, d.h. klare Trennung zwischen kommerziellen Kommunikationen und dem restlichen Programm, um den Gesamtzusammenhang des Programms wie auch die redaktionelle Autonomie des Autors oder die Interessen der Zuschauer zu schützen, für die sicherlich ein Hinweis zu Beginn oder am Ende des Programms nicht ausreicht, um angemessen über den Einfluss der Anbieter von Waren und Dienstleistungen auf die Programmgestaltung informiert zu sein. Die Erfahrungen in verschiedenen Ländern haben gezeigt, welche gravierenden Risiken für die Verbraucher und die Meinungsfreiheit von Autoren und Produzenten durch Produktplatzierung entstehen

Änderungsantrag 77
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 3ha

1. Die Mitgliedstaaten treffen alle geeigneten Maßnahmen, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden audiovisuellen Mediendienste schrittweise und uneingeschränkt für Menschen mit Seh- und Hörbehinderungen und ältere Menschen zugänglich werden.

2. Die Mitgliedstaaten unterbreiten der Kommission alle zwei Jahre einen nationalen Bericht über die Anwendung

dieses Artikels. Dieser Bericht umfasst insbesondere statistische Angaben über die erzielten Fortschritte, um das Ziel der Zugänglichkeit zu erreichen, wie in Absatz 1 beschrieben, die Gründe für jeden Misserfolg und die getroffenen oder beabsichtigten Maßnahmen, um das Ziel zu erreichen.

Begründung

Accessibility of audiovisual media services is an important part of the proper functioning of the internal market. According to the Institute of Hearing Research, over 81 million Europeans live with a hearing loss; moreover, there are more than 30 million blind and partially sighted Europeans. Research has shown that an overwhelming number of people with disabilities and/or elderly people watch TV. This represents a market which must be catered to. An obligation to provide accessible audiovisual media services would undoubtedly stimulate healthy competition among service providers and improve the functioning of the internal market.

Änderungsantrag 78
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 h a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 3ha

Mitgliedstaaten treffen angemessene Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden audiovisuellen Mediendienste schrittweise uneingeschränkt Personen mit Behinderungen zugänglich werden."

Begründung

Die Zugänglichkeit der audiovisuellen Mediendienste für alle Verbraucher, einschließlich Personen mit Behinderungen und/oder älteren Menschen, ist eine wesentliche Komponente im Hinblick auf das Recht auf Information.

Änderungsantrag 79
ARTIKEL 1 NUMMER 6 A (neu)
Artikel 4 Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

(6a) Artikel 4 Absatz 1 soll wie folgt lauten:

"1. Die Mitgliedstaaten tragen mit

angemessenen Mitteln dafür Sorge, dass die Fernsehveranstalter den Hauptanteil ihrer Sendezeit, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe- und Teletextleistungen sowie Tele-Shopping besteht, europäischen Werken im Sinne des Artikels 6 vorbehalten. Dieser Anteil ist unter Berücksichtigung der Pflichten der Fernsehveranstalter gegenüber ihrem Publikum in den Bereichen Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung schrittweise anhand geeigneter Kriterien zu erreichen.

Begründung

Damals im Jahre 1989 bestand der Sinn und Zweck des vorliegenden Artikels darin, die Vorschrift über die Förderung europäischer Werke langsam und schrittweise einzuführen. Heutzutage ist es vor dem Hintergrund der Lissabon-Strategie erforderlich, anspruchsvollere diesbezügliche Vorschriften vorzuschlagen, um die audiovisuelle Industrie in Europa anzukurbeln und die reiche kulturelle Vielfalt Europas zu wahren. Daher sollten die Mitgliedstaaten keine Ausreden dafür geltend machen können, dass sie nicht die erforderlichen Anstrengungen im Hinblick auf die Förderung europäischer Produktionen unternehmen.

Änderungsantrag 80
ARTIKEL 1 ABSATZ 7 BUCHSTABE D A (neu)
Artikel 6 (Richtlinie 89/552/EWG)

(da) Der folgende Absatz wird hinzugefügt:

***„4. Die Mitgliedstaaten sollten bei der Definition des Begriffs „unabhängiger Produzent“ die folgenden drei Kriterien gebührend berücksichtigen:
Eigentumsrechte der Produktionsfirma, die Anzahl der demselben Sender gelieferten Programme und das Eigentum an Sekundärrechten.“***

Begründung

Der Hinweis auf Unabhängigkeit ist von Bedeutung und sehr eng mit dem Konzept der Rechte verbunden. Die Tatsache, dass der Markt konzentriert ist und beim Erwerb von Rechten die Macht von wenigen Akteuren ausgeübt wird, bedeutet, dass unabhängige Produktionsgesellschaften neue Formen von Content-Verteilung nicht voll ausnutzen und keine Rechte erhalten können, dass unabhängige Produktionsfirmen nicht in der Lage sind,

Kapital und Wachstum an sich zu ziehen, weshalb sie mit einem Maß an Konzentration finanziert werden, das die Innovation verhindert.

Änderungsantrag 81
ARTIKEL 1 NUMMER 9
Artikel 10 Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Fernsehwerbung und Teleshopping müssen als solche klar erkennbar und durch optische und/oder akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen **getrennt** sein.

1. Fernsehwerbung und Teleshopping müssen als solche klar erkennbar und durch optische und/oder akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen **unterscheidbar** sein. **Fernsehwerbung und Teleshopping dürfen die redaktionelle Unabhängigkeit der audiovisuellen Mediendiensteanbieter nicht beeinflussen und den Zuschauer nicht irreführen.**

Begründung

Der Grundsatz der Transparenz und Identifizierung gewährleistet, dass kommerzielle Kommunikation als solche erkennbar ist und Raum für die Entwicklung neuer Werbetechniken lässt.

Änderungsantrag 82
ARTIKEL 1 NUMMER 10
Artikel 11 Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1a. Bei Programmen, die aus eigenständigen Teilen bestehen, oder bei Sportprogrammen sowie Sendungen über ähnlich strukturierte Ereignisse und Darbietungen mit Pausen können die Werbung und Teleshopping-Spots nur zwischen die eigenständigen Teile oder in die Pausen eingefügt werden.

Änderungsantrag 83
ARTIKEL 1 NUMMER 10
Artikel 11 Absatz 1 b (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1b. Werden andere als die unter Absatz 2 fallenden Programme durch Werbung oder durch Teleshopping-Spots unterbrochen, so sollte zwischen zwei aufeinander folgenden

***Unterbrechungen innerhalb des
Programms in der Regel ein Abstand von
mindestens 20 Minuten liegen.***

Begründung

Die Änderungsanträge zielen auf die Aufrechterhaltung der Bestimmungen von Absatz 2 und 4 von Artikel 11 betreffend die Einblendung von Werbung in laufende Programme ab.

Der Kommissionsvorschlag ändert Artikel 11 durch Streichung einiger Vorschriften, die im derzeit geltenden Text einen wirksamen Schutz gegen übertriebene Werbung bieten. Es wird keine überzeugende Begründung dafür geliefert, um die Ausarbeitung des Kommissionsvorschlags zu rechtfertigen. Insbesondere hat die angebliche Wahlfreiheit – höhere Zahl an dem Benutzer zur Verfügung stehenden Kanälen – nichts mit der Zahl und der Häufigkeit der Werbeunterbrechungen zu tun. Zum Beispiel wird die Exklusivübertragung eines Fußballspiels durch einen Vollprogrammsender von den Sportbegeisterten verfolgt, auch wenn durch Werbespots unterbrochen: die Zuschauer werden sicherlich nicht darauf verzichten, diese Übertragung anzuschauen, und stattdessen andere Sender einzuschalten, wo das Spiel nicht übertragen wird. Dasselbe gilt für andere Programmtypen.

Änderungsantrag 84

ARTIKEL 1 NUMMER 10

Artikel 11 Absatz 2 Unterabsatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen, Kinderprogrammen und Nachrichtensendungen darf für jeden Zeitraum von **35 Minuten** einmal für Werbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden. Religiöse Programme dürfen nicht durch Werbung oder Teleshopping unterbrochen werden.“

2. Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen, Kinderprogrammen und Nachrichtensendungen darf für jeden **vollen** Zeitraum von **45 Minuten** einmal für Werbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden. ***Eine weitere Unterbrechung ist zulässig, wenn die programmierte Sendedauer um mindestens 20 Minuten über zwei oder mehrere volle 45-Minuten-Zeiträume hinausgeht.***“

Änderungsantrag 85

ARTIKEL 1 NUMMER 10

Artikel 11 Absatz 2 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

2a. Die Übertragung von anderen als in Absatz 2 genannten Sendungen darf innerhalb einer vollen Stunde bis zu

***dreimal durch Werbespots und/oder
Teleshopping-Spots unterbrochen werden.***

***Abweichend vom vorausgehenden Absatz
können bei der Übertragung von
Sportveranstaltungen mit Unterbrechungen
Werbespots und Teleshopping-Spots nur
während dieser Unterbrechungen gesendet
werden.***

Begründung

Die Werbeunterbrechungen müssen unter Respektierung des Fernsehzuschauers und seines Wohlbefindens erfolgen.

Änderungsantrag 86
ARTIKEL 1 NUMMER 10
Artikel 11 Absatz 2 b (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

***2b. Die nationalen Regulierungsbehörden
sollten die Zeitzonen für Kinderprogramme
festlegen, um die für die Werbung
geltenden Bestimmungen besser definieren
zu können.***

Begründung

In Ermangelung einer einheitlichen EU-weiten Definition von "Kindern" und "Kinderprogrammen" zum Zwecke dieser Richtlinie ist es erforderlich, dass die nationalen Regulierungsbehörden die Zeitzonen, auf die die Werbevorschriften Anwendung finden sollen, klar festlegen.

Änderungsantrag 87
ARTIKEL 1 NUMMER 11 A (neu)
Artikel 15 Buchstabe a (Richtlinie 89/552/EWG)

***(11a) Artikel 15 Buchstabe (a) soll wie folgt
lauten:***

***„(a) Sie darf nicht speziell an
Minderjährige gerichtet sein oder indirekt
Zugang zu Minderjährigen haben und
insbesondere nicht Minderjährige beim
Alkoholgenuss darstellen; sie sollte
zwischen 6.00 und 21.00 Uhr nicht
ausgestrahlt werden;“***

Begründung

Minderjährige sind besonders empfänglich für Fernsehwerbung, und aus nahe liegenden Gründen sind alkoholische Getränke für sie nicht geeignet. Daher sollte eine umfassende Regulierung der an Minderjährige gerichteten Alkoholwerbung auch indirekte Formen der Aufforderung umfassen. Ein generelles Verbot sämtlicher an Minderjährige gerichteten Werbung für alkoholische Getränke ist eine verhältnismäßige Maßnahme des Schutzes, die anhand objektiver Kriterien bewertet werden kann.

Änderungsantrag 88

ARTIKEL 1 NUMMER 13

Artikel 18 Absätze 1 und 2 und Absatz 2 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Der Anteil kurzer Werbeformen wie Werbespots und Teleshopping-Spots an der Sendezeit darf innerhalb einer vollen Stunde 20 v. H. nicht überschreiten.

2. Absatz 1 gilt nicht für Hinweise des Fernsehveranstalters auf eigene Programme und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Programmen abgeleitet sind, Sponsorenhinweise und die Produktplatzierung.“

1. Die Sendezeit für Werbung darf 15 v. H. der täglichen Sendezeit nicht überschreiten. Dieser Vomhundertsatz kann auf 20 v. H. angehoben werden, wenn er Werbeformen wie direkte Angebote an die Öffentlichkeit für den Verkauf, den Kauf oder die Vermietung von Erzeugnissen oder für die Erbringung von Dienstleistungen umfasst und die Sendezeit für Werbespots insgesamt 15 v. H. nicht überschreitet.

2. Die Sendezeit für Werbespots innerhalb einer Stunde darf 20 v. H. nicht überschreiten.

2a. Unbeschadet der Bestimmungen des Absatzes 1 darf die Sendezeit für Werbeformen wie direkte Angebote an die Öffentlichkeit für den Verkauf, den Kauf oder die Vermietung von Erzeugnissen oder für die Erbringung von Dienstleistungen höchstens eine Stunde pro Tag betragen.“

Begründung

Der Wortlaut der derzeit geltenden Richtlinie umfasst alle Formen der Werbung und schützt weitgehend den redaktionellen Gesamtzusammenhang der Programme.

Änderungsantrag 89
ARTIKEL 1 NUMMER 15
Artikel 19 (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Bestimmungen dieser Richtlinie gelten entsprechend für reine Fernsehwerbungs- und Teleshopping-Sendungen sowie für Fernsehsendungen, die ausschließlich der Eigenwerbung dienen. Kapitel 3 sowie Artikel 11 (Einfügung von Werbung) und Artikel 18 (Dauer der Werbung und des Teleshoppings) gelten nicht für solche Sendungen.“

Die Bestimmungen dieser Richtlinie gelten entsprechend für reine Fernsehwerbungs- und Teleshopping-Sendungen sowie für Fernsehsendungen, die ausschließlich der Eigenwerbung dienen, **die als solche durch optische und/oder akustische Signale leicht erkennbar sein sollen**. Kapitel 3 sowie Artikel 11 (Einfügung von Werbung) und Artikel 18 (Dauer der Werbung und des Teleshoppings) gelten nicht für solche Sendungen.”

Begründung

Werbung, Teleshopping, und Eigenwerbung in Fernsehsendungen, die ausschließlich für diese Zwecke gedacht sind, sollten ausdrücklich auch als solche gekennzeichnet werden. Dem Verbraucher sollte der Werbeinhalt der angebotenen Dienste bewusst sein.

Änderungsantrag 90
ARTIKEL 1 NUMMER 17 A (neu)
Artikel 20 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

(17a) Es wird der folgende Artikel 20 a eingefügt:

„Artikel 20a

1. Um bei den Werbeeinkünften die Grundsätze des Pluralismus, des Wettbewerbs und der Unternehmensfreiheit zu gewährleisten, müssen bei der Ermittlung der Einschaltquoten die folgenden Kriterien beachtet werden:

a) Unabhängigkeit der Ermittler der Einschalt- und Ausstrahlungsquoten der verschiedenen Kommunikationsmittel von allen Einrichtungen, bei denen sie ermitteln;

b) Repräsentativität der Lenkungsorgane (Technisch-wissenschaftlicher und/oder Kontrollausschuss): diesen müssen die Vertreter aller Betroffenen und Ermittelten angehören (Betreiber, Markt, Verbraucher)

und sie dürfen nicht auf alle TV-Plattformen beschränkt sein;

c) Transparenz der technischen Ausschüsse, denen bei der Ermittlungstätigkeit echte Befugnisse eingeräumt werden müssen, ohne jegliche technische oder administrative Einmischung seitens des Verwaltungsrates.“

Begründung

In Anbetracht der Bedeutung der Ermittlung der Einschaltquoten für die Werbeeinkünfte erscheint ein einheitliches Niveau in der gesamten Union im Einklang mit den Grundsätzen der Meinungsfreiheit, Unabhängigkeit, Transparenz und Repräsentativität erforderlich.

Änderungsantrag 91
ARTIKEL 1 NUMMER 17 B (neu)
Artikel 22 (Richtlinie 89/552/EWG)

(17b) Artikel 22 soll wie folgt lauten:

„Artikel 22

1. Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass Sendungen von Fernsehveranstaltern, die ihrer Rechtshoheit unterworfen sind, keinerlei Programme enthalten, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen können, insbesondere solche, die Pornographie oder grundlose Gewalttätigkeiten zeigen.

2. Die Maßnahmen gemäß Absatz 1 gelten auch für andere Programme, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, es sei denn, es wird durch die Wahl der Sendezeit oder durch sonstige technische Maßnahmen dafür gesorgt, dass diese Sendungen von Minderjährigen im Sendebereich üblicherweise nicht gesehen oder gehört werden.

3. Werden derartige Programme in unverschlüsselter Form gesendet, so sorgen die Mitgliedstaaten dafür, dass ihre Ausstrahlung durch akustische Zeichen angekündigt oder durch optische Mittel während der gesamten Sendung kenntlich gemacht wird.“

Begründung

Dieser Artikel sollte auch für nicht-lineare Dienste gelten. Es ist unbestritten, dass insbesondere Pornographie und Gewalt in dieser Art von Diensten am häufigsten vorkommen, wo heute der Zugang für Minderjährige am leichtesten ist. Die Fernsehübertragung ist bereits mehr oder weniger im Hinblick auf den Schutz Minderjähriger reguliert. Im Bereich dieser neuen Dienstleistungsart sollten Maßnahmen getroffen werden.

Änderungsantrag 92
ARTIKEL 1 NUMMER 17 C (neu)
Artikel 22 Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

(17c) Artikel 22 Absatz 1 soll wie folgt lauten:

„1. Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass Sendungen von Fernsehveranstaltern, die ihrer Rechtshoheit unterworfen sind, keinerlei Programme enthalten, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen können, insbesondere solche, die Pornographie oder grundlose Gewalttätigkeiten zeigen. Für solche als schädlich erachteten Programme wird neben dem Mediendiensteanbieter auch der Fernsehveranstalter als verantwortlich betrachtet.“

Änderungsantrag 93
ARTIKEL 1 NUMMER 20
Artikel 23 b Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Die Mitgliedstaaten gewährleisten die Unabhängigkeit der nationalen Regulierungsbehörden und sorgen dafür,

1. Soweit die Mitgliedstaaten nationale Regulierungsstellen eingerichtet haben, gewährleisten sie deren Unabhängigkeit und

dass diese ihre Befugnisse unparteiisch und transparent ausüben.

sorgen dafür, dass diese ihre Befugnisse unparteiisch und transparent ausüben.

Begründung

Die Mitgliedstaaten sollten nicht verpflichtet werden, nationale Regulierungsbehörden einzurichten. Insofern ist der Wortlaut des Kommissionsvorschlages korrekturbedürftig.

Änderungsantrag 94
ARTIKEL 1 NUMMER 20
Artikel 23 b Absatz 1 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

1a. Die Mitgliedstaaten übertragen den nationalen Regulierungsbehörden die Kontrolle der Einhaltung der Bestimmungen dieser Richtlinie, insbesondere derjenigen, die die Meinungsfreiheit, den Medienpluralismus, die Menschenwürde, den Grundsatz der Nichtdiskriminierung und den Schutz gefährdeter Personen betreffen.

Änderungsantrag 95
ARTIKEL 1 NUMMER 20
Artikel 23 b Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Die nationalen Regulierungsbehörden übermitteln sich gegenseitig und der Kommission alle Informationen, die für die Anwendung der Bestimmungen dieser Richtlinie notwendig sind.“

2. Alle Informationen, die für die Anwendung der Bestimmungen dieser Richtlinie notwendig sind, müssen auf Ebene der Mitgliedstaaten und der Kommission zur Verfügung gestellt werden.“

Änderungsantrag 96
ARTIKEL 1 NUMMER 20 A (neu)
Artikel 23 b a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

(20a) Es wird der folgende Artikel 23ba eingefügt:

„Artikel 23ba

1. Die Mitgliedstaaten treffen die erforderlichen Maßnahmen, um den

Informationspluralismus in Rundfunk und Fernsehen zu gewährleisten. Die Mitgliedstaaten verbieten insbesondere die Bildung und Aufrechterhaltung beherrschender Stellungen im Fernsehmarkt und den damit verbundenen Märkten.

2. Die Mitgliedstaaten sorgen für die Wahrung der Neutralität der von den staatlichen Behörden übermittelten Informationen und legen die geeigneten Maßnahmen fest, um zu verhindern, dass eventuelle Missbräuche von Regierungsämtern die über die Medien verbreiteten Informationen beeinflussen können.

3. Die Mitgliedstaaten untersagen den Inhabern von Regierungsämtern, ihren Ehepartnern oder Verwandten zweiten Grades sowie den von ihnen kontrollierten Unternehmen, die Kontrolle von Unternehmen anzustreben oder aufrecht zu erhalten, die im Rundfunk- und Fernsehmarkt und in den damit verbundenen Märkten tätig sind.

4. Die Ausübung des Rechts auf Information muss stets abgewogen werden gegen den Schutz der Intimsphäre der Betroffenen, ohne jemals die Würde der Person, insbesondere der Minderjährigen, zu missachten. Im letzteren Falle ist stets auf die einschlägigen internationalen Übereinkommen, Ethik-Kodizes und anderen Formen der Selbstregulierung zurückzugreifen, die die Akteure der Informationswelt in den einzelnen europäischen Staaten geschaffen haben.“

Begründung

Im Einklang mit vom EP bereits zum Ausdruck gebrachten Standpunkten (vgl. am 6. September 2005 angenommene Entschließung zu “Fernsehen ohne Grenzen” und EP-Entschließung zu den Gefahren der Verletzung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Informationsfreiheit (Artikel 11 Absatz 2 der Charta der Grundrechte) in der EU, vor allem in Italien (2003/2237(INI)), die darauf abzielen, von den Mitgliedstaaten die Beachtung der allgemeinen Grundsätze im Bereich des Schutzes des Pluralismus und das Verbot der

Häufung von Regierungsämtern und Kontrolle von Rundfunk- und Fernsehunternehmen zu fordern.

Es liegt nämlich klar auf der Hand, dass die bestehenden Unterschiede in den einschlägigen nationalen Rechtsvorschriften die Ausübung der Niederlassungsfreiheit und die freie Dienstleistungserbringung auf dem Hoheitsgebiet der Gemeinschaft erschweren.

Änderungsantrag 97

ARTIKEL 2

Anhang ‘Richtlinien und Verordnungen’, Artikel 3 Absatz a NUMMER 4 (Verordnung (EG) Nr. 2006/2004)

“4. „Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität vom 3. Oktober 1989: Artikel 3g **bis 3h** und Artikel 10 bis 20. Richtlinie zuletzt geändert durch Richtlinie xxxx/xxxx/EG des Europäischen Parlaments und des Rates”

“4. „Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität vom 3. Oktober 1989: Artikel **3c und 3g** und Artikel 10 bis 20. Richtlinie zuletzt geändert durch Richtlinie xxxx/xxxx/EG des Europäischen Parlaments und des Rates”

Begründung

Die Möglichkeit für den Verbraucher, audiovisuelle Mediendiensteanbieter leicht, direkt und ständig identifizieren zu können, steht eindeutig in Bezug zu den Interessen des Verbraucherschutzes und muss daher im Anhang „Richtlinien und Verordnungen“ ausdrücklich erwähnt werden

VERFAHREN

Titel	Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität
Bezugsdokumente – Verfahrensnummer	KOM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD)
Federführender Ausschuss	CULT
Stellungnahme von Datum der Bekanntgabe im Plenum	ITRE 2.2.2006
Verstärkte Zusammenarbeit – Datum der Bekanntgabe im Plenum	
Verfasser(-in) der Stellungnahme Datum der Benennung	Gianni De Michelis 26.1.2006
Ersetzte(r) Verfasser(-in) der Stellungnahme	
Prüfung im Ausschuss	18.4.2006 30.5.2006 13.7.2006 2.10.2006
Datum der Annahme	3.10.2006
Ergebnis der Schlussabstimmung	+: 29 -: 17 0: 2
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende Mitglieder	Šarūnas Birutis, Jerzy Buzek, Jorgo Chatzimarkakis, Giles Chichester, Gianni De Michelis, Nicole Fontaine, Adam Gierek, Umberto Guidoni, András Gyürk, Fiona Hall, David Hammerstein Mintz, Rebecca Harms, Erna Hennicot-Schoepges, Ján Hudacký, Romana Jordan Cizelj, Werner Langen, Anne Laperrouze, Vincenzo Lavarra, Pia Elda Locatelli, Eugenijus Maldeikis, Eluned Morgan, Reino Paasilinna, Umberto Pirilli, Miloslav Ransdorf, Vladimír Remek, Teresa Riera Madurell, Mechtild Rothe, Paul Rübig, Andres Tarand, Catherine Trautmann, Nikolaos Vakalis und Alejo Vidal-Quadras Roca.
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende(r) Stellvertreter(-in/-innen)	María del Pilar Ayuso González, Satu Hassi, Edit Herczog, Lambert van Nistelrooij, Vittorio Prodi, John Purvis und Dirk Sterckx.
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende(r) Stellv. (Art. 178 Abs. 2)	Alessandro Battilocchio, Giovanni Berlinguer, Iles Braghetto, Mario Mauro, Marianne Mikko, Guido Sacconi, Antonio Tajani, Yannick Vaugrenard und Stefano Zappalà.
Anmerkungen (Angaben nur in einer Sprache verfügbar)	...

6.10.2006

STELLUNGNAHME DES AUSSCHUSSES FÜR BINNENMARKT UND VERBRAUCHERSCHUTZ

für den Ausschuss für Kultur und Bildung

zu dem Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (KOM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD))

Verfasserin der Stellungnahme: Heide Rühle

ÄNDERUNGSANTRÄGE

Der Ausschuss für Binnenmarkt und Verbraucherschutz ersucht den federführenden Ausschuss für Kultur und Bildung, folgende Änderungsanträge in seinen Bericht zu übernehmen:

Vorschlag der Kommission¹

Abänderungen des Parlaments

Änderungsantrag 1 ERWÄGUNG 1

(1) Die Richtlinie 89/552/EWG dient der Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität. In Anbetracht der neuen Übertragungstechniken für audiovisuelle Mediendienste ist es notwendig geworden, den geltenden Rechtsrahmen anzupassen, um den Auswirkungen des Strukturwandels und der technologischen Entwicklungen auf die Geschäftsmodelle und insbesondere auf

(1) Die Richtlinie 89/552/EWG dient der Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität. In Anbetracht der neuen Übertragungstechniken für audiovisuelle Mediendienste ist es notwendig geworden, den geltenden Rechtsrahmen anzupassen, um den Auswirkungen des Strukturwandels und der technologischen Entwicklungen auf die Geschäftsmodelle und insbesondere auf

¹ Noch nicht im Amtsblatt veröffentlicht.

die Finanzierung des gewerblichen Rundfunks Rechnung zu tragen und optimale Wettbewerbsbedingungen für die europäischen Unternehmen und Dienste im Bereich der Informationstechnologien und der Medien zu schaffen.

die Finanzierung des gewerblichen Rundfunks Rechnung zu tragen und optimale Wettbewerbsbedingungen für die europäischen Unternehmen und Dienste im Bereich der Informationstechnologien und der Medien zu schaffen. **Die Rechts- und Verwaltungsvorschriften sollten so zurückhaltend und einfach wie möglich sein, um es den bestehenden und neuen audiovisuellen Mediendiensten zu ermöglichen, sich zu entwickeln und zu florieren und so die Schaffung von Arbeitsplätzen, Wirtschaftswachstum, Innovation und kultureller Vielfalt zu fördern.**

Änderungsantrag 2
ERWÄGUNG 3

(3) Die große Bedeutung der audiovisuellen Mediendienste für die Gesellschaften, die Demokratie und die Kultur rechtfertigt die Anwendung besonderer Vorschriften auf diese Dienste.

(3) Die große Bedeutung der audiovisuellen Mediendienste für die Gesellschaften, die Demokratie und die Kultur rechtfertigt die Anwendung **begrenzter** besonderer Vorschriften auf diese Dienste, **doch nur, wenn dies absolut notwendig ist.**

Begründung

Es sollten nur dann Vorschriften festgelegt werden, wenn dies notwendig ist, und sie sollten die Innovation und die Weiterentwicklung des europäischen audiovisuellen Mediensektors und die zunehmende kulturelle Vielfalt nicht unnötig lähmen.

Änderungsantrag 3
ERWÄGUNG 4

(4) Traditionelle audiovisuelle Mediendienste und neu aufkommende Abrufdienste bieten erhebliche Beschäftigungsmöglichkeiten in der Gemeinschaft, vor allem in kleinen und mittleren Unternehmen, und regen Wirtschaftswachstum und Investitionstätigkeit an.

(4) Traditionelle audiovisuelle Mediendienste und neu aufkommende Abrufdienste bieten erhebliche Beschäftigungsmöglichkeiten in der Gemeinschaft, vor allem in kleinen und mittleren Unternehmen, und regen Wirtschaftswachstum und Investitionstätigkeit an. **Die Richtlinie wird die Entwicklung neuer Dienstleistungen nicht durch voreilige und restriktive**

Rechtsbestimmungen behindern.

Begründung

Es ist unmöglich, genau vorherzusehen, welche neuen Dienste und welche bahnbrechenden Technologien in der Zukunft entwickelt werden. Die Richtlinie sollte deshalb die Innovation und die Weiterentwicklung des europäischen audiovisuellen Mediensektors und eine immer größere kulturelle Vielfalt nicht behindern.

Änderungsantrag 4 ERWÄGUNG 6

(6) Die Kommission hat eine Mitteilung über die Zukunft der europäischen Regulierungspolitik im audiovisuellen Bereich veröffentlicht, in der sie betont, dass die Regulierungspolitik in diesem Sektor jetzt und auch in Zukunft die Wahrung bestimmter Interessen der Allgemeinheit, wie kulturelle Vielfalt, Recht auf Information, Jugendschutz und Verbraucherschutz, gewährleisten muss.

(6) Die Kommission hat eine Mitteilung über die Zukunft der europäischen Regulierungspolitik im audiovisuellen Bereich veröffentlicht, in der sie betont, dass die Regulierungspolitik in diesem Sektor jetzt und auch in Zukunft die Wahrung bestimmter Interessen der Allgemeinheit, wie kulturelle Vielfalt, Recht auf Information, Jugendschutz und Verbraucherschutz, gewährleisten muss. ***Diese Interessen und ihr Schutz können prinzipiell am besten über begrenzte Regulierung, Selbstregulierung und Subsidiarität gewahrt werden.***

Begründung

Die Verwirklichung politischer Ziele im neuen Medienumfeld, das sich durch größere Wahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer, Fragmentierung und niedrigere Barrieren für den Marktzugang auszeichnet, erfordert neue und alternative politische Konzepte. Im Gegensatz zum legislativen Ansatz einer Politik von oben nach unten, der für ein konsolidiertes Fernsehfeld geeignet war, ist nun ein flexiblerer Ansatz, bei dem der Schwerpunkt auf der auf Tatsachen beruhenden Festlegung von Zielen und wirksamen Antworten auf diese Herausforderungen liegt, sinnvoll. Dazu sollten Selbstregulierungskonzepte gehören, wann immer sich dies anbietet.

Änderungsantrag 5 ERWÄGUNG 7

(7) Die Kommission hat die Initiative „i2010 – europäische Informationsgesellschaft“ ergriffen, um Wachstum und Beschäftigung in der Informationsgesellschaft und in den

(7) Die Kommission hat die Initiative „i2010 – europäische Informationsgesellschaft“ ergriffen, um Wachstum und Beschäftigung in der Informationsgesellschaft und in den

Medien zu fördern. Kern der i2010-Initiative ist eine umfassende Strategie, deren Ziel darin besteht, vor dem Hintergrund der Konvergenz von Informations- und Mediendiensten, -netzen und -geräten die Entwicklung der digitalen Wirtschaft durch Modernisierung und Einsatz sämtlicher Instrumente der EU-Politik (Rechtsvorschriften, Forschung und Partnerschaften mit der Industrie) voranzutreiben. Die Kommission hat sich vorgenommen, einheitliche Rahmenbedingungen für den Binnenmarkt im Bereich der Informationsgesellschaft und der Mediendienste zu schaffen und den Rechtsrahmen für audiovisuelle Dienste zu modernisieren. Der erste Schritt dazu war ein Kommissionsvorschlag von 2005 zur Überarbeitung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“.

Medien zu fördern. Kern der i2010-Initiative ist eine umfassende Strategie, deren Ziel darin besteht, vor dem Hintergrund der Konvergenz von Informations- und Mediendiensten, -netzen und -geräten die Entwicklung der digitalen Wirtschaft durch Modernisierung und Einsatz sämtlicher Instrumente der EU-Politik (Rechtsvorschriften, Forschung und Partnerschaften mit der Industrie) voranzutreiben. Die Kommission hat sich vorgenommen, einheitliche Rahmenbedingungen für den Binnenmarkt im Bereich der Informationsgesellschaft und der Mediendienste zu schaffen und den Rechtsrahmen für audiovisuelle Dienste zu modernisieren. Der erste Schritt dazu war ein Kommissionsvorschlag von 2005 zur Überarbeitung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“. ***Das Ziel der i2010-Initiative wird im Prinzip dadurch erreicht werden, dass man es der Industrie ermöglicht, bei minimaler Regulierung zu wachsen, und es kleinen neu gegründeten Unternehmen, die in der Zukunft für Wohlstand und Beschäftigung sorgen werden, ermöglicht, in einem deregulierten Markt zu florieren, zu innovieren und Arbeitsplätze zu schaffen.***

Begründung

Kleine Betriebe in der Europäischen Union haben weder die personellen noch die finanziellen Mittel, um alle Regelungen zu kennen und sich daran zu halten.

Änderungsantrag 6 ERWÄGUNG 13

(13) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste erfasst alle Dienste der audiovisuellen Massenmedien, unabhängig davon, ob ***diese nach Programmplan oder auf Abruf bereitgestellt werden***. Er umfasst ***jedoch nur Dienstleistungen, wie sie im EG-Vertrag festgelegt sind***, und daher alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die

(13) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste erfasst alle Dienste der audiovisuellen Massenmedien, ***die naturgemäß genauso wie die nach Programmplan ausgestrahlten Fernsehsendungen unabhängig von der Plattform die Aufgabe haben, zu informieren, zu unterhalten und zu bilden***,

öffentlich-rechtlicher Unternehmen, gilt **jedoch** nicht für nicht-wirtschaftliche Tätigkeiten, wie z. B. **rein** private Webseiten.

unabhängig davon, ob **das redaktionelle Konzept und die Haftung des Anbieters in einem Programmplan oder in einem Auswahlkatalog zum Ausdruck kommen**. Er umfasst daher alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die öffentlich-rechtlicher Unternehmen. **Der Wirtschaftscharakter kann für die Anwendung der Richtlinie entscheidend sein. Wirtschaftliche Tätigkeiten werden normalerweise gegen Entgelt verrichtet, sind für eine bestimmte Dauer gedacht und von einer gewissen Kontinuität gekennzeichnet; die Bewertung soll gemäß den Kriterien und Bestimmungen des Herkunftsstaates erfolgen. Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste gilt demnach nicht für nicht-wirtschaftliche Tätigkeiten, die üblicherweise nicht gegen Entgelt erbracht werden, wie z.B. Blogs und andere nutzergenerierte Inhalte oder alle Formen privater Korrespondenz, beispielsweise E-Mails oder private Webseiten. Er erfasst auch keine Dienste, die nicht der Verbreitung audiovisueller Inhalte dienen, d.h. bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellen und nicht Hauptzweck der Dienste sind. Dies gilt beispielsweise für Webangebote, die lediglich zu Ergänzungszwecken audiovisuelle Elemente enthalten, z.B. animierte grafische Elemente, kleine Werbspots oder Informationen über ein Produkt, oder nicht-audiovisuelle Dienste wie Suchmaschinen. Der Begriff erfasst auch keine Dienste, die nicht ganz oder überwiegend in der Übertragung von Signalen über elektronische Kommunikationsnetze bestehen, und keine Online-Spiele, solange der Hauptzweck der audiovisuellen Mediendienste nicht erreicht ist, und auch keine Glücksspiele, bei denen Geld eingesetzt wird, einschließlich Lotterien und Wetten.**

(Siehe Änderungsantrag 7 zu Erwägung 14)

Änderungsantrag 7
ERWÄGUNG 14

(14) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste umfasst die Massenmedien in ihrer informierenden, unterhaltenden und bildenden Funktion, schließt aber alle Formen privater Korrespondenz, z. B. an eine begrenzte Anzahl von Empfängern versandte elektronische Post, aus. Die Begriffsbestimmung schließt ebenfalls alle Dienste aus, die nicht der Verbreitung audiovisueller Inhalte dienen, d. h. bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellen und nicht Hauptzweck der Dienste sind. Dazu zählen beispielsweise Webangebote, die lediglich zu Ergänzungszwecken audiovisuelle Elemente enthalten, z. B. animierte grafische Elemente, kleine Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nicht-audiovisuelle Dienste. **entfällt**

(Siehe Änderungsantrag 6 zu Erwägung 13)

Begründung

Erwägung 14 wird gestrichen, da der Inhalt bereits in Erwägung 13 einbezogen wurde.

Änderungsantrag 8
ERWÄGUNG 14 A (neu)

(14a) Es gibt eine Reihe von technischen und rechtlichen Unterschieden zwischen traditionellen Fernsehdiensten und Internetdiensten. Die folgenden Begriffsbestimmungen von Diensten werden deshalb lediglich für den Zweck dieser Richtlinie festgelegt. Der Geltungsbereich und das System der zugrunde liegenden Rechte gemäß der Regelung durch die einschlägigen Rechtsvorschriften bleiben davon unberührt.

Begründung

Im Gegensatz zum traditionellen Fernsehen sind Internetdienste, was deren territoriale Reichweite anbelangt, nicht zwangsläufig begrenzt; die Kontrollmöglichkeiten von Internetdiensteanbietern über die Verbreitung von Inhalten sind wesentlich umfassender als die traditioneller Fernsehveranstalter; Struktur und Natur der beiden Dienstekategorien sind so unterschiedlich, dass die Gleichsetzung von Internetdiensten mit Fernsehdiensten in den meisten Fällen unrealistisch wäre und es deshalb unmöglich wäre, sie in der Praxis anzuwenden und durchzuführen.

Änderungsantrag 9

ERWÄGUNG 16

(16) **Der** Begriff „audiovisuell“ bezieht sich auf bewegte Bilder mit oder ohne Ton; er erfasst somit Stummfilme, nicht aber Tonübertragungen oder **den Hörfunk**.

(16) **Für die Zwecke dieser Richtlinie** bezieht sich **der** Begriff „audiovisuell“ auf bewegte Bilder mit oder ohne Ton; er erfasst somit Stummfilme, nicht aber Tonübertragungen oder **Hörfunkdienste**.

Begründung

Der Begriff „audiovisuelle Dienste“ erfasst in anderen europäischen und internationalen Rechtsakten wie z.B. in der WTO-Klassifikation der Dienstleistungen unter Punkt D neben Fernsehen auch den Hörfunk. Es muss sichergestellt sein, dass die vorliegende Richtlinie diese Definitionen nicht berührt und der Hörfunk im Übrigen weiterhin Teil der audiovisuellen Dienste ist.

Änderungsantrag 10

ERWÄGUNG 17

(17) Der Begriff der redaktionellen Verantwortung ist grundlegend für die Bestimmung der Rolle des Mediendiensteanbieters und damit des Begriffs der audiovisuellen Mediendienste. **Die in der Richtlinie 2000/31/EG vorgesehenen Haftungsausschlüsse bleiben von dieser Richtlinie unberührt.**

(17) Der Begriff der redaktionellen Verantwortung ist grundlegend für die Bestimmung der Rolle des Mediendiensteanbieters und damit des Begriffs der audiovisuellen Mediendienste. **Die redaktionelle Verantwortung setzt voraus, dass der Mediendiensteanbieter als Fachmann den Inhalt auswählt und organisiert, unabhängig davon, ob es sich um einzelne Inhaltselemente oder eine Palette von Inhalten handelt. Dies schließt die gemeinsame Nutzung von nutzergenerierten Inhalten innerhalb begrenzter virtueller Gemeinschaften sowie die Tätigkeiten von als Vermittler**

*auf tretenden Diensteanbietern aus, die in den Genuss der in der Richtlinie 2000/31/EG vorgesehenen **Ausnahmen von der Haftung kommen. Darüber hinaus erstreckt sich die Definition des Mediendiensteanbieters nicht auf natürliche oder juristische Personen, die ein Paket von audiovisuellen Mediendiensten auswählen und zum Kauf anbieten, zur Verfügung zu stehen, um z.B. einen audiovisuellen Mediendienst zur Verfügung zu stellen oder um solche Dienste für die Verbraucher zu organisieren.***

Begründung

Es geht darum, den Begriff der redaktionellen Verantwortung, der eine Entscheidungsbefugnis beinhaltet, zu präzisieren. Darüber hinaus erstreckt sich der Begriff der redaktionellen Verantwortung nicht auf diejenigen, die einen Beitrag zu den audiovisuellen Mediendiensten liefern, und die Planungstätigkeit muss auch über die bloße Organisation eines Pakets von einzelnen audiovisuellen Programmen hinausgehen.

Änderungsantrag 11 ERWÄGUNG 18

(18) Zusätzlich zur Werbung und zum Teleshopping wird der umfassendere Begriff der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation eingeführt. Er umfasst bewegte Bilder mit oder ohne Ton, die **audiovisuelle** Mediendienste **begleiten** und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen und umfasst daher nicht Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit kostenlose Spendenaufrufe zu Wohlfahrtszwecken.

(18) Zusätzlich zur Werbung und zum Teleshopping wird der umfassendere Begriff der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation eingeführt. Er umfasst bewegte Bilder mit oder ohne Ton, die **als Teil audiovisueller** Mediendienste **übertragen werden** und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen und umfasst daher nicht Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit kostenlose Spendenaufrufe zu Wohlfahrtszwecken.

Änderungsantrag 12 ERWÄGUNG 25

(25) Wie die Kommission in ihrer Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament „Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union“ betont hat, gehört dazu auch „dass sorgfältig analysiert wird, welcher Regulierungsansatz angezeigt ist und insbesondere, ob Rechtsvorschriften für den jeweiligen Sektor oder die jeweilige Themenstellung vorzuziehen sind, oder ob Alternativen wie Ko-Regulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten. **Für Ko-Regulierung und Selbstregulierung sieht die Interinstitutionelle Vereinbarung über bessere Rechtsetzung¹ gemeinsame Definitionen, Kriterien und Verfahren vor.**“ Wie die Erfahrung zeigt, können Mit- und Selbstregulierungsinstrumente, die im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzes spielen.

(25) Wie die Kommission in ihrer Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament „Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union“ betont hat, gehört dazu auch „dass sorgfältig analysiert wird, welcher Regulierungsansatz angezeigt ist und insbesondere, ob Rechtsvorschriften für den jeweiligen Sektor oder die jeweilige Themenstellung vorzuziehen sind, oder ob Alternativen wie Ko-Regulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten.“ **Außerdem** können, **wie** die Erfahrung zeigt, Mit- und Selbstregulierungsinstrumente, die im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzes spielen. **Maßnahmen, mit denen im Bereich der neuen audiovisuellen Mediendienste Ziele im öffentlichen Interesse verfolgt werden, werden wirksamer sein, wenn sie mit aktiver Unterstützung der Diensteanbieter selbst ergriffen werden. Die Selbstregulierung stellt somit eine Art freiwillige Initiative dar, die Wirtschaftsteilnehmern, Sozialpartnern und Nichtregierungsorganisationen oder Vereinigungen die Möglichkeit gibt, untereinander und füreinander gemeinsame Leitlinien festzulegen. Die Mitgliedstaaten sollten gemäß ihren unterschiedlichen Rechtstraditionen die effektive Rolle anerkennen, die eine wirksame Selbstregulierung als Ergänzung zu den Rechtsvorschriften und den bestehenden gerichtlichen und/oder administrativen Verfahren spielen kann, sowie ihren wertvollen Beitrag zur Verwirklichung der Ziele dieser Richtlinie. Die Selbstregulierung kann jedoch, obwohl sie eine alternative Methode zur Durchführung bestimmter Vorschriften dieser Richtlinie sein könnte, die Verpflichtung des nationalen Gesetzgebers nicht völlig ersetzen. Ko-Regulierung, in ihrer Minimalform, schafft „eine rechtliche**

**Verbindung“ zwischen Selbstregulierung
und dem nationalen Gesetzgeber gemäß
den Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten.**

¹ ABl. C 321 vom 31.12.2003, S. 1

Änderungsantrag 13
ERWÄGUNG 26

(26) Fernsehveranstalter können ausschließliche Übertragungsrechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, zu Unterhaltungszwecken erwerben. Gleichzeitig muss jedoch unbedingt der Pluralismus durch die Vielfalt der Nachrichten und Programme in der Europäischen Union gefördert und den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, anerkannten Grundrechten und Grundsätzen Rechnung getragen werden.

(26) Fernsehveranstalter können ausschließliche Übertragungsrechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, zu Unterhaltungszwecken erwerben. Gleichzeitig muss jedoch unbedingt der Pluralismus durch die Vielfalt der Nachrichten und Programme in der Europäischen Union gefördert und den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, anerkannten Grundrechten und Grundsätzen Rechnung getragen werden. ***Sofern es den Mitgliedstaaten zu diesem Zweck gestattet ist, Listen mit Ereignissen von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung, die nicht auf Ausschließlichkeitsbasis übertragen werden sollen, zu erstellen, ist es Sache des jeweiligen Mitgliedstaates, zu entscheiden, ob er eine solche Liste erstellt, welchen Ereignissen er erhebliche gesellschaftliche Bedeutung beimisst, wie der Begriff „bedeutender Teil der Öffentlichkeit“ zu bestimmen ist und welche Form der Berichterstattung verfügbar sein soll.***

Begründung

Es sollte im Ermessen der Mitgliedstaaten liegen, welchen Ereignissen sie erhebliche gesellschaftliche Bedeutung beimessen, wie sie den „bedeutenden Teil“ der Öffentlichkeit bestimmen und welche Form der Berichterstattung verfügbar sein soll.

Änderungsantrag 14
ERWÄGUNG 27

(27) Zur vollständigen und angemessenen

(27) Zur vollständigen und angemessenen

Wahrung des Grundrechts auf Information und der Zuschauerinteressen in der Europäischen Union sollten daher die Inhaber ausschließlicher Rechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, anderen Fernsehveranstaltern und Vermittlern, soweit diese für **Fernsehveranstaltern** tätig werden, unter fairen, zumutbaren und diskriminierungsfreien Bedingungen das Recht auf Verwendung von kurzen Auszügen für allgemeine Nachrichtenzwecke gewähren, **wobei** jedoch den ausschließlichen Rechten angemessen Rechnung **zu tragen ist**. **Solche** Bedingungen sollten rechtzeitig vor dem Ereignis, das von öffentlichem Interesse ist, mitgeteilt werden, damit andere Interessenten genügend Zeit haben, dieses Recht auszuüben. **Solche kurzen Auszüge sollten im Allgemeinen** nicht länger als 90 Sekunden dauern.

Wahrung des Grundrechts auf Information und der Zuschauerinteressen in der Europäischen Union sollten daher die Inhaber ausschließlicher Rechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, anderen Fernsehveranstaltern und Vermittlern, soweit diese für **einen Fernsehveranstalter** tätig werden, das Recht auf Verwendung von kurzen Auszügen für allgemeine Nachrichtenzwecke, jedoch **nicht für Unterhaltungszwecke** gewähren. **Im Allgemeinen sollte der Zugang zu kurzen Auszügen** unter fairen, zumutbaren und diskriminierungsfreien Bedingungen **gegen ein angemessenes Entgelt gewährt werden**, den ausschließlichen Rechten angemessen Rechnung **tragen und** nicht länger als 90 Sekunden dauern. **Die** Bedingungen sollten rechtzeitig vor dem Ereignis, das von öffentlichem Interesse ist, mitgeteilt werden, damit andere Interessenten genügend Zeit haben, dieses Recht auszuüben. **Das Recht auf Zugang zu Nachrichten sollte nur gelten, wenn dies notwendig ist; dementsprechend muss der Zugang, wenn ein anderer Fernsehveranstalter in demselben Mitgliedstaat ausschließliche Rechte für ein bestimmtes Ereignis erworben hat, bei diesem Fernsehveranstalter beantragt werden.**

Begründung

Das Recht auf Zugang zu kurzen Auszügen ist in der Regel über bilaterale Abkommen geregelt, und dies sollte im Wortlaut der Richtlinie zum Ausdruck kommen. Die Gewährung des freien Zugangs zu den Signalen eines Fernsehveranstalters verursacht beträchtliche Probleme bezüglich der Urheberrechte und verletzt die Eigentumsrechte des Fernsehveranstalters und/oder der Inhaber der Rechte. Der Fernsehveranstalter ist nicht notwendigerweise auch der Besitzer der Urheberrechte für die Übertragung in anderen Mitgliedstaaten. Da die Mitgliedstaaten unterschiedliche Ansätze für das Recht auf Information gewählt haben, sollte diese Richtlinie einen neutralen Wortlaut haben und es den Mitgliedstaaten überlassen, mit welchem Rechtsinstrument sie die Richtlinie in nationales Recht umsetzen.

Änderungsantrag 15
ERWÄGUNG 28

(28) Nicht-lineare Dienste unterscheiden sich von linearen Diensten darin, welche Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer hat und welche Auswirkungen sie auf die Gesellschaft haben. Deshalb ist es gerechtfertigt, für nicht-lineare Dienste, die nur den Grundvorschriften in Artikel 3c bis 3h unterliegen, weniger strenge Vorschriften zu erlassen.

(28) Nicht-lineare Dienste unterscheiden sich von linearen Diensten darin, welche Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer hat und welche Auswirkungen sie auf die Gesellschaft haben. Deshalb ist es gerechtfertigt, für nicht-lineare Dienste, die nur den Grundvorschriften in Artikel 3c bis 3h unterliegen, weniger strenge Vorschriften zu erlassen. **Die Tatsache, dass der Verbraucher über große Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten verfügt, weist darauf hin, dass neue Dienste, z.B. Videoabruf, Endloops oder Live Streaming von Ereignissen, die nicht in einen linearen Dienst eingebettet sind, unabhängig vom Inhalt als nicht-lineare Dienste definiert werden müssen.**

Begründung

Die Kommission hat in ihrer Begründung zum Vorschlag für eine Richtlinie betont, dass jeder Pull-Dienst als nicht-linearer Dienst definiert werden sollte. Darüber hinaus ermöglichen innovative Dienste wie Endloops es dem Verbraucher, darüber zu entscheiden, wann und wie er den angebotenen Inhalt konsumieren will. Neue Geräte und Anwendungen bieten dem Verbraucher zusätzliche Funktionen und Kontrolle darüber, was er sich ansehen will. Außerdem ist eine Differenzierung je nach Gegenstand eines Dienstes nicht in Einklang mit einer Definition, die sich auf die Person, die die Programmplanung erstellt, und die Entscheidung des Nutzers bezieht. Deshalb kann ein nicht-linearer Dienst aus Sportereignissen, Konzerten, Filmen und anderen Ereignissen auf einer Pay-per-View-Grundlage bestehen.

Demzufolge müssen Dienste wie Endloops und Live Streaming als nicht-lineare Dienste gelten. Dies sollte im Wortlaut der Richtlinie klar zum Ausdruck kommen, um eine deutliche Unterscheidung zwischen linearen und nicht-linearen Diensten unter Berücksichtigung des Geltungsbereichs der eCommerce-Richtlinie zu ermöglichen.

Änderungsantrag 16 ERWÄGUNG 29

(29) Aufgrund der Besonderheiten audiovisueller Mediendienste, insbesondere ihres Einflusses auf die Meinungsbildung der Menschen, müssen die Nutzer genau wissen, wer für den Inhalt dieser Dienste verantwortlich ist. Es ist deshalb wichtig, dass die Mitgliedstaaten dafür sorgen, dass

(29) Aufgrund der Besonderheiten audiovisueller Mediendienste, insbesondere ihres Einflusses auf die Meinungsbildung der Menschen, müssen die Nutzer genau wissen, wer für den Inhalt dieser Dienste verantwortlich ist. Es ist deshalb wichtig, dass die Mitgliedstaaten dafür sorgen, dass

alle notwendigen Angaben darüber, wer die redaktionelle Verantwortung für die Inhalte trägt, von den Mediendiensteanbietern leicht, direkt und ständig zugänglich gemacht werden. Die Mitgliedstaaten legen die praktischen Einzelheiten fest, wie dies unbeschadet sonstiger geltender Bestimmungen des Gemeinschaftsrechts erreicht werden soll.

die Nutzer Zugang zu Informationen darüber haben, auf welche Weise die redaktionelle Verantwortung für die Inhalte ausgeübt wird und von wem. Die Mitgliedstaaten legen die praktischen Einzelheiten fest, wie dies unbeschadet sonstiger geltender Bestimmungen des Gemeinschaftsrechts erreicht werden soll.

Begründung

Es ist immer schwieriger, einen einzelnen Akteur in der Wertschöpfungskette der neuen Medien auszumachen, der nicht einen gewissen Anteil an redaktioneller Mitentscheidung hat – entweder in Bezug auf die Häufung oder auf die Ausfilterung von Inhalten. Da die Definition einer einzigen redaktionellen Kontrolle schwer erfassbar geworden ist, müssen die Verpflichtungen der Mitgliedstaaten zur Gewährleistung von Transparenz im Allgemeinen hervorgehoben werden.

Änderungsantrag 17 ERWÄGUNG 30

(30) Gemäß dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit sind in dieser Richtlinie nur diejenigen Maßnahmen vorgesehen, die zur Gewährleistung des reibungslosen Funktionierens des Binnenmarktes unerlässlich sind. Damit der Binnenmarkt wirklich zu einem Raum ohne Binnengrenzen für audiovisuelle Mediendienste wird, muss diese Richtlinie in den Bereichen, in denen ein Handeln auf Gemeinschaftsebene geboten ist, ein hohes Schutzniveau für die dem Allgemeininteresse dienenden Ziele, insbesondere für den Jugendschutz **und** den Schutz der Menschenwürde, **gewährleisten**.

(30) Gemäß dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit sind in dieser Richtlinie nur diejenigen Maßnahmen vorgesehen, die zur Gewährleistung des reibungslosen Funktionierens des Binnenmarktes unerlässlich sind. Damit der Binnenmarkt wirklich zu einem Raum ohne Binnengrenzen für audiovisuelle Mediendienste wird, muss diese Richtlinie in den Bereichen, in denen ein Handeln auf Gemeinschaftsebene geboten ist, ein hohes Schutzniveau für die dem Allgemeininteresse dienenden Ziele, insbesondere für den Jugendschutz, den Schutz **der Rechte von Menschen mit Behinderungen und** der Menschenwürde, **fördern**.

Begründung

Maßnahmen auf Gemeinschaftsebene können ein hohes Schutzniveau nicht gewährleisten, sondern nur durch die Kombination von Ko- und Selbstregulierung fördern.

Außerdem stellen heutzutage die audiovisuellen Medien, insbesondere das Fernsehen, ein

Mittel dar, um sich Informationen, Zugang zu beruflicher Bildung, kulturellen Inhalten und Freizeit zu beschaffen, und dies in einem nicht unerheblichen Ausmaß. Deshalb ist es unerlässlich, dass bei allen erzielten Fortschritten die etwaigen Bedürfnisse aller europäischen Bürger, insbesondere auch von Behinderten, gebührend berücksichtigt werden, weil diese sonst von den vielen Vorteilen, die die moderne Gesellschaft, insbesondere das digitale Fernsehen, bieten können, ausgeschlossen würden.

Änderungsantrag 18
ERWÄGUNG 33

(33) Die Bestimmungen dieser Richtlinie zum Jugendschutz und dem Schutz der öffentlichen Ordnung sehen nicht vor, dass zur Durchführung der betreffenden Maßnahmen **unbedingt** eine vorherige Kontrolle von audiovisuellen Mediendiensten stattfinden muss.

(33) Die Bestimmungen dieser Richtlinie zum Jugendschutz und dem Schutz der öffentlichen Ordnung sehen nicht vor, dass zur Durchführung der betreffenden Maßnahmen eine vorherige Kontrolle von audiovisuellen Mediendiensten stattfinden muss.

Änderungsantrag 19
ERWÄGUNG 35

(35) Nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste besitzen das Potenzial, lineare Dienste teilweise zu ersetzen. Sie sollten daher im Rahmen des praktisch Durchführbaren die Produktion und Verbreitung europäischer Werke vorantreiben und damit einen aktiven *Betrag* zur Förderung der kulturellen Vielfalt leisten. Die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten durch die audiovisuellen Mediendienste wird regelmäßig zu überprüfen sein. ***Bei der Berichterstattung gemäß Artikel 3f Absatz 3 sollen die Mitgliedstaaten insbesondere auch auf den finanziellen Anteil solcher Dienste an der Produktion europäischer Werke und am Erwerb von Rechten an europäischen Werken, den Anteil europäischer Werke an der Gesamtpalette audiovisueller Mediendienste sowie die tatsächliche Nutzung der von solchen Diensten angebotenen europäischen Werke durch die Verbraucher eingehen.***

(35) Nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste besitzen das Potenzial, lineare Dienste teilweise zu ersetzen. Sie sollten daher im Rahmen des praktisch Durchführbaren die Produktion und Verbreitung europäischer Werke vorantreiben und damit einen aktiven *Beitrag* zur Förderung der kulturellen Vielfalt leisten. Die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten durch die audiovisuellen Mediendienste wird regelmäßig zu überprüfen sein.

Begründung

Der Markt für nicht-lineare Dienste befindet sich in einer sehr frühen Entwicklungsphase. Bei der Einführung von kulturellen Quoten oder von finanziellen Anteilen besteht die Gefahr einer Beeinträchtigung der Entwicklung dieser neuen Dienste. In jedem Fall dürften sich niedrigere Verbreitungsbarrieren positiv auf die kulturelle Vielfalt auswirken, insbesondere durch die Schaffung von Märkten für so genannten „tail-content“ oder Nischeninhalt.

Änderungsantrag 20 ERWÄGUNG 35 A (neu)

(35a) Akteure, die audiovisuelle Mediendienste lediglich bündeln oder weiterleiten oder Pakete derartiger Dienstleistungen zum Kauf anbieten, für welche die redaktionelle Verantwortung nicht bei ihnen liegt, sollten nicht als Mediendienstanbieter gelten. Demnach fällt das reine Bündeln, Weiterleiten oder Wiederverkaufen von Inhaltsangeboten, für welche die redaktionelle Verantwortung nicht bei den betreffenden Akteuren liegt, nicht in den Anwendungsbereich dieser Richtlinie.

Begründung

Es sollte klargestellt werden, dass – zum jetzigen Zeitpunkt – das reine Bündeln, Weiterleiten oder Wiederverkaufen von Inhaltsangeboten, für die Dritte keine redaktionelle Verantwortung als Mediendienstanbieter haben, nicht in den Anwendungsbereich der Richtlinie fällt. Da die Anbieter keinerlei Einfluss und deshalb auch keine Kontrolle über solche Inhalte haben, ist diese Klarstellung erforderlich.

Änderungsantrag 21 ERWÄGUNG 38

(38) Das Angebot an nicht-linearen Diensten steigert die Wahlmöglichkeiten des Verbrauchers. Detaillierte Bestimmungen über die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation sind daher für nicht-lineare Dienste weder gerechtfertigt noch aus technischer Sicht sinnvoll. ***Dennoch sind bei jeglicher audiovisueller kommerzieller Kommunikation nicht nur die***

(38) Das Angebot an nicht-linearen Diensten steigert die Wahlmöglichkeiten des Verbrauchers. Detaillierte Bestimmungen über die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation sind daher für nicht-lineare Dienste weder gerechtfertigt noch aus technischer Sicht sinnvoll.

Kennzeichnungsvorschriften, sondern auch qualitative Grundvorschriften zu beachten, damit die anerkannten ordnungspolitischen Ziele erreicht werden können.

Begründung

Die europäischen Bürger sollten den Inhalt frei wählen können. Außerdem sollten die redaktionelle Integrität und die kulturelle Vielfalt nicht durch ordnungspolitische Maßnahmen beeinträchtigt werden.

Änderungsantrag 22 ERWÄGUNG 41

(41) ***Abgesehen*** von den Praktiken, die unter diese Richtlinie fallen, gilt die Richtlinie 2005/29/EG für unlautere Geschäftspraktiken, darunter auch für irreführende und aggressive Praktiken in audiovisuellen Mediendiensten. Da überdies die Richtlinie 2003/33/EG, die Werbung und Sponsoring für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse in Printmedien, Diensten der Informationsgesellschaft und in Hörfunksendungen verbietet, unbeschadet der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität gilt, sollte das Verhältnis zwischen Richtlinie 2003/33/EG und Richtlinie 89/552/EWG im Hinblick auf die besonderen Merkmale audiovisueller Mediendienste vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie ebenfalls unberührt bleiben. Artikel 88 Absatz 1 der Richtlinie 2001/83/EG, der die Öffentlichkeitswerbung für bestimmte Arzneimittel verbietet, gilt wie in Artikel 88 Absatz 5 vorgesehen, unbeschadet des Artikel 14 der Richtlinie 88/552/EWG; das Verhältnis zwischen Richtlinie 2001/83/EG und Richtlinie 89/552/EWG sollte vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie unberührt bleiben.

(41) ***Die Kohärenz zwischen dieser Richtlinie und dem bestehenden Gemeinschaftsrecht muss gewährleistet sein. Demnach haben im Falle eines Konflikts zwischen den Bestimmungen dieser Richtlinie und einer Bestimmung eines anderen gemeinschaftlichen Rechtsakts, der bestimmte Aspekte des Zugangs zu einer audiovisuellen Mediendienstetätigkeit bzw. der Ausübung einer solchen Tätigkeit regelt, die Bestimmungen dieser Richtlinie Vorrang. Demzufolge ergänzt diese Richtlinie den gemeinschaftlichen Besitzstand. Somit gilt die Richtlinie 2005/29/EG, abgesehen*** von den Praktiken, die unter diese Richtlinie fallen, für unlautere Geschäftspraktiken, darunter auch für irreführende und aggressive Praktiken in audiovisuellen Mediendiensten. Da überdies die Richtlinie 2003/33/EG, die Werbung und Sponsoring für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse in Printmedien, Diensten der Informationsgesellschaft und in Hörfunksendungen verbietet, unbeschadet der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität gilt, sollte das Verhältnis zwischen Richtlinie 2003/33/EG und Richtlinie 89/552/EWG im

Hinblick auf die besonderen Merkmale audiovisueller Mediendienste vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie ebenfalls unberührt bleiben. Artikel 88 Absatz 1 der Richtlinie 2001/83/EG, der die Öffentlichkeitswerbung für bestimmte Arzneimittel verbietet, gilt wie in Artikel 88 Absatz 5 vorgesehen, unbeschadet des Artikel 14 der Richtlinie 88/552/EWG; das Verhältnis zwischen Richtlinie 2001/83/EG und Richtlinie 89/552/EWG sollte vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie unberührt bleiben. **Ferner lässt diese Richtlinie die Verordnung .../... des Europäischen Parlaments und des Rates über Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel unberührt.**

Begründung

Um Rechtssicherheit zu bieten, muss das Verhältnis zwischen dieser Richtlinie und dem bestehenden Rechtsrahmen geklärt werden.

Änderungsantrag 23 ERWÄGUNG 42

(42) **Da die Zuschauer aufgrund der zunehmenden Anzahl neuer Dienste nun eine größere Auswahl haben,** sind detaillierte Vorschriften über Werbeeinschübe zum Schutz der Zuschauer nicht mehr notwendig. Durch diese Richtlinie soll **nicht die zulässige Werbedauer pro Stunde erhöht, sondern** den Fernsehveranstaltern eine größere Flexibilität eingeräumt werden, sofern dadurch nicht der Gesamtzusammenhang der Programme in Frage gestellt wird.

(42) **In Anbetracht des zunehmenden Einsatzes neuer Technologien wie persönlicher Videorecorder und der zunehmenden Auswahl an Fernsehkanälen** sind detaillierte Vorschriften über Werbeeinschübe zum Schutz der Zuschauer nicht mehr notwendig. Durch diese Richtlinie soll den Fernsehveranstaltern eine größere Flexibilität eingeräumt werden, sofern dadurch nicht der Gesamtzusammenhang der Programme in Frage gestellt wird.

Begründung

Die Technologie hat einen Punkt erreicht, an dem es leicht ist, traditionelle Werbespots zu überspringen. Es ist deshalb ein größeres Maß an Flexibilität erforderlich, um die Lebensfähigkeit frei empfangbarer Fernsehprogramme und eine größere kulturelle Vielfalt zu gewährleisten.

Änderungsantrag 24
ERWÄGUNG 44

(44) Die Begrenzung der täglichen Werbedauer *war in der Praxis kaum von Bedeutung. Wichtiger ist die stündliche Begrenzung, weil sie auch für die Hauptsendezeiten gilt. Deshalb sollte die tägliche Höchstdauer abgeschafft, die stündliche Begrenzung für Werbung und Teleshopping-Spots jedoch beibehalten werden. Auch die quantitativen zeitlichen Beschränkungen für Teleshopping- und Werbekanäle sind angesichts der größeren Auswahl des Verbrauchers nicht mehr gerechtfertigt. Die Beschränkung von 20 v. H. Werbezeit pro voller Stunde wird jedoch aufrecht erhalten, außer in Bezug auf zeitaufwändigere Formen der Werbung wie „Telepromotions“ und Teleshopping-Fenster, für die aufgrund ihrer besonderen Merkmale und Präsentationsweise mehr Zeit benötigt wird¹.*

¹ Siehe Rechtssachen C-320/94 Reti Televisive Italiane SpA (RTI); C-328/94 Radio Torre; C-329/94 Rete A Srl; C-337/94 Vallau Italiana Promomarket Srl; C-338/94 Radio Italia Solo Musica Srl und andere sowie C_339/94 GETE Srl / Ministero delle Poste e Telecomunicazioni, ECR I-06471.

(44) Die Begrenzung der täglichen Werbedauer *und die Beschränkung der Werbezeit pro voller Stunde sollten bis auf wenige Ausnahmen aufgegeben werden. Der Erhalt einer qualitativen Kontrolle ist ausreichend.*

Begründung

Es ist ausreichend, dass eine qualitative Kontrolle der Werbung gewährleistet ist. Die quantitativen Vorgaben können im Sinne einer Deregulierung aufgegeben werden, zumal die Verbraucher nur bereit sind, ein bestimmtes Maß an Werbung zu tolerieren.

Änderungsantrag 25
ERWÄGUNG 47

(47) Die Regulierungsbehörden sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur Medienvielfalt beitragen können.

(47) Die Regulierungsbehörden *und -gremien* sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur

Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen –

Medienvielfalt beitragen können. Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen. **Die Besonderheiten der nationalen Medienordnungen in der Organisation der Regulierungsbehörden und -gremien bleiben gewährleistet –**

Begründung

Diese Formulierung berücksichtigt die unterschiedlichen nationalen Organisationsformen der Aufsicht in den Mitgliedstaaten.

Änderungsantrag 26 ERWÄGUNG 47 A (neu)

(47a) Das Recht von Menschen mit Behinderungen, unter besonderer Berücksichtigung derjenigen mit sensorischen Behinderungen, und älteren Menschen, auf Teilnahme am sozialen und kulturellen Leben der Gemeinschaft, das sich von Artikel 25 und 26 der Charta der Grundrechte ableitet, ist untrennbar mit der Bereitstellung zugänglicher audiovisueller Mediendienste verbunden. Die Zugänglichkeit von audiovisuellen Mediendiensten umfasst, beschränkt sich jedoch nicht auf Gebärdensprache, Untertitelung, Audiobeschreibung, akustische Untertitelung und leicht verständliche Menüführung.

Begründung

Im Einklang mit der Verpflichtung der Kommission, die Behinderung in allen Gemeinschaftspolitiken zu berücksichtigen, kommt es darauf an, ausdrücklich auf die Bestimmungen der Grundrechtecharta hinzuweisen, die sich mit Personen mit sensorischen Behinderungen und älteren Menschen befassen. Ferner wird eine nicht erschöpfende Liste von Zugänglichkeitsmerkmalen vorgeschlagen, die erforderlich sind, um die Bestimmungen der Charta einzuhalten. Viele Zugänglichkeitsmerkmale, darunter Audiobeschreibung und Untertitelung, sind nicht nur von Nutzen für Menschen mit sensorischen Behinderungen und ältere Menschen, sondern auch für Menschen mit Lernbehinderungen und nicht englischsprachige Zuschauer.

Änderungsantrag 27
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe a (Richtlinie 89/552/EWG)

a) ‚audiovisueller Mediendienst‘: eine Dienstleistung im Sinne von Artikel 49 und 50 EG-Vertrag, 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 Artikel 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlamentes und *des Rates* besteht.

a) ‚audiovisueller Mediendienst‘: eine ***unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendienstanbieters erbrachte*** Dienstleistung im Sinne von Artikel 49 und 50 EG-Vertrag, 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 Artikel 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlamentes und *des Rates* besteht.

Unter diese Definition fallen nicht:

- Dienste, bei denen der audiovisuelle Inhalt lediglich eine Nebenerscheinung darstellt und nicht Hauptzweck des Dienstes ist;

- elektronische Versionen von Zeitungen und Zeitschriften.

Änderungsantrag 28
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe b (Richtlinie 89/552/EWG)

b) ‚Mediendienstanbieter‘: die natürliche oder juristische Person, welche die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese organisiert werden.

b) ‚Mediendienstanbieter‘: die natürliche oder juristische Person, welche die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese organisiert werden.

Unter diese Definition fallen keine natürlichen oder juristischen Personen, die Inhalte, für welche die redaktionelle Verantwortung bei Dritten liegt, lediglich bündeln oder weiterleiten oder Pakete derartiger Dienstleistungen zum Kauf anbieten.

Änderungsantrag 29
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe c (Richtlinie 89/552/EWG)

c) ‚Fernsehsendung‘: ein linearer audiovisueller Mediendienst, bei dem *ein Mediendiensteanbieter den Zeitpunkt, zu dem ein bestimmtes Programm übertragen wird, und den Programmplan festlegt*;

c) ‚Fernsehsendung‘ *oder ‚linearer Dienst‘*: ein linearer audiovisueller Mediendienst, bei dem *eine chronologische Programmfolge an eine unbestimmte Anzahl von potenziellen Zuschauern zu einem Zeitpunkt übertragen wird, der vom Mediendiensteanbieter gemäß einem festen Programmplan festgelegt wird*;

Änderungsantrag 30
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe e (Richtlinie 89/552/EWG)

e) ‚nicht-linearer Dienst‘: ein audiovisueller Mediendienst, bei dem der Nutzer *aufgrund eines vom Mediendiensteanbieter ausgewählten Inhaltsangebots den Zeitpunkt festlegt, zu dem ein bestimmtes Programm übertragen wird*.

e) ‚nicht-linearer Dienst‘: ein audiovisueller Mediendienst, *bestehend aus einem Angebot audiovisueller Inhalte, das ein Mediendiensteanbieter redaktionell bearbeitet und zusammengestellt hat und bei dem der Nutzer individuell zu einem bestimmten Zeitpunkt aus einem Inhaltsangebot die Übertragung eines bestimmten Programms abruft*.

Änderungsantrag 31
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe f (Richtlinie 89/552/EWG)

f) ‚audiovisuelle kommerzielle Kommunikation‘: bewegte Bilder mit oder ohne Ton, die *audiovisuelle Mediendienste begleiten und die* der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, *dienen*.

f) ‚audiovisuelle kommerzielle Kommunikation‘: bewegte Bilder mit oder ohne Ton, die *als Teil audiovisueller Mediendienste mit dem Ziel* der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, *übertragen werden*.

Änderungsantrag 32

ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe h (Richtlinie 89/552/EWG)

h) ‚Schleichwerbung‘: die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, des Namens, der Marke oder der Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom **Fernsehveranstalter** absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich ihres eigentlichen Zwecks irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

h) ‚Schleichwerbung‘: die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, des Namens, der Marke oder der Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom **Mediendienstanbieter** absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich ihres eigentlichen Zwecks irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

Änderungsantrag 33
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe i (Richtlinie 89/552/EWG)

i) ‚Sponsoring‘: jeder Beitrag eines nicht mit der Erbringung audiovisueller Mediendienste oder der Produktion audiovisueller Werke befassten öffentlichen oder privaten Unternehmens zur Finanzierung audiovisueller *Mediendienste* mit dem Ziel, **seinen** Namen, **seine** Marke, **sein** Erscheinungsbild, **seine** Tätigkeiten oder **seine** Produkte zu fördern.

i) ‚Sponsoring‘: jeder Beitrag eines nicht mit der Erbringung audiovisueller Mediendienste oder der Produktion audiovisueller Werke befassten öffentlichen oder privaten Unternehmens **oder einer nicht damit befassten natürlichen Person** zur **direkten oder indirekten** Finanzierung audiovisueller Mediendienste mit dem Ziel, **dessen/deren** Namen, Marke, Erscheinungsbild, Tätigkeiten oder Produkte zu fördern.

Änderungsantrag 34
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k (Richtlinie 89/552/EWG)

k) ‚Produktplatzierung‘: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, eines Dienstes oder der entsprechenden Marke bzw. der Bezugnahme darauf besteht, so dass diese innerhalb eines audiovisuellen

k) ‚Produktplatzierung‘: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, 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.“

Mediendienstes erscheinen, gegen **oder ohne** Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung **zugunsten des Mediendiensteanbieters.**

Die rechtliche Definition des Begriffs „Produktplatzierung“ gilt jedoch nicht für unabhängige redaktionelle Entscheidungen, Produkte zu verwenden, die integrierender Bestandteil eines Programms sind und dessen Produktion erleichtern, wie beispielsweise im Rahmen von Programmen verteilte Gewinne, nebensächliche Gegenstände und Requisiten, ohne sie jedoch übermäßig in den Vordergrund zu stellen.

Änderungsantrag 35

ARTIKEL 1 NUMMER 3 BUCHSTABE F

Artikel 2 Absatz 6 (Richtlinie 89/552/EWG)

„6. Diese Richtlinie gilt nicht für audiovisuelle Mediendienste, die ausschließlich zum Empfang in Drittländern bestimmt sind **und die mit gewöhnlichen Verbraucherendgeräten nicht unmittelbar oder mittelbar von der Allgemeinheit in einem oder mehreren Mitgliedstaaten empfangen werden.**“

„6. Diese Richtlinie gilt nicht für audiovisuelle Mediendienste, die ausschließlich zum Empfang in Drittländern bestimmt sind.“

Änderungsantrag 36

ARTIKEL 1 NUMMER 3 BUCHSTABE G

Artikel 2 Absatz 7 (Richtlinie 89/552/EWG)

7. Ein Mitgliedstaat kann zur Bekämpfung missbräuchlichen **oder** betrügerischen Verhaltens geeignete Maßnahmen gegen einen Mediendiensteanbieter ergreifen, der in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen ist, wenn dessen Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend auf das Hoheitsgebiet des ersten Mitgliedstaates ausgerichtet ist. Dies muss im Einzelfall vom erstgenannten Mitgliedstaat nachgewiesen werden.

7. Ein Mitgliedstaat kann zur Bekämpfung missbräuchlichen, betrügerischen Verhaltens **oder einer ganz offensichtlichen unbilligen Wettbewerbsverzerrung** geeignete Maßnahmen gegen einen Mediendiensteanbieter ergreifen, der in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen ist, wenn dessen Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend auf das Hoheitsgebiet des ersten Mitgliedstaates ausgerichtet ist. Dies muss im Einzelfall vom erstgenannten

Mitgliedstaat nachgewiesen werden.

Änderungsantrag 37
ARTIKEL 1 NUMMER 3 BUCHSTABE G
Artikel 2 Absatz 8 (Richtlinie 89/552/EWG)

8. Die Mitgliedstaaten dürfen Maßnahmen gemäß Absatz 7 **nur** ergreifen, wenn alle folgenden Voraussetzungen erfüllt sind:

- a) Der Empfangsmitgliedstaat fordert den Mitgliedstaat, in dem der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist, zur Ergreifung von Maßnahmen auf;
- b) der aufgeforderte Mitgliedstaat ergreift keine derartigen Maßnahmen;
- c) der Empfangsmitgliedstaat teilt der Kommission und *den* Mitgliedstaat, in dem der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist, seine Absicht mit, derartige Maßnahmen zu ergreifen;
- d) die Kommission entscheidet, dass die Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind.

8. Die Mitgliedstaaten dürfen **nur** Maßnahmen gemäß Absatz 7 ergreifen, wenn alle folgenden Voraussetzungen erfüllt sind:

- a) Der Empfangsmitgliedstaat fordert den Mitgliedstaat, in dem der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist, zur Ergreifung von Maßnahmen auf;
- b) der aufgeforderte Mitgliedstaat ergreift **innerhalb von zwei Monaten nach Eingang der Aufforderung** keine derartigen Maßnahmen;
- c) der Empfangsmitgliedstaat teilt der Kommission und *dem* Mitgliedstaat, in dem der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist, **nach dem in Buchstabe b) erwähnten Zweimonatszeitraum** seine Absicht mit, derartige Maßnahmen zu ergreifen;
- d) die Kommission entscheidet, dass die Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind.

Änderungsantrag 38
ARTIKEL 1 NUMMER 3 BUCHSTABE G
Artikel 2 Absatz 10 (Richtlinie 89/552/EWG)

10. Die Kommission trifft ihre Entscheidung binnen drei Monaten nach der gemäß **Absatz 8** eingegangenen Mitteilung. Entscheidet die Kommission, dass die Maßnahme mit dem Gemeinschaftsrecht unvereinbar ist, darf der betreffende Mitgliedstaat die vorgeschlagenen Maßnahmen nicht ergreifen.“

10. Die Kommission trifft ihre Entscheidung binnen drei Monaten nach der gemäß **Absatz 8 Buchstabe c)** eingegangenen Mitteilung. Entscheidet die Kommission, dass die Maßnahme mit dem Gemeinschaftsrecht unvereinbar ist, darf der betreffende Mitgliedstaat die vorgeschlagenen Maßnahmen nicht ergreifen.“

Änderungsantrag 39
ARTIKEL 1 NUMMER 5
Artikel 3 Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Die Mitgliedstaaten können für die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter strengere oder ausführlichere Bestimmungen in den von dieser Richtlinie erfassten Bereichen vorschreiben.

1. Die Mitgliedstaaten können für die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter strengere oder ausführlichere Bestimmungen in den von dieser Richtlinie erfassten Bereichen vorschreiben, **vorausgesetzt dass diese Bestimmungen nicht zu einer eindeutigen Wettbewerbsverzerrung führen oder gegen Grundsätze des EU-Rechts verstoßen.**

Begründung

Es ist wichtig, einen funktionierenden Medienmarkt aufrechtzuerhalten. Wenn es im Rahmen der Anwendung der Richtlinie zu unbilligen Wettbewerbsverzerrungen kommt, die normalerweise nach dem EU-Recht nicht zulässig sind, müssen die Mitgliedstaaten dafür sorgen können, dass alle grundlegenden EU-Rechtsgrundsätze eingehalten werden.

Änderungsantrag 40
ARTIKEL 1 NUMMER 5
Artikel 3 Absatz 3 (Richtlinie 89/552/EWG)

3. Die Mitgliedstaaten fördern Regelungen zur *Co-Regulierung* in den von dieser Richtlinie koordinierten Bereichen. Solche Regelungen müssen derart gestaltet sein, dass sie von den hauptsächlich Beteiligten allgemein anerkannt werden und dass eine wirksame Durchsetzung gewährleistet ist.“

3. Die Mitgliedstaaten fördern Regelungen zur ***Selbst- und/oder Ko-Regulierung*** in den von dieser Richtlinie koordinierten Bereichen. Solche Regelungen müssen derart gestaltet sein, dass sie ***in dem jeweiligen Mitgliedstaat*** von den hauptsächlich Beteiligten allgemein anerkannt werden und dass eine wirksame Durchsetzung gewährleistet ist.“

Änderungsantrag 41
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3b Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass der Zugang zu Ereignissen, die von großem öffentlichen Interesse sind und die von einem ihrer Rechtshoheit unterliegenden Fernsehveranstalter übertragen werden, zum Zwecke der Kurzberichterstattung

1. ***Unbeschadet anderer vertraglicher Vereinbarungen zwischen den betreffenden Fernsehveranstaltern sorgen die*** Mitgliedstaaten dafür, dass der Zugang zu Ereignissen, die von großem öffentlichen Interesse sind und die von einem ihrer

Fernsehveranstaltern, die in anderen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, nicht verwehrt wird.

Rechtshoheit unterliegenden Fernsehveranstalter übertragen werden, zum Zwecke der Kurzberichterstattung Fernsehveranstaltern **mit einer rechtsgültigen Genehmigung**, die in anderen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, nicht verwehrt wird **und ein angemessenes Entgelt dafür bezahlt wird**.

Begründung

Das Recht auf Kurzberichterstattung wird seit jeher durch bilaterale Vereinbarungen praktiziert und sollte im Wortlaut der Richtlinie anerkannt werden. Die Gewährung des freien Zugangs zum Signal eines Fernsehveranstalters führt zu erheblichen Problemen im Hinblick auf Urheberrechte und beeinträchtigt die Eigentumsrechte des Fernsehveranstalters und/oder Rechteinhabers. Der Fernsehveranstalter ist nicht notwendigerweise der Inhaber der Senderechte in anderen Mitgliedstaaten der EU. Da die Mitgliedstaaten sich für unterschiedliche Konzepte hinsichtlich des Informationsrechts entschieden haben, sollte diese Richtlinie eine neutrale Klausel enthalten, die es den Mitgliedstaaten überlässt, das Rechtsinstrument zur Umsetzung der Richtlinie in nationales Recht auszuwählen.

Änderungsantrag 42

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3b Absatz 2 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

2a. Die Bestimmungen dieses Artikels gelten unbeschadet der Verpflichtung einzelner Fernsehveranstalter, das Urheberrecht des Mitgliedstaats, in dem sie niedergelassen sind, einschließlich der Richtlinie 2001/29/EG und/oder des Übereinkommens von Rom, einzuhalten, und diese Verpflichtung bleibt davon unberührt.

Begründung

Macht deutlich, dass die bestehenden Verpflichtungen des Urheberrechts durch die Richtlinie nicht berührt werden.

Änderungsantrag 43

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3c Buchstabe c (Richtlinie 89/552/EWG)

c) Angaben, die es ermöglichen, mit dem

c) Angaben, die es ermöglichen, mit dem

Mediendienstanbieter schnell Kontakt aufzunehmen und unmittelbar und effizient mit ihm zu kommunizieren, einschließlich seines elektronischen Postfachs **und** seiner Webadresse;

Mediendienstanbieter schnell Kontakt aufzunehmen und unmittelbar und effizient mit ihm zu kommunizieren, einschließlich seines elektronischen Postfachs **oder** seiner Webadresse;

Begründung

Sprachliche Änderung.

Änderungsantrag 44
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 c Buchstabe d (Richtlinie 89/552/EWG)

d) gegebenenfalls die zuständige **Regulierungsbehörde.**

d) gegebenenfalls die zuständige **Regulierungs- oder Aufsichtsbehörde.**

Änderungsantrag 45
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3d (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten **ergreifen angemessene Maßnahmen**, um zu gewährleisten, dass **ihrer Rechtshoheit unterliegende** Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen könnte.

Die Mitgliedstaaten **und die Kommission fördern die Ausarbeitung von Verhaltenskodizes durch Handels-, Berufs- und Verbraucherverbände oder –organisationen**, um zu gewährleisten, dass Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen könnte.

Begründung

Der Schutz von Minderjährigen muss durch einen Ansatz auf mehreren Ebenen mit allen Beteiligten erreicht werden. Mittels der Selbstregulierung haben sich Akteure der Branche wie beispielsweise Internetdiensteanbieter als Vorreiter bei der Einführung von Maßnahmen zum Schutz von Minderjährigen erwiesen.

Änderungsantrag 46
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3f Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Die Mitgliedstaaten sorgen im Rahmen

1. Die Mitgliedstaaten sorgen im Rahmen

des praktisch Durchführbaren **und** mit angemessenen Mitteln dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendienstanbieter die Produktion und den Zugang zu europäischen Werken im Sinne von Artikel 6 fördern.

des praktisch Durchführbaren mit angemessenen Mitteln dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendienstanbieter die Produktion und den Zugang zu europäischen **und unabhängigen** Werken im Sinne von Artikel 6 fördern.

Begründung

Die Mediendienstanbieter sollten europäische Werke fördern und die unabhängige Produktion unterstützen. Dies wird zu Europas Zielen der kulturellen Vielfalt beitragen und ein faires und wettbewerbsfähiges Umfeld zwischen allen Akteuren in diesem Sektor erhalten.

Änderungsantrag 47 ARTIKEL 1 NUMMER 6 Artikel 3f Absatz 3 (Richtlinie 89/552/EWG)

3. Die Mitgliedstaaten erstatten der Kommission spätestens zum Ende des vierten Jahres nach Erlass dieser Richtlinie und anschließend alle **drei** Jahre über die Umsetzung der Bestimmung in Absatz 1 Bericht.

3. Die Mitgliedstaaten erstatten der Kommission spätestens zum Ende des vierten Jahres nach Erlass dieser Richtlinie und anschließend alle **zwei** Jahre über die Umsetzung der Bestimmung in Absatz 1 Bericht.

Begründung

Der Zweijahreszeitraum passt besser in den Gesamtzeitplan. Drei Jahre sind angesichts der schnellen Entwicklung der neuen Dienstleistung ziemlich lang.

Änderungsantrag 48 ARTIKEL 1 NUMMER 6 Artikel 3f Absatz 4 (Richtlinie 89/552/EWG)

4. Auf der Grundlage der von den Mitgliedstaaten übermittelten Informationen erstattet die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat über die Anwendung von Absatz 1 Bericht und trägt dabei der Markt- und Technologieentwicklung Rechnung.

4. Auf der Grundlage der von den Mitgliedstaaten übermittelten Informationen erstattet die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat über die Anwendung von Absatz 1 Bericht und trägt dabei der Markt- und Technologieentwicklung **sowie der Zielsetzung der kulturellen Vielfalt** Rechnung.

Begründung

Wie die Kommission auch in ihrer Begründung (und in Erwägung 3) hervorhebt, haben audiovisuelle Mediendienste nicht nur große Bedeutung für die wirtschaftliche und technologische Entwicklung, sondern auch große Auswirkungen im Bereich der Demokratie und der kulturellen Vielfalt.

Änderungsantrag 49

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3g Buchstabe c Ziffer i (Richtlinie 89/552/EWG)

i) Diskriminierungen nach Rasse, Geschlecht oder Nationalität **enthalten**;

i) **beleidigend sein aufgrund von** Diskriminierungen nach Rasse, Geschlecht, Nationalität, **Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung**;

Begründung

Der derzeitige Kommissionsvorschlag würde zum Beispiel einen Dokumentarfilm über Rassenhass verbieten, während die Absicht in Wirklichkeit darin besteht, audiovisuelle Medieninhalte zu verbieten, die beleidigend sind. Darüber hinaus sollten andere Formen der Diskriminierung nicht vergessen werden.

Änderungsantrag 50

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3g Buchstabe c Ziffer iv (Richtlinie 89/552/EWG)

iv) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt gefährden.

iv) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt **schwer** gefährden.

Änderungsantrag 51

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3g Buchstabe d (Richtlinie 89/552/EWG)

d) Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation **und Teleshopping** für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse ist untersagt.

d) Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse ist untersagt.

Begründung

Überflüssig.

Änderungsantrag 52
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3g Buchstabe f (Richtlinie 89/552/EWG)

f) Audiovisuelle Kommunikation darf weder zur körperlichen noch zur seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Deswegen soll sie keine direkten Kaufappelle an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen, Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben und Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

f) Audiovisuelle **kommerzielle** Kommunikation darf weder zur körperlichen noch zur seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Deswegen soll sie keine direkten Kaufappelle an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen, Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben und Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

Begründung

Sprachliche Änderung

Änderungsantrag 53
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3g Buchstabe f (Richtlinie 89/552/EWG)

f) Audiovisuelle Kommunikation darf weder zur körperlichen noch zur seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Deswegen soll sie keine **direkten** Kaufappelle an Minderjährige richten, **die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen**, Minderjährige nicht **unmittelbar** dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben und Minderjährige nicht **ohne berechtigten Grund** in gefährlichen Situationen zeigen.

f) Audiovisuelle Kommunikation darf weder zur körperlichen noch zur seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Deswegen soll sie keine Kaufappelle an Minderjährige richten, Minderjährige nicht dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben, und Minderjährige nicht in gefährlichen Situationen zeigen.

Änderungsantrag 54

ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3h (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Audiovisuelle Mediendienste, die gesponsert sind **oder Produktplatzierungen enthalten**, müssen folgenden Anforderungen genügen:

a) **Die** Programmplanung, **wo angemessen, und der Inhalt solcher audiovisueller Mediendienste** dürfen auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigt wird.

b) Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch besondere verkaufsfördernde Bezugnahmen auf solche Waren oder Dienstleistungen.

c) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung **und/oder auf die Produktplatzierung** hingewiesen werden. Gesponserte Programme müssen, beispielsweise durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, eine Bezugnahme auf seine Produkte oder Dienste oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen in angemessener Weise zum Beginn, **während** und/oder zum Ende der Programme eindeutig gekennzeichnet sein. **Programme mit Produktplatzierungen müssen zu Programmbeginn hinreichend gekennzeichnet sein, um eine Irreführung des Zuschauers zu verhindern.**

2. Audiovisuelle Mediendienste dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist. **Ferner dürfen audiovisuelle Mediendienste keine Produktplatzierung zugunsten von Zigaretten oder Tabakerzeugnissen oder zugunsten von Unternehmen enthalten,**

1. Audiovisuelle Mediendienste **oder Programme**, die gesponsert sind, müssen **gegebenenfalls** folgenden Anforderungen genügen:

a) **Deren Inhalt und, im Falle der Fernsehstrahlung, deren Programmplanung** dürfen auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigt wird.

b) Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch besondere verkaufsfördernde Bezugnahmen auf solche Waren oder Dienstleistungen.

c) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung hingewiesen werden. Gesponserte Programme müssen, beispielsweise durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, eine Bezugnahme auf seine Produkte oder Dienste oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen in angemessener Weise zum Beginn und/oder zum Ende der Programme eindeutig gekennzeichnet sein.

2. Audiovisuelle Mediendienste **oder Programme** dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.

deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.

3. Beim Sponsoring von audiovisuellen Mediendiensten durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens geworben werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterliegt, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

4. Nachrichtensendungen und Sendungen zum aktuellen Zeitgeschehen dürfen **weder** gesponsert werden **noch Produktplatzierung enthalten. Audiovisuelle Mediendienste für Kinder und Dokumentarfilme dürfen keine Produktplatzierung enthalten.**

3. Beim Sponsoring von audiovisuellen Mediendiensten **oder Programmen** durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens geworben werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterliegt, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

4. Nachrichtensendungen und Sendungen zum aktuellen Zeitgeschehen dürfen **nicht** gesponsert werden.

Änderungsantrag 55
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3h a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 3ha

1. Audiovisuelle Mediendienste, die Produktplatzierungen enthalten, müssen folgenden Anforderungen genügen:

a) Die Programmplanung, wo angemessen, und der Inhalt solcher audiovisueller Mediendienste dürfen auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird.

b) Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch besondere verkaufsfördernde Bezugnahmen auf solche Waren oder

Dienstleistungen.

c) Die Zuschauer müssen eindeutig auf die Produktplatzierung hingewiesen werden. Programme, die Produktplatzierungen enthalten, müssen angemessen gekennzeichnet sein, um eine Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

2. Audiovisuelle Mediendienste dürfen keine Produktplatzierung zugunsten von Tabakerzeugnissen oder Zigaretten oder zugunsten von Unternehmen enthalten, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.

3. Nachrichtensendungen und Sendungen zum aktuellen Zeitgeschehen dürfen keine Produktplatzierung enthalten. Audiovisuelle Mediendienste für Kinder und Dokumentarfilme dürfen keine Produktplatzierung enthalten.

Änderungsantrag 56
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 hb (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 3hb

Zugänglichkeit

1. Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene Maßnahmen, um schrittweise zu gewährleisten, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende audiovisuelle Mediendienste für Personen mit sensorischen Behinderungen über die Weiterentwicklung der Gebärdensprache, Untertitelung, Audiobeschreibung und akustischen Untertitelung uneingeschränkt zugänglich werden.

2. Die Europäische Kommission ersucht die Mitgliedstaaten alle zwei Jahre um Informationen über die Umsetzung dieses Artikels.

Begründung

Die Zugänglichkeit der audiovisuellen Mediendienste ist ein wichtiger Bestandteil der ordnungsgemäßen Funktionsweise des Binnenmarkts gemäß Erwägung 30. Menschen mit sensorischen Behinderungen und/oder ältere Menschen, für die die Frage der Zugänglichkeit ebenfalls von entscheidender Bedeutung ist, stellen einen wesentlichen Anteil der Verbraucher bei audiovisuellen Dienstleistungen dar. Dem Institut für Hörforschung zufolge leben über 81 Millionen Europäer mit einem Gehörschaden; darüber hinaus gibt es mehr als 30 Millionen blinde und sehgeschädigte Europäer. Untersuchungen haben ergeben, dass eine überwältigende Zahl von Menschen mit Behinderungen und/oder älteren Menschen fernsehen. Daraus ergibt sich ein Markt, der versorgt werden muss. Eine Verpflichtung zur Bereitstellung zugänglicher audiovisueller Mediendienste würde zweifellos einen fruchtbaren Wettbewerb der Diensteanbieter anregen und die Funktionsweise des Binnenmarkts verbessern.

Änderungsantrag 57

ARTIKEL 1 NUMMER 9

Artikel 10 Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Fernsehwerbung und Teleshopping müssen als solche klar erkennbar und durch optische und/oder akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen getrennt sein.

1. Fernsehwerbung und Teleshopping müssen als solche klar erkennbar und **vom redaktionellen Inhalt zu unterscheiden sein. Unbeschadet der Verwendung der neuen Werbetechniken müssen Fernsehwerbung und Teleshopping** von anderen Programmteilen eindeutig durch optische und/oder akustische **und/oder räumliche** Mittel getrennt sein.

Begründung

Der Grundsatz der Trennung von Werbeinhalten und redaktionellen Inhalten sollte fest verankert werden, aber die Mittel zur Wahrung des Grundsatzes sollten ausgeweitet werden, um die Entwicklung neuer und kreativer Pausenstrukturen zu fördern und gleichzeitig den Zuschauern Klarheit und Schutz zu garantieren.

Änderungsantrag 58

ARTIKEL 1 NUMMER 9

Artikel 10 Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Einzeln gesendete Werbespots und Teleshopping-Spots müssen, außer in Sportprogrammen, die Ausnahme bilden.”

entfällt

Begründung

Die Beibehaltung der Regelung, dass isolierte Werbespots die Ausnahme (ausgenommen beim Sport) bleiben sollten, würde die Fähigkeit der Fernsehveranstalter, flexible neue Pausenstrukturen gemeinsam mit den Zuschauern zu ermitteln, in künstlicher Weise begrenzen. Jüngste Untersuchungen zeigen, dass die Zuschauer tatsächlich Werbespots gegenüber Werbeblöcken vorziehen, da durch Erstere der Programmverlauf weniger gestört wird als durch lange Pausen.

Änderungsantrag 59

ARTIKEL 1 NUMMER 10

Artikel 11 Absatz 2 Unterabsatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Die Übertragung von **Fernsehfilmen** (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen **und** Dokumentarfilmen), **Kinospielfilmen**, Kinderprogrammen und Nachrichtensendungen darf für jeden Zeitraum von **35 Minuten** einmal für Werbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden.

2. Die Übertragung von **Kinospielfilmen** (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen, Dokumentarfilmen **und Fernsehfilmen**), Kinderprogrammen und Nachrichtensendungen darf **bei einer geplanten Laufzeit von mehr als 30 Minuten**, für jeden Zeitraum von **30 Minuten** einmal für Werbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden.

Begründung

Die Einführung einer 35-Minutenregel würde zu Einnahmeverlusten für jene führen, die in diese weniger profitablen Genres investieren. Um zu vermeiden, dass diese Beiträge immer häufiger aus nichteuropäischen Ländern importiert werden, sollten Einschränkungen auf einer geplanten Sendezeit von 30 Minuten beruhen. Darüber hinaus sollten sie nur für bestimmte Genres wie Kinderprogramme, Nachrichten und Spielfilme angewandt werden. Einschränkungen für Fernsehfilme, die nur über Reklame finanziert werden können – im Gegensatz zu Kinofilmen, die ebenfalls an den Kinokassen verkauft werden, sollten aufgehoben werden, um einen wirksamen Investitionsanreiz in original europäische Produktionen zu schaffen.

Änderungsantrag 60

ARTIKEL 1 NUMMER 17

Artikel 20 (Richtlinie 89/552/EWG)

Unbeschadet des Artikels 3 können die Mitgliedstaaten für **Sendungen**, die ausschließlich für ihr eigenes Hoheitsgebiet bestimmt sind und weder unmittelbar noch mittelbar in einem oder mehreren anderen Mitgliedstaaten öffentlich empfangen

Unbeschadet des Artikels 3 können die Mitgliedstaaten für **Fernsehsendungen**, die ausschließlich für ihr eigenes Hoheitsgebiet bestimmt sind und weder unmittelbar noch mittelbar in einem oder mehreren anderen Mitgliedstaaten öffentlich empfangen

werden können **sowie in Bezug auf Fernsehveranstalter, die keinen bedeutenden Zuschaueranteil erreichen**, unter Einhaltung des Gemeinschaftsrechts andere als die in Artikel 11 Absatz 2 und Artikel 18 festgelegten Bedingungen vorsehen.“

werden können, unter Einhaltung des Gemeinschaftsrechts andere als die in Artikel 11 Absatz 2 und Artikel 18 festgelegten Bedingungen vorsehen.“

Begründung

Die Formulierung ist unklar und könnte zu Problemen führen: Was soll der Begriff Sendungen bedeuten? Wie können die Auswirkungen von Sendungen auf Zuschauerquoten gemessen werden? Wie kann man festlegen, ob eine Sendung ausschließlich für das nationale Hoheitsgebiet bestimmt ist?

Um Rechtssicherheit zu gewährleisten, sollte der Begriff „Sendungen“ durch den Begriff „Fernsehsendungen“ ersetzt werden, und der Hinweis auf „Fernsehveranstalter, die keinen bedeutenden Zuschaueranteil erreichen“ sollte gestrichen werden.

Änderungsantrag 61 ARTIKEL 1 NUMMER 20 Artikel 23b Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. **Die** Mitgliedstaaten gewährleisten **die** Unabhängigkeit **der nationalen Regulierungsbehörden** und sorgen dafür, dass diese ihre Befugnisse unparteiisch und transparent ausüben.

1. **Soweit die** Mitgliedstaaten **nationale Regulierungsstellen eingerichtet haben**, gewährleisten **sie deren** Unabhängigkeit und sorgen dafür, dass diese ihre Befugnisse unparteiisch und transparent ausüben.

Begründung

Die Mitgliedstaaten sollten nicht verpflichtet werden, nationale Regulierungsbehörden einzurichten. Insofern ist der Wortlaut des Kommissionsvorschlages korrekturbedürftig.

Änderungsantrag 62 ARTIKEL 1 NUMMER 22 Artikel 26 (Richtlinie 89/552/EWG)

Spätestens am **/ /** und anschließend alle zwei Jahre übermittelt die Kommission dem Europäischen Parlament, dem Rat und dem Wirtschafts- und Sozialausschuss einen Bericht über die Anwendung dieser Richtlinie in ihrer geänderten Fassung und macht erforderlichenfalls Vorschläge zu ihrer Anpassung an die Entwicklungen im

Spätestens am ...* und anschließend alle zwei Jahre übermittelt die Kommission dem Europäischen Parlament, dem Rat und dem Wirtschafts- und Sozialausschuss einen Bericht über die Anwendung dieser Richtlinie in ihrer geänderten Fassung, **insbesondere im Hinblick auf die Umsetzung der Maßnahmen gemäß**

Bereich der audiovisuellen Mediendiensten, und zwar insbesondere im Lichte neuerer technologischer Entwicklungen und der Wettbewerbsfähigkeit dieses Sektors.“

Artikel 3f Absatz 1 und Artikel 3hb, und macht erforderlichenfalls Vorschläge zu ihrer Anpassung an die Entwicklungen im Bereich der audiovisuellen Mediendienste, und zwar insbesondere im Lichte neuerer technologischer Entwicklungen und der Wettbewerbsfähigkeit dieses Sektors **sowie der Förderung der kulturellen Vielfalt.**“

** Ende des fünften Jahres nach Annahme dieser Richtlinie*

Änderungsantrag 63 ARTIKEL 3 ABSATZ 1

1. Die Mitgliedstaaten setzen die erforderlichen Rechts- und Verwaltungsvorschriften in Kraft, um dieser Richtlinie spätestens **am** [...] nachzukommen. Sie teilen der Kommission unverzüglich den Wortlaut dieser Rechtsvorschriften mit und fügen eine Tabelle der Entsprechungen zwischen der Richtlinie und diesen innerstaatlichen Rechtsvorschriften bei.

1. Die Mitgliedstaaten setzen die erforderlichen Rechts- und Verwaltungsvorschriften in Kraft, um dieser Richtlinie spätestens **bis ...*** nachzukommen. Sie teilen der Kommission unverzüglich den Wortlaut dieser Rechtsvorschriften mit und fügen eine Tabelle der Entsprechungen zwischen der Richtlinie und diesen innerstaatlichen Rechtsvorschriften bei.

** zwei Jahre nach Inkrafttreten der Richtlinie*

Begründung

Eine Frist für die Umsetzung dieser Richtlinie ist im Text der Kommission nicht enthalten. Eine rasche Umsetzung ist wünschenswert, um einen uneingeschränkt funktionierenden Binnenmarkt für audiovisuelle Mediendienste und gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Anbieter von Mediendiensten zu gewährleisten. Zwei Jahre nach Umsetzung der Richtlinie sollten die Mitgliedstaaten der Kommission über ihre Umsetzungsmaßnahmen für bestimmte Bestimmungen dieser Richtlinie Bericht erstatten. In ähnlicher Weise sollte die Kommission dem Rat und dem Parlament über die Anwendung dieser Richtlinie drei Jahre nach ihrer Umsetzung (oder fünf Jahre nach ihrer Annahme) Bericht erstatten.

VERFAHREN

Titel	Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität				
Bezugsdokumente – Verfahrensnummer	KOM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD)				
Federführender Ausschuss	CULT				
Stellungnahme von Datum der Bekanntgabe im Plenum	IMCO 2.2.2006				
Verstärkte Zusammenarbeit – Datum der Bekanntgabe im Plenum					
Verfasser(-in) der Stellungnahme Datum der Benennung	Heide Rühle 21.2.2006				
Ersetzte(r) Verfasser(-in) der Stellungnahme					
Prüfung im Ausschuss	21.3.2006 11.7.2006	19.4.2006 14.9.2006	30.5.2006 4.10.2006	12.6.2006	20.6.2006
Datum der Annahme	5.10.2006				
Ergebnis der Schlussabstimmung	+ : 27 - : 0 0 : 4				
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende Mitglieder	Charlotte Cederschiöld, Janelly Fourtou, Evelyne Gebhardt, Malcolm Harbour, Anna Hedh, Edit Herczog, Henrik Dam Kristensen, Kurt Lechner, Arlene McCarthy, Toine Manders, Manuel Medina Ortega, Béatrice Patrie, Zita Pleštinská, Giovanni Rivera, Zuzana Roithová, Luisa Fernanda Rudi Ubeda, Heide Rühle, Andreas Schwab, József Szájer, Marianne Thyssen, Jacques Toubon, Bernadette Vergnaud und Glenis Willmott.				
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende(r) Stellvertreter(-in/-innen)	Maria Badia I Cutchet, Benoît Hamon, Filip Andrzej Kaczmarek, Gisela Kallenbach, Syed Kamall, Othmar Karas, Joseph Muscat und Gary Titley.				
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende(r) Stellv. (Art. 178 Abs. 2)	Sharon Bowles, Den Dover, Harald Ettl, Ruth Hieronymi und John Purvis.				
Anmerkungen (Angaben nur in einer Sprache verfügbar)	...				

10.10.2006

STELLUNGNAHME DES AUSSCHUSSES FÜR DIE RECHTE DER FRAU UND DIE GLEICHSTELLUNG DER GESCHLECHTER

für den Ausschuss für Kultur und Bildung

zu dem Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität
(KOM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD))

Verfasserin der Stellungnahme: Lissy Gröner

KURZE BEGRÜNDUNG

Die Verfasserin der Stellungnahme begrüßt den Vorschlag der Kommission, insbesondere die Schaffung eines einzigen ordnungspolitischen Rahmens für lineare und nicht-lineare Dienste. Einige Aspekte, die die Gleichstellung der Geschlechter sowie den Schutz von Minderjährigen betreffen, müssten jedoch noch eingefügt werden, damit die Richtlinie mit den Prioritäten der Union in Einklang steht. Dies ist vor dem Hintergrund zu sehen, dass in Europa immer mehr Frauen einer Erwerbstätigkeit nachgehen, aber nicht genug dafür getan wird, dass sie Berufs- und Familienleben miteinander vereinbaren können. Außerdem müsste ein klarer und starker Schutz von Minderjährigen in der Richtlinie definiert werden. In die gleiche Richtung geht die Forderung, keine Produktplatzierung zu erlauben, da nicht erwiesen ist, dass sie die Wettbewerbsfähigkeit verbessert, jedoch eindeutig die Gefahr einer Beeinträchtigung der Qualität der Inhalte sowie der Unabhängigkeit der Urheber besteht, was möglicherweise nachteilige Auswirkungen für die Nutzer audiovisueller Dienste sowie für die Bevölkerung hat.

ÄNDERUNGSANTRÄGE

Der Ausschuss für die Rechte der Frau und die Gleichstellung der Geschlechter ersucht den federführenden Ausschuss für Kultur und Bildung, folgende Änderungsanträge in seinen Bericht zu übernehmen:

Änderungsantrag 1
ERWÄGUNG 10

(10) Aufgrund der Einführung einheitlicher Mindestbestimmungen in Artikel 3c bis 3h dürfen die Mitgliedstaaten in den durch diese Richtlinie harmonisierten Bereichen nicht mehr aus Gründen des Jugendschutzes und der Bekämpfung der Aufstachelung zum Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Glauben **oder** Nationalität, der Verletzung der Menschenwürde einzelner Personen oder des Verbraucherschutzes gemäß Artikel 3 Absatz 4 der Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom Herkunftslandprinzip abweichen.

(10) Aufgrund der Einführung einheitlicher Mindestbestimmungen in Artikel 3c bis 3h dürfen die Mitgliedstaaten in den durch diese Richtlinie harmonisierten Bereichen nicht mehr aus Gründen des Jugendschutzes und der Bekämpfung der Aufstachelung zum Hass aufgrund von Rasse, **ethnischer Herkunft**, Geschlecht, Glauben, Nationalität, **Alter, sexueller Ausrichtung oder Behinderung** und Verletzung der Menschenwürde einzelner Personen oder des Verbraucherschutzes gemäß Artikel 3 Absatz 4 der Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom Herkunftslandprinzip abweichen.

Begründung

Es sollte keine Diskriminierung aufgrund von ethnischer Herkunft, Alter, sexueller Ausrichtung oder Behinderung geben.

Änderungsantrag 2
ERWÄGUNG 13

(13) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste erfasst alle Dienste der audiovisuellen Massenmedien, unabhängig davon, ob diese nach Programmplan oder auf Abruf bereitgestellt werden. Er umfasst jedoch nur Dienstleistungen, wie sie im EG-Vertrag festgelegt sind, und daher alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die öffentlich-rechtlicher Unternehmen, gilt jedoch nicht für nicht-wirtschaftliche Tätigkeiten, wie z. B. rein private Webseiten.

(13) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste erfasst alle Dienste der audiovisuellen Massenmedien, unabhängig davon, ob diese nach Programmplan oder auf Abruf bereitgestellt werden. Er umfasst jedoch nur Dienstleistungen, wie sie im EG-Vertrag festgelegt sind, und daher alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die öffentlich-rechtlicher Unternehmen, gilt jedoch nicht für nicht-wirtschaftliche Tätigkeiten, wie z. B. rein private Webseiten; **das wirtschaftliche Element muss signifikant sein, um die Anwendung der Richtlinie zu rechtfertigen.**

Begründung

Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste sollte nur für Dienste gelten, die üblicherweise gegen Entgelt erbracht werden; die Tatsache, dass eine Webseite oder ein Videoblog Informationen z.B. über die verwendete Software enthält, bedeutet nicht zwangsläufig, dass die Einstufung als wirtschaftliche Tätigkeit erforderlich ist.

Änderungsantrag 3 ERWÄGUNG 17

(17) Der Begriff der redaktionellen Verantwortung ist grundlegend für die Bestimmung der Rolle des Mediendienstanbieters und damit des Begriffs der audiovisuellen Mediendienste. **Die** in der Richtlinie 2000/31/EG vorgesehenen Haftungsausschlüsse **bleiben von dieser Richtlinie unberührt.**

(17) Der Begriff der redaktionellen Verantwortung ist grundlegend für die Bestimmung der Rolle des Mediendienstanbieters und damit des Begriffs der audiovisuellen Mediendienste. **Die redaktionelle Verantwortung setzt voraus, dass der Mediendienstanbieter als Fachmann den audiovisuellen Inhalt – entweder einzelne Inhaltselemente oder eine Palette von Inhalten – auswählt und organisiert. Dies schließt die gemeinsame Nutzung von nutzergenerierten Inhalten innerhalb einer begrenzten virtuellen Gemeinschaft sowie die Tätigkeiten von als Vermittler auftretenden Diensteanbietern aus, die in den Genuss der** in der Richtlinie 2000/31/EG vorgesehenen Haftungsausschlüsse **kommen.**

Begründung

Es muss in einer Erwägung klargestellt werden, dass der Begriff der redaktionellen Verantwortung voraussetzt, dass der Mediendienstanbieter den audiovisuellen Inhalt – entweder einzelne Inhaltselemente oder eine Auswahl von Inhalten – als Fachmann bearbeitet. Dies ermöglicht auch eine eindeutigere Unterscheidung zwischen „Mediendienstanbietern“ und „als Vermittler auftretenden Diensteanbietern“, die in den Genuss der in den Artikeln 12 bis 15 der eCommerce-Richtlinie vorgesehenen Haftungsausschlüsse kommen.

Änderungsantrag 4 ERWÄGUNG 19 A (neu)

(19a) Es ist deshalb von entscheidender Bedeutung, dass die Mitgliedstaaten die Entstehung beherrschender Stellungen verhindern, die zu einer Einschränkung

des Pluralismus und Beschneidungen der Freiheit der Medieninformation sowie des gesamten Informationssektors führen würden, z.B. durch die Einleitung von Maßnahmen zur Sicherstellung des nichtdiskriminierenden Zugangs zu audiovisuellen Mediendiensteangeboten im Interesse der Allgemeinheit (beispielsweise über so genannte „must-carry“-Verpflichtungen (Übertragungsverpflichtungen)).

Begründung

Ein zentrales Anliegen der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste ist es, den Zugang der Bürger zu einem pluralistischen Medienangebot zu garantieren. Diese Erwägung baut auf einer in der geltenden Richtlinie bereits bestehenden Textstelle auf, doch wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass der Vielfalt dienende Infrastrukturmaßnahmen, z.B. "must-carry"-Verpflichtungen, ebenfalls zur Verwirklichung dieses Ziels beitragen.

Änderungsantrag 5 ERWÄGUNG 25

(25) Wie die Kommission in ihrer Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament „Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union“ betont hat, gehört dazu auch „dass sorgfältig analysiert wird, welcher Regulierungsansatz angezeigt ist und insbesondere, ob Rechtsvorschriften für den jeweiligen Sektor oder die jeweilige Themenstellung vorzuziehen sind, oder ob Alternativen wie Ko-Regulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten. Für Ko-Regulierung und Selbstregulierung sieht die Interinstitutionelle Vereinbarung über bessere Rechtsetzung gemeinsame Definitionen, Kriterien und Verfahren vor.“ Wie die Erfahrung zeigt, **können Mit- und Selbstregulierungsinstrumente**, die im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen **Verbraucherschutzes** spielen.

(25) Wie die Kommission in ihrer Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament „Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union“ betont hat, gehört dazu auch „dass sorgfältig analysiert wird, welcher Regulierungsansatz angezeigt ist und insbesondere, ob Rechtsvorschriften für den jeweiligen Sektor oder die jeweilige Themenstellung vorzuziehen sind, oder ob Alternativen wie Ko-Regulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten. Für Ko-Regulierung und Selbstregulierung sieht die Interinstitutionelle Vereinbarung über bessere Rechtsetzung gemeinsame Definitionen, Kriterien und Verfahren vor.“ Wie die Erfahrung zeigt, **müssen Ko-Regulierungssysteme**, die im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen **Schutzes der Allgemeinheit** spielen. **Die die Allgemeinheit betreffenden Ziele**

können am besten im Rahmen der neuen audiovisuellen Dienste mit der aktiven Unterstützung der Anbieter erreicht werden. Die Mitgliedstaaten können daher die Anwendung transparenter und allgemein anerkannter Ko-Regulierungssysteme, insbesondere für nicht-lineare Dienste, vorsehen.

Begründung

Die Selbstregulierung kann nur als integrierender Bestandteil der Regulierung ein Mittel zur Durchführung europäischer Vorschriften sein. Sie muss deshalb in die notwendigen Regulierungsvorschriften aufgenommen werden, so dass es an dieser Stelle nur um die Ko-Regulierung gehen kann.

Änderungsantrag 6 ERWÄGUNG 32

(32) *Etwaige* Maßnahmen zum Jugendschutz und zur Wahrung der Menschenwürde **müssen sorgfältig gegen das** in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union **verankerte** Grundrecht auf Meinungsfreiheit **abgewogen** werden. Ziel dieser Maßnahmen ist daher die Gewährleistung eines angemessenen **Jugendschutzes** insbesondere in Bezug auf nicht-lineare Dienste, **aber kein generelles Verbot von nur für Erwachsene bestimmten Inhalten.**

(32) *Bei den* Maßnahmen zum Jugendschutz und zur Wahrung der Menschenwürde **muss ein angemessenes Gleichgewicht zwischen einerseits der Achtung der Grundrechte von Minderjährigen, einschließlich kleiner Kinder, von Frauen und mit Diskriminierung konfrontierten Gruppen, und andererseits dem** in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union **verankerten** Grundrecht auf Meinungsfreiheit **geschaffen** werden. Ziel dieser Maßnahmen ist daher die Gewährleistung eines angemessenen **Schutzes der Rechte von Minderjährigen, Frauen und mit Diskriminierung konfrontierten Gruppen**, insbesondere in Bezug auf nicht-lineare Dienste.

Begründung

Angesichts der wichtigen Rolle, die die Medien bei der öffentlichen Meinungsbildung spielen, und ihres de facto bestehenden Einflusses auf die Öffentlichkeit ist es wichtig, dass ein Gleichgewicht zwischen einerseits dem Grundrecht auf Meinungsfreiheit und andererseits der Achtung der von der EU und ihren Mitgliedstaaten anerkannten Menschenrechte geschaffen wird.

Änderungsantrag 7
ERWÄGUNG 40

(40) Aufgrund der geschäftlichen und technologischen Entwicklung haben die Nutzer eine immer größere Auswahl, damit aber auch eine größere Verantwortung bei der Nutzung audiovisueller Mediendienste. Damit die Ziele des allgemeinen Interesses angemessen verwirklicht werden können, müssen etwaige Vorschriften eine ausreichende Flexibilität in Bezug auf lineare audiovisuelle Mediendienste zulassen: **Der Trennungsgrundsatz sollte auf Werbung und Teleshopping beschränkt, die Produktplatzierung sollte unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt und einige quantitative Beschränkungen sollten aufgehoben werden. Produktplatzierung, die den Charakter von Schleichwerbung hat, sollte jedoch verboten bleiben. Der Einsatz neuer Werbetechniken sollte durch den Trennungsgrundsatz nicht ausgeschlossen werden.**

(40) Aufgrund der geschäftlichen und technologischen Entwicklung haben die Nutzer eine immer größere Auswahl, damit aber auch eine größere Verantwortung bei der Nutzung audiovisueller Mediendienste. Damit die Ziele des allgemeinen Interesses angemessen verwirklicht werden können, müssen etwaige Vorschriften eine ausreichende Flexibilität in Bezug auf lineare audiovisuelle Mediendienste zulassen. **Einige quantitative Beschränkungen sollten aufgehoben werden, doch muss der Trennungsgrundsatz zum Schutz der Mediendienstnutzer, zur Aufrechterhaltung der redaktionellen Unabhängigkeit und zur Wahrung der künstlerischen Freiheit auch weiterhin unantastbar sein. In diesem Zusammenhang bleibt das Verbot der Schleichwerbung bestehen.**

Begründung

Produktplatzierung ist nicht mit dem Trennungsgrundsatz vereinbar. Die Anwendung der Produktplatzierung stellt eine erhebliche Interferenz im Rahmen der audiovisuellen Tätigkeit dar und führt zu Verwirrung im Hinblick auf redaktionelle und werbebezogene Inhalte. Zur Aufrechterhaltung der Glaubwürdigkeit der Medien ist es erforderlich, auch weiterhin den Trennungsgrundsatz in umfassender Weise aufrechtzuerhalten.

Änderungsantrag 8
ERWÄGUNG 45

(45) Schleichwerbung **wird** von dieser Richtlinie wegen ihrer nachteiligen Auswirkungen auf die Verbraucher verboten. **Das Verbot von Schleichwerbung gilt nicht für die rechtmäßige Produktplatzierung im Rahmen dieser Richtlinie.**

(45) Schleichwerbung **sowie Produktintegration und Themenplatzierung werden** von dieser Richtlinie wegen ihrer nachteiligen Auswirkungen auf die Verbraucher verboten.

Begründung

Dieser Zusatz ist notwendig, um das Verbot der Produktintegration und Themenplatzierung zu verdeutlichen, da diese Praktiken für den Verbraucher extrem störend sind.

Änderungsantrag 9
ERWÄGUNG 46

(46) Produktplatzierung ist eine Tatsache in Kinospielefilmen und audiovisuellen Fernsehproduktionen, sie wird aber von den Mitgliedstaaten unterschiedlich geregelt. Um gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen und damit die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Medien zu verbessern, ist es notwendig, Regelungen für die Produktplatzierung zu treffen. Die hier eingeführte Bestimmung des Begriffs „Produktplatzierung“ umfasst alle Formen audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, eines Dienstes oder der entsprechenden Marke bzw. der Bezugnahme darauf besteht, so dass diese innerhalb eines Programms erscheinen, üblicherweise gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung. Dafür gelten die gleichen qualitativen Vorschriften und Beschränkungen wie für die Werbung. **entfällt**

Begründung

Siehe Änderungsantrag zu Erwägung 46a (neu).

Änderungsantrag 10
ERWÄGUNG 46 A (neu)

(46a) In den Mitgliedstaaten gibt es verschiedene Regelungen und Rechtsmeinungen bezüglich der Zulässigkeit und des Einsatzes von Produktionshilfen. Im Hinblick auf die Verwirklichung eines fairen grenzüberschreitenden Wettbewerbs ist

deshalb eine Klärung in dieser Frage notwendig. Produktionshilfe ermöglicht die umsichtige Verwendung knapper Ressourcen ohne den Nachteil eines Verstoßes gegen den Trennungsgrundsatz. Der hier eingeführte Begriff „Produktionshilfe“ umfasst die kostenlose oder preisreduzierte Annahme von Produktionsmitteln oder anderen Produktionsfaktoren für die Produktion audiovisueller Mediendienste, die aus journalistischen oder künstlerischen Gründen für die Darstellung der Wirklichkeit notwendig sind. Produktionshilfen sollten zulässig sein, sofern sie keine Einschränkung der journalistischen bzw. der künstlerischen Ausdrucksfreiheit zur Folge haben. Es darf keine Zahlung oder ähnliche Gegenleistung als Entgelt für die verwendeten Produktionshilfen geben. Wenn der Einsatz von Produktionshilfen aus redaktionellen oder künstlerischen Gründen die Bezugnahme auf Waren, Dienste, Namen, Handelsmarken oder Tätigkeiten eines Warenproduzenten bzw. eines Dienstleisterbringers oder die Darstellung derselben verlangt, so geschieht dies ohne besondere oder übermäßige Hervorhebung.

Begründung

Mit dieser Erwägung wird klargestellt, was unter zulässigen Produktionshilfen zu verstehen ist. Eine Produktionshilfe ermöglicht die umsichtige Verwendung knapper Finanzmittel. Eine Produktionshilfe wird in einer Produktion aus redaktionellen und nicht aus Werbegründen dargestellt, so dass ihr Einsatz nicht zu einer Verwechslung von redaktionellem Inhalt und kommerziellen Formen der Kommunikation führt. Damit wird vermieden, dass der Trennungsgrundsatz ausgehöhlt bzw. die künstlerische oder journalistische Freiheit beschnitten wird.

Änderungsantrag 11 ERWÄGUNG 47

(47) Die Regulierungsbehörden sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch

(47) Die Regulierungsbehörden **und Regulierungsgremien** sollten sowohl von

von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur Medienvielfalt beitragen können. Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen –

nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur Medienvielfalt beitragen können. Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen. **Die unterschiedlichen Merkmale der nationalen Traditionen im Bereich der Medienregulierung bezüglich der Organisation der Regulierungsbehörden und Regulierungsgremien sind zu beachten –**

Begründung

Mit diesem Wortlaut werden die unterschiedlichen nationalen Organisationsformen der Regulierung und Aufsicht in den Mitgliedstaaten berücksichtigt.

Änderungsantrag 12 ERWÄGUNG 48 A (neu)

(48a) Obwohl die Anbieter audiovisueller Inhalte verpflichtet sind, zu gewährleisten, dass in den von ihnen angebotenen Mediendiensten enthaltene Tatsachen und Ereignisse korrekt dargestellt werden, müssen dennoch klare Verpflichtungen betreffend das Recht auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen bestehen, um so zu gewährleisten, dass jeder, der der Auffassung ist, dass seine berechtigten Interessen durch die Behauptung einer unrichtigen Tatsache über einen audiovisuellen Mediendienst verletzt worden sind, seine Rechte wirksam geltend machen kann.

Änderungsantrag 13 ERWÄGUNG 48 B (neu)

(48b) Das Recht von Menschen mit Behinderungen und älteren Menschen auf

Teilnahme am sozialen und kulturellen Leben der Gemeinschaft, das sich von Artikel 25 und 26 der Charta der Grundrechte ableitet, ist mit der Bereitstellung zugänglicher audiovisueller Mediendienste untrennbar verbunden. Die Zugänglichkeit audiovisueller Mediendienste umfasst, beschränkt sich jedoch nicht auf Gebärdensprache, Untertitelung, Audiobeschreibung, Audiountertitelung und leicht verständliche Menüführung.

Begründung

In Ermangelung einer gemeinsamen Interpretation des Begriffs „Zugänglichkeit“ besteht die Gefahr, dass die Mitgliedstaaten die Bestimmungen von Artikel 3i unterschiedlich auslegen, was zu Marktaufteilung, unlauterem Wettbewerb und Rechtsunsicherheit zum Nachteil von Nutzern mit Behinderungen führen kann. Daher wird vorgeschlagen, Leitlinien anzubieten, die den Begriff „Zugänglichkeit“ im Zusammenhang mit audiovisuellen Diensten erläutern.

Änderungsantrag 14 ARTIKEL 1 NUMMER 2 Artikel 1 Buchstabe a (Richtlinie 89/552/EWG)

a) ‚audiovisueller Mediendienst‘: eine Dienstleistung im Sinne von Artikel 49 und 50 EG-Vertrag, 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 Artikel 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlamentes und der Rates besteht.

a) ‚audiovisueller Mediendienst‘: eine Dienstleistung im Sinne von Artikel 49 und 50 EG-Vertrag, deren Hauptzweck in dem Angebot bewegter Bilder mit oder ohne Ton zur Information, Unterhaltung oder Bildung der Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne von Artikel 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlamentes und der Rates besteht **und die von einem Mediendiensteanbieter angeboten wird. Diese Definition umfasst nicht die Dienste der Informationsgesellschaft gemäß der Definition in Artikel 1 der Richtlinie 98/48/EG.**

Begründung

Die Aufnahme eines Hinweises auf den „Mediendiensteanbieter“ in dieser Definition stellt klar, dass nicht jedes Angebot von audiovisuellen Inhalten für die Öffentlichkeit unter die Definition des Begriffs „audiovisueller Mediendienst“ und somit in den Anwendungsbereich

der Richtlinie fällt, sondern nur die Dienste, für die ein „Mediendiensteanbieter“ die redaktionelle Verantwortung übernimmt (und nicht beispielsweise die gemeinsame Nutzung von nutzergenerierten Inhalten innerhalb einer begrenzten virtuellen Gemeinschaft). Außerdem wird durch den Hinweis die uneingeschränkte Kohärenz zwischen den Definitionen von „audiovisueller Mediendienst“ und „Mediendiensteanbieter“ gewährleistet. Was jedoch in einer „neuen Medienlandschaft“ unter „redaktioneller Verantwortung“ zu verstehen ist, muss in einer Erwägung noch weiter geklärt werden. Es wird ferner vorgeschlagen, das Wort „allgemeinen“ (vor „Öffentlichkeit“) zu streichen, um die Unsicherheit zu vermeiden, die entstehen würde, wenn man die bewährte Formulierung in der derzeitigen Richtlinie, wo lediglich der Begriff „Öffentlichkeit“ verwendet wird, ändern würde.

Änderungsantrag 15
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

(aa) ,audiovisuelle Mediendienste für Kinder': alle in Artikel 1 Buchstabe a) definierten Mediendienste, die für Kinder bestimmt sind oder bei denen ein erheblicher Anteil der Zuschauer aus Kindern besteht.

Begründung

Es müsste für einen verstärkten Schutz von Minderjährigen gesorgt werden, weil immer mehr Frauen einer Erwerbstätigkeit nachgehen und ihre minderjährigen Kinder unbeaufsichtigt vor dem Fernsehgerät zurücklassen.

Änderungsantrag 16
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe h (Richtlinie 89/552/EWG)

h) ‚Schleichwerbung‘: die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, des Namens, der Marke oder der Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom **Fernsehveranstalter** absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich ihres eigentlichen Zwecks irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

h) ‚Schleichwerbung‘: die **direkte oder indirekte** Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, des Namens, der Marke oder der Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom **Mediendiensteanbieter** absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich ihres eigentlichen Zwecks irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

Begründung

Schleichwerbung sollte auch bei nicht-linearen Mediendiensten in jeglicher Form (direkt oder indirekt) verboten werden.

Änderungsantrag 17
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k (Richtlinie 89/552/EWG)

***k) ‚Produktplatzierung‘: jede Form entfällt
audiovisueller kommerzieller
Kommunikation, die in der Einbeziehung
eines Produkts, 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.“***

Begründung

Der Artikel definiert diesen neu eingeführten Begriff „Produktionshilfe“.

Änderungsantrag 18
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

***ka) ‚Produktionshilfe‘: die kostenlose oder
preisreduzierte Annahme von
Produktionsmitteln oder anderen
immateriellen Produktionsfaktoren für die
Produktion von audiovisuellen
Mediendiensten ohne Entgelt oder eine
ähnliche Gegenleistung.***

Begründung

Der Artikel definiert diesen neu eingeführten Begriff „Produktionshilfe“.

Änderungsantrag 19
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe k b (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

kb) ‚Ko-Regulierung‘: eine Form von Regulierung, die auf Zusammenarbeit zwischen öffentlichen Behörden und Selbstregulierungsorganen beruht.

Begründung

Es kommt darauf an, zusätzliche Definitionen zu geben.

Änderungsantrag 20

ARTIKEL 1 NUMMER 4 BUCHSTABE B

Artikel 2a Absatz 2 Unterabsatz 1 Buchstaben a, b, c und d (Richtlinie 89/552/EWG)

b) In Absatz 2 wird der Wortlaut „Artikel 22a“ durch „Artikel 3e“ ersetzt.

b) Absatz 2 Unterabsatz 1 Buchstaben a, b, c und d erhält folgende Fassung:

„a) mit einer Fernsehsendung aus einem anderen Mitgliedstaat wird in offensichtlicher, ernster und schwerwiegender Weise gegen Artikel 22 Absatz 1 oder 2 und/oder Artikel 3e verstoßen; oder mit einem nicht-linearen Mediendienst aus einem anderen Mitgliedstaat wird in offensichtlicher, ernster und schwerwiegender Weise gegen Artikel 3d oder 3e verstoßen;

b) der Mediendienstanbieter hat während der vorangegangenen zwölf Monate bereits mindestens zweimal gegen die Vorschriften des Buchstabens a) verstoßen;

c) der betreffende Mitgliedstaat hat dem Mediendienstanbieter und der Kommission schriftlich die behaupteten Verstöße sowie die für den Fall erneuter Verstöße beabsichtigten Maßnahmen mitgeteilt;

d) die Konsultationen mit dem Mitgliedstaat, der den audiovisuellen Mediendienst verbreitet, und der Kommission haben innerhalb von 15 Tagen ab der unter Buchstabe c) genannten Mitteilung zu keiner gütlichen Regelung geführt, und es kommt zu einem erneuten Verstoß.“

(Siehe Wortlaut von Artikel 2a der Richtlinie 89/552/EWG)

Begründung

Es muss hier auf die exakte Wortwahl geachtet werden, um Missverständnissen vorzubeugen.

Änderungsantrag 21
ARTIKEL 1 NUMMER 4 BUCHSTABE B A (neu)
Artikel 2a Absatz 3 (Richtlinie 89/552/EWG)

ba) Absatz 3 erhält folgende Fassung:

„3. Absatz 2 lässt die Anwendung entsprechender Verfahren, Rechtsmittel oder Sanktionen bezüglich der betreffenden Verstöße in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, unberührt.“

Begründung

Es muss hier auf die exakte Wortwahl geachtet werden, um Missverständnissen vorzubeugen.

Änderungsantrag 22
ARTIKEL 1 NUMMER 5
Artikel 3 Absatz 3 a (neu)

3a. Die Mitgliedstaaten fördern mit geeigneten Mitteln die Entwicklung von Medienkompetenz unter den Verbrauchern.

Begründung

Medienkompetenz bezieht sich auf die notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse sowie das nötige Verständnis für eine effektive Nutzung der Medien durch die Verbraucher. Sie wird immer mehr zu einem fundamentalen Bestandteil der europäischen und nationalen Programme zur Kommunikationspolitik, da sie die Regulierung aktiv ergänzt und untermauert. Wichtige Initiativen werden auf europäischer und nationaler Ebene entwickelt, um die Medienkompetenz der Menschen zu verbessern, so dass sie die Vorteile der Digitaltechnologien vollständig nutzen können. Die Richtlinie über die audiovisuellen Mediendienste sollte diese Bemühungen anerkennen und Orientierung bieten.

Änderungsantrag 23
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3b Absatz 1 a (neu)

1a. Die Mitgliedstaaten ergreifen alle erforderlichen Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende Fernsehveranstalter zum Zwecke der Kurzberichterstattung Zugang zu Ereignissen von großem öffentlichen Interesse haben.

Begründung

Der Vorschlag der Europäischen Kommission betreffend das Recht auf Kurzberichterstattung gewährleistet keinen Zugang der Bürger zu Informationen über Ereignisse, die für die Gesellschaft von Bedeutung sind. Es ist daher notwendig, ein gemeinschaftsweites Recht auf Kurzberichterstattung einzuführen. Außerdem würde eine solche Bestimmung auch dem noch immer gültigen Ziel dienen, die EG-Richtlinie in Einklang mit dem entsprechenden Übereinkommen des Europarats zu bringen. Ein neuer Absatz 1 ist daher in Artikel 3b einzufügen.

Änderungsantrag 24

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3b Absatz 2 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

2a. Die Fernsehveranstalter haben das Recht auf Kurzberichterstattung ohne Rücksicht auf den Inhaber von Exklusivrechten und haben somit Anspruch auf unabhängigen Zugang zu Ereignissen von großem öffentlichen Interesse.

Änderungsantrag 25

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3d (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten **ergreifen angemessene Maßnahmen**, um zu gewährleisten, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen könnte.

Die Mitgliedstaaten **und die Kommission ermutigen die Handels-, Berufs- und Verbraucherverbände und -organisationen zur Aufstellung von Verhaltenskodizes**, um zu gewährleisten, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen, **einschließlich kleinen Kindern**, ernsthaft beeinträchtigen könnte, **insbesondere durch**

Programme, die pornographische Szenen enthalten, d.h. Darstellungen, die zum Hass aufgrund des Geschlechts aufstacheln, grundlose Gewalttätigkeit, Aufstachelung zur Gewalt gegen Frauen und Mädchen oder zu Intoleranz.

Begründung

Der Schutz von Minderjährigen in der neuen Medienlandschaft wird am besten durch ein Vorgehen auf mehreren Ebenen und partnerschaftlich unter Beteiligung aller Akteure erreicht, wie es in Artikel 16 der eCommerce-Richtlinie vorgesehen ist.

Änderungsantrag 26
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3d a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 3d a

Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu erreichen, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende audiovisuelle Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die Geschlechterbilderstereotypen fördert oder verstärkt.

Begründung

Geschlechterstereotypen in den Medien spielen eine Schlüsselrolle für den Fortbestand der Diskriminierung aufgrund des Geschlechts.

Änderungsantrag 27
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3e (Richtlinie 89/552/EWG)

Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln dafür, dass die audiovisuellen Mediendienste und die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von ihrer Rechtshoheit unterliegenden Anbietern verbreitet werden, nicht zu Hass aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller

entfällt

Ausrichtung aufstacheln.

Änderungsantrag 28
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3e a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 3e a

1. Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln dafür, dass die audiovisuellen Mediendienste und die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von ihrer Rechtshoheit unterliegenden Anbietern verbreitet werden,

a) keine Diskriminierung aus Gründen des Geschlechts, der Rasse, der ethnischen Herkunft, der Religion oder des Glaubens, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Ausrichtung enthalten;

b) keine Aufstachelung zum Hass aus den oben genannten Gründen enthalten;

c) Menschen mit Behinderungen nicht in einer stigmatisierenden Weise darstellen, die ihre Menschenwürde und Integrität verletzt.

2. Die Mitgliedstaaten sorgen durch geeignete, sowohl allgemeine als auch spezifische, Maßnahmen dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden audiovisuellen Mediendienste schrittweise für alle Bürger und vor allem für behinderte und ältere Menschen uneingeschränkt zugänglich gemacht werden, und legen der Kommission alle zwei Jahre einen Bericht vor.

Begründung

Die Zugänglichkeit der audiovisuellen Mediendienste ist gemäß Erwägung 30 ein wichtiger Bestandteil des reibungslosen Funktionierens des Binnenmarkts. Menschen mit Behinderungen und/oder ältere Menschen stellen einen wesentlichen Anteil der Nutzer von audiovisuellen Dienstleistungen dar. Dem Institut für Hörforschung zufolge leben über 81 Millionen Europäer mit einem Gehörschaden; darüber hinaus gibt es mehr als 30 Millionen sehbehinderte Europäer. Untersuchungen haben ergeben, dass sehr viele Menschen mit

Behinderungen und/oder ältere Menschen fernsehen. Daraus ergibt sich ein Markt, der versorgt werden muss. Eine Verpflichtung zur Bereitstellung zugänglicher audiovisueller Mediendienste würde den Wettbewerb der Diensteanbieter anregen und den Binnenmarkt beleben.

Änderungsantrag 29
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3g Buchstabe c Ziffer i (Richtlinie 89/552/EWG)

i) Diskriminierungen nach Rasse, Geschlecht oder Nationalität enthalten;

i) die Menschenwürde oder die Grundrechte gemäß der Definition in der Grundrechtecharta verletzen oder Diskriminierungen nach Rasse, Geschlecht, ethnischer Herkunft, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter, sexueller Ausrichtung oder Nationalität enthalten;

Begründung

Die in Artikel 3g festgelegte Liste ist unvollständig und folgt nicht der Reihenfolge in Artikel 13 des Vertrages.

Änderungsantrag 30
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3g Buchstabe c Ziffer ii (Richtlinie 89/552/EWG)

ii) religiöse oder politische Überzeugungen verletzen; entfällt

Begründung

Siehe Änderungsantrag zu Artikel 3g Buchstabe c Unterabsatz i.

Änderungsantrag 31
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3g Buchstabe d a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

da Pornographie, u.a. Darstellungen, die zum Hass aufgrund des Geschlechts aufstacheln, ist in jeder Form von audiovisueller kommerzieller Kommunikation und Teleshopping untersagt;

Begründung

Ein Verbot der Pornographie soll nicht bedeuten, dass alle erotischen Filme und Darstellungen nicht mehr erlaubt sind, sondern dass solche Darstellungen, die benutzt werden, um zum Hass aufgrund des Geschlechts aufzustacheln, verboten sind. Basierend auf dem geänderten Europäischen Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen des Europarats, insbesondere seines Artikels 7, muss Pornographie der Liste der verbotenen audiovisuellen kommerziellen Kommunikation in Buchstabe d hinzugefügt werden. Artikel 7 des Übereinkommens lautet: „Alle Sendungen eines Programms müssen im Hinblick auf ihre Aufmachung und ihren Inhalt die Menschenwürde und die Grundrechte anderer achten. Insbesondere dürfen sie: a) nicht unsittlich sein und namentlich keine Pornographie enthalten; b) Gewalt nicht unangemessen herausstellen und nicht geeignet sein, zum Rassenhass aufzustacheln.“

Änderungsantrag 32

ARTIKEL 1 NUMMER 6

Artikel 3g Buchstabe e (Richtlinie 89/552/EWG)

e) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke **darf nicht an Minderjährige gerichtet sein und darf nicht den übermäßigen Genuss solcher Getränke fördern.**

e) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke **sollte nicht vor 21 Uhr ausgestrahlt werden.**

Begründung

Die Konfrontation von Minderjährigen mit Alkoholwerbung soll verringert werden.

Alkohol ist keine gewöhnliche Ware. Abgesehen davon, dass es sich um ein Rauschmittel handelt, das sowohl zu körperlicher als auch zu psychischer Abhängigkeit führen kann, ist Alkohol giftig und die Ursache für etwa 60 Krankheiten und gesundheitliche Beeinträchtigungen. Alkohol ist ein Schlüsselfaktor für die Gesundheit; auf ihn sind 7,4% aller Krankheiten und vorzeitigen Todesfälle in der EU zurückzuführen, was bedeutet, dass er bei den wichtigsten Risikofaktoren nach Bluthochdruck und Tabakkonsum an dritter Stelle steht. Er verursacht in der EU jedes Jahr fast 195.000 Todesfälle (mehr als 25% der Todesfälle bei Männern in der Altersgruppe von 15-29 Jahren sind auf Alkohol zurückzuführen). Außerdem führen alkoholbedingte Krankheiten, Verletzungen und Gewalttätigkeiten bei den Gesundheits- und Sozialsystemen sowie im Bereich der Beschäftigung und Strafverfolgung EU-weit zu Kosten von ca. 125 Milliarden Euro pro Jahr, was 1,3% des BIP entspricht (d.h. 650 Euro pro Haushalt). Unabhängig davon, ob Alkoholwerbung auf Jugendliche abzielt, sieht die Realität so aus, dass junge Menschen mit dieser Werbung konfrontiert werden. Immer mehr Untersuchungen belegen, dass Minderjährige, die mit Alkoholwerbung in Berührung kommen und Gefallen daran finden, positivere Erwartungen und Haltungen gegenüber alkoholischen Getränken entwickeln, was wiederum einen Einfluss darauf hat, wie früh sie mit dem Trinken beginnen sowie welche alkoholischen Getränke sie in welchen Mengen konsumieren. Im Gegensatz zu Beschränkungen in Bezug auf den Inhalt der Werbung bietet ein Verbot der Alkoholwerbung

vor 21.00 Uhr ein leicht und praktisch anzuwendendes und zu überwachendes Mittel, um das Ausmaß der Alkoholwerbung, dem Minderjährige ausgesetzt sind, zu reduzieren.

Änderungsantrag 33
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3g Buchstabe f (Richtlinie 89/552/EWG)

f) Audiovisuelle Kommunikation darf weder zur körperlichen noch zur seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Deswegen soll sie keine direkten Kaufappelle an Minderjährige richten, **die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen**, Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben und Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

f) Audiovisuelle Kommunikation darf weder zur körperlichen noch zur seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Deswegen soll sie keine direkten **oder indirekten** Kaufappelle an Minderjährige richten, Minderjährige nicht unmittelbar **oder mittelbar** dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben und Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

Änderungsantrag 34
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3g Buchstabe f a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

fa) audiovisuelle Mediendienste für Kinder dürfen weder Werbung noch Sponsoring oder Marketing für Nahrungsmittel und Getränke mit einem hohen Fett-, Zucker- oder Salzgehalt, ermittelt anhand von Ernährungsprofilen, die den in der Verordnung über gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel entwickelten Grundsätzen entsprechen, und für alkoholische Getränke enthalten.

Begründung

Ein verstärkter Schutz von Minderjährigen sollte vorgeschrieben werden, da immer mehr Frauen berufstätig werden und Minderjährige unbeaufsichtigt vor dem Fernseher zurücklassen.

Änderungsantrag 35
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3h Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Audiovisuelle Mediendienste, die gesponsert sind **oder Produktplatzierungen enthalten**, müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Audiovisuelle Mediendienste, die gesponsert sind, müssen folgenden Anforderungen genügen:

Begründung

Siehe Begründung zum Änderungsantrag zu Erwägung 40.

Änderungsantrag 36
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3h Absatz 1 Buchstabe (c) (Richtlinie 89/552/EWG)

c) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung **und/oder auf die Produktplatzierung** hingewiesen werden. Gesponserte Programme müssen, beispielsweise durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, eine Bezugnahme auf seine Produkte oder Dienste oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen in angemessener Weise zum Beginn, während und/oder zum Ende der Programme eindeutig gekennzeichnet sein. Programme mit Produktplatzierungen müssen zu Programmbeginn hinreichend gekennzeichnet sein, um eine Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

c) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung hingewiesen werden. Gesponserte Programme müssen, beispielsweise durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, eine Bezugnahme auf seine Produkte oder Dienste oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen in angemessener Weise zum Beginn, während und/oder zum Ende der Programme eindeutig gekennzeichnet sein. **In Drittländern produzierte** Programme mit Produktplatzierungen müssen zu Programmbeginn hinreichend gekennzeichnet sein, um eine Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

Begründung

Siehe Begründung zum Änderungsantrag zu Erwägung 40.

Änderungsantrag 37
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3h Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Audiovisuelle Mediendienste dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren

2. Audiovisuelle **Programme und** Mediendienste dürfen nicht von

Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist. **Ferner dürfen audiovisuelle Mediendienste keine Produktplatzierung zugunsten von Zigaretten oder Tabakerzeugnissen oder zugunsten von Unternehmen enthalten, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.**

Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit **entweder** die Herstellung oder der Vertrieb von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen **oder die Herstellung oder der Vertrieb von Alkohol** ist.

Begründung

Sponsoring von Tätigkeiten im Zusammenhang mit Tabak und Alkohol sollte nicht erlaubt sein.

Änderungsantrag 38
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3h Absatz 4 (Richtlinie 89/552/EWG)

4. Nachrichtensendungen und Sendungen zum aktuellen Zeitgeschehen dürfen **weder** gesponsert werden **noch Produktplatzierung enthalten. Audiovisuelle Mediendienste für Kinder und Dokumentarfilme dürfen keine Produktplatzierung enthalten.**“

4. Nachrichtensendungen und Sendungen zum aktuellen Zeitgeschehen dürfen **nicht** gesponsert werden.“

Begründung

Siehe Begründung zum Änderungsantrag zu Erwägung 40.

Änderungsantrag 39
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3h a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 3ha

Die Verwendung von Produktionshilfe für audiovisuelle Mediendienste ist nur unter den folgenden Bedingungen zulässig:

- a) sie darf keine Einschränkung der journalistischen oder künstlerischen Meinungsfreiheit zur Folge haben,**
- b) wenn in diesem Zusammenhang die Erwähnung oder Darstellung von Waren,**

Dienstleistungen, Namen, Marken oder Aktivitäten eines Erzeugers von Waren oder Anbieters von Dienstleistungen aus redaktionellen Gründen erforderlich ist, muss dies ohne jede besondere oder übermäßige Hervorhebung erfolgen,

c) es darf kein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung für die Darstellung gewährt werden,

d) der Zuschauer ist über die Verwendung jeder dieser Produktionshilfen am Anfang und am Ende des Programms zu informieren. Die genauen Vorschriften, einschließlich einer „de minimis“-Beschränkung, sind von den Mitgliedstaaten festzulegen,

e) bezahlte Produktplatzierung, Themenplatzierung und Produkt-/Script-integration sind untersagt,

f) Programme aus Drittländern, die Produktplatzierung enthalten, müssen eindeutig als solche identifiziert und gekennzeichnet sein.

Die genauen Regeln, einschließlich der Bußgeldbestimmungen, legen die Mitgliedstaaten fest.

Begründung

Der Artikel definiert die Kriterien für die Zulässigkeit von Produktionshilfe. Er gewährleistet, dass die Zuschauer über die Verwendung dieser Produktionshilfen informiert werden, überlässt es aber – im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip – den Mitgliedstaaten, die genauen Regeln darüber festzulegen, was angegeben werden sollte. Es besteht auch Spielraum für die Festlegung von de minimis-Beschränkungen, um die übermäßige Hervorhebung von Produktionshilfen zu vermeiden, die von geringerer Bedeutung für das jeweilige Werk sind.

Änderungsantrag 40
ARTIKEL 1 NUMMER 13
Artikel 18 Absatz 2 (Richtlinie 89/552/EWG)

2. Absatz 1 gilt nicht für Hinweise des Fernsehveranstalters auf eigene Programme und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Programmen abgeleitet sind, Sponsorenhinweise **und die**

2. Absatz 1 gilt nicht für Hinweise des Fernsehveranstalters auf eigene Programme und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Programmen abgeleitet sind, **und**

Begründung

Siehe Begründung zum Änderungsantrag zu Erwägung 40.

Änderungsantrag 41
ARTIKEL 1 NUMMER 20
Artikel 23 b Absatz 1 (Richtlinie 89/552/EWG)

1. Die Mitgliedstaaten gewährleisten die Unabhängigkeit der nationalen Regulierungsbehörden und sorgen dafür, dass diese ihre Befugnisse unparteiisch und transparent ausüben.

1. Die Mitgliedstaaten ***ergreifen geeignete Maßnahmen, um nationale Regulierungsbehörden einzurichten***, die Unabhängigkeit der nationalen Regulierungsbehörden ***zu gewährleisten, sicherzustellen, dass Männer und Frauen gleichermaßen in ihnen vertreten sind***, und dafür ***zu sorgen***, dass diese ihre Befugnisse unparteiisch und transparent ausüben.

Begründung

Artikel 23 muss geändert werden, damit er angesichts der entscheidenden Rolle, die die Medien bei der Meinungsbildung der Menschen spielen, den Verpflichtungen der Union zur Gewährleistung des gleichen Zugangs für Männer und Frauen in allen Bereichen des Lebens entspricht und gewährleistet ist, dass Männer und Frauen gleichermaßen in Entscheidungsgremien vertreten sind. Ferner kommt es darauf an, dass die Verbraucher gut informiert sind und in der Lage sein sollten, auf nationaler Ebene Rechtsmittel einzulegen, um ihre Rechte durchzusetzen.

Änderungsantrag 42
ARTIKEL 1 NUMMER 20
Artikel 23b Absatz 2 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

2a. Die Mitgliedstaaten gewährleisten, dass sowohl die linearen als auch die nicht-linearen Dienste der Kontrolle entweder durch bestehende nationale Regulierungsbehörden oder durch neu gegründete nationale Behörden unterworfen werden, dass der Pluralismus respektiert wird und dass die Verbraucher über Rechtsmittel und Verfahren zur Befassung der nationalen Regulierungsbehörde oder der zuständigen

Behörde informiert werden, um Rechte durchzusetzen, die infolge einer Nichteinhaltung der Bestimmungen dieser Richtlinie verletzt wurden.

Begründung

Artikel 23 muss geändert werden, damit er angesichts der entscheidenden Rolle, die die Medien bei der Meinungsbildung der Menschen spielen, den Verpflichtungen der Union zur Gewährleistung des gleichen Zugangs für Männer und Frauen in allen Bereichen des Lebens entspricht und gewährleistet ist, dass Männer und Frauen gleichermaßen in Entscheidungsgremien vertreten sind. Ferner kommt es darauf an, dass die Verbraucher gut informiert sind und in der Lage sein sollten, auf nationaler Ebene Rechtsmittel einzulegen, um ihre Rechte durchzusetzen.

VERFAHREN

Titel	Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität
Bezugsdokumente – Verfahrensnummer	KOM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD)
Federführender Ausschuss	CULT
Stellungnahme von Datum der Bekanntgabe im Plenum	FEMM 2.2.2006
Verstärkte Zusammenarbeit – Datum der Bekanntgabe im Plenum	
Verfasser(-in) der Stellungnahme Datum der Benennung	Lissy Gröner 21.3.2006
Ersetzte(r) Verfasser(-in) der Stellungnahme	
Prüfung im Ausschuss	11.7.2006 12.9.2006 5.10.2006
Datum der Annahme	5.10.2006
Ergebnis der Schlussabstimmung	+: 12 –: 3 0: 6
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende Mitglieder	Edit Bauer, Hiltrud Breyer, Edite Estrela, Věra Flasarová, Lissy Gröner, Lívía Járóka, Rodi Kratsa-Tsagaropoulou, Urszula Krupa, Siiri Oviir, Marie Panayotopoulos-Cassiotou, Marie-Line Reynaud, Teresa Riera Madurell und Lydia Schenardi.
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende(r) Stellvertreter(-in/-innen)	Iratxe García Pérez, Lidia Joanna Geringer de Oedenberg, Ana Maria Gomes, Karin Resetarits und Feleknas Uca.
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende(r) Stellv. (Art. 178 Abs. 2)	Manolis Mavrommatis, Karin Scheele und Margrietus van den Berg.
Anmerkungen (Angaben nur in einer Sprache verfügbar)	...

VERFAHREN

Titel	Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität				
Bezugsdokumente – Verfahrensnummer	KOM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD)				
Datum der Übermittlung an das EP	13.12.2005				
Federführender Ausschuss Datum der Bekanntgabe im Plenum	CULT 2.2.2006				
Mitberatende(r) Ausschuss/Ausschüsse Datum der Bekanntgabe im Plenum	LIBE 2.2.2006	ECON 2.2.2006	ITRE 2.2.2006	IMCO 2.2.2006	FEMM 16.3.2006
Nicht abgegebene Stellungnahme(n) Datum des Beschlusses					
Verstärkte Zusammenarbeit Datum der Bekanntgabe im Plenum					
Berichterstatter(-in/-innen) Datum der Benennung	Ruth Hieronymi 23.1.2006				
Ersetzte(r) Berichterstatter(-in/-innen)					
Vereinfachtes Verfahren – Datum des Beschlusses					
Anfechtung der Rechtsgrundlage Datum der Stellungnahme JURI		/			
Änderung der Mittelausstattung Datum der Stellungnahme BUDG		/			
Konsultation des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses durch das EP – Datum des Beschlusses des Plenums					
Konsultation des Ausschusses der Regionen durch das EP – Datum des Beschlusses des Plenums					
Prüfung im Ausschuss	20.3.2006 11.9.2006	27.4.2006 9.10.2006	20.6.2006	12.7.2006	28.8.2006
Datum der Annahme	13.11.2006				
Ergebnis der Schlussabstimmung	+	31			
	–	1			
	0	0			
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende Mitglieder	Maria Badia I Cutchet, Christopher Beazley, Ivo Belet, Giovanni Berlinguer, Guy Bono, Marielle De Sarnez, Marie-Hélène Descamps, Jolanta Dićkutė, Hanna Foltyn-Kubicka, Milan Gaľa, Claire Gibault, Vasco Graça Moura, Lissy Gröner, Luis Herrero-Tejedor, Ruth Hieronymi, Bernat Joan i Mari, André Laignel, Manolis Mavrommatis, Marianne Mikko, Ljudmila Novak, Doris Pack, Miguel Portas, Christa Prets, Karin Resetarits, Pál Schmitt, Nikolaos Sifunakis, Helga Trüpel, Henri Weber und Thomas Wise.				
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende(r) Stellvertreter(-in/-innen)	Ingeborg Gräßle, Ignasi Guardans Cambó, Erna Hennicot-Schoepges, Nina Škottová, Daniel Stroj und Catherine Trautmann.				
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende(r) Stellv. (Art. 178 Abs. 2)					

Datum der Einreichung	22.11.2006
Anmerkungen (Angaben nur in einer Sprache verfügbar)	35 Mitglieder waren anwesend, aber nur 32 haben ihre Stimme abgegeben, da die Quote der betreffenden Fraktionen erreicht war.