

EUROPÄISCHES PARLAMENT

2004



2009

Ausschuss für die Rechte der Frau und die Gleichstellung der Geschlechter

VORLÄUFIG
2005/0260(COD)

21.6.2006

ENTWURF EINER 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

PA_Legam

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:

Vorschlag der Kommission¹

Abänderungen des Parlaments

Änderungsantrag 1 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

(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 und einige quantitative Beschränkungen sollten aufgehoben werden. Der Einsatz neuer Werbetechniken sollte durch den

¹ Noch nicht im Amtsblatt veröffentlicht.

aufgehoben werden. **Produktplatzierung, die den Charakter von Schleichwerbung hat, sollte jedoch verboten bleiben.** Der Einsatz neuer Werbetechniken sollte durch den Trennungsgrundsatz nicht ausgeschlossen werden.

Trennungsgrundsatz nicht ausgeschlossen werden.

Begründung

Um die Qualität der Produkte und den Schutz der Verbraucher zu gewährleisten, sollte die Produktplatzierung im Rahmen audiovisueller Dienste in der EU verboten bleiben.

Änderungsantrag 2 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

Um die Qualität der Produkte und den Schutz der Verbraucher zu gewährleisten, sollte die Produktplatzierung im Rahmen audiovisueller Dienste in der EU verboten bleiben.

Änderungsantrag 3 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**

(46) Produktplatzierung ist eine Tatsache in **nicht in der EU produzierten** Kinospielefilmen und audiovisuellen Fernsehproduktionen, aber **es ist nicht erwiesen, dass sie** die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Medien **verbessert.**

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.

Begründung

Um die Qualität der Produkte und den Schutz der Verbraucher zu gewährleisten, sollte die Produktplatzierung im Rahmen audiovisueller Dienste in der EU verboten bleiben.

Änderungsantrag 4
ARTIKEL 1 NUMMER 2
Artikel 1 Buchstabe (a 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 5
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3 d a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

Artikel 3 da

Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende audiovisuelle Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die stereotype Geschlechterbilder fördert oder verstärkt.

Begründung

Stereotype Geschlechterbilder in den Medien spielen eine Schlüsselrolle für den Fortbestand

der Diskriminierung aufgrund des Geschlechts.

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

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

i) Diskriminierungen nach Rasse, **ethnischer Herkunft, Behinderung, Alter**, Geschlecht, Nationalität **oder sexueller Ausrichtung** enthalten;

Begründung

Dieser Absatz wird an den Wortlaut von Artikel 3e angepasst, der auf Artikel 13 des EG-Vertrags Bezug nimmt.

Änderungsantrag 7
ARTIKEL 1 NUMMER 6
Artikel 3g Buchstabe (f) (Richtlinie 89/552/EWG)

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.

f) Audiovisuelle *kommerzielle* 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 in gefährlichen Situationen zeigen, **sofern dies nicht mit Lern- oder Ausbildungszwecken zu rechtfertigen ist.**

Begründung

Siehe Begründung zum Änderungsantrag zu Artikel 1 Nummer 2.

Änderungsantrag 8
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 sowie für alkoholische Getränke enthalten noch dadurch unterbrochen werden.

Begründung

Siehe Begründung zum Änderungsantrag zu Artikel 1 Nummer 2.

Änderungsantrag 9
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 10
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. **In Drittländern produzierte** Programme mit Produktplatzierungen müssen zu Programmbeginn hinreichend gekennzeichnet sein, um eine Irreführung

des Zuschauers zu verhindern.

des Zuschauers zu verhindern.

Begründung

Siehe Begründung zum Änderungsantrag zu Erwägung 40.

Änderungsantrag 11
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 die 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.

Begründung

Siehe Begründung zum Änderungsantrag zu Erwägung 40.

Änderungsantrag 12
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 13
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 und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Programmen abgeleitet sind, **und** Sponsorenhinweise.

Begründung

Siehe Begründung zum Änderungsantrag zu Erwägung 40.

Änderungsantrag 14
ARTIKEL 1 NUMMER 20
Artikel 23b Absatz 2 a (neu) (Richtlinie 89/552/EWG)

2a. Die Mitgliedstaaten bemühen sich um eine ausgewogene Vertretung von Frauen und Männern in den nationalen Regulierungsbehörden.

Begründung

Eine stärkere Vertretung der Frauen in den Regulierungsgremien ist eine der Möglichkeiten für die Förderung der Gleichstellung der Geschlechter im audiovisuellen Bereich.