



Stand: 07. Februar 2006

Revision der EU-Fernsehrichtlinie zur Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste (COM(2005) 0646)

I. Stand

Seit 1989 gilt die jetzige EU-Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ (TVWF – TV Without Frontiers).

Sie beruht auf dem **Herkunftslandprinzip** und der Sicherung von gemeinsamen Mindeststandards. Diese **Mindeststandards** gelten für

- **die Definition des Herkunftslandprinzips**
- **den Jugendschutz**
- **den Verbraucherschutz**
- **die Werberegulungen**
- **die Förderung europäischer Inhalte.**

Die TVWF wurde 1997 aktualisiert und hat ihre Ziele erfolgreich erfüllt. Grundlegend neue Technologien erfordern heute eine Revision der Richtlinie.

II. Worin liegt das Problem?

Die geltende Richtlinie **TVWF** gilt **nur für die analoge Übertragung von Fernsehen**. Seit Jahren wird die digitale Technologie entwickelt. Die generelle **Umstellung auf digitale Technologie für die Fernsehübertragung** soll in der EU bis zum Jahr **2010 abgeschlossen** sein.

Digitale Technik ermöglicht nicht nur eine **neue Übertragungstechnologie**, sondern auch **neue technologische Plattformen** für Fernsehen wie **Internet, PC, Video, Handy**. Neben dem traditionellen Fernsehen entstehen zunehmend **„Fernsehdienste auf Abruf“** und neue **fernsehähnliche Mediendienste**.

Die **rechtliche Zuordnung** traditioneller und neuer Fernsehdienste in digitaler Technologie wird von der geltenden TVWF nicht erfasst und ihre Abgrenzung zum elektronischen Handel (E-commerce Richtlinie) ist **nicht geklärt**.

III. Wie sieht die vorgeschlagene Lösung aus?

Die EU-Kommission hat am 13. Dezember 2005 ihren Vorschlag zur Revision der Fernsehrichtlinie vorgelegt, der sich an den Grundprinzipien der jetzigen Fernseh-Richtlinie orientiert und sie technologieneutral fortentwickelt zur **Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste**.

Gleiche Inhalte sollen – unabhängig von der Übertragungstechnologie – **rechtlich gleich behandelt** werden. Wie in Deutschland soll die **Regulierungsdichte** abhängig sein von der **Bedeutung, die die Inhalte für die öffentliche Meinungsbildung** haben.

Auf dieser Grundlage werden folgende **Eckpunkte** bei der Revision der Fernsehrichtlinie von der EU-Kommission vorgeschlagen:

1. Der **Anwendungsbereich** der Richtlinie soll **audiovisuelle Mediendienste** umfassen, deren **Hauptzweck in dem Angebot bewegter Bilder mit und ohne Ton zur Informationen**,

Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze liegt.

Damit fallen die **elektronischen Dienste, die diesen Hauptzweck nicht erfüllen** – z.B. elektronische Presse, Hörfunk, private Kommunikation und elektronischer Handel - **nicht unter diese Richtlinie**. Sie werden entweder von der E-commerce-Richtlinie erfasst oder unterliegen der nationalen Gesetzgebung, soweit erforderlich.

2. Bei der **Regulierungsdichte** der audiovisuellen Mediendienste wird unterschieden zwischen
 - **linearen audiovisuellen Mediendiensten** = programmierte Dienste (Deutschland: TV-Rundfunkstaatsvertrag) und
 - **nicht-linearen audiovisuellen Mediendiensten** = Abrufdienste (Deutschland: Mediendienstestaatsvertrag).

Für die nicht-linearen Mediendienste gelten nur die bisherigen Vorschriften zum Jugendschutz und zum Schutz der Menschenwürde.

Für lineare audiovisuelle Mediendienste gelten neben den Regeln für Jugendschutz und dem Schutz der Menschenwürde eine Reihe von weiteren Vorschriften.

Zum ersten Mal wird für eine EU-Richtlinie **das Prinzip der Ko-Regulierung** zur legislativen nationalen Gesetzgebung eingeführt. Ko- und Selbstregulierung sind vor allem für die Anwendung der Richtlinie auf nicht-lineare Mediendienste vorgesehen.

3. Die Vorschriften für die **Werbung** werden **nur auf lineare Mediendienste angewandt**.
Die **quantitativen Werberegulungen** werden **dereguliert**, die **qualitativen Werberegulungen (Verbot von Schleichwerbung, Trennung von Programm und Werbung)** werden **beibehalten**.
Neu und **sehr umstritten** ist die **Legalisierung von Produkt-Placement**. Gegen die Legalisierung von Produkt-Placement gibt es aus einer Reihe von Mitgliedstaaten Bedenken, mit besonderer Entschiedenheit aus **Deutschland**.
4. **Quoten für die Förderung europäischer Produktionen** werden wie bisher **nur auf lineare Mediendienste angewandt**, bei **nicht-linearen** Mediendiensten wird ein **allgemeiner Förderauftrag für die Mitgliedstaaten** vorgeschlagen.
5. **Neu** vorgeschlagen wird das in Deutschland schon vorhandene **Kurzberichterstattungsrecht** (max 90 Sek.)

IV. Punkte, die weiterer Diskussion bedürfen

1. **Anwendungsbereich** der Richtlinie und Definitionen, konkrete **Abgrenzung** zwischen linearen, nicht-linearen Diensten und E-commerce
2. **Quantitative Werbebestimmungen**, Blockwerbeverbot, stündliche Werbezeitbegrenzung.
3. Qualitative Werbebestimmungen, vor allem Legalisierung des **Produkt- Placements**.
4. Programmquoten und **Förderpflichten für europäische Produktionen** der Mediendienste-Anbieter.
5. Kurzberichterstattungsrecht.
6. Probleme für kleine Mitgliedstaaten mit dem Herkunftslandprinzip