

EUROPÄISCHES PARLAMENT

2004



2009

Konsolidiertes Legislativdokument

13.12.2006

EP-PE_TC1-COD(2005)0260

*****I**

STANDPUNKT DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS

festgelegt in erster Lesung am 13. Dezember 2006 im Hinblick auf den Erlass der Richtlinie 2007/.../EG 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 (EP-PE_TC1-COD(2005)0260)

PE 381.890

DE

DE

STANDPUNKT DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS

festgelegt in erster Lesung am 13. Dezember 2006

im Hinblick auf den Erlass der Richtlinie 2007/.../EG 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

(Text von Bedeutung für den EWR)

DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION –

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft, insbesondere auf Artikel 47 Absatz 2 und Artikel 55,

auf Vorschlag der *Kommission*,

nach Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses¹,

nach Stellungnahme des Ausschusses der Regionen²,

gemäß dem Verfahren des Artikels 251 *des Vertrags*³,

in Erwägung nachstehender Gründe:

¹ *ABl. C 318 vom 23.12.2006, S. 202.*

² *ABl. C ...*

³ *Standpunkt des Europäischen Parlaments vom 13. Dezember 2006.*

- (1) Die Richtlinie 89/552/EWG¹ 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 **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 wenig einschränkend 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.**
- (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 Rahmenrichtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über einen gemeinsamen Rechtsrahmen für elektronische Kommunikationsnetze und -dienste (Rahmenrichtlinie)² und auf der Ebene des Austausches durch die Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt³ ("Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr") 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.****

¹ Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (ABl. L 298 vom 17.10.1989, S. 23). Zuletzt geändert durch die Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. L 202 vom 30.7.1997, S. 60).

² ABl. L 108 vom 24.4.2002, S. 33.

³ ABl. L 178 vom 17.7.2000, S. 1.

- (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.**
- (4) **In seinen Entschlüssen vom 1. Dezember 2005 zu den Vorbereitungen für die Sechste Ministerkonferenz der Welthandelsorganisation in Hongkong¹ und 4. April 2006 zur Bewertung der Doha-Runde im Anschluss an die WTO-Ministerkonferenz in Hongkong² fordert das Europäische Parlament, grundlegende öffentliche Dienste wie Gesundheitsvorsorge, Bildungswesen und audiovisuelle Dienste von der Liberalisierung im Rahmen der GATS- Verhandlungsrunde auszunehmen. In seiner legislativen Entschließung vom 27. April 2006 zu dem Vorschlag für einen Beschluss des Rates zum Abschluss des UNESCO-Übereinkommens zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen³ billigte das Parlament das UNESCO-Übereinkommen, 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“.**
- (5) **Medienerziehung sollte darin bestehen, den Bürgern die Mittel an die Hand zu geben, um kritisch zu urteilen und das immer größere Informationsvolumen, mit dem sie konfrontiert sind, nutzen zu können, wie dies in der Empfehlung 1466(2000) des Europarats ausgesprochen wurde. Durch diesen Lernprozess werden die Bürger somit in der Lage sein, Botschaften zu erstellen und die für ihre Kenntnisse am besten geeigneten Medien auszuwählen und so zu lernen, ihr Recht auf Informations- und Meinungsfreiheit umfassend auszuüben.**

¹ ABl. C 285 E vom 22.11.2006, S. 126.

² ABl. ...

³ ABl. ...

- (6) 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 das Wettbewerbsrecht und der Gleichbehandlungsgrundsatz respektiert werden, um Transparenz und Abschätzbarkeit in den Medienmärkten zu gewährleisten und niedrige Zutrittschranken zu erreichen.**
- (7) Europäische Unternehmen, die audiovisuelle Mediendienste erbringen, leiden derzeit unter mangelnder Rechtssicherheit und ungleichen Wettbewerbsbedingungen hinsichtlich der für neu aufkommende Abrufdienste geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen. **Um Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden ist es deshalb notwendig, für alle audiovisuellen Mediendienste – sowohl lineare als auch nicht-lineare – unabhängig davon, ob sie nach einem festen Programmschema oder auf Abruf übertragen werden, 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. das Sendestaatsprinzip und gemeinsame Mindeststandards – haben sich bewährt und sollten deshalb beibehalten werden.**
- (8) Die Kommission hat eine Mitteilung über die Zukunft der europäischen Regulierungspolitik im audiovisuellen Bereich veröffentlicht¹, 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.

¹ KOM(2003)0784.

- (9) *Die Koexistenz privater und öffentlich-rechtlicher Fernsehveranstalter ist von großer Bedeutung auf dem audiovisuellen Medienmarkt, auf dem öffentlich-rechtliche Mediendienstanbieter gleichermaßen in den Genuss der Vorteile der digitalen Wirtschaft kommen können.*
- (10) *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.*
- (11) Die Kommission hat die Initiative „i2010 – europäische Informationsgesellschaft“¹ ergriffen, um Wachstum und Beschäftigung in der Informationsgesellschaft und in den Medien zu fördern. *Die 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 89/552/EWG **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.***
- (12) Am 6. September 2005 verabschiedete das Europäische Parlament eine Entschließung zur Anwendung der Artikel 4 und 5 der Richtlinie 89/552/EWG (*"Fernsehen ohne Grenzen"*) – in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG – im Zeitraum 2001–2002². In dieser Entschließung verlangt **das Europäische Parlament ebenso wie in der Entschließung vom 4. September 2003³ zu Fernsehen ohne Grenzen** die Anpassung der Richtlinie 89/552/EWG 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.

¹ KOM(2005)0229.

² ABl. C 193 E vom 17.8.2006, S. 117.

³ ABl. C 76 E vom 25.3.2004, S. 453.

- (13) Diese Richtlinie verbessert die Wahrung der Grundrechte und **versucht, die insbesondere in Artikel 11 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union 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.
- (14) **Die Anforderung, dass der Herkunftsmitgliedstaat für die Übereinstimmung mit dem durch diese Richtlinie koordinierten nationalen 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 3d, Artikel 3e und Artikel 22 Absätze 1 und 2 der Richtlinie 89/552/EWG von diesem Erfordernis abweichen, wobei zu berücksichtigen ist, dass die Achtung der Grundrechte integraler Bestandteil der allgemeinen Grundsätze des Gemeinschaftsrechts ist.**
- (15) Die Rahmenrichtlinie **hat einen einheitlichen Rechtsrahmen für alle Übertragungsnetze und -dienste geschaffen, lässt gemäß 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.**

- (16) *Die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 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 vorliegende Richtlinie baut insofern auf der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 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.*
- (17) Durch diese Richtlinie werden die Mitgliedstaaten weder verpflichtet noch ermuntert, neue Lizenz- oder Genehmigungsverfahren im **Bereich audiovisueller Medien** einzuführen.
- (18) 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 dieser Richtlinie zu rechtfertigen. Wirtschaftliche Tätigkeiten werden normalerweise gegen Entgelt verrichtet, sind für eine bestimmte Dauer gedacht und von einer gewissen Kontinuität gekennzeichnet; die Bewertung sollte den Kriterien und Bestimmungen des Herkunftsstaates unterliegen. 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.*

- (19) 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 *E-Mails*, 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. 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 in Übereinstimmung mit der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 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 und Suchmaschinen, vorausgesetzt, dass deren Hauptzweck nicht die Verbreitung audiovisueller Mediendienste ist.**
- (20) **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 Anforderungen dieser Richtlinie als nur auf die lineare Ausstrahlung anwendbar. 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.**
- (21) **Die Begriffsbestimmungen in dieser Richtlinie, insbesondere die Begriffsbestimmungen der Fernsehaktivität, der linearen und nicht-linearen Dienste, werden lediglich für die Zwecke dieser Richtlinie und der Richtlinie 89/552/EWG 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.**

- (22) Diese Richtlinie gilt nicht für elektronische Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften.
- (23) **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.**
- (24) **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 der Form eines Katalogs zusammengestellt worden sind.**
- (25) 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 über den elektronischen Geschäftsverkehr vorgesehenen Haftungsausschlüsse bleiben von dieser Richtlinie unberührt.
- (26) **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.**
- (27) **Die in der Definition der audiovisuellen Mediendienste gemäß Artikel 1 Buchstabe a der Richtlinie 89/552/EWG enthaltenen und in den Erwägungen 18 bis 26 dieser Richtlinie erweiterten Kriterien müssen gleichzeitig erfüllt werden.**

- (28) 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 und kostenlose Spendenaufrufe zu Wohlfahrtszwecken.
- (29) Das Herkunftslandprinzip bleibt Kernbestandteil der Richtlinie 89/552/EWG, 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 Prinzips kann einen Hinweis auf das Kriterium der Herkunft der Einnahmen eines Dienstes nicht ausschließen, um die Voraussetzungen für einen fairen Wettbewerb zu gewährleisten.**
- (30) **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.**
- (31) **Es ist deshalb von entscheidender Bedeutung, dass die Mitgliedstaaten die Entstehung marktbeherrschender 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).**

- (32) 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.
- (33) Da diese Richtlinie nur Dienste betrifft, die für die allgemeine Öffentlichkeit in der Europäischen Union bestimmt sind, sollte sie nur für audiovisuelle Mediendienste gelten, die mit gewöhnlichen Verbraucherendgeräten unmittelbar oder mittelbar von der Allgemeinheit in einem oder mehreren Mitgliedstaaten empfangen werden können. Die Bestimmung des Begriffs „gewöhnliche Verbraucherendgeräte“ sollte den zuständigen nationalen Behörden überlassen werden.
- (34) In den Artikeln 43 bis 48 des Vertrags ist das grundlegende Recht der Niederlassungsfreiheit verankert. *Dementsprechend* können die Mediendiensteanbieter im Allgemeinen frei wählen, in welchem Mitgliedstaat sie niedergelassen sind. *Der Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften hat außerdem hervorgehoben:* „Der Vertrag verbietet es einem Unternehmen, das keine Dienste in dem Mitgliedstaat anbietet, in dem es ansässig ist, nämlich nicht, die Dienstleistungsfreiheit auszuüben“¹.
- (35) 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 gemeinschaftlichen Wettbewerbsrecht stehen*. Um die Umgehung solcher Vorschriften zu vermeiden, bietet sich eine Kodifizierung der einschlägigen Rechtsprechung *des Gerichtshofs*² 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.

¹ Rechtssache C-56/96, *VT4 Ltd/Flämische Gemeinschaft*, Slg. 1997, I-03143, Randnr. 22, und Rechtssache C-212/97, *Centros Ltd/Erhvervs- og Selskabsstyrelsen*, Slg. 1999, I-01459; siehe auch Rechtssache C-11/95, *Kommission/Belgien*, Slg. 1996, I-04115, und Rechtssache C-14/96, *Paul Denuit*, Slg. 1997, I-02785.

² *Rechtssache C-212/97, Centros/Erhvervs- og Selskabsstyrelsen; Rechtssache 33/74, Van Binsbergen/Bestuur van de Bedrijfsvereniging voor de Metaalnijverheid*, Slg. 1974, I-1299 *Rechtssache 23/93, TV 10 SA/Commissariaat voor de Media*, Slg. 1994, I-04795, Randnr. 21.

- (36) *Damit ein Mitgliedstaat von Fall zu Fall nachweisen kann, dass ein in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassener Mediendiensteanbieter dessen Regeln 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.*
- (37) Unbeschadet des Herkunftslandprinzips gestattet diese Richtlinie den Mitgliedstaaten *das Ergreifen* von Maßnahmen, die den freien *Verkehr* von Fernsehdiensten **oder nicht-linearen audiovisuellen Mediendiensten** einschränken, unter den in Artikel 2a dieser Richtlinie genannten Bedingungen und nach dem *im Einklang mit dieser Richtlinie* festgelegten Verfahren. *Der Gerichtshof hat jedoch in ständiger Rechtsprechung betont, dass Einschränkungen der Dienstleistungsfreiheit, wie zum Beispiel Ausnahmen von einem Grundsatz des Vertrags, sehr restriktiv auszulegen sind¹. Insbesondere sollte der Jugend- und Gesundheitsschutz berücksichtigt werden, auch wenn die vorherige Kontrolle von Ideen oder Meinungen unter keinen Umständen zulässig sein sollte. In Bezug auf nicht-lineare audiovisuelle Dienste ersetzt die Möglichkeit der Einleitung von Maßnahmen gemäß Artikel 2a der Richtlinie 89/552/EWG etwaige Maßnahmen, die bisher von dem betreffenden Mitgliedstaat gemäß Artikel 3 Absatz 4 und/oder Artikel 12 Absatz 3 der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr innerhalb des durch die Artikel 3d und Artikel 3e der Richtlinie 89/552/EWG koordinierten Bereichs bisher hätten getroffen werden können.*

¹ Rechtssache C-355/98, *Kommission/Belgien*, Slg. 2000, I-1221, Randnr. 28; Rechtssache C-348/96, *Calfa*, Slg. 1999, I-0011, Randnr. 23.

- (38) 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 *im Einklang* mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzes spielen **können. Die Maßnahmen zur Erreichung der Ziele im öffentlichen Interesse im Bereich der neuen audiovisuellen Mediendienste 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. Obwohl die Selbstregulierung eine ergänzende Methode zur Durchführung bestimmter Vorschriften dieser Richtlinie sein könnte, kann sie die Verpflichtung des nationalen Gesetzgebers nicht ersetzen. Ko-Regulierung, in ihrer Minimalform, schafft „eine rechtliche Verbindung“ zwischen Selbstregulierung und dem nationalen Gesetzgeber gemäß den Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten.**

¹ KOM(2005)0097.

- (39) *Der Oberbegriff der Ko-Regulierung 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 Ko-Regulierung, dass originär staatliche Aufgaben und Ziele in Kooperation mit den von der Regulierung betroffenen Akteuren umgesetzt werden. Die Beteiligten, die vom Staat beauftragt oder ermächtigt worden sind, sollen 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 Ko-Regulierung wird in einer Kombination von Vorgaben für die beteiligten Kreise und staatlichen Eingriffsmöglichkeiten für den Fall, dass die Vorgaben nicht erfüllt werden, gewährleistet.*
- (40) 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.

- (41) 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** 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; *vor Schluss des Ereignisses, oder bei Sportveranstaltungen vor dem Ende eines eintägigen Spiels, je nachdem, welches früher ist, übertragen werden; später als 36 Stunden nach dem Ereignis vorgeführt werden; zur Schaffung eines öffentlichen Archivs genutzt werden; die Entfernung des Logos oder anderer Identifikationsmerkmale des Gastfernsehveranstalters beinhalten, oder in nicht-linearen Diensten benutzt werden, es sei denn sie werden zeitgleich oder zeitversetzt von demselben Mediendiensteanbieter 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. Für europaweit tätige Fernsehveranstalter gilt das Recht des Mitgliedstaats, in dem die Veranstaltung stattfindet.*
- (42) *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.*

- (43) Nicht-lineare Dienste unterscheiden sich von linearen Diensten darin, welche Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer hat und welche Auswirkungen sie auf die Gesellschaft haben¹. Deshalb ist es gerechtfertigt, für nicht-lineare Dienste, die nur den *grundlegenden Vorschriften* in Artikel 3c bis 3h *der Richtlinie 89/552/EWG* unterliegen, weniger strenge Vorschriften zu erlassen.
- (44) 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 und von wem die** redaktionelle Verantwortung für die Inhalte **ausgeübt wird**. Die Mitgliedstaaten legen die praktischen Einzelheiten fest, wie dies unbeschadet sonstiger geltender Bestimmungen des Gemeinschaftsrechts erreicht werden soll.
- (45) 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 *die Richtlinie 89/552/EWG* 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**.
- (46) 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, beim Teleshopping, beim Sponsoring, der Produktplatzierung und jeder anderen technisch möglichen Kommunikation** zu erlassen.

¹ Siehe z. B. Rechtssache C-89/04, *Mediakabel*, Slg. 2005, I-4891.

- (47) *Die Mitgliedstaaten sollten die kritische Beurteilung von Medien in den jeweiligen nationalen Lehrplänen und Weiterbildungsangeboten fördern.*
- (48) 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.**
- (49) *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 eines der Ziele dieser Richtlinie darstellt, werden die Mitgliedstaaten nachdrücklich aufgefordert, die Anbieter audiovisueller Mediendienste an dieses Erfordernis zu erinnern und ihnen vorzuschreiben, dass vor der Verbreitung unmissverständlich auf den besonderen Charakter solcher Programme hingewiesen werden muss.*
- (50) 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.
- (51) Nach Artikel 151 Absatz 4 *des Vertrags* trägt die Gemeinschaft bei ihrer Tätigkeit aufgrund anderer Bestimmungen dieses Vertrags den kulturellen Aspekten Rechnung. *Insbesondere sollte die Vielfalt ihrer Kulturen und Sprachen gewahrt und gefördert werden und außerdem das gegenseitige Verständnis verbessert werden.*

- (52) 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. ***Diese Unterstützung für europäische Werke könnte 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 regelmäßig zu überprüfen sein. Bei der Berichterstattung gemäß Artikel 3f Absatz 3 *der Richtlinie 89/552/EWG* 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 angemessener Weise auch die Werke unabhängiger Produzenten berücksichtigt werden.***
- (53) ***Personen, 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.***
- (54) 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***.
- (55) ***Mediendienstanbieter 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.***
- (56) Dabei muss gewährleistet werden, dass Kinospielefilme nur in den zwischen Rechteinhabern und Anbietern audiovisueller Mediendienste vereinbarten Zeiträumen übertragen werden.

- (57) 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 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. Dennoch sind bei jeglicher audiovisueller kommerzieller Kommunikation nicht nur die Kennzeichnungsvorschriften, sondern auch qualitative Grundvorschriften zu beachten, damit die anerkannten ordnungspolitischen Ziele erreicht werden können.
- (58) **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.**
- (59) Wie die Kommission bereits in ihrer Auslegungsmitteilung über bestimmte Aspekte der in der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“¹ enthaltenen Werbevorschriften festgestellt hat, sind durch die Entwicklung neuer Werbetechniken und Marketingkonzepte neue wirksame Möglichkeiten für die kommerzielle Kommunikation im traditionellen Fernsehen entstanden, das auf diese Weise unter gleichen Voraussetzungen im Wettbewerb mit innovativen Abrufdiensten besser bestehen kann. Diese Auslegungsmitteilung hat in Bezug auf Bestimmungen der Richtlinie 89/552/EWG, die von der Änderungsrichtlinie nicht betroffen sind, nichts von ihrer Gültigkeit eingebüßt.
- (60) 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.

¹ ABl. C 102 vom 28.4.2004, S. 2.

- (61) **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/EG¹, 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/EG², 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 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/EG³, der die Öffentlichkeitswerbung für bestimmte Arzneimittel verbietet, gilt wie in Artikel 88 Absatz 5 vorgesehen unbeschadet des Artikel 14 der Richtlinie 89/552/EWG; gleichermaßen sollte das Verhältnis zwischen der Richtlinie 2001/83/EG und der Richtlinie 89/552/EWG vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie unberührt bleiben. Ferner lässt diese Richtlinie die Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel⁴ unberührt.**
- (62) **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.

¹ Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken) (ABl. L 149 vom 11.6.2005, S. 22).

² Richtlinie 2003/33/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Mai 2003 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen (ABl. L 152 vom 20.6.2003, S. 16).

³ Richtlinie 2001/83/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 6. November 2001 zur Schaffung eines Gemeinschaftskodexes für Humanarzneimittel (ABl. L 311 vom 28.11.2001, S. 67).

⁴ ABl. L 404 vom 30.12.2006, S. 9.

- (63) *Diese 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.***
- (64) 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.
- (65) 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.

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*, Slg.1996, I-06471.

- (66) 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, deren übergeordneter Stellenwert nicht die Meinungsbildungsfunktion ist, und für Fälle zulässt, in denen für die Produktplatzierung keine bzw. 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 Erbringen 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 ferner besonderen Anforderungen genügen. Die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters darf keinesfalls beeinträchtigt werden. Insbesondere darf durch die Einbeziehung des Produkts in die Handlung des Programms nicht der Eindruck entstehen, dass das Produkt vom Programm oder seinen Darbietern unterstützt wird. Ferner 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.***
- (67) ***"Produktionshilfen" bedeutet die aus redaktionellen Gründen ohne Entgelt oder ähnliche Gegenleistung eingesetzte Erwähnung oder Darstellung von Waren oder Dienstleistungen. Um die Abgrenzung zur Produktplatzierung im Sinne dieser Richtlinie zu erreichen, sollten die rechtlichen Rahmenbedingungen für den Einsatz der in allen Programmformaten zulässigen Produktionshilfen geklärt sein.***

- (68) *Eine "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 in übermäßiger Weise herausgestellt werden, und zwar unter Berücksichtigung des Inhalts der Programme, in denen sie auftreten.*
- (69) 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 nationalen 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 die Richtlinie 89/552/EWG und insbesondere durch die Artikel 2, 2a und 3 dieser Richtlinie koordinierten Bereiche erstrecken.*
- (70) *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.*
- (71) *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.*

HABEN FOLGENDE RICHTLINIE ERLASSEN:

Artikel 1

Die Richtlinie 89/552/EWG wird wie folgt geändert:

1. Der Titel der Richtlinie erhält folgende Fassung:

„Richtlinie 2007/.../EG des Europäischen Parlaments und des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Erbringung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste)“.

2. Artikel 1 erhält folgende Fassung:

„Artikel 1

Für die Zwecke dieser Richtlinie bedeutet:

- a) ‚audiovisueller Mediendienst‘: eine ***unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendiensteanbieters erbrachte*** Dienstleistung im Sinne der Artikel 49 und 50 *des Vertrags*, 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.***

- 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. ***Nicht erfasst sind natürliche oder juristische Personen, die Inhalte, für welche die redaktionelle Verantwortung bei Dritten liegt, lediglich weiterleiten.***
- 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.***
- d) ‚Fernsehveranstalter‘: der Anbieter linearer audiovisueller Mediendienste.
- e) ‚**Abrufdienst**‘ oder ‚nicht-linearer Dienst‘: einen audiovisuellen Mediendienst, ***der aus einem Angebot audiovisueller Inhalte besteht, das ein Mediendienstanbieter redaktionell bearbeitet und zusammenstellt und bei dem der Nutzer individuell zu einem Zeitpunkt seiner Wahl aus einem Inhaltsangebot die Übertragung eines bestimmten Programms abruft, oder der nicht unter die Begriffsbestimmung eines linearen Dienstes gemäß Buchstabe c fällt.***
- 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.
- g) ‚Fernsehwerbung‘: jede Äußerung, die im Zusammenhang mit der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs von einem öffentlich-rechtlichen oder privaten Unternehmen entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung im Fernsehen mit dem Ziel gesendet wird, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen gegen Entgelt, zu fördern.

- 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.
- i) **‚Produktintegration und Themenplatzierung‘: den Eingriff eines Unternehmens jedweder Art in die Handlung eines Films oder einer Romanverfilmung zwecks Förderung des Absatzes von Waren, Dienstleistungen oder Marken.**
- j) ‚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* Namen, Marke, Erscheinungsbild, Tätigkeiten oder Produkte zu fördern.
- k) **‚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.**
- l) ‚Teleshopping‘: die Sendung direkter Angebote an die Öffentlichkeit für den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt.

- m) *„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 **zu Gunsten 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.***
- n) *„Produktionshilfen“: ohne Entgelt oder andere Gegenleistung zur Verfügung gestellte Waren oder Dienstleistungen, die aus redaktionellen Gründen eingesetzt werden.*
- o) *„Programm“: eine Kombination von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die einzelne Bestandteile innerhalb eines Programmplans oder eines von einem Mediendiensteanbieter zusammengestellten Katalogs bilden.*
- p) *„Ko-Regulierung“: eine Form von Regulierung, die auf Zusammenarbeit zwischen öffentlichen Behörden und Selbstregulierungsorganen beruht.*
- q) *„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.“*

3. Artikel 2 wird wie folgt geändert:

- a) In Absatz 1 *werden die Wörter* „alle Fernsehsendungen, die von seiner Rechtshoheit unterworfenen Fernsehveranstaltern gesendet werden“ *durch die Wörter* „audiovisuelle Mediendienste, die von seiner Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbietern übertragen werden“ *und das Wort* „Sendungen“ *durch die Wörter* „audiovisuelle Mediendienste“ *ersetzt.*

- b) In Absatz 2 wird das Wort „Fernsehveranstalter“ durch das Wort „Mediendienstanbieter“ ersetzt.
- c) In Absatz 3 wird das Wort „Fernsehveranstalter“ durch das Wort „Mediendienstanbieter“ ersetzt; *die Wörter* „redaktionellen Entscheidungen über das Programmangebot“ *werden durch die Wörter* „redaktionellen Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst“ ersetzt; *die Wörter* „des Sendepersonals“ *werden durch die Wörter* „des mit der Erbringung des audiovisuellen Mediendienstes befassten Personals“, *die Wörter* „zuerst mit der Sendetätigkeit“ durch *die Wörter* „zuerst mit seiner Tätigkeit“ und *die Wörter* „Entscheidungen über das Programmangebot“ durch *die Wörter* „Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst“ ersetzt.
- d) Absatz 4 erhält folgende Fassung:
- „(4) Mediendienstanbieter, auf die Absatz 3 nicht anwendbar ist, gelten in folgenden Fällen als Veranstalter, die der Rechtshoheit eines Mitgliedstaats unterliegen:
- a) sie nutzen eine Erd-Satelliten-Sendestation in diesem Mitgliedstaat;
 - b) sie nutzen zwar keine Erd-Satelliten-Sendestation in diesem Mitgliedstaat, aber eine diesem Mitgliedstaat gehörende Übertragungskapazität eines Satelliten.“
- e) In Absatz 5 wird das Wort „Fernsehveranstalter“ durch das Wort „Mediendienstanbieter“ und *der* „Artikel 52“ durch „Artikel 43“ ersetzt.
- f) Absatz 6 erhält folgende Fassung:
- „(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.**“

4. *Artikel 2a erhält folgende Fassung:*

„Artikel 2a

(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.

(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 3d oder 3e und/oder Artikel 22 Absätze 1 oder 2 verstoßen;*
- b) *der betreffende Mediendiensteanbieter hat während der vorausgegangenen zwölf Monate bereits mindestens zweimal gegen die Vorschriften des Buchstabens a verstoßen;*
- c) *der betreffende Mitgliedstaat hat dem Mediendiensteanbieter, dem Mitgliedstaat, in dem dieser niedergelassen ist, und der Kommission schriftlich die behaupteten Verstöße sowie die von ihm für den Fall wiederholter Verstöße beabsichtigten Maßnahmen mitgeteilt;*
- d) *die Konsultationen mit dem Mitgliedstaat, in dem der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist, und der Kommission haben innerhalb von 15 Tagen ab der Mitteilung nach Buchstabe c zu keiner gütlichen Regelung geführt, und es kommt zu einem wiederholten Verstoß.*

(3) Bei Abrufdiensten kann ein Mitgliedstaat in dringlichen Fällen vorübergehend 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.

(4) 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.

(5) Absatz 2 lässt die Anwendung entsprechender Verfahren, Rechtsmittel oder Sanktionen bezüglich der betreffenden Verstöße in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, unberührt.“

5. Artikel 3 erhält folgende Fassung:

„Artikel 3

(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 im Einklang mit dem Gemeinschaftsrecht stehen und den Wettbewerb nicht verzerren.

(2) In Fällen, in denen ein Mitgliedstaat:

- a) sein Recht nach Absatz 1 in Anspruch genommen hat, um ausführlichere oder strengere Bestimmungen zu erlassen, und**
- b) diese Bestimmungen aus Gründen der öffentlichen Politik, einschließlich des Schutzes von Minderjährigen, oder der öffentlichen Sicherheit oder Volksgesundheit oder des Schutzes der kulturellen Vielfalt gerechtfertigt sind, und**
- c) der Mitgliedstaat der Auffassung ist, dass ein Fernsehveranstalter, der der Rechtshoheit eines anderen Mitgliedstaates unterliegt, diese Richtlinie in missbräuchlicher oder betrügerischer Weise zur Umgehung solcher Bestimmungen nutzt,**

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

(3) 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, nur 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.

(4) Ein Mitgliedstaat darf Maßnahmen gemäß Absatz 3 nur ergreifen, wenn die 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 2 und 3 vorschlägt, begründet sind.**

(5) Die Kommission trifft ihre Entscheidung binnen drei Monaten nach der gemäß Absatz 4 Buchstabe a eingegangenen Mitteilung. Entscheidet die Kommission, dass die Maßnahme mit dem Gemeinschaftsrecht unvereinbar ist, darf der betreffende Mitgliedstaat die vorgeschlagenen Maßnahmen nicht ergreifen.

(6) Die Mitgliedstaaten sorgen mit geeigneten Mitteln im Rahmen ihrer Rechtsvorschriften dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter den Bestimmungen dieser Richtlinie tatsächlich nachkommen.

(7) Die Mitgliedstaaten fördern Regelungen zur *Selbst- und/ oder* Ko-Regulierung *auf nationaler Ebene* 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.

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

(9) Die Mitgliedstaaten fördern mit geeigneten Mitteln die Entwicklung von Medienkompetenz unter den Verbrauchern.“

6. Folgende Artikel 3b bis 3i werden eingefügt:

„Artikel 3b

(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 und ohne Beeinträchtigung von Exklusivrechten sorgt jeder Mitgliedstaat 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 – Fernsehveranstaltern, die in anderen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, nicht verwehrt wird. Der Fernsehveranstalter, der solchen Zugang gewährt, hat Anspruch auf eine angemessene Entschädigung für angefallene technische Kosten.***

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

(3) ***Die Bestimmungen dieses Artikels gelten unbeschadet der Pflicht der einzelnen Fernsehveranstalter, das Urheberrecht, einschließlich der Richtlinie 2001/29/EG¹ und/oder des Internationale Übereinkommens über den Schutz der ausübenden Künstler, der Hersteller von Tonträgern und der Sendunternehmen vom 26. Oktober 1961 (Übereinkommen von Rom) sowie der Berner Übereinkunft zum Schutze von Werken der Literatur und Kunst vom 9. September 1886 mit seinen nachfolgenden Änderungen zu beachten, und berühren diese Pflicht in keiner Weise.***

(4) ***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.***

(5) ***Die Fernsehveranstalter können gemäß den Rechtsvorschriften des betreffenden Mitgliedstaats selbst Zugang zu dem betreffenden Ereignis zum Zwecke der Übertragung erhalten.***

¹ ***Richtlinie 2001/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Mai 2001 zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft (ABl. L 167 vom 22.6.2001, S. 10).***

Artikel 3c

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:

- a) den Namen des Mediendienstanbieters;
- b) die geografische Anschrift, unter der der Mediendienstanbieter niedergelassen ist;
- 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;
- d) gegebenenfalls die *relevante Regulierungs- oder Überwachungsbehörde*.

Artikel 3d

(1) 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.***

(2) 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.

(3) 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.

(4) Die Mitgliedstaaten gewährleisten unter Androhung administrativer und/oder strafrechtlicher Sanktionen, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden audiovisuellen Mediendienstanbieter keinesfalls Kinderpornographie übermitteln.

(5) 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.

Artikel 3e

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.**

Artikel 3f

- (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 europäischen Werken, die durch von Fernsehveranstaltern unabhängige Produzenten hergestellt wurden, in „Video-on-demand“-Katalogen oder einer attraktiven Präsentation europäischer Werke und von Werken, die von solchen unabhängigen Produzenten hergestellt wurden, in elektronischen Programmführern erfolgen.**
- (2) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendienstanbieter Kinospielefilme nicht zu anderen als den mit den Rechtsinhabern vereinbarten Zeiten übertragen.
- (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.
- (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.

Artikel 3g

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

- a) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation muss klar als solche erkennbar **und vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar** sein. **Unbeschadet des Einsatzes neuer Werbetechniken müssen Fernsehwerbung, Teleshopping und Telepromotion durch optische und/oder akustische und/oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Programmteilen abgesetzt sein.** Jede Schleichwerbung in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation ist verboten;
- b) **bei der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation müssen der Gesamtzusammenhang des Programms, in dessen Verlauf sie übertragen wird, und dessen natürliche Unterbrechungen respektiert werden;**
- c) 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;**
- d) **audiovisuelle kommerzielle Kommunikation muss den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union festgelegten Grundsätzen entsprechen und darf insbesondere nicht**
- i) **die menschliche Würde verletzen;**
 - ii) **aufgrund von** Diskriminierungen nach Rasse, Geschlecht, Nationalität, **Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung verletzend sein;**
 - iii) **Kinderrechte, wie sie in der UN-Konvention über die Rechte des Kindes festgelegt sind, verletzen;**
 - iv) Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden;
 - v) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt **in hohem Maße** gefährden.

- e) *jede Form der audiovisuellen kommerziellen **Kommunikation für** Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse ist untersagt;*
- f) ***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;***
- g) *audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke darf nicht an Minderjährige gerichtet sein und darf nicht den übermäßigen Genuss solcher Getränke fördern;*
- h) ***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;***
- i) *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 in** gefährlichen Situationen zeigen;*
- j) ***die Mitgliedstaaten und die Kommission sollten audiovisuelle Mediendiensteanbieter 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.***

Artikel 3h

- (1) Audiovisuelle Mediendienste **oder Programme**, die gesponsert sind, müssen folgenden Anforderungen genügen:
- a) **Ihr Inhalt und bei Fernsehübertragung ihre 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, während 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**.
- (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 Mediendienstanbieter unterliegt, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.
- (4) **Nachrichtenprogramme** und **Programme** zum aktuellen Zeitgeschehen dürfen **nicht** gesponsert **werden**.

Artikel 3i

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

Produktintegration und Themenplatzierung sind grundsätzlich verboten.

(2) Sofern die Mitgliedstaaten nichts anderes vorsehen, ist Produktplatzierung in Kinofilmen, Fernsehfilmen, Fernsehserien und Sportübertragungen jedoch zulässig.

Produktionshilfen, bei denen kein Entgelt bezahlt wird, aber bestimmte Waren oder Dienstleistungen lediglich unentgeltlich zwecks Einfügung in ein Programm bereitgestellt werden, sind zulässig.

Programme, die Produktplatzierungen oder Produktionshilfen enthalten, müssen folgenden Anforderungen genügen:

- 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;***
- 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) das Produkt darf nicht übermäßig hervorgehoben werden;***

- d) *in Fällen von Produktplatzierung müssen die Zuschauer 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.*

Im Falle von Produktionshilfen wird der Zuschauer mit angemessenen Mitteln über die Verwendung solcher Hilfen informiert.

(3) Programme dürfen unter keinen Umständen die folgenden Produktplatzierungen oder Produktionshilfen enthalten:

- 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.*

(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.

Artikel 3j

(1) Der Anteil kurzer Werbeformen wie Werbespots und Teleshopping-Spots an der Sendezeit darf innerhalb einer vollen Stunde 20 % 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.

Artikel 3k

(1) Die Mitgliedstaaten treffen geeignete Maßnahmen, damit die ihrer Rechtshoheit unterliegenden audiovisuellen Mediendienste schrittweise für Hörgeschädigte und Sehbehinderte zugänglich werden.

(2) Spätestens ab ... 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 abzuweichen, sind zu beschreiben.*

** 3 Jahre nach Annahme dieser Richtlinie.*

Artikel 3l

(1) Unbeschadet der übrigen von den Mitgliedstaaten erlassenen zivil-, verwaltungs- oder strafrechtlichen Bestimmungen hat jede natürliche oder juristische Person, deren berechnete 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.

(2) Das Recht auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen gilt in Bezug auf alle Mediendienstanbieter, die der Rechtshoheit eines Mitgliedstaats unterworfen sind.

(3) Die Mitgliedstaaten treffen die erforderlichen Maßnahmen zur Ausgestaltung dieses Rechts oder der gleichwertigen Maßnahmen und legen das Verfahren zu deren Wahrnehmung fest. Sie stellen insbesondere sicher, dass eine ausreichende Frist eingeräumt wird und dass die Vorschriften so festgelegt werden, dass dieses Recht oder die gleichwertigen 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 stellen sicher, dass bei Streitigkeiten über die Wahrnehmung des Rechts auf Gegendarstellung oder gleichwertige 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.“

7. In Artikel 5 wird folgender Absatz hinzugefügt:

„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.“

8. Artikel 6 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 1 Buchstabe c erhält folgende Fassung:

„c) Werke, die im Rahmen von zwischen der Europäischen Gemeinschaft und Drittländern im audiovisuellen Bereich geschlossenen Abkommen in Koproduktion hergestellt werden und die den darin jeweils festgelegten Voraussetzungen entsprechen.“

b) Absatz 3 wird gestrichen.

c) Absatz 4 wird Absatz 3.

d) Absatz 5 wird gestrichen.

9. Artikel 7 wird gestrichen.

10. Artikel 10 erhält folgende Fassung:

„Artikel 10

(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.

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

11. Artikel 11 erhält folgende Fassung:

„Artikel 11

(1) **Werbe- und Teleshopping-Spots können zwischen den Sendungen eingefügt werden. Werbe- und Teleshopping-Spots können 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**.

(2) Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen, Kinderprogrammen und Nachrichtensendungen darf für jeden **programmierten** Zeitraum von **30** Minuten einmal für Werbung und/oder Teleshopping unterbrochen **werden**.

Gottesdienste dürfen nicht durch Werbung oder Teleshopping unterbrochen werden.“

12. Artikel 12 und 13 werden gestrichen.
13. Artikel 16 und 17 werden gestrichen.
14. Artikel 18 erhält folgende Fassung:

„Artikel 18

- (1) Der Anteil kurzer Werbeformen wie Werbespots und Teleshopping-Spots an der Sendezeit darf innerhalb einer vollen Stunde 20 % nicht überschreiten.
- (2) Absatz 1 gilt nicht für Hinweise des Fernsehveranstalters **zur Werbung für eigene Programme und Teleshopping, gesponserte Programme und, wo anwendbar, Produktplatzierung.**“

15. Artikel 18a **erhält folgende Fassung:**

„Artikel 18a

Fenster für die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, z.B. Teleshopping, Teleshopping-Fenster und Telepromotion, müssen klar durch optische und akustische Mittel als solche gekennzeichnet sein.“

16. Artikel 19 erhält folgende Fassung:

„Artikel 19

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 müssen.** Kapitel 3 sowie Artikel 11 (Einfügung von Werbung) und Artikel 18 (Dauer der Werbung und des Teleshoppings) gelten nicht für solche Sendungen.“

17. Artikel 19a wird gestrichen.
18. Artikel 20 erhält folgende Fassung:

„Artikel 20

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, unter** Einhaltung des Gemeinschaftsrechts andere als die in Artikel 11 Absatz 2 und Artikel 18 festgelegten Bedingungen vorsehen.“

19. *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.“

20. Artikel 22a und 22b erhalten folgende Fassung:

„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.“

21. Artikel 23a wird wie folgt geändert:

In Absatz 2 e wird das Wort ‚Fernsehdienste‘ durch *die Wörter* ‚audiovisuelle Mediendienste‘ ersetzt.

22. *Die folgenden Artikel 23b und 23c werden eingefügt:*

„Artikel 23b

(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.

(2) 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.

(3) Die nationalen **Regulierungsstellen stärken ihre Zusammenarbeit und** übermitteln sich gegenseitig und der Kommission alle Informationen, die für die Anwendung der Bestimmungen dieser Richtlinie notwendig sind.

Artikel 23c

Die Mitgliedstaaten treffen die erforderlichen Maßnahmen, um den Informationspluralismus in Rundfunk und Fernsehen zu gewährleisten.

Die Mitgliedstaaten fördern im Einklang mit dem Gemeinschaftsrecht Maßnahmen, damit ihrer Rechtshoheit unterliegende Mediendiensteanbieter insgesamt den erforderlichen Pluralismus der maßgeblichen Werte und Optionen innerhalb ihrer Gesellschaft widerspiegeln, die im Einklang mit den Grundsätzen der Charta der Grundrechte der Europäischen Union stehen.“

23. Artikel 25 und 25a werden gestrichen.
24. Artikel 26 erhält folgende Fassung:

„Artikel 26

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 Absatz 1***, 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.***

Artikel 2

Die Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. Oktober 2004 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden ("Verordnung über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz")¹ wird wie folgt geändert:

In dem Anhang erhält Nummer 4 folgende Fassung:

- „4. Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit vom 3. Oktober 1989: Artikel 3g bis 3h und Artikel 10 bis 20 (ABl. L 298 vom 17.10.1989, S. 23). Zuletzt geändert durch die Richtlinie 2007/.../EG des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl ...).“

¹ ABl. L 364 vom 9.12.2004, S. 1. Geändert durch die Richtlinie 2005/29/EG (ABl. L 149 vom 11.6.2005, S. 22).

Artikel 3

(1) Die Mitgliedstaaten setzen die erforderlichen Rechts- und Verwaltungsvorschriften in Kraft, um dieser Richtlinie spätestens ...* 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.

Bei Erlass dieser Vorschriften nehmen die Mitgliedstaaten in den Vorschriften selbst oder durch einen Hinweis bei der amtlichen Veröffentlichung auf diese Richtlinie Bezug. Die Mitgliedstaaten regeln die Einzelheiten der Bezugnahme.

(2) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission den Wortlaut der wichtigsten innerstaatlichen Rechtsvorschriften mit, die sie auf dem unter diese Richtlinie fallenden Gebiet erlassen.

Artikel 4

Diese Richtlinie tritt am [...] Tag nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Union in Kraft.

Artikel 5

Diese Richtlinie ist an die Mitgliedstaaten gerichtet.

Geschehen zu am

Im Namen des Europäischen Parlaments
Der Präsident

Im Namen des Rates
Der Präsident

* *Zwei Jahre nach Inkrafttreten dieser Richtlinie.*