

Vorschlag für eine

**RICHTLINIE DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES ZUR
ÄNDERUNG DER RICHTLINIE 89/552/EWG DES RATES**

**zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der
Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehätigkeit**

(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 Kommission¹,

nach Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses²,

nach Stellungnahme des Ausschusses der Regionen³,

gemäß dem Verfahren des Artikels 251 EG-Vertrag⁴,

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Die Richtlinie 89/552/EWG dient der Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehätigkeit. In Anbetracht der neuen Übertragungstechniken für audiovisuelle Mediendienste ist es notwendig geworden, den geltenden Rechtsrahmen anzupassen, um den Auswirkungen des Strukturwandels und der technologischen Entwicklungen auf die Geschäftsmodelle und insbesondere auf die Finanzierung des gewerblichen Rundfunks Rechnung zu tragen und optimale Wettbewerbsbedingungen für die europäischen Unternehmen und Dienste im Bereich der Informationstechnologien und der Medien zu schaffen.
- (2) Die Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehätigkeit werden bereits durch die Richtlinie 89/552/EWG koordiniert, wogegen die Vorschriften über andere Tätigkeiten wie die auf Abruf bereitgestellten audiovisuellen Mediendienste Unterschiede aufweisen, von denen einige den freien Dienstleistungsverkehr innerhalb der Europäischen Union behindern und den Wettbewerb innerhalb des Gemeinsamen Marktes verzerren könnten. Insbesondere

¹ ABl. C [...] vom [...], S. [...].

² ABl. C [...] vom [...], S. [...].

³ ABl. C [...] vom [...], S. [...].

⁴ ABl. C [...] vom [...], S. [...].

haben die Mitgliedstaaten nach Artikel 3 Absatz 4 der Richtlinie 2000/31/EG die Möglichkeit, aus ordnungspolitischen Gründen vom Herkunftslandprinzip abzuweichen.

- (3) Die große Bedeutung der audiovisuellen Mediendienste für die Gesellschaften, die Demokratie und die Kultur rechtfertigt die Anwendung besonderer Vorschriften auf diese Dienste.
- (4) Traditionelle audiovisuelle Mediendienste und neu aufkommende Abrufdienste bieten erhebliche Beschäftigungsmöglichkeiten in der Gemeinschaft, vor allem in kleinen und mittleren Unternehmen, und regen Wirtschaftswachstum und Investitionstätigkeit an.
- (5) Europäische Unternehmen, die audiovisuelle Mediendienste erbringen, leiden derzeit unter mangelnder Rechtssicherheit und ungleichen Wettbewerbsbedingungen hinsichtlich der für neu aufkommende Abrufdienste geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen. Deshalb ist es notwendig, zumindest bestimmte gemeinsame Grundvorschriften auf alle audiovisuellen Mediendienste anzuwenden, um einerseits Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden und andererseits die Rechtsicherheit zu verbessern.
- (6) Die Kommission hat eine Mitteilung über die Zukunft der europäischen Regulierungspolitik im audiovisuellen Bereich⁵ veröffentlicht, in der sie betont, dass die Regulierungspolitik in diesem Sektor jetzt und auch in Zukunft die Wahrung bestimmter Interessen der Allgemeinheit, wie kulturelle Vielfalt, Recht auf Information, Jugendschutz und Verbraucherschutz, gewährleisten muss.
- (7) Die Kommission hat die Initiative „i2010 – europäische Informationsgesellschaft“⁶ ergriffen, um Wachstum und Beschäftigung in der Informationsgesellschaft und in den Medien zu fördern. Kern der i2010-Initiative ist eine umfassende Strategie, deren Ziel darin besteht, vor dem Hintergrund der Konvergenz von Informations- und Mediendiensten, -netzen und -geräten die Entwicklung der digitalen Wirtschaft durch Modernisierung und Einsatz sämtlicher Instrumente der EU-Politik (Rechtsvorschriften, Forschung und Partnerschaften mit der Industrie) voranzutreiben. Die Kommission hat sich vorgenommen, einheitliche Rahmenbedingungen für den Binnenmarkt im Bereich der Informationsgesellschaft und der Mediendienste zu schaffen und den Rechtsrahmen für audiovisuelle Dienste zu modernisieren. Der erste Schritt dazu war ein Kommissionsvorschlag von 2005 zur Überarbeitung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“.
- (8) Am 6. September 2005 verabschiedete das Europäische Parlament eine Entschließung zur Anwendung der Artikel 4 und 5 der Richtlinie 89/552/EWG – in der Fassung der

⁵ Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen – Über die Zukunft der Europäischen Regulierungspolitik im audiovisuellen Bereich, KOM(2003) 784 vom 15.12.2003.

⁶ Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen - „i2010 – Eine europäische Informationsgesellschaft für Wachstum und Beschäftigung“, KOM(2005) 229 vom 1.6.2005.

Richtlinie 97/36/EG – im Zeitraum 2001–2002 (Weber-Bericht)⁷. In dieser Entschließung verlangt es die Anpassung der derzeitigen Fernsehrichtlinie an die strukturellen Veränderungen und an die technologischen Entwicklungen unter vollständiger Wahrung der ihr zugrunde liegenden Grundsätze, die weiterhin gültig bleiben. Außerdem unterstützt es grundsätzlich das Konzept der Einführung von Grundvorschriften für alle audiovisuellen Mediendienste und von zusätzlichen Vorschriften für lineare (Fernseh-) Dienste.

- (9) Diese Richtlinie verbessert die Wahrung der Grundrechte und trägt den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, anerkannten Grundrechten und Grundsätzen vollständig Rechnung. In dieser Hinsicht werden die Mitgliedstaaten durch diese Richtlinie in keiner Weise in der Anwendung ihrer Verfassungsvorschriften über die Pressefreiheit und die Meinungsfreiheit in den Medien eingeschränkt.
- (10) Aufgrund der Einführung einheitlicher Mindestbestimmungen in Artikel 3c bis 3h dürfen die Mitgliedstaaten in den durch diese Richtlinie harmonisierten Bereichen nicht mehr aus Gründen des Jugendschutzes und der Bekämpfung der Aufstachelung zum Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Glauben oder Nationalität, der Verletzung der Menschenwürde einzelner Personen oder des Verbraucherschutzes gemäß Artikel 3 Absatz 4 der Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates⁸ vom Herkunftslandprinzip abweichen.
- (11) Die Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlaments und des Rates⁹ lässt gemäß deren Artikel 1 Absatz 3 alle Maßnahmen unberührt, die von der Gemeinschaft oder den Mitgliedstaaten im Interesse der Allgemeinheit insbesondere in Bezug auf die Regulierung der Inhalte und die Politik im audiovisuellen Bereich getroffen werden.
- (12) Durch diese Richtlinie werden die Mitgliedstaaten weder verpflichtet noch ermuntert, neue Lizenz- oder Genehmigungsverfahren im Medienbereich einzuführen.
- (13) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste erfasst alle Dienste der audiovisuellen Massenmedien, unabhängig davon, ob diese nach Programmplan oder auf Abruf bereitgestellt werden. Er umfasst jedoch nur Dienstleistungen, wie sie im EG-Vertrag festgelegt sind, und daher alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die öffentlich-rechtlicher Unternehmen, gilt jedoch nicht für nicht-wirtschaftliche Tätigkeiten, wie z. B. rein private Webseiten.
- (14) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste umfasst die Massenmedien in ihrer informierenden, unterhaltenden und bildenden Funktion, schließt aber alle Formen privater Korrespondenz, z. B. an eine begrenzte Anzahl von Empfängern versandte elektronische Post, aus. Die Begriffsbestimmung schließt ebenfalls alle Dienste aus, die nicht der Verbreitung audiovisueller Inhalte dienen, d. h. bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellen und nicht Hauptzweck der Dienste sind. Dazu zählen beispielsweise Webangebote, die lediglich zu Ergänzungszwecken

⁷ Entschließung des Europäischen Parlaments zu der Anwendung der Artikel 4 und 5 der Richtlinie 89/552/EWG („Fernsehen ohne Grenzen“) – in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG – im Zeitraum 2001–2002, A6-0202/2005.

⁸ ABl. L 178, vom 17.7.2000, S. 1.

⁹ ABl. L 108, vom 24.4.2002, S. 33.

audiovisuelle Elemente enthalten, z. B. animierte grafische Elemente, kleine Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nicht-audiovisuelle Dienste.

- (15) Diese Richtlinie gilt nicht für elektronische Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften.
- (16) Der Begriff „audiovisuell“ bezieht sich auf bewegte Bilder mit oder ohne Ton; er erfasst somit Stummfilme, nicht aber Tonübertragungen oder den Hörfunk.
- (17) Der Begriff der redaktionellen Verantwortung ist grundlegend für die Bestimmung der Rolle des Mediendiensteanbieters und damit des Begriffs der audiovisuellen Mediendienste. Die in der Richtlinie 2000/31/EG vorgesehenen Haftungsausschlüsse bleiben von dieser Richtlinie unberührt.
- (18) Zusätzlich zur Werbung und zum Teleshopping wird der umfassendere Begriff der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation eingeführt. Er umfasst bewegte Bilder mit oder ohne Ton, die audiovisuelle Mediendienste begleiten und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen und umfasst daher nicht Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit kostenlose Spendenaufrufe zu Wohlfahrtszwecken.
- (19) Das Herkunftslandprinzip bleibt Kernbestandteil dieser Richtlinie, da es für die Schaffung des Binnenmarktes unverzichtbar ist. Dieses Prinzip muss daher für alle audiovisuellen Mediendienste gelten, um für die Mediendiensteanbieter 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.
- (20) Die technologische Entwicklung, insbesondere bei den digitalen Satellitenprogrammen, macht eine Anpassung der Nebenkriterien notwendig, damit eine sinnvolle Regulierung und wirksame Umsetzung möglich ist und damit die Marktteilnehmer eine tatsächliche Verfügungsgewalt über die Inhalte eines audiovisuellen Inhaltssdienstes erhalten.
- (21) 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.
- (22) In den Artikeln 43–48 EG-Vertrag ist das grundlegende Recht der Niederlassungsfreiheit verankert. Daher können die Mediendiensteanbieter im Allgemeinen frei wählen, in welchem Mitgliedstaat sie niedergelassen sind. Der Europäische Gerichtshof hat sogar hervorgehoben: „Der Vertrag verbietet es einem

Unternehmen, das keine Dienste in dem Mitgliedstaat anbietet, in dem es ansässig ist, nämlich nicht, die Dienstleistungsfreiheit auszuüben.“¹⁰

- (23) Die Mitgliedstaaten müssen in der Lage sein, in den durch diese Richtlinie koordinierten Bereichen für die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter strengere Vorschriften anwenden. Um die Umgehung solcher Vorschriften zu vermeiden, bietet sich eine Kodifizierung der einschlägigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs¹¹ 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.
- (24) Unbeschadet des Herkunftslandprinzips gestattet diese Richtlinie den Mitgliedstaaten die Ergreifung von Maßnahmen, die eine Einschränkung des freien Verkehrs von Fernsehdiensten bedeuten, allerdings nur unter den Bedingungen, die in Artikel 2a dieser Richtlinie aufgeführt sind, und nach dem in dieser Richtlinie festgelegten Verfahren. Der Europäische Gerichtshof betont jedoch in seiner ständigen Rechtsprechung, dass Einschränkungen der Dienstleistungsfreiheit, wie beispielsweise jegliche Ausnahme von einem Grundsatz des Vertrags, sehr restriktiv auszulegen sind¹².
- (25) Wie die Kommission in ihrer Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament „Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union“¹³ betont hat, gehört dazu auch „dass sorgfältig analysiert wird, welcher Regulierungsansatz angezeigt ist und insbesondere, ob Rechtsvorschriften für den jeweiligen Sektor oder die jeweilige Themenstellung vorzuziehen sind, oder ob Alternativen wie Ko-Regulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten. Für Ko-Regulierung und Selbstregulierung sieht die Interinstitutionelle Vereinbarung über bessere Rechtsetzung¹⁴ gemeinsame Definitionen, Kriterien und Verfahren vor.“ Wie die Erfahrung zeigt, können Mit- und Selbstregulierungsinstrumente, die im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzes spielen.
- (26) Fernsehveranstalter können ausschließliche Übertragungsrechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, zu Unterhaltungszwecken erwerben. Gleichzeitig muss jedoch unbedingt der Pluralismus durch die Vielfalt der Nachrichten und Programme in der Europäischen Union gefördert und den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, anerkannten Grundrechten und Grundsätzen Rechnung getragen werden.

¹⁰ Rechtssache C-56/96 VT4, Randnr. 22, und Rechtssache C 212 Centros / Erhvervs-og Selskabsstyrelsen; siehe auch: Rechtssache C-11/95 Kommission / Königreich Belgien und Rechtssache C-14/96 Paul Denuit.

¹¹ Rechtssache C 212/97 Centros / Erhvervs-og Selskabsstyrelsen, Rechtssache C-33/74 Van Binsbergen / Bestuur van de Bedrijfsvereniging; Rechtssache C 23/93, TV 10 SA / Commissariaat voor de Media, Randnr. 21.

¹² Rechtssache C-355/98 Kommission / Belgien, Slg. 2000, I-1221, Randnr. 28; Rechtssache C-348/96 Calfa, Slg. 1999, I-0011, Randnr. 23.

¹³ KOM(2005) 97 endg.

¹⁴ ABl. C 321 vom 31.12.2003, S. 1.

- (27) Zur vollständigen und angemessenen Wahrung des Grundrechts auf Information und der Zuschauerinteressen in der Europäischen Union sollten daher die Inhaber ausschließlicher Rechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, anderen Fernsehveranstaltern und Vermittlern, soweit diese im Auftrag von Fernsehveranstaltern handeln, 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.
- (28) Nicht-lineare Dienste unterscheiden sich von linearen Diensten darin, welche Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer hat und welche Auswirkungen sie auf die Gesellschaft haben¹⁵. Deshalb ist es gerechtfertigt, für nicht-lineare Dienste, die nur den Grundvorschriften in Artikel 3c bis 3h unterliegen, weniger strenge Vorschriften zu erlassen.
- (29) Aufgrund der Besonderheiten audiovisueller Mediendienste, insbesondere ihres Einflusses auf die Meinungsbildung der Menschen, müssen die Nutzer genau wissen, wer für den Inhalt dieser Dienste verantwortlich ist. Es ist deshalb wichtig, dass die Mitgliedstaaten dafür sorgen, dass alle notwendigen Angaben darüber, wer die redaktionelle Verantwortung für die Inhalte trägt, von den Mediendienstanbietern leicht, direkt und ständig zugänglich gemacht werden. Die Mitgliedstaaten legen die praktischen Einzelheiten fest, wie dies unbeschadet sonstiger geltender Bestimmungen des Gemeinschaftsrechts erreicht werden soll.
- (30) Gemäß dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit sind in dieser Richtlinie nur diejenigen Maßnahmen vorgesehen, die zur Gewährleistung des reibungslosen Funktionierens des Binnenmarktes unerlässlich sind. Damit der Binnenmarkt wirklich zu einem Raum ohne Binnengrenzen für audiovisuelle Mediendienste wird, muss diese Richtlinie in den Bereichen, in denen ein Handeln auf Gemeinschaftsebene geboten ist, ein hohes Schutzniveau für die dem Allgemeininteresse dienenden Ziele, insbesondere für den Jugendschutz und den Schutz der Menschenwürde, gewährleisten.
- (31) Der Gesetzgeber, die Branche und die Eltern haben weiterhin Bedenken in Bezug auf schädliche Inhalte und Verhaltensweisen im Bereich der audiovisuellen Mediendienste. Gerade im Zusammenhang mit neuen Plattformen und neuen Produkten wird hier mit neuen Problemen zu rechnen sein. Deshalb ist es notwendig, Vorschriften zum Schutz der körperlichen, geistigen und sittlichen Entwicklung Minderjähriger sowie zur Wahrung der Menschenwürde in allen audiovisuellen Mediendiensten und in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zu erlassen.
- (32) Etwaige Maßnahmen zum Jugendschutz und zur Wahrung der Menschenwürde müssen sorgfältig gegen das in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union verankerte Grundrecht auf Meinungsfreiheit abgewogen werden. Ziel dieser Maßnahmen ist daher die Gewährleistung eines angemessenen Jugendschutzes

¹⁵ Siehe z. B. Rechtssache C- 89/04, Mediakabel.

insbesondere in Bezug auf nicht-lineare Dienste, aber kein generelles Verbot von nur für Erwachsene bestimmten Inhalten.

- (33) Die Bestimmungen dieser Richtlinie zum Jugendschutz und dem Schutz der öffentlichen Ordnung sehen nicht vor, dass zur Durchführung der betreffenden Maßnahmen unbedingt eine vorherige Kontrolle von audiovisuellen Mediendiensten stattfinden muss.
- (34) Nach Artikel 151 Absatz 4 EG-Vertrag trägt die Gemeinschaft bei ihrer Tätigkeit aufgrund anderer Bestimmungen dieses Vertrags den kulturellen Aspekten Rechnung, um insbesondere die Vielfalt ihrer Kulturen zu wahren und zu fördern.
- (35) Nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste besitzen das Potenzial, lineare Dienste teilweise zu ersetzen. Sie sollten daher im Rahmen des praktisch Durchführbaren die Produktion und Verbreitung europäischer Werke vorantreiben und damit einen aktiven Betrag zur Förderung der kulturellen Vielfalt leisten. Die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten durch die audiovisuellen Mediendienste wird regelmäßig zu überprüfen sein. Bei der Berichterstattung gemäß Artikel 3f Absatz 3 sollen die Mitgliedstaaten insbesondere auch auf den finanziellen Anteil solcher Dienste an der Produktion europäischer Werke und am Erwerb von Rechten an europäischen Werken, den Anteil europäischer Werke an der Gesamtpalette audiovisueller Mediendienste sowie die tatsächliche Nutzung der von solchen Diensten angebotenen europäischen Werke durch die Verbraucher eingehen.
- (36) Bei der Umsetzung der Bestimmungen von Artikel 4 der geänderten Richtlinie 89/552/EWG sollten die Mitgliedstaaten dafür sorgen, dass die Fernsehveranstalter einen angemessenen Anteil europäischer Koproduktionen und nicht-einheimischer europäischer Werke berücksichtigen.
- (37) Dabei muss gewährleistet werden, dass Kinospielefilme nur in den zwischen Rechteinhabern und Anbietern audiovisueller Mediendienste vereinbarten Zeiträumen übertragen werden.
- (38) Das Angebot an nicht-linearen Diensten steigert die Wahlmöglichkeiten des Verbrauchers. Detaillierte Bestimmungen über die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation sind daher für nicht-lineare Dienste weder gerechtfertigt noch aus technischer Sicht sinnvoll. Dennoch sind bei jeglicher audiovisueller kommerzieller Kommunikation nicht nur die Kennzeichnungsvorschriften, sondern auch qualitative Grundvorschriften zu beachten, damit die anerkannten ordnungspolitischen Ziele erreicht werden können.
- (39) Wie die Kommission bereits in ihrer Auslegungsmitteilung über bestimmte Aspekte der in der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ 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 kann¹⁶. Diese Auslegungsmitteilung hat in Bezug auf Bestimmungen der

¹⁶ 2004/C 102/02.

Richtlinie, die von der Änderungsrichtlinie nicht betroffen sind, nichts von ihrer Gültigkeit eingebüßt.

- (40) Aufgrund der geschäftlichen und technologischen Entwicklung haben die Nutzer eine immer größere Auswahl, damit aber auch eine größere Verantwortung bei der Nutzung audiovisueller Mediendienste. Damit die Ziele des allgemeinen Interesses angemessen verwirklicht werden können, müssen etwaige Vorschriften eine ausreichende Flexibilität in Bezug auf lineare audiovisuelle Mediendienste zulassen: Der Trennungsgrundsatz sollte auf Werbung und Teleshopping beschränkt, die Produktplatzierung sollte unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt und einige quantitative Beschränkungen sollten aufgehoben werden. Produktplatzierung, die den Charakter von Schleichwerbung hat, sollte jedoch verboten bleiben. Der Einsatz neuer Werbetechniken sollte durch den Trennungsgrundsatz nicht ausgeschlossen werden.
- (41) Abgesehen von den Praktiken, die unter diese Richtlinie fallen, gilt die Richtlinie 2005/29/EG für unlautere Geschäftspraktiken, darunter auch für irreführende und aggressive Praktiken in audiovisuellen Mediendiensten. Da überdies die Richtlinie 2003/33/EG, die Werbung und Sponsoring für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse in Printmedien, Diensten der Informationsgesellschaft und in Hörfunksendungen verbietet, unbeschadet der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität gilt, sollte das Verhältnis zwischen Richtlinie 2003/33/EG und Richtlinie 89/552/EWG im Hinblick auf die besonderen Merkmale audiovisueller Mediendienste vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie ebenfalls unberührt bleiben. Artikel 88(1) der Richtlinie 2001/83/EG¹⁷, der die Öffentlichkeitswerbung für bestimmte Arzneimittel verbietet, gilt wie in Artikel 88(5) vorgesehen, unbeschadet des Artikel 4 der Richtlinie 88/552/EWG; das Verhältnis zwischen Richtlinie 2001/83/EG und Richtlinie 89/552/EWG sollte vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie unberührt bleiben.
- (42) Da die Zuschauer aufgrund der zunehmenden Anzahl neuer Dienste nun eine größere Auswahl haben, sind detaillierte Vorschriften über Werbeeinschübe zum Schutz der Zuschauer nicht mehr notwendig. Durch diese Richtlinie soll nicht die zulässige Werbedauer pro Stunde erhöht, sondern den Fernsehveranstaltern eine größere Flexibilität eingeräumt werden, sofern dadurch nicht der Gesamtzusammenhang der Programme in Frage gestellt wird.
- (43) Die Richtlinie dient der Wahrung des eigenen Charakters der europäischen Fernsehlandschaft und beschränkt deshalb die Möglichkeiten der Unterbrechung von Kinospielefilmen und Fernsehfilmen sowie bestimmter anderer Programmkategorien, die noch eines gewissen Schutzes bedürfen.
- (44) Die Begrenzung der täglichen Werbedauer war in der Praxis kaum von Bedeutung. Wichtiger ist die stündliche Begrenzung, weil sie auch für die Hauptsendezeiten gilt. Deshalb sollte die tägliche Höchstdauer abgeschafft, die stündliche Begrenzung für Werbung und Teleshopping-Spots jedoch beibehalten werden. Auch die quantitativen

¹⁷ Zuletzt geändert durch Richtlinie 2004/27/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 31. März 2004, ABl. L 136, 30.04.2004, Seite 34.

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 wird¹⁸.

- (45) Schleichwerbung wird von dieser Richtlinie wegen ihrer nachteiligen Auswirkungen auf die Verbraucher verboten. Das Verbot von Schleichwerbung gilt nicht für die rechtmäßige Produktplatzierung im Rahmen dieser Richtlinie.
- (46) Produktplatzierung ist eine Tatsache in Kinospielefilmen und audiovisuellen Fernsehproduktionen, sie wird aber von den Mitgliedstaaten unterschiedlich geregelt. Um gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen und damit die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Medien zu verbessern, ist es notwendig, Regelungen für die Produktplatzierung zu treffen. Die hier eingeführte Bestimmung des Begriffs „Produktplatzierung“ umfasst alle Formen audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, eines Dienstes oder der entsprechenden Marke bzw. der Bezugnahme darauf besteht, so dass diese innerhalb eines Programms erscheinen, üblicherweise gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung. Dafür gelten die gleichen qualitativen Vorschriften und Beschränkungen wie für die Werbung.
- (47) Die Regulierungsbehörden sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur Medienvielfalt beitragen können. Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen –

HABEN FOLGENDE RICHTLINIE ERLASSEN:

Artikel 1

Die Richtlinie 89/552/EWG¹⁹ wird wie folgt geändert:

1. Der Titel der Richtlinie erhält folgende Fassung:

„Richtlinie [Nr.] 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:

¹⁸ Siehe Rechtssachen C-320/94 Reti Televisive Italiane SpA (RTI); C-328/94 Radio Torre; C-329/94 Rete A Srl; C-337/94 Vallau Italiana Promomarket Srl; C-338/94 Radio Italia Solo Musica Srl und andere sowie C_339/94 GETE Srl / Ministero delle Poste e Telecomunicazioni, ECR I-06471.

¹⁹ ABl. L 298 vom 17.10.1989, S. 23. Richtlinie zuletzt geändert durch die Richtlinie 97/36/EG, ABl. L 202 vom 30.7.1997, S. 60.

„Artikel 1

Für die Zwecke dieser Richtlinie bedeutet:

- a) ‚audiovisueller Mediendienst‘: eine Dienstleistung im Sinne von Artikel 49 und 50 EG-Vertrag, deren Hauptzweck in dem Angebot bewegter Bilder mit oder ohne Ton zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne von Artikel 2 Buchstabe a der Rahmenrichtlinie 2002/21/EG²⁰ besteht.
- 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.
- c) ‚Fernsehsendung‘: ein linearer audiovisueller Mediendienst, bei dem ein Mediendienstanbieter den Zeitpunkt, zu dem ein bestimmtes Programm übertragen wird, und den Programmplan festlegt.
- d) ‚Fernsehveranstalter‘: Anbieter linearer audiovisueller Mediendienste.
- e) ‚nicht-linearer Dienst‘: ein audiovisueller Mediendienst, bei dem der Nutzer aufgrund eines vom Mediendienstanbieter ausgewählten Inhaltsangebots den Zeitpunkt festlegt, zu dem ein bestimmtes Programm übertragen wird.
- f) ‚audiovisuelle kommerzielle Kommunikation‘: bewegte Bilder mit oder ohne Ton, die audiovisuelle Mediendienste begleiten und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen.
- 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 Fernsehveranstalter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich ihres eigentlichen Zwecks irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.
- i) ‚Sponsoring‘: jeder Beitrag eines nicht mit der Erbringung audiovisueller Mediendienste oder der Produktion audiovisueller Werke befassten

²⁰ ABl. L 108 vom 24.4.2002, S. 33.

öffentlichen oder privaten Unternehmens zur Finanzierung audiovisueller Mediendienste mit dem Ziel, seinen Namen, seine Marke, sein Erscheinungsbild, seine Tätigkeiten oder seine Produkte zu fördern.

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

3. Artikel 2 wird wie folgt geändert:

- a) In Absatz 1 wird der Wortlaut „alle Fernsehsendungen, die von seiner Rechtshoheit unterworfenen Fernsehveranstaltern gesendet werden“ durch den Wortlaut „audiovisuelle Mediendienste, die von seiner Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbietern übertragen werden“ und das Wort „Sendungen“ durch den Wortlaut „audiovisuelle Mediendienste“ ersetzt.
- b) In Absatz 2 wird das Wort „Fernsehveranstalter“ durch das Wort „Mediendiensteanbieter“ ersetzt.
- c) In Absatz 3 wird das Wort „Fernsehveranstalter“ durch das Wort „Mediendiensteanbieter“ ersetzt; der Wortlaut „redaktionellen Entscheidungen über das Programmangebot“ wird durch den Wortlaut „redaktionellen Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst“ ersetzt; der Wortlaut „des Sendepersonals“ wird durch den Wortlaut „des mit der Erbringung des audiovisuellen Mediendienstes befassten Personals“, der Wortlaut „zuerst mit der Sendetätigkeit“ durch den Wortlaut „zuerst mit seiner Tätigkeit“ und der Wortlaut „Entscheidungen über das Programmangebot“ durch den Wortlaut „Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst“ ersetzt.
- d) Absatz 4 erhält folgende Fassung:

„4. Mediendiensteanbieter, 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 „Mediendiensteanbieter“ und der Wortlaut „Artikel 52“ durch „Artikel 43“ ersetzt.
- f) Absatz 6 erhält folgende Fassung:

„6. Diese Richtlinie gilt nicht für audiovisuelle Mediendienste, die ausschließlich zum Empfang in Drittländern bestimmt sind und die mit gewöhnlichen

Verbraucherendgeräten nicht unmittelbar oder mittelbar von der Allgemeinheit in einem oder mehreren Mitgliedstaaten empfangen werden.“

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

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

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

a) Der Empfangsmitgliedstaat fordert den Mitgliedstaat, in dem der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist, zur Ergreifung von Maßnahmen auf;

b) der aufgeforderte Mitgliedstaat ergreift keine derartigen Maßnahmen;

c) der Empfangsmitgliedstaat teilt der Kommission und den Mitgliedstaat, in dem der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist, seine Absicht mit, derartige Maßnahmen zu ergreifen;

d) die Kommission entscheidet, dass die Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind.

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

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

4. Artikel 2a wird wie folgt geändert:

a) Absatz 1 erhält folgende Fassung:

„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.“

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

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.

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

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

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

„Artikel 3b

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

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

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 Mediendiensteanbieters;
- b) die geografische Anschrift, unter der der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist;
- c) Angaben, die es ermöglichen, mit dem Mediendiensteanbieter schnell Kontakt aufzunehmen und unmittelbar und effizient mit ihm zu kommunizieren, einschließlich seines elektronischen Postfachs und seiner Webadresse;
- d) die gegebenenfalls zuständige Regulierungsbehörde.

Artikel 3d

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

Artikel 3e

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

Artikel 3f

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

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 erstattet die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat über die Anwendung von Absatz 1 Bericht und trägt dabei der Markt- und Technologieentwicklung Rechnung.

Artikel 3g

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

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

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

c) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation darf nicht

- i) Diskriminierungen nach Rasse, Geschlecht oder Nationalität enthalten;
- ii) religiöse oder politische Überzeugungen verletzen;
- iii) Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden;
- iv) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt gefährden.

d) Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation und Teleshopping für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse ist untersagt.

e) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke darf nicht an Minderjährige gerichtet sein und darf nicht den übermäßigen Genuss solcher Getränke fördern.

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

Artikel 3h

1. Audiovisuelle Mediendienste, die gesponsert sind oder Produktplatzierungen enthalten, müssen folgenden Anforderungen genügen:

- a) Die Programmplanung, wo angemessen, und der Inhalt solcher audiovisueller Mediendienste dürfen auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird.
- b) Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch besondere verkaufsfördernde Bezugnahmen auf solche Waren oder Dienstleistungen.
- c) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung und/oder auf die Produktplatzierung hingewiesen werden. Gesponserte Programme müssen, beispielsweise durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, eine Bezugnahme auf seine Produkte oder Dienste oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen in angemessener Weise zum Beginn, während und/oder zum Ende der Programme eindeutig gekennzeichnet sein. Programme mit Produktplatzierungen müssen zu Programmbeginn hinreichend gekennzeichnet sein, um eine Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

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

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

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

7. Artikel 6 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 1 Buchstabe c erhält folgende Fassung:

„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.

8. Artikel 7 wird gestrichen.

9. Artikel 10 erhält folgende Fassung:

„Artikel 10

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

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

10. Artikel 11 erhält folgende Fassung:

„Artikel 11

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

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

11. Artikel 12 und 13 werden gestrichen.

12. Artikel 16 und 17 werden gestrichen.

13. 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 v. H. nicht überschreiten.

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

14. Artikel 18a wird gestrichen.

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

16. Artikel 19a wird gestrichen.

17. Artikel 20 erhält folgende Fassung:

„Artikel 20

Unbeschadet des Artikels 3 können die Mitgliedstaaten für Sendungen, die ausschließlich für ihr eigenes Hoheitsgebiet bestimmt sind und weder unmittelbar noch mittelbar in einem oder mehreren anderen Mitgliedstaaten öffentlich empfangen werden können sowie in Bezug auf Fernsehveranstalter, die keinen bedeutenden Zuschaueranteil erreichen, unter Einhaltung des Gemeinschaftsrechts andere als die in Artikel 11 Absatz 2 und Artikel 18 festgelegten Bedingungen vorsehen.“

18. Artikel 22a und 22b werden gestrichen.

19. Artikel 23a wird wie folgt geändert:

In Absatz 2 e wird das Wort ‚Fernsehdienste‘ durch den Ausdruck ‚audiovisuelle Mediendienste‘ ersetzt

20. Folgender Artikel 23b wird eingefügt:

„Artikel 23b

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

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

21. Artikel 25 und 25a werden gestrichen.

22. 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 und macht erforderlichenfalls Vorschläge zu ihrer Anpassung an die Entwicklungen im Bereich der audiovisuellen Mediendiensten, und zwar insbesondere im Lichte neuerer technologischer Entwicklungen und der Wettbewerbsfähigkeit dieses Sektors.“

Artikel 2

Verordnung (EG) Nr. 2006/2004²¹ wird wie folgt geändert:

Der Anhang ‚Richtlinien und Verordnungen‘ gemäß Artikel 3 Absatz a Nummer 4 dieser Verordnung ist wie folgt geändert:

„Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität vom 3. Oktober 1989: Artikel 3g bis 3h²² und Artikel 10 bis 20²³. Richtlinie zuletzt geändert durch Richtlinie xxxx/xxxx/EC des Europäischen Parlaments und des Rates²⁴.“

Artikel 3

1. Die Mitgliedstaaten setzen die erforderlichen Rechts- und Verwaltungsvorschriften in Kraft, um dieser Richtlinie spätestens am [...] nachzukommen. Sie teilen der Kommission unverzüglich den Wortlaut dieser Rechtsvorschriften mit und fügen eine Tabelle der Entsprechungen zwischen der Richtlinie und diesen innerstaatlichen Rechtsvorschriften bei.

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.

²¹ ABl. L 364 vom 9.12/2004, S. 1

²² ABl. Xxxx, S. xxx

²³ ABl. L 298, 17.10.1989, S. 23

²⁴ ABl. L xxx, S. xxx

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 Brüssel, am [...]

Im Namen des Europäischen Parlaments
Der Präsident
[...]

Im Namen des Rates
Der Präsident
[...]