

Stellungnahme

Vorschlag zur Novellierung der Audiovisuelle Mediendienste-Richtlinie

07.07.2016

Seite 1

Bitkom vertritt mehr als 2.400 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, davon 1.600 Direktmitglieder. Sie erzielen mit 700.000 Beschäftigten jährlich Inlandsumsätze von 140 Milliarden Euro und stehen für Exporte von weiteren 50 Milliarden Euro. Zu den Mitgliedern zählen 1.000 Mittelständler, mehr als 300 Start-ups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Hardware oder Consumer Electronics her, sind im Bereich der digitalen Medien oder der Netzwirtschaft tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 79 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, weitere 9 Prozent kommen aus Europa, 8 Prozent aus den USA. 4 Prozent stammen aus Asien, davon die meisten aus Japan. Bitkom fördert die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich insbesondere für eine innovative Wirtschaftspolitik, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine zukunftsorientierte Netzpolitik ein.

Bitkom begrüßt das Vorhaben, die audiovisuelle Mediendienste-Richtlinie (AVMD-RL) zu novellieren. Der nun vorgelegte Vorschlag schlägt grundsätzlich die richtige Richtung ein.

1. Zur Flexibilisierung der Werberegulierung

Wir begrüßen ausdrücklich die vorgesehene Flexibilisierung der Werberegulierung. Zu den einzelnen vorgesehenen Regelungen im Bereich Werberegulierung haben wir folgende Anmerkungen:

a. Produktplatzierung

Bitkom begrüßt die grundsätzliche Zulässigkeit und damit die Abkehr vom Verbot der Produktplatzierung mit Ausnahmen. Diese Werbeerleichterung erlaubt es europäischen und deutschen Sendern zusätzliche Erlöse zu generieren. Sie erlauben ihnen, ihre erheblichen Aufwendungen in Inhalte – auch und insbesondere mit europäischer Prägung – zu refinanzieren und so gegenüber US-Anbietern aufzuschließen. Wir gehen davon aus, dass mit der Neuregelung Produktionshilfen und Preise sowie Produktplatzierungen von geringem Wert erst recht als zulässig gelten können. Neben den beschriebenen Spielräumen entsteht aber auch mehr Rechtssicherheit, da sich Begriffe wie „Sendung der leichten Unterhaltung“ und das Verbot der „zu starken

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation
und Neue Medien e.V.

Marie-Teresa Weber
Bereichsleiterin
Verbraucherrecht & Medienpolitik
T +49 30 27576-221
mt.weber@bitkom.org

Albrechtstraße 10
10117 Berlin

Präsident
Thorsten Dirks

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Stellungnahme Vorschlag zur Novelle der Audiovisuelle-Mediendienste- Richtlinie

Seite 2|10

Herausstellung“ in der Vergangenheit aufgrund erheblichen Interpretationsspielraums als zu unspezifisch herausgestellt haben.

Vor diesem Hintergrund ist die Abkehr vom Begriff der Kindersendung zugunsten von „Sendungen mit beträchtlicher kindlicher Zuschauerschaft“ kritisch zu beurteilen. Den tatsächlichen Zuschaueranteil, auf den das Merkmal der „kindlichen Zuschauerschaft“ anzuwenden ist, ist vorab seriös und zuverlässig nicht zu ermitteln. Außerdem würde dies die Einbeziehung jener Programmformate bedeuten, die sich nicht primär an Kinder richten, was einer Ausweitung des Verbots gleichkommt. Daher spricht sich der Bitkom für die Beibehaltung des derzeit in der Richtlinie verankerten Begriffs der Kindersendung aus.

b. Sponsoring:

Auf nationaler Ebene hatte die Ausgestaltung von Sponsorenhinweisen zu Diskussionen mit der Aufsicht geführt. Daher ist die Klarstellung, dass Sponsorenhinweise auch verkaufsfördernde Hinweise enthalten dürfen, ohne unmittelbar zum Kauf aufzufordern, zu begrüßen.

c. Crosspromotion:

Die angestrebten Änderungen bei der Crosspromotion sind zu begrüßen. Um jedoch eine zukunftssichere Regelung zu entwerfen, sollten zusätzlich Apps, Onlineangebote oder andere eigene Dienste ohne Anrechnung auf die Werbezeit beworben werden dürfen.

d. Produktspezifische Werbevorgaben:

Grundsätzlich ist der Kommissionsvorschlag auch insoweit zu begrüßen, als er das Instrument der Selbstregulierung im Werbebereich ausdrücklich anerkennt. Im Bereich der Werbung für Lebensmittel zieht der Vorschlag allerdings teilweise unscharfe oder sehr weite Begriffe heran. Auch hier werden „Sendungen mit beträchtlicher kindlicher Zuschauerschaft“ genannt. Wie oben beschrieben, würde dies aus unserer Sicht im Verhältnis zum derzeitigen Begriff der Kindersendung zu mehr Rechtunsicherheit führen. Daher ziehen wir den heutigen Begriff der Kindersendungen vor.

Zudem führt der Kommissionsvorschlag den Begriff „der Minderjährigen“ hinsichtlich der vorgeschlagenen Verhaltenskodizes ein, die die Einwirkung audiovisueller kommerzieller Kommunikation im HFSS-Lebensmittelbereich wirkungsvoll verringern sollen. Dieser Begriff würde den Fokus weit über den Kinderbereich erweitern. Praktisch würde dies dazu führen, dass die Bewerbung von Süßwaren in Programmfor-

Stellungnahme

Vorschlag zur Novelle der Audiovisuelle-Mediendienste-Richtlinie

Seite 3|10

maten für ab 16-Jährige in den Blick genommen werden würde. Sicherlich ist dies weder medienpolitisch intendiert, noch aus Jugendschutzgründen geboten.

2. Zum Jugendmedienschutz

Im Bereich Jugendschutz begrüßen wir, dass hier ebenfalls verstärkt auf Co- und Selbstregulierungskonzepte gesetzt werden soll. Selbst- und Co-Regulierungsinitiativen wie beispielsweise die FSM¹, FSF², USK³, FSK⁴ oder der SRIW⁵ in Deutschland sowie die internationalen Kooperationen zwischen Unternehmen, NGOs und öffentlichen Einrichtungen MIRACLE⁶ und IARC⁷ sowie die ICT Coalition⁸ können die Einhaltung von Verbraucher- und Jugendschutzstandards praxisgerecht sicherstellen. Für die digitalisierte Medienwelt sollte ein funktionierendes Jugendmedienschutzsystem langfristig verstärkt auf internationale Modelle setzen. Die Ansätze aus der Branche selbst sind vielversprechend.

3. Zu den Pflichten im Bereich Jugendschutz und Schutz vor schädlichen Inhalten für Video-on-Demand-Anbieter

Video-on-Demand Anbieter in Deutschland richten sich auch heute schon nach höchsten Jugendschutzstandards. Die für sie durch den Vorschlag zur Änderung der AVMD-RL definierten Regelungen im Jugendschutz dürften daher keine Umsetzungsschwierigkeiten bereiten.

4. Zu den Pflichten im Bereich Jugendschutz und Schutz vor schädlichen Inhalten für Video-Sharing-Anbieter

Bitkom begrüßt grundsätzlich den Ansatz der Wahl abgestufter Regulierungsziele und –instrumente, angepasst an die jeweilige Erscheinungsart audiovisueller Medien, den Grad an Auswahl, Organisation und Kontrollmöglichkeiten seitens des Anbieters. Dies entspricht auch der Forderung, insbesondere Selbst- und/oder Co-Regulierungsinitiativen zu fördern.

Wie genau die für Video-Sharing-Plattform-Anbieter vorgesehenen Pflichten in den Bereichen Jugendschutz sowie Umgang mit schädlichen Inhalten (beispielsweise

¹ FSM steht für „Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Dienstanbieter“.

² FSF steht für „Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen“.

³ USK steht für „Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle“.

⁴ FSK steht für „Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft“.

⁵ SRIW steht für „Selbstregulierung Informationswirtschaft“.

⁶ MIRACLE steht für „Machine-readable and Interoperable Age Classification Labels in Europe“.

⁷ IARC steht für „International Age Rating Coalition“.

⁸ Vollständiger Name: „ICT Coalition for Children Online“

Stellungnahme

Vorschlag zur Novelle der Audiovisuelle-Mediendienste-Richtlinie

Seite 4|10

Terrorpropaganda, menschenverachtende oder gewaltverherrlichende Videos) in der Umsetzung aussehen sollen, wie streng die Pflichten ausgelegt werden, bleibt abzuwarten. Der kürzlich veröffentlichte Verhaltenskodex für den Umgang mit Hasskommentaren, der von den führenden internationalen IT-Unternehmen gemeinsam mit der EU-Kommission erarbeitet wurde, und andere aus der Branche heraus entwickelte Modelle (wie die vorstehend bereits angeführte ICT Coalition) sind der richtige Ansatz. Bei Pflichten zum Umgang mit „schädlichen Inhalten (harmful content)“ muss sichergestellt bleiben, dass der Grundsatz „notice and take down“ aus der E-Commerce-Richtlinie unangetastet bleibt. Sofern schädliche Inhalte auf technischem Wege für Minderjährige unzugänglich gemacht werden sollen, können nur solche Alterseinstellungen oder Alterskennzeichnungen in Betracht kommen, die auf internationalen oder europäischen Standards beruhen.

5. Anerkennungsprozess für Co- und Selbstregulierung

Bitkom begrüßt ausdrücklich, dass der Richtlinienvorschlag insgesamt verstärkt auf Konzepte der Co- und Selbstregulierung setzt. Richtig umgesetzt, ist Co- und Selbstregulierung der richtige Weg für eine effiziente und praxisgerechte Umsetzung der Vorgaben der AVMD-RL. Bei den unionsweiten Verhaltenskodizes ist jedoch lediglich eine Notifizierung an die EU-Kommission vorgesehen, die wiederum eine Stellungnahme der Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste (ERGA) einholen kann. Dies ist der Ansatz der alten Datenschutz-Richtlinie, der dort nicht funktioniert hat und deshalb in der neu verhandelten Datenschutzgrundverordnung weiterentwickelt wurde. Bitkom plädiert dafür, die im Datenschutz- und auch die Jugendschutzbereich gesammelten Erfahrungen zu berücksichtigen und in der AVMD-RL zu verankern. Damit Co- und Selbstregulierung funktioniert und die gewünschten Ziele erreicht werden, sollten erfahrungsgemäß bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein:

- Notwendig ist eine klare gesetzliche Vorgabe, dass Verhaltensregeln zur Konkretisierung des jeweiligen Gesetzes genutzt werden können und nicht über die Anforderungen des geltenden Rechts hinausgehen müssen.
- Notwendig ist die Möglichkeit eines offiziellen Anerkennungsprozesses, der den Unternehmen Gewissheit darüber gibt, dass die freiwillig ergriffenen Regeln mit dem geltenden Recht übereinstimmen. Eine Anerkennung wäre durch die zuständige Aufsichtsbehörde möglich. Bei Bezug zu mehreren Mitgliedsstaaten bräuchte es eine unkomplizierte Möglichkeit der unionsweiten Anerkennung. Eine unverbindliche Notifizierung und Stellungnahme reichen gerade nicht aus. Bewährt hat sich außerdem das in Deutschland geltende System der anerkannten Selbstkontrollen im Bereich des Jugend-

Stellungnahme Vorschlag zur Novelle der Audiovisuelle-Mediendienste- Richtlinie

Seite 5|10

medienschutzes. Hier wird die Selbstkontrolleinrichtung selbst anerkannt. Diese muss dann nicht mehr jedes ihrer Regelwerke und jede ihrer Entscheidungsgrundlagen anerkennen lassen. In Fällen, in denen es keine anerkannte Selbstkontrolle gibt, sollte eine Organisation auch einen Einzelkodex zur Anerkennung bringen können. Natürlich kann eine Richtlinie im Gegensatz zu einer Verordnung hier nicht einen kompletten Prozess definieren. Jedoch kann sie Eckpunkte vorsehen, die dann von den Mitgliedsstaaten umgesetzt werden müssen. Außerdem kann sie auf europäischer Ebene Strukturen schaffen bzw. nutzen, die eine unionsweite Anerkennungsmöglichkeit garantieren.

- Die Anerkennung muss eine Rechtswirkung haben, insbesondere in Form von Nachweiserleichterungen bzw. der Vermutung der Rechtskonformität zugunsten der sich freiwillig bindenden Unternehmen. Auch hier wird man im Rahmen einer Richtlinie den Mitgliedstaaten zumindest die Vorgabe machen können, gewisse Anreize zur Beteiligung vorzusehen.

6. Zur 20 %-Quote für europäische Werke auf Video-On-Demand-Plattformen

Bitkom kritisiert die vorgesehene Verpflichtung für Video-on-Demand-Plattformen (VoD-Plattformen), zukünftig mindestens 20 % europäische Werke in ihrem Katalog vorhalten zu müssen. Feste Quoten sind schon von Anfang an erheblichen und begründeten Zweifeln ausgesetzt gewesen. Ob sie sachlogisch notwendig und angemessen und im Sinne der Gewährleistung der Programmfreiheit der Rundfunkveranstalter insbesondere grundrechtlich zulässig sind, ist umstritten. Durch die Digitalisierung ist die Angebotsvielfalt größer als je zuvor. Dies geht wesentlich auch darauf zurück, dass technische Hürden zum Markteintritt gerade in der Internetwelt praktisch keine Rolle mehr spielen. Produzenten und Vermarkter können Kunden direkt ansprechen und sind nicht länger auf die „Vermittlungsleistung“ eines Fernsehveranstalters angewiesen. Europäische Filme und Serien sind bei Zuschauern beliebt, sie werden gesucht und daher werden sie auch produziert und in den Katalogen vorgehalten. Hier hätte es aus Sicht des Bitkom keiner Regelung bedurft, da der Markt von selbst für die Förderung europäischer Werke sorgt.

Warum hier reguliert werden soll, obwohl der Markt bereits von sich aus die erwünschten Ergebnisse hervorbringt, ist aus der Sache selbst heraus nicht zu erklären. Zudem ist es für die Anbieter sehr aufwendig oder nahezu unmöglich, bei den sich schnell wandelnden Inhalten in ihrem Katalog, ständig nachzuprüfen, ob nach den von der AVMD-RL aufgestellten Kriterien tatsächlich zu jedem Zeitpunkt über 20 % europäische Werke im Katalog enthalten sind. Denn zum einen handelt es sich bei der Definition für europäische Werke um eine komplexe Definition, die teils auch auf

Stellungnahme

Vorschlag zur Novelle der Audiovisuelle-Mediendienste-Richtlinie

Seite 6|10

die meist nach außen undurchsichtigen Finanzierungsstrukturen der Werke abstellt. In den mitlizenzierten Metadaten ist die Information, ob es sich um ein europäisches Werk handelt, in aller Regel nicht enthalten. Der Aufwand zur Ermittlung der Herkunft des Werks i.S.d. Definition sowie die dazu notwendigen finanziellen Mittel wären unverhältnismäßig hoch, insbesondere für kleinere Video-on-Demand-Anbieter. Es steht zu befürchten, dass Anbieter statt der aufwendigen und teuren ständigen Prüfung ihres Katalogs lieber noch europäische Werke dazuzukaufen, um auf der sicheren Seite zu sein und 20 % zu erreichen. Auswahlkriterium wären dann nicht die Qualität oder etwa der Erfolg beim Publikum. Dass durch ein solches Vorgehen die gesetzlichen Vorgaben zwar erfüllt wären, europäische Werke jedoch dadurch nur sehr begrenzt gefördert würden, liegt auf der Hand. Ein Anteil von 20 Prozent europäischer Werke im Angebot der Streaming-Dienste führt auch nicht automatisch dazu, dass die Zuschauer diese auch anschauen. Notwendig ist eine gezieltere Förderung von publikumswirksamen und qualitativ hochwertigen Filmen und Serien in Europa. Die im Bitkom organisierten Anbieter von Video-on-Demand-Diensten investieren vielfach selbst in großem Umfang in europäische Werke. Viele Kreative arbeiten gerade deshalb mit den VoD-Anbietern zusammen, weil diese ihnen eine große kreative Freiheit lassen. Filmschaffende schätzen diese Entscheidungsfreiheit bei der künstlerischen Gestaltung ihrer Werke sehr. Die Quote kann auch einen Eingriff in die Redaktions- und Programmfreiheit bedeuten. Bitkom lehnt die Einführung von festen Quoten für europäische Werke für VoD-Anbieter daher entschieden ab.

Zwei weitere Aspekte sind im Zusammenhang der Förderung europäischer Werke wesentlich:

Bezogen auf die Situation in Deutschland zeigt eine jüngst veröffentlichte Studie (Wiedemann, 2015), dass es eine deutliche Überproduktion im Bereich Kinofilme (Spielfilme und Dokumentationen) gibt. Die Vorgabe einer bestimmten Quote für europäische Werke kann dazu führen, dass sich der Trend zur Überproduktion verstärkt – verbunden mit negativen Folgen für die erfolgreiche Auswertung in anderen Formen wie Kino und Fernsehen. Damit würde eine Gefährdung der Kohärenz der verschiedenen europäischen und nationalen Förderanstrengungen einhergehen.

7. Zur Verpflichtung der hervorgehobenen Darstellung für europäische Werke auf Video-On-Demand-Plattformen

Der Nutzer hat heutzutage die Auswahlmöglichkeit aus unterschiedlichsten Navigations-, Such- und Empfehlungssystemen für audiovisuelle Werke aus Europa, die

9 Das Gutachten finden Sie unter:
<https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Eine-Evaluierung-der-Filmfoerderung-im-Rahmen-des-Filmfoerderungsgesetzes-FFG.html>

Stellungnahme Vorschlag zur Novelle der Audiovisuelle-Mediendienste- Richtlinie

Seite 7|10

häufig auch Plattform- bzw. Anbieter-unabhängig bzw. als Meta-Systeme zur Verfügung gestellt und vermarktet werden. Hiermit sind deutliche Chancen für eine noch bessere Wahrnehmbarkeit dieser Produktionen verbunden. Eine gesetzliche Pflicht, diese Werke darüber hinaus zusätzlich gesondert herauszustellen, ist daher weder notwendig noch zielführend. Sie führt zu einem erheblichen Eingriff sowohl in die Nutzerautonomie als auch in die Gestaltungsfreiheit des Anbieters.

8. Zur finanziellen Förderung europäischer Werke

Der Entwurf der novellierten AVMD-RL sieht für die Mitgliedstaaten die Option einer Verpflichtung von Video-on-Demand-Anbietern vor, auch finanziell stärker zur Förderung von europäischen Werken durch direkte Finanzierung oder Leistung von Beiträgen zu Förderfonds beizutragen.

Mitgliedstaaten können danach auch von solchen Anbietern, die zwar auf den Markt des betroffenen Mitgliedstaats abzielen und die dortigen Zuschauer erreichen, jedoch in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen sind, finanzielle Abgaben verlangen. Diese Vorschrift bietet einen gewissen Auslegungsspielraum. Man kann in sie hineinlesen, dass es möglich sein soll, von Anbietern „Filmförderungsabgaben“ für jeden einzelnen nationalen Markt zu verlangen, den sie mit ihrem Angebot erreichen wollen. Zwar sollen laut Richtlinienvorschlag bei der Festlegung von finanziellen Beiträgen im Sitzstaat die finanziellen Beiträge berücksichtigt werden, die in anderen Mitgliedsstaaten entrichtet werden. Dies schließt aber nicht aus, dass finanzielle Verpflichtungen in den verschiedenen Mitgliedstaaten parallel erfüllt werden müssen. Dies könnte für die Anbieter zu einer vergleichbar erheblichen finanziellen Last führen wie in dem Fall, in dem ein Unternehmen in mehreren Mitgliedstaaten, jedoch jeweils nur auf das jeweilige Land bezogen, tätig wird.

Die Vorschrift zur finanziellen Förderung europäischer Werke sehen wir kritisch. Aus Sicht des Bitkom wäre auch im Bereich der finanziellen Förderung europäischer Werke mehr Harmonisierung wünschenswert. Eine Festschreibung der Fragmentierung, wie im Entwurf angelegt, lehnen wir ab. Generell sollte es möglich sein, pan-europäische Dienste anzubieten, ohne sich an 28 bzw. bald 27 unterschiedliche Rechtsrahmen anpassen und halten zu müssen. Die Möglichkeit einer solchen Fragmentierung würde jedoch durch die vorgeschlagene Regelung festgeschrieben.

9. Zur Möglichkeit der Einführung nationaler Auffindbarkeitsverpflichtungen

In Erwägungsgrund 38 des Richtlinienvorschlags wird ausgeführt, dass es den Mitgliedstaaten freistehe, über die Anforderungen der AVMD-Richtlinie hinausgehende Verpflichtungen zu Zugang und Auffindbarkeit von Inhalten des öffentlichen Interes-

Stellungnahme Vorschlag zur Novelle der Audiovisuelle-Mediendienste- Richtlinie

Seite 8|10

ses mit besonderer Meinungsbildungsrelevanz und besonderer Bedeutung für die Meinungsfreiheit und die kulturelle Vielfalt aufzuerlegen. Zwar würden die Mitgliedstaaten dabei verschiedene Voraussetzungen zu beachten haben, namentlich den Regulierungsbedarf für solche gesonderten Verpflichtungen zu Auffindbarkeit und Zugang klar zu begründen und keine unverhältnismäßigen Pflichten aufzuerlegen. Auch soll eine Regulierung für diesen Bereich nur eingeführt werden, wenn die Kräfte des Marktes zur Erreichung der angestrebten Ziele nicht ausreichen. Jedoch wird trotz dieser Hinweise der Einschätzungsspielraum durch die eine Auffindbarkeitsregulierung präferierenden Mitgliedsstaaten voraussichtlich so ausgelegt werden, dass ein Regulierungsbedarf besteht.

Bitkom begrüßt grundsätzlich, dass die Europäische Kommission hier die Voraussetzungen stark betont, unter denen die Einführung entsprechender Pflichten überhaupt nur verhältnismäßig sein soll. Aufgrund bestehender Erfahrungswerte mit der (sehr unterschiedlichen) Anwendung des Art. 31 Universaldienste-RL in den EU-Mitgliedstaaten (zum Beispiel jede Art von linearem Angebot eines öffentlich-rechtlichen Veranstalters; Teleshopping etc.) bestehen unserer Ansicht nach jedoch erhebliche Zweifel, in welchem Maße diese Grundbedingungen beachtet werden und ob nicht in dreifacher Hinsicht ein erneutes unlevel-playing-field zu befürchten ist – zwischen verschiedenen Gruppen von Unternehmen, denen entsprechende Verpflichtungen auferlegt werden, zwischen verschiedenen Anbietern, deren Dienste von entsprechenden Maßnahmen profitieren sollen, zwischen der Handhabung in den jeweiligen Mitgliedstaaten.

Für Deutschland ist - angesichts der im Abschlussbericht der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz niedergelegten Ergebnisse - zu erwarten, dass es zu entsprechenden Verpflichtungen kommt, obwohl von Expertenseite (u.a. die für die Vielfaltssicherung im privaten Fernsehsektor und die Anwendung weiter Teile der Plattformregulierung zuständigen Landesmedienanstalten) mehrfach betont wurde, dass es bislang kein tragfähiges, konkretisiertes Konzept zur Bestimmung von sog. Public-Value-Inhalten gibt und hier ggf. auch grund-/verfassungsrechtliche Hürden für solche Klassifizierungen bestehen. Bitkom kritisiert daher die in Erwägungsgrund 38 angedeutete Möglichkeit, auf nationaler Ebene Auffindbarkeitsregulierung zu etablieren.

Wir lehnen die Einführung einer sogenannten Auffindbarkeitsregulierung sowohl auf nationaler Ebene als auch auf EU-Ebene jedoch auch aus einer Reihe weiterer Gründe ab. Seitens der Befürworter einer solchen Regelung wird argumentiert, die Zuschauer verlören im heutigen konvergenten Medienzeitalter den Überblick, und eine zunehmende Komplexität drohe den Einzelnen zu überfordern. Hierbei wird ausgeblendet, dass die Nutzer heute über vielfältige, einfach zu bedienende Instrumente verfügen,

Stellungnahme

Vorschlag zur Novelle der Audiovisuelle-Mediendienste-Richtlinie

Seite 9|10

um die für sie relevanten Inhalte leicht und zuverlässig aufzufinden. Die Meinungsvielfalt wird durch den Markteintritt neuer Anbieter ebenso gestärkt wie durch die Verfügbarkeit neuer und unterschiedlicher Übertragungswege, Verbreitungsarten, Plattformen und Navigationssysteme. Der Nutzer ist in der Lage, im Rahmen seines medialen Zeitbudgets Medien selbstbestimmter als zu Zeiten der analogen TV-Welt zu nutzen. Dazu tragen die Inhalte-Anbieter mit diversifizierten Programmen und zeitversetzten Abrufdiensten bei. Neue Online-Dienste und neue Empfangsgeräte vergrößern die Auswahlmöglichkeiten für die Zuschauer. Die wachsenden Möglichkeiten der medialen Nutzung führen somit zu einem Gewinn an Vielfalt und einem Mehr an Selbstbestimmung bei der Nutzung audiovisueller Medien. Die Privilegierung einiger Anbieter in Bezug auf deren Auffindbarkeit hält Bitkom zur Sicherung der Meinungsvielfalt weder für erforderlich noch für angemessen. Wir sehen den Erwägungsgrund 38 daher kritisch.

10. Zur Herausnahme des Regelungsbereichs der Vorschriften zur Barrierefreiheit zum Schutz von Menschen mit Behinderungen aus der AVMD

Bitkom sieht die Herausnahme der Regelungen zur Barrierefreiheit aus der AVMD-Richtlinie kritisch. Die entsprechenden Pflichten zum Schutz der Rechte der Menschen mit Behinderung waren bisher in der AVMD-Richtlinie enthalten. Im vorliegenden Vorschlag wurden die Pflichten zur Barrierefreiheit jedoch gestrichen. Stattdessen hat die Europäische Kommission am 02. Dezember 2015 einen Vorschlag für einen europäischen Rechtsakt zur Barrierefreiheit (EAA) vorgelegt, mit dem übergreifend Barrierefreiheitsanforderungen für bestimmte Produkte und Dienstleistungen auf EU-Ebene festgelegt werden sollen, um Menschen mit Behinderungen die Teilhabe an der Gesellschaft besser zu ermöglichen. Aus Sicht des Bitkom ist der EAA in seiner jetzigen Form noch viel zu unklar ausgestaltet. Es fallen unterschiedliche Branchen in dieselbe Regulierung, die aufgrund ihrer eigenen Anforderungen differenziert behandelt werden sollten. Daher ist eine sektorspezifische Regulierung einer allgemeinen Richtlinie vorzuziehen. Die AVMD-Richtlinie hat sich für die audiovisuellen Medien aus Sicht des Bitkom bewährt. Seit dem Bestehen haben die Anbieter ihre barrierefreien Angebote stetig ausgebaut.

Der EAA hingegen ist technologisch zu festgelegt und führt mit seinen Anzeigepflichten nicht zu mehr Innovationen bei den barrierefreien Medienangeboten. Die allgemeine Kennzeichnungspflicht mit dem CE-Zeichen verkommt lediglich zu einem Ankreuzkästchen, das aber auf den individuellen Grad und die Art der Behinderung überhaupt nicht eingeht. Bei einer Streichung der Pflichten zur Barrierefreiheit aus dem Regelungskatalog der AVMD droht für die audiovisuellen Medien ein Regulierungsdefizit in der Zeit, in der die AVMD-Richtlinie nicht mehr gilt und der Umsetzungszeit des EAA. Das Inkrafttreten der Regelungen des EAA wird zeitnah nicht

Stellungnahme
Vorschlag zur Novelle der Audiovisuelle-Mediendienste-
Richtlinie

Seite 10|10

erwartet. Es ist zu erwarten, dass es einen Zwischenzeitraum geben wird, in dem weder Pflichten der dann nicht mehr geltenden alten AVMD gelten, noch die neuen Pflichten des EAA.