

RICHTLINIEN

RICHTLINIE 2007/65/EG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES

vom 11. Dezember 2007

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 Sozialausschusses ⁽¹⁾,

nach Stellungnahme des Ausschusses der Regionen ⁽²⁾,

gemäß dem Verfahren des Artikels 251 des Vertrags ⁽³⁾,

in Erwägung nachstehender Gründe:

(1) Die Richtlinie 89/552/EWG des Rates ⁽⁴⁾ dient der Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität. In Anbetracht der neuen Übertragungstechniken

⁽¹⁾ ABl. C 318 vom 23.12.2006, S. 202.

⁽²⁾ ABl. C 51 vom 6.3.2007, S. 7.

⁽³⁾ Stellungnahme des Europäischen Parlaments vom 13. Dezember 2006 (noch nicht im Amtsblatt veröffentlicht), Gemeinsamer Standpunkt des Rates vom 15. Oktober 2007 (noch nicht im Amtsblatt veröffentlicht), Standpunkt des Europäischen Parlaments vom 29. November 2007.

⁽⁴⁾ 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). Richtlinie zuletzt geändert durch die Richtlinie 97/36/EG (ABl. L 202 vom 30.7.1997, S. 60).

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 kommerziellen 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.

(2) Die Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität werden bereits durch die Richtlinie 89/552/EWG koordiniert, wohingegen die Vorschriften über andere Tätigkeiten wie die audiovisuellen Mediendienste auf Abruf Unterschiede aufweisen, von denen einige den freien Dienstleistungsverkehr innerhalb der Europäischen Union behindern und den Wettbewerb innerhalb des Binnenmarkts verzerren könnten.

(3) Audiovisuelle Mediendienste sind gleichermaßen Kultur- und Wirtschaftsdienste. 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 besonderer Vorschriften auf diese Dienste.

(4) Nach Artikel 151 Absatz 4 des Vertrags trägt die Gemeinschaft bei ihrer Tätigkeit aufgrund anderer Bestimmungen des Vertrags den kulturellen Aspekten Rechnung, um insbesondere die Vielfalt ihrer Kulturen zu wahren und zu fördern.

(5) In seinen Entschlüssen vom 1. Dezember 2005 ⁽⁵⁾ und 4. April 2006 ⁽⁶⁾ zur Doha-Runde und zu den WTO-Ministerkonferenzen fordert das Europäische Parlament, grundlegende öffentliche Dienste wie audiovisuelle

⁽⁵⁾ ABl. C 285 E vom 22.11.2006, S. 126.

⁽⁶⁾ ABl. C 293 E vom 2.12.2006, S. 155.

Dienste von der Liberalisierung im Rahmen der GATS-Verhandlungsrunde auszunehmen. In seiner Entschließung vom 27. April 2006 ⁽¹⁾ unterstützt das Europäische Parlament das Unesco-Übereinkommen zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen, 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“. Mit dem Beschluss 2006/515/EG des Rates vom 18. Mai 2006 über den Abschluss des Übereinkommens zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen ⁽²⁾ wird das Unesco-Übereinkommen im Namen der Gemeinschaft angenommen. Das Übereinkommen ist am 18. März 2007 in Kraft getreten. Mit der vorliegenden Richtlinie werden die Grundsätze des Unesco-Übereinkommens gewahrt.

- (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 Marktes für audiovisuelle Mediendienste sollten die Grundsätze des Binnenmarkts wie der freie Wettbewerb und Gleichbehandlung respektiert werden, um Transparenz und Vorhersehbarkeit in den Märkten für audiovisuelle Mediendienste zu gewährleisten und niedrige Zutrittsschranken zu erreichen.
- (7) Für europäische Unternehmen, die audiovisuelle Mediendienste erbringen, mangelt es derzeit an Rechtssicherheit und gleichen Wettbewerbsbedingungen hinsichtlich der für neu aufkommende audiovisuelle Mediendienste auf Abruf geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen. Um Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden, die Rechtssicherheit zu verbessern, zur Vollendung des Binnenmarkts beizutragen und die Entstehung eines einheitlichen Informationsraums zu erleichtern, ist es deshalb notwendig, auf alle audiovisuellen Mediendienste — sowohl Fernsehprogramme (d. h. lineare audiovisuelle Mediendienste) als auch audiovisuelle Mediendienste auf Abruf (d. h. nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste) — zumindest bestimmte gemeinsame Grundvorschriften anzuwenden. Die Grundprinzipien der Richtlinie 89/552/EWG — d. h. Herkunftslandprinzip und gemeinsame Mindeststandards — haben sich bewährt und sollten deshalb beibehalten werden.
- (8) Die Kommission hat am 15. Dezember 2003 eine Mitteilung über die Zukunft der europäischen Regulierungspolitik im audiovisuellen Bereich angenommen, in der sie betont, dass die Regulierungspolitik in diesem Sektor jetzt und auch in Zukunft bestimmte Interessen der Allgemeinheit wie kulturelle Vielfalt, Recht auf Information, Medienpluralismus, Jugendschutz und Verbraucherschutz

wahren sowie Bewusstseinsbildung und Medienkompetenz der Allgemeinheit fördern muss.

- (9) Mit der Entschließung des Rates und der im Rat Vereinigten Vertreter der Regierungen der Mitgliedstaaten vom 25. Januar 1999 über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ⁽³⁾ wird bekräftigt, dass für die Erfüllung des Auftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten weiterhin der technologische Fortschritt genutzt werden muss. Der europäische Markt für audiovisuelle Mediendienste zeichnet sich durch die Koexistenz privater und öffentlich-rechtlicher Anbieter audiovisueller Mediendienste aus.
- (10) Die Kommission hat die Initiative „i2010 — europäische Informationsgesellschaft“ ergriffen, um Wachstum und Beschäftigung in der Informationsgesellschaft und in den Medien zu fördern. Kern dieser Initiative ist eine umfassende Strategie, deren Ziel darin besteht, vor dem Hintergrund der Konvergenz von Diensten der Informationsgesellschaft 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) zu fördern. 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 Modernisierung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ und deren Umwandlung in eine Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste. Das Ziel der i2010-Initiative wird grundsätzlich dadurch erreicht, dass man es der Industrie ermöglicht, bei nicht mehr als absolut erforderlicher Regulierung zu wachsen, und es kleinen neu gegründeten Unternehmen, die in der Zukunft für Wohlstand und Beschäftigung sorgen werden, ermöglicht, in einem freien Markt zu florieren, Neuerungen einzuführen und Arbeitsplätze zu schaffen.
- (11) Das Europäische Parlament hat am 4. September 2003 ⁽⁴⁾, am 22. April 2004 ⁽⁵⁾ und am 6. September 2005 ⁽⁶⁾ Entschlieungen verabschiedet; darin verlangt es 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 Fernsehprogramme.

⁽³⁾ ABl. C 30 vom 5.2.1999, S. 1.

⁽⁴⁾ Entschließung des Europäischen Parlaments über Fernsehen ohne Grenzen (AbI. C 76 E vom 25.3.2004, S. 453).

⁽⁵⁾ Entschließung des Europäischen Parlaments zu Gefahren der Verletzung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Informationsfreiheit (Artikel 11 Absatz 2 der Charta der Grundrechte) in der EU, vor allem in Italien (AbI. C 104 E vom 30.4.2004, S. 1026).

⁽⁶⁾ Entschließung des Europäischen Parlaments zur Anwendung der Artikel 4 und 5 der Richtlinie 89/552/EWG („Fernsehen ohne Grenzen“), geändert durch die Richtlinie 97/36/EG, für den Zeitraum 2001—2002 (AbI. C 193 E vom 17.8.2006, S. 117).

⁽¹⁾ ABl. C 296 E vom 6.12.2006, S. 104.

⁽²⁾ ABl. L 201 vom 25.7.2006, S. 15.

- (12) Die vorliegende Richtlinie verbessert die Wahrung der Grundrechte und trägt den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union ⁽¹⁾, 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.
- (13) Diese Richtlinie sollte die Verpflichtungen der Mitgliedstaaten unberührt lassen, die sich aus der Anwendung der Richtlinie 98/34/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Juni 1998 über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der Normen und technischen Vorschriften und der Vorschriften für die Dienste der Informationsgesellschaft ⁽²⁾ ergeben. Dementsprechend unterlägen Entwürfe einzelstaatlicher Maßnahmen für abrufbare audiovisuelle Mediendienste, die strenger oder ausführlicher als die zur bloßen Umsetzung der vorliegenden Richtlinie erforderlichen Maßnahmen sind, den verfahrensbezogenen Pflichten nach Artikel 8 der Richtlinie 98/34/EG.
- (14) Die Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über einen gemeinsamen Rechtsrahmen für elektronische Kommunikationsnetze und -dienste ⁽³⁾ lässt nach ihrem Artikel 1 Absatz 3 die von der Gemeinschaft oder den Mitgliedstaaten getroffenen Maßnahmen zur Verfolgung von Zielen, die im Interesse der Allgemeinheit liegen, insbesondere in Bezug auf die Regulierung von Inhalten und die audiovisuelle Politik, unberührt.
- (15) Durch diese Richtlinie werden die Mitgliedstaaten weder verpflichtet noch ermuntert, neue Lizenz- oder Genehmigungsverfahren im Bereich audiovisueller Mediendienste einzuführen.
- (16) Für die Zwecke dieser Richtlinie sollte der Begriff der audiovisuellen Mediendienste lediglich die entweder als Fernsehprogramm oder auf Abruf bereitgestellten audiovisuellen Mediendienste erfassen, bei denen es sich um Massenmedien handelt, das heißt, die für den Empfang durch einen wesentlichen Teil der Allgemeinheit bestimmt sind und bei dieser eine deutliche Wirkung entfalten könnten. Er sollte nur Dienstleistungen im Sinne des Vertrags erfassen, also alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die öffentlich-rechtlicher Unternehmen, sich jedoch nicht auf vorwiegend nicht-wirtschaftliche Tätigkeiten erstrecken, die nicht mit Fernsehsendungen im Wettbewerb stehen, wie z. B. private Internetseiten und Dienste zur Bereitstellung oder Verbreitung audiovisueller Inhalte, die von privaten Nutzern für Zwecke der gemeinsamen Nutzung und des Austauschs innerhalb von Interessengemeinschaften erstellt werden.
- (17) Ein typisches Merkmal der Abrufdienste ist, dass sie „fernsehähnlich“ sind, d. h. dass sie auf das gleiche Publikum wie Fernsehsendungen ausgerichtet sind und der Nutzer aufgrund der Art und Weise des Zugangs zu diesen Diensten vernünftigerweise einen Regelungsschutz im Rahmen dieser Richtlinie erwarten kann. Angesichts dieser Tatsache sollte zur Vermeidung von Diskrepanzen bei der Dienstleistungsfreiheit und beim Wettbewerb der Begriff „Sendung“ unter Berücksichtigung der Entwicklungen auf dem Gebiet der Fernsehsendungen dynamisch ausgelegt werden.
- (18) Für die Zwecke dieser Richtlinie sollte der Begriff der audiovisuellen Mediendienste die Massenmedien in ihrer informierenden, unterhaltenden und die breite Öffentlichkeit bildenden Funktion erfassen, einschließlich der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation, aber alle Formen privater Korrespondenz, z. B. an eine begrenzte Anzahl von Empfängern versandte elektronische Post, ausschließen. Die Begriffsbestimmung sollte alle Dienste ausschließen, deren Hauptzweck nicht die Bereitstellung von Programmen ist, d. h. bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellen und nicht Hauptzweck der Dienste sind. Dazu zählen beispielsweise Internetseiten, die lediglich zu Ergänzungszwecken audiovisuelle Elemente enthalten, z. B. animierte grafische Elemente, kurze Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nicht-audiovisuelle Dienste. Aus diesen Gründen sollten ferner folgende Dienste von dem Anwendungsbereich der Richtlinie ausgenommen sein: Glücksspiele mit einem einen Geldwert darstellenden Einsatz, einschließlich Lotterien, Wetten und andere Gewinnspiele, sowie Online-Spiele und Suchmaschinen, jedoch nicht Sendungen mit Gewinnspielen oder Glücksspielen.
- (19) Für die Zwecke dieser Richtlinie sollte der Begriff „Mediendienstanbieter“ natürliche oder juristische Personen ausschließen, die Sendungen, für welche die redaktionelle Verantwortung bei Dritten liegt, lediglich weiterleiten.
- (20) Zu den Fernsehprogrammen zählen derzeit insbesondere analoges und digitales Fernsehen, Live Streaming, Webcasting und der zeitversetzte Videoabruf („Near-video-on-demand“), während beispielsweise Video-on-demand ein audiovisueller Mediendienst auf Abruf ist. Im Allgemeinen sollten für Fernsehprogramme oder einzelne Fernsehsendungen, die zusätzlich als audiovisuelle Mediendienste auf Abruf von demselben Mediendienstanbieter angeboten werden, die Anforderungen dieser Richtlinie mit der Erfüllung der Anforderungen für die Fernsehausstrahlung, d. h. die lineare Übertragung, als erfüllt gelten. Wenn jedoch verschiedene Arten von Diensten, bei denen es sich um eindeutig unterscheidbare Dienste handelt, parallel angeboten werden, so sollte diese Richtlinie auf jeden dieser Dienste Anwendung finden.
- (21) Elektronische Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften sollten nicht in den Anwendungsbereich dieser Richtlinie fallen.

⁽¹⁾ ABl. C 364 vom 18.12.2000, S. 1.

⁽²⁾ ABl. L 204 vom 21.7.1998, S. 37. Richtlinie zuletzt geändert durch die Richtlinie 2006/96/EG des Rates (AbI. L 363 vom 20.12.2006, S. 81).

⁽³⁾ ABl. L 108 vom 24.4.2002, S. 33. Verordnung geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 717/2007 (AbI. L 171 vom 29.6.2007, S. 32).

- (22) Für die Zwecke dieser Richtlinie sollte sich der Begriff „audiovisuell“ auf bewegte Bilder mit oder ohne Ton beziehen; er sollte somit Stummfilme erfassen, nicht aber Tonübertragungen oder Hörfunkdienste. Der Hauptzweck eines audiovisuellen Mediendienstes ist zwar die Bereitstellung von Sendungen, die Definition eines solchen Dienstes sollte aber auch textgestützte Inhalte umfassen, die diese Sendungen begleiten, wie z. B. Untertitel oder elektronische Programmführer. Eigenständige textgestützte Dienste sollten nicht in den Anwendungsbereich dieser Richtlinie fallen; die Freiheit der Mitgliedstaaten, solche Dienste auf einzelstaatlicher Ebene in Einklang mit dem Vertrag zu regeln, sollte unberührt bleiben.
- (23) Der Begriff der redaktionellen Verantwortung ist grundlegend für die Bestimmung der Rolle des Mediendiensteanbieters und damit des Begriffs der audiovisuellen Mediendienste. Die Mitgliedstaaten können einzelne Aspekte der Definition der redaktionellen Verantwortung, insbesondere den Begriff der „wirksamen Kontrolle“, bei der Annahme der Maßnahmen zur Umsetzung dieser Richtlinie näher bestimmen. Die in der 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 Binnenmarkt (Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr)⁽¹⁾ vorgesehenen Haftungsausschlüsse sollten von der vorliegenden Richtlinie unberührt bleiben.
- (24) Bei Fernsehprogrammen sollte der Begriff des zeitgleichen Empfangs auch den quasi-zeitgleichen Empfang erfassen, da aus technischen Gründen, die durch den Übertragungsvorgang bedingt sind, bei der kurzen zeitlichen Verzögerung, die zwischen der Übertragung und dem Empfang der Sendung liegt, Schwankungen auftreten können.
- (25) Alle Kriterien eines audiovisuellen Mediendienstes gemäß seiner Definition und gemäß den Erläuterungen in den Erwägungsgründen 16 bis 23 sollten gleichzeitig erfüllt sein.
- (26) Zusätzlich zur Fernsehwerbung und zum Teleshopping sollte ein umfassenderer Begriff der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation in diese Richtlinie eingeführt werden, der jedoch nicht Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit und kostenlos gesendete Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken umfassen sollte.
- (27) Das Herkunftslandprinzip sollte Kernbestandteil dieser Richtlinie bleiben, da es für die Schaffung des Binnenmarkts unverzichtbar ist. Dieses Prinzip sollte 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 Binnenmarkts.
- (28) Zur Förderung einer starken, wettbewerbsfähigen und integrierten europäischen audiovisuellen Industrie und zur Stärkung des Medienpluralismus in der gesamten Europäischen Union sollte jeweils nur ein Mitgliedstaat für einen Anbieter audiovisueller Mediendienste zuständig sein und sollte der Informationspluralismus ein grundlegendes Prinzip der Europäischen Union sein.
- (29) Die technologische Entwicklung, insbesondere bei den digitalen Satellitenprogrammen, macht eine Anpassung der ergänzenden Kriterien notwendig, damit eine sinnvolle Regulierung und eine wirksame Umsetzung möglich ist und die Marktteilnehmer eine tatsächliche Verfügungsgewalt über die Inhalte der audiovisuellen Mediendienstes erhalten.
- (30) 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 handelsüblichen Verbraucherendgeräten unmittelbar oder mittelbar von der Allgemeinheit in einem oder mehreren Mitgliedstaaten empfangen werden können. Die Bestimmung des Begriffs „handelsübliche Verbraucherendgeräte“ sollte den zuständigen nationalen Behörden überlassen werden.
- (31) In den Artikeln 43 bis 48 des Vertrags ist das grundlegende Recht der Niederlassungsfreiheit verankert. Daher sollten die Mediendiensteanbieter im Allgemeinen frei wählen können, in welchem Mitgliedstaat sie sich niederlassen wollen. Der Gerichtshof hat auch hervorgehoben: „Der Vertrag verbietet es einem Unternehmen, das keine Dienste in dem Mitgliedstaat anbietet, in dem es ansässig ist, nämlich nicht, die Dienstleistungsfreiheit auszuüben“⁽²⁾.
- (32) Die Mitgliedstaaten sollten in der Lage sein, in den durch diese Richtlinie koordinierten Bereichen für die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter detailliertere oder strengere Vorschriften anzuwenden, und gleichzeitig dafür Sorge tragen, dass diese Vorschriften im Einklang mit den allgemeinen Grundsätzen des Gemeinschaftsrechts stehen. Zum Umgang mit Situationen, in denen ein der Rechtshoheit eines Mitgliedstaats unterworfenere Fernsehveranstalter Fernsehsendungen erbringt, die ganz oder größtenteils auf das Gebiet eines anderen Mitgliedstaats ausgerichtet sind, böte sich die Verpflichtung der Mitgliedstaaten zur Zusammenarbeit untereinander und — im Falle der Umgehung — eine Kodifizierung der einschlägigen Rechtsprechung des Gerichtshofs⁽³⁾ als Lösung an, die den Bedenken der Mitgliedstaaten gerecht wird, ohne die ordnungsgemäße Anwendung des Herkunftslandprinzips in Frage zu stellen. Der Begriff der im Allgemeininteresse liegenden Bestimmungen ist vom Gerichtshof in seiner Rechtsprechung zu den Artikeln 43 und 49 des Vertrags entwickelt worden und umfasst unter anderem Bestimmungen über den Verbraucherschutz, den Jugendschutz und die Kulturpolitik. Der Mitgliedstaat, der um Zusammenarbeit ersucht, sollte dafür Sorge tragen, dass die einschlägigen einzelstaatlichen Bestimmungen objektiv notwendig sind, auf nicht-diskriminierende Weise angewandt werden und verhältnismäßig sind.

⁽¹⁾ ABl. L 178 vom 17.7.2000, S. 1.

⁽²⁾ Rechtssache C-56/96, VT4, Randnr. 22, und Rechtssache C-212/97, Centros/Erhvervs- og Selskabsstyrelsen; siehe auch: Rechtssache C-11/95, Kommission/Königreich Belgien, und Rechtssache C-14/96, Paul Denuit.

⁽³⁾ 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.

- (33) Ein Mitgliedstaat kann bei der einzelfallbezogenen Beurteilung, ob eine Sendung eines in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassenen Mediendiensteanbieters ganz oder größtenteils auf sein Gebiet ausgerichtet ist, Indikatoren heranziehen wie die Herkunft der Fernsehwerbende/oder Abonnementeinnahmen, die Hauptsprache des Dienstes oder das Vorhandensein von Sendungen oder kommerzieller Kommunikation, die sich spezifisch an die Öffentlichkeit des Empfängerstaats richten.
- (34) Unbeschadet des Herkunftslandprinzips gestattet diese Richtlinie den Mitgliedstaaten die Ergreifung von Maßnahmen, die eine Einschränkung der freien Erbringung von Fernsehdiensten bedeuten, allerdings nur nach den in dieser Richtlinie festgelegten Bedingungen und Verfahren. Der Gerichtshof betont jedoch in seiner ständigen Rechtsprechung, dass Einschränkungen der Dienstleistungsfreiheit, ebenso wie alle Ausnahmen von einem Grundsatz des Vertrags restriktiv auszulegen sind ⁽¹⁾.
- (35) Beschränkungen der freien Erbringung audiovisueller Mediendienste auf Abruf sollten nur gemäß Bedingungen und Verfahren möglich sein, die den bereits durch Artikel 3 Absätze 4 bis 6 der Richtlinie 2000/31/EG festgelegten Bedingungen und Verfahren entsprechen.
- (36) Die Kommission hat in ihrer Mitteilung an das Europäische Parlament und den Rat „Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union“ betont, „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 Koregulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten“. Außerdem zeigt die Erfahrung, dass sowohl Ko- als auch Selbstregulierungsinstrumente, die in 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 im öffentlichen Interesse liegenden Ziele im Bereich der neuen audiovisuellen Mediendienste sind wirksamer, 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 Rolle anerkennen, die eine wirksame Selbstregulierung als Ergänzung zu den bestehenden Gesetzgebungs- und Gerichts- und/oder Verwaltungsverfahren spielen kann, sowie ihren wertvollen Beitrag zur Verwirklichung der Ziele dieser Richtlinie. Die Selbstregulierung sollte jedoch, obwohl sie eine ergänzende Methode zur Durchführung

bestimmter Vorschriften dieser Richtlinie sein könnte, die Verpflichtung des nationalen Gesetzgebers nicht ersetzen.

Koregulierung, in ihrer Minimalform, schafft eine rechtliche Verbindung zwischen Selbstregulierung und dem nationalen Gesetzgeber gemäß den Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten. Bei der Koregulierung sollten weiterhin staatliche Eingriffsmöglichkeiten für den Fall vorgesehen werden, dass ihre Ziele nicht erreicht werden. Unbeschadet der förmlichen Verpflichtungen der Mitgliedstaaten bezüglich der Umsetzung fördert diese Richtlinie die Nutzung der Koregulierung und der Selbstregulierung. Das sollte die Mitgliedstaaten aber weder dazu verpflichten, Regelungen zur Ko- und/oder Selbstregulierung festzulegen, noch beeinträchtigt oder gefährdet dies die gegenwärtigen Ko- und/oder Selbstregulierungsinitiativen, die in den Mitgliedstaaten bereits bestehen und gut funktionieren.

- (37) Die „Medienkompetenz“ bezieht sich auf die notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse sowie das nötige Verständnis für eine wirksame und sichere Nutzung der Medien durch die Verbraucher. Medienkompetente Menschen sind in der Lage, fundierte Entscheidungen zu treffen, das Wesen von Inhalt und Dienstleistungen zu verstehen und das gesamte Spektrum der durch die neuen Kommunikationstechnologien gebotenen Möglichkeiten zu nutzen. Sie sind in der Lage, sich und ihre Familien besser vor schädlichen oder anstößigen Inhalten zu schützen. Daher sollte die Entwicklung der Medienkompetenz in allen Gesellschaftsschichten gefördert werden, und die dabei erzielten Fortschritte sollten genau beobachtet werden.

Die Empfehlung des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über den Schutz Minderjähriger und den Schutz der Menschenwürde und über das Recht auf Gegendarstellung im Zusammenhang mit der Wettbewerbsfähigkeit des europäischen Industriezweiges der audiovisuellen Dienste und Online-Informationendienste ⁽²⁾ enthält bereits eine Reihe möglicher Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz, wie z. B. eine ständige Fortbildung von Lehrern und Ausbildern, spezifische Internetschulungen schon für sehr kleine Kinder, auch unter Einbeziehung der Eltern, oder die Organisation nationaler, an die Bürger gerichteter Informationskampagnen in allen Kommunikationsmedien, um Informationen über eine verantwortungsvolle Nutzung des Internets bereitzustellen.

- (38) Fernsehveranstalter können ausschließliche Fernsehübertragungsrechte für Ereignisse, die von großem Interesse für die Öffentlichkeit sind, 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.

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

⁽²⁾ ABl. L 378 vom 27.12.2006, S. 72.

- (39) Zur vollständigen und angemessenen Wahrung des Grundrechts auf Information und der Zuschauerinteressen in der Europäischen Union sollten die Inhaber ausschließlicher Fernsehübertragungsrechte für Ereignisse, die von großem Interesse für die Öffentlichkeit sind, anderen Fernsehveranstaltern unter fairen, zumutbaren und diskriminierungsfreien Bedingungen das Recht auf Verwendung von kurzen Auszügen für allgemeine Nachrichtensendungen gewähren, wobei jedoch den ausschließlichen Rechten angemessen Rechnung zu tragen ist. Solche Bedingungen sollten rechtzeitig vor dem Ereignis, das von großem Interesse für die Öffentlichkeit ist, mitgeteilt werden, damit andere Interessenten genügend Zeit haben, dieses Recht auszuüben. Ein Fernsehveranstalter sollte in die Lage versetzt werden, dieses Recht im Einzelfall durch einen Vermittler ausüben zu lassen, der speziell in seinem Namen handelt. Solche kurzen Auszüge können für EU-weite Ausstrahlungen durch alle Kanäle, einschließlich Sportkanälen, verwendet werden und sollten nicht länger als 90 Sekunden dauern.

Das Recht auf Zugang zu kurzen Auszügen sollte nur dann grenzüberschreitend gelten, wenn dies erforderlich ist. Daher sollte ein Fernsehveranstalter zunächst bei einem in dem gleichen Mitgliedstaat ansässigen Fernsehveranstalter, der ausschließliche Rechte für das Ereignis von großem Interesse für die Öffentlichkeit besitzt, um Zugang ersuchen.

Unter den Begriff „allgemeine Nachrichtensendungen“ sollte nicht die Zusammenstellung kurzer Auszüge für Unterhaltungssendungen fallen.

Das Herkunftslandprinzip sollte sowohl für den Zugang zu den kurzen Auszügen als auch für deren Übertragung gelten. In grenzüberschreitenden Fällen bedeutet dies, dass die verschiedenen Rechtsvorschriften nacheinander Anwendung finden sollten. Zunächst sollte — für den Zugang zu den kurzen Auszügen — das Recht des Mitgliedstaats gelten, in dem der Fernsehveranstalter ansässig ist, der das Ausgangssignal bereitstellt (d. h. Zugang gewährt). Dies ist in der Regel der Mitgliedstaat, in dem das betreffende Ereignis stattfindet. Hat ein Mitgliedstaat ein gleichwertiges System für den Zugang zu dem Ereignis eingerichtet, so sollte in jedem Fall das Recht dieses Mitgliedstaats gelten. Danach sollte für die Übertragung der kurzen Auszüge das Recht des Mitgliedstaats gelten, in dem der Fernsehveranstalter ansässig ist, der die kurzen Auszüge überträgt.

- (40) Die Anforderungen dieser Richtlinie für den Zugang zu Ereignissen von großem Interesse für die Öffentlichkeit zum Zwecke der Kurzberichterstattung sollten die 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⁽¹⁾ und die einschlägigen internationalen Übereinkünfte auf dem Gebiet des Urheberrechts und verwandter Schutzrechte unberührt lassen. Die Mitgliedstaaten sollten den Zugang zu Ereignissen von großem Interesse für die Öffentlichkeit erleichtern, indem sie Zugang zu dem Sendesignal des Fernsehveranstalters im Sinne der vorliegenden Richtlinie gewähren. Sie können dafür jedoch andere gleichwertige

Mittel im Sinne der vorliegenden Richtlinie wählen. Hierzu zählt unter anderem die Gewährung des Zugangs zum Ort des Ereignisses vor der Gewährung des Zugangs zum Sendesignal. Die Fernsehveranstalter sollten nicht daran gehindert werden, detailliertere Vereinbarungen zu schließen.

- (41) Es sollte sichergestellt werden, dass die Praxis der Mediendienstanbieter, ihre direkt ausgestrahlten Nachrichtensendungen nach der direkten Ausstrahlung im Abrufmodus anzubieten, weiterhin möglich ist, ohne dass die einzelnen Sendungen angepasst (d. h. die kurzen Auszüge herausgeschnitten) werden müssen. Diese Möglichkeit sollte auf die Bereitstellung der identischen Fernsehsendung im Abrufmodus durch denselben Mediendienstanbieter beschränkt werden, so dass sie nicht dazu genutzt werden kann, neue Geschäftsmodelle von Abrufdiensten auf der Grundlage kurzer Auszüge zu schaffen.
- (42) Audiovisuelle Mediendienste auf Abruf unterscheiden sich von Fernsehprogrammen darin, welche Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer hat und welche Auswirkungen sie auf die Gesellschaft haben⁽²⁾. Deshalb ist es gerechtfertigt, für audiovisuelle Mediendienste auf Abruf weniger strenge Vorschriften zu erlassen, so dass sie nur den Grundvorschriften dieser Richtlinie unterliegen sollten.
- (43) 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 daher für die Mitgliedstaaten wichtig zu gewährleisten, dass die Nutzer jederzeit leicht und unmittelbar Zugang zu Informationen über den Mediendienstanbieter haben. Die Mitgliedstaaten legen die praktischen Einzelheiten fest, wie dies unbeschadet sonstiger einschlägiger Bestimmungen des Gemeinschaftsrechts erreicht werden soll.
- (44) Die Verfügbarkeit schädlicher Inhalte im Bereich der audiovisuellen Mediendienste gibt nach wie vor Anlass zur Sorge für den Gesetzgeber, die Medienbranche und die Eltern. Gerade im Zusammenhang mit neuen Plattformen und neuen Produkten werden hier neue Herausforderungen entstehen. Deshalb ist es notwendig, Vorschriften zum Schutz der körperlichen, geistigen und sittlichen Entwicklung Minderjähriger sowie zur Wahrung der Menschenwürde in allen audiovisuellen Mediendiensten, einschließlich der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation, zu erlassen.
- (45) Etwaige Maßnahmen zum Schutz der körperlichen, geistigen und sittlichen Entwicklung Minderjähriger und zur Wahrung der Menschenwürde sollten sorgfältig gegen das in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union verankerte Grundrecht auf Meinungsfreiheit abgewogen werden. Ziel dieser Maßnahmen, wie z. B. Verwendung persönlicher Identifizierungskennzahlen (PIN-Codes), Filtersystemen oder Kennzeichnungen, sollte daher die Gewährleistung eines angemessenen Schutzes der körperlichen, geistigen und sittlichen Entwicklung Minderjähriger und des Schutzes der Menschenwürde, insbesondere in Bezug auf audiovisuelle Mediendienste auf Abruf, sein.

⁽¹⁾ ABl. L 167 vom 22.6.2001, S. 10.

⁽²⁾ Rechtssache C-89/04, Mediakabel.

- In der Empfehlung über den Schutz Minderjähriger und den Schutz der Menschenwürde und über das Recht auf Gegendarstellung wurde bereits die Bedeutung von Filtersystemen und Kennzeichnungen anerkannt; sie enthält ferner mehrere mögliche Maßnahmen zugunsten Minderjähriger wie die systematische Bereitstellung eines wirksamen, aktualisierbaren und leicht nutzbaren Filtersystems für Nutzer, sobald diese einen Internetzugang abonnieren, oder die Ausstattung des Zugangs zu kinderspezifischen Internetdiensten mit einem automatischen Filtersystem.
- (46) Mediendienstanbieter, die der Rechtshoheit der Mitgliedstaaten unterstehen, sollten in jedem Fall dem Verbot der Verbreitung von Kinderpornografie in Einklang mit dem Rahmenbeschluss 2004/68/JI des Rates vom 22. Dezember 2003 zur Bekämpfung der sexuellen Ausbeutung von Kindern und der Kinderpornografie⁽¹⁾ unterliegen.
- (47) Die Bestimmungen dieser Richtlinie zum Schutz der körperlichen, geistigen und sittlichen Entwicklung Minderjähriger und dem Schutz der Menschenwürde erfordern nicht notwendigerweise, dass zur Durchführung der Maßnahmen zum Schutz dieser Interessen eine vorherige Prüfung audiovisueller Mediendienste durch öffentliche Einrichtungen stattfinden muss.
- (48) Audiovisuelle Mediendienste auf Abruf besitzen das Potenzial, Fernsehprogramme teilweise zu ersetzen. Sie sollten daher im Rahmen des praktisch Durchführbaren die Produktion und Verbreitung europäischer Werke vorantreiben und damit einen aktiven Beitrag zur Förderung der kulturellen Vielfalt leisten. Diese Unterstützung für europäische Werke könnte zum Beispiel in einem finanziellen Beitrag solcher Dienste zur Produktion europäischer Werke und zum Erwerb von Rechten an europäischen Werken, einem Mindestanteil europäischer Werke in Katalogen von Video auf Abruf oder in der attraktiven Präsentation europäischer Werke bei elektronischen Programmführern bestehen. Es ist wichtig, die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten durch die audiovisuellen Mediendienste regelmäßig zu überprüfen. Bei der Berichterstattung gemäß dieser Richtlinie sollten 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 den Katalogen audiovisueller Mediendienste sowie die tatsächliche Nutzung der von solchen Diensten angebotenen europäischen Werke eingehen.
- (49) Bei der Festlegung, was unter dem in Artikel 5 der Richtlinie 89/552/EWG genannten Begriff „Hersteller, die von den Fernsehveranstaltern unabhängig sind“ zu verstehen ist, sollten die Mitgliedstaaten insbesondere Kriterien wie das Eigentum an der Produktionsgesellschaft, den Umfang der demselben Fernsehveranstalter gelieferten Sendungen und das Eigentum an sekundären Rechten angemessen berücksichtigen.
- (50) Bei der Umsetzung der Bestimmungen des Artikels 4 der Richtlinie 89/552/EWG sollten die Mitgliedstaaten die Fernsehveranstalter darin bestärken, einen angemessenen Anteil europäischer Koproduktionen und nicht-einheimischer europäischer Werke zu berücksichtigen.
- (51) Es muss gewährleistet werden, dass Kinospielefilme nur in den zwischen Rechteinhabern und Mediendienstanbietern vereinbarten Zeiträumen übertragen werden.
- (52) Das Angebot an audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf steigert die Wahlmöglichkeiten des Verbrauchers. Detaillierte Bestimmungen über die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation erscheinen daher für audiovisuelle Mediendienste auf Abruf 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.
- (53) Das Recht auf Gegendarstellung ist ein geeignetes Rechtsmittel bei Fernsehsendungen und könnte auch im Online-Umfeld angewandt werden. Die Empfehlung über den Schutz Minderjähriger und den Schutz der Menschenwürde und über das Recht auf Gegendarstellung enthält bereits geeignete Leitlinien für die Umsetzung von Maßnahmen im innerstaatlichen Recht oder in der innerstaatlichen Praxis zur ausreichenden Gewährleistung des Rechts auf Gegendarstellung oder gleichwertiger Abhilfemaßnahmen im Zusammenhang mit Online-Medien.
- (54) Wie die Kommission bereits in ihrer Auslegungsmittlung über bestimmte Aspekte der in der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“⁽²⁾ enthaltenen Werbevorschriften festgestellt hat, sind durch die Entwicklung neuer Werbetechniken und Marketingkonzepte neue wirksame Möglichkeiten für die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation im traditionellen Fernsehen entstanden, das auf diese Weise unter gleichen Voraussetzungen im Wettbewerb mit innovativen Abrufdiensten besser bestehen kann.
- (55) Aufgrund der wirtschaftlichen 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 Allgemeininteresses angemessen verwirklicht werden können, sollten etwaige Vorschriften eine ausreichende Flexibilität in Bezug auf Fernsehprogramme zulassen. Der Trennungsgrundsatz sollte auf Fernsehwerbung und Teleshopping beschränkt werden, die Produktplatzierung sollte unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt werden — sofern ein Mitgliedstaat nicht etwas anderes beschließt — 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. L 13 vom 20.1.2004, S. 44.

(2) ABl. C 102 vom 28.4.2004, S. 2.

- (56) Abgesehen von den Praktiken, die unter die vorliegende Richtlinie fallen, gilt die Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern⁽¹⁾ für unlautere Geschäftspraktiken, darunter auch für irreführende und aggressive Praktiken in audiovisuellen Mediendiensten. Da überdies die 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⁽²⁾, die Werbung und Sponsoring für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse in Printmedien, Diensten der Informationsgesellschaft und in Hörfunksendungen verbietet, unbeschadet der Richtlinie 89/552/EWG gilt, sollte das Verhältnis zwischen der Richtlinie 2003/33/EG und der 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/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 6. November 2001 zur Schaffung eines Gemeinschaftskodexes für Humanarzneimittel⁽³⁾, der die Öffentlichkeitswerbung für bestimmte Arzneimittel verbietet, gilt, wie in Artikel 88 Absatz 5 vorgesehen, unbeschadet des Artikels 14 der Richtlinie 89/552/EWG. Das Verhältnis zwischen der Richtlinie 2001/83/EG und der Richtlinie 89/552/EWG sollte vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie unberührt bleiben. Ferner sollte die vorliegende Richtlinie die Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel⁽⁴⁾ unberührt lassen.
- (57) In Anbetracht der zunehmenden Möglichkeiten für die Zuschauer, durch den Einsatz neuer Technologien wie persönlicher digitaler Videorecorder und der zunehmenden Auswahl an Fernsehkanälen Werbung zu umgehen, sind detaillierte Vorschriften über Werbeeinschübe zum Schutz der Zuschauer nicht mehr notwendig. Durch diese Richtlinie sollte nicht die zulässige Werbedauer pro Stunde erhöht, sondern den Fernsehveranstaltern eine größere Flexibilität eingeräumt werden, sofern dadurch nicht der Zusammenhang der Sendungen in Frage gestellt wird.
- (58) Diese Richtlinie dient der Wahrung des besonderen Charakters des europäischen Fernsehens, in der Werbung vorzugsweise zwischen den Sendungen gezeigt wird, und beschränkt deshalb die Möglichkeiten der Unterbrechung von Kinospielefilmen und Fernsehfilmen sowie bestimmter anderer Sendungskategorien, die noch eines speziellen Schutzes bedürfen.
- (59) Die früher bestehende Begrenzung der täglichen Fernsehwerbedauer 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 Fernsehwerbe- und Teleshoppingspots jedoch beibehalten werden. Auch die zeitlichen Beschränkungen für Teleshopping- und Werbekanäle sind angesichts der größeren Auswahl des Verbrauchers anscheinend nicht mehr gerechtfertigt. Die Beschränkung bei Fernsehwerbespots und Teleshoppingspots auf 20 % Werbezeit pro voller Stunde für gilt jedoch nach wie vor. Der Begriff „Fernsehwerbespot“ sollte als Fernsehwerbung im Sinne des Artikels 1 Buchstabe i der Richtlinie 89/552/EWG in der durch die vorliegende Richtlinie geänderten Fassung mit einer Dauer von nicht mehr als 12 Minuten aufgefasst werden.
- (60) Schleichwerbung in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation wird von dieser Richtlinie wegen ihrer nachteiligen Auswirkungen auf die Verbraucher verboten. Das Verbot von Schleichwerbung in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation sollte nicht für die rechtmäßige Produktplatzierung im Rahmen dieser Richtlinie gelten, sofern die Zuschauer angemessen auf das Bestehen einer Produktplatzierung hingewiesen werden. Dies kann dadurch erfolgen, dass darauf hingewiesen wird, dass in der gegebenen Sendung gerade eine Produktplatzierung stattfindet, beispielsweise durch ein neutrales Logo.
- (61) 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 Definition des Begriffs „Produktplatzierung“ durch diese Richtlinie sollte alle Formen audiovisueller kommerzieller Kommunikation erfassen, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder die entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise sollte nur als Produktplatzierung gelten, wenn die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von bedeutendem Wert sind. Für Produktplatzierung sollten die gleichen qualitativen Vorschriften und Beschränkungen gelten wie für audiovisuelle kommerzielle Kommunikation. Das entscheidende Kriterium zur Unterscheidung zwischen „Sponsoring“ und „Produktplatzierung“ ist der Umstand, dass bei der Produktplatzierung der Hinweis auf ein Produkt in die Handlung der Sendung eingebaut ist, weshalb die Definition in Artikel 1 Buchstabe m der Richtlinie 89/552/EWG in der durch die vorliegende Richtlinie geänderten Fassung das Wort „innerhalb“ enthält. Hinweise auf Sponsoren dagegen können während einer Sendung gezeigt werden, sind aber nicht Teil der Handlung.
- (62) Produktplatzierung sollte grundsätzlich verboten sein. Ausnahmen auf der Grundlage einer Positivliste sind jedoch angemessen für bestimmte Arten von Sendungen. Ein Mitgliedstaat sollte die Möglichkeit haben, diese Ausnahmen ganz oder teilweise abzulehnen, beispielsweise indem er die Produktplatzierung nur in Sendungen gestattet, die nicht ausschließlich in seinem Hoheitsgebiet produziert wurden.

(1) ABl. L 149 vom 11.6.2005, S. 22.

(2) ABl. L 152 vom 20.6.2003, S. 16.

(3) ABl. L 311 vom 28.11.2001, S. 67. Verordnung zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 1901/2006 (ABl. L 378 vom 27.12.2006, S. 1).

(4) ABl. L 404 vom 30.12.2006, S. 9. Berichtigte Fassung in ABl. L 12 vom 18.1.2007, S. 3.

- (63) Darüber hinaus sollten Sponsoring und Produktplatzierung verboten sein, sofern sie den Inhalt von Sendungen in der Weise beeinflussen, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigt wird. Dies ist bei Themenplatzierung der Fall.
- (64) Das Recht von Menschen mit Behinderungen und älteren Menschen auf Teilnahme am sozialen und kulturellen Leben der Gemeinschaft ist untrennbar mit der Bereitstellung zugänglicher audiovisueller Mediendienste verbunden. Die Mittel, um das zu erreichen, sollten unter anderem Gebärdensprache, Untertitelung, Audiobeschreibung und leicht verständliche Menüführung umfassen.
- (65) Gemäß den Pflichten, die den Mitgliedstaaten durch den Vertrag auferlegt sind, sind sie verantwortlich für die Umsetzung und wirksame Durchführung dieser Richtlinie. Es steht ihnen frei, die geeigneten Instrumente entsprechend ihren Rechtstraditionen und etablierten Strukturen und insbesondere die Form ihrer zuständigen unabhängigen Regulierungsstellen zu wählen, damit sie ihre Maßnahmen zur Umsetzung dieser Richtlinie unparteiisch und transparent durchführen können. Insbesondere sollten die von den Mitgliedstaaten gewählten Instrumente einen Beitrag zur Förderung des Medienpluralismus leisten.
- (66) Eine enge Zusammenarbeit zwischen den zuständigen Regulierungsstellen der Mitgliedstaaten und der Kommission ist notwendig, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen. In gleichem Maße ist die enge Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten und zwischen den Regulierungsstellen der Mitgliedstaaten von besonderer Bedeutung in Bezug auf die Wirkung, die die in einem Mitgliedstaat niedergelassenen Fernsehveranstalter möglicherweise auf einen anderen Mitgliedstaat haben. Sind im innerstaatlichen Recht Zulassungsverfahren vorgesehen und ist mehr als ein Mitgliedstaat betroffen, so ist es wünschenswert, dass die jeweiligen zuständigen Stellen vor der Erteilung der betreffenden Zulassungen Verbindung miteinander aufnehmen. Diese Zusammenarbeit sollte sich auf alle Bereiche erstrecken, die durch die Richtlinie 89/552/EWG in der durch die vorliegende Richtlinie geänderten Fassung, insbesondere deren Artikel 2, 2a und 3, koordiniert werden.
- (67) Da die Ziele dieser Richtlinie, nämlich die Schaffung eines Raums für audiovisuelle Mediendienste ohne innere Grenzen bei gleichzeitiger Sicherstellung eines hohen Schutzniveaus für Ziele allgemeinen Interesses, insbesondere der Schutz von Minderjährigen und der menschlichen Würde sowie die Förderung der Rechte der Menschen mit Behinderungen, auf Ebene der Mitgliedstaaten nicht ausreichend verwirklicht werden können und daher wegen des Umfangs und der Wirkungen dieser Richtlinie besser auf Gemeinschaftsebene zu verwirklichen sind, kann die Gemeinschaft im Einklang mit dem in Artikel 5 des Vertrags niedergelegten Subsidiaritätsprinzip tätig werden. Entsprechend dem in demselben Artikel genannten Grundsatz der Verhältnismäßigkeit geht diese Richtlinie nicht über das zur Erreichung dieser Ziele erforderliche Maß hinaus.

- (68) Nach Nummer 34 der Interinstitutionellen Vereinbarung „Bessere Rechtsetzung“⁽¹⁾ sind die Mitgliedstaaten aufgefordert, für ihre eigenen Zwecke und im Interesse der Gemeinschaft eigene Tabellen aufzustellen, aus denen im Rahmen des Möglichen die Entsprechungen zwischen dieser Richtlinie und den Umsetzungsmaßnahmen zu entnehmen sind, und diese zu veröffentlichen —

HABEN FOLGENDE RICHTLINIE ERLASSEN:

Artikel 1

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

1. Der Titel erhält folgende Fassung:

„Richtlinie 89/552/EWG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste)“;

2. Artikel 1 erhält folgende Fassung:

„Artikel 1

Für die Zwecke dieser Richtlinie bezeichnet der Ausdruck

a) ‚audiovisueller Mediendienst‘

— eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 49 und 50 des Vertrags, für die ein Mediendienstanbieter die redaktionelle Verantwortung trägt und deren Hauptzweck die Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne des Artikels 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG ist. Bei diesen audiovisuellen Mediendiensten handelt es sich entweder um Fernsehprogramme gemäß der Definition unter Buchstabe e des vorliegenden Artikels oder um audiovisuelle Mediendienste auf Abruf gemäß der Definition unter Buchstabe g des vorliegenden Artikels; und/oder

— die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation;

b) ‚Sendung‘ eine Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die Einzelbestandteil eines von einem Mediendienstanbieter erstellten Sendepfades oder Katalogs ist und deren Form und Inhalt mit der Form und dem Inhalt von Fernsehsendungen vergleichbar ist. Beispiele für Sendungen sind unter anderem Spielfilme, Sportberichte, Fernsehkomödien, Dokumentarfilme, Kindersendungen und Originalfernsehspiele;

⁽¹⁾ ABl. C 321 vom 31.12.2003, S. 1.

- c) ‚redaktionelle Verantwortung‘ die Ausübung einer wirksamen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Sendungen als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung entweder anhand eines chronologischen Sendepfades im Falle von Fernsehsendungen oder mittels eines Katalogs im Falle von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf. Die redaktionelle Verantwortung begründet nicht zwangsläufig eine rechtliche Haftung nach innerstaatlichem Recht für die bereitgestellten Inhalte oder Dienste;
- d) ‚Mediendienstanbieter‘ die natürliche oder juristische Person, die die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese gestaltet werden;
- e) ‚Fernsehprogramm‘ (d. h. ein linearer audiovisueller Mediendienst) einen audiovisuellen Mediendienst, der von einem Mediendienstanbieter für den zeitgleichen Empfang von Sendungen auf der Grundlage eines Sendepfades bereitgestellt wird;
- f) ‚Fernsehveranstalter‘ einen Mediendienstanbieter, der Fernsehprogramme bereitstellt;
- g) ‚audiovisueller Mediendienst auf Abruf‘ (d. h. ein nicht-linearer audiovisueller Mediendienst) einen audiovisuellen Mediendienst, der von einem Mediendienstanbieter für den Empfang zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf hin aus einem vom Mediendienstanbieter festgelegten Programmkatalog bereitgestellt wird;
- h) ‚audiovisuelle kommerzielle Kommunikation‘ Bilder mit oder ohne Ton, 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. Diese Bilder sind einer Sendung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung beigelegt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen unter anderem Fernsehwerbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung;
- i) ‚Fernsehwerbung‘ jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die im Fernsehen von einem öffentlich-rechtlichen oder privaten Veranstalter oder einer natürlichen Person entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern;
- j) ‚Schleichwerbung in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation‘ die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marke oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Sendungen, wenn sie vom Mediendienstanbieter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit über ihren eigentlichen Zweck irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt;
- k) ‚Sponsoring‘ jeden Beitrag von nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern;
- l) ‚Teleshopping‘ Sendungen 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 darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder die entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen;
- n) i) ‚europäische Werke‘
- Werke aus den Mitgliedstaaten;
 - Werke aus europäischen Drittländern, die Vertragsparteien des Europäischen Übereinkommens über grenzüberschreitendes Fernsehen des Europarates sind, sofern diese Werke die Voraussetzungen nach Ziffer ii erfüllen;
 - Werke, die im Rahmen der zwischen der Gemeinschaft und Drittländern im audiovisuellen Bereich geschlossenen Abkommen in Kooperation hergestellt werden und die den in den einzelnen Abkommen jeweils festgelegten Voraussetzungen entsprechen.
 - Die Anwendung des zweiten und des dritten Gedankenstrichs setzt voraus, dass in dem betreffenden Drittstaat keine diskriminierenden Maßnahmen gegen Werke aus den Mitgliedstaaten bestehen.

ii) Werke im Sinne von Ziffer i erster und zweiter Gedankenstrich sind Werke, die im Wesentlichen in Zusammenarbeit mit in einem oder mehreren der in Ziffer i erster und zweiter Gedankenstrich genannten Staaten ansässigen Autoren und Arbeitnehmern geschaffen wurden und eine der drei folgenden Voraussetzungen erfüllen:

- Sie sind von einem oder mehreren in einem bzw. mehreren dieser Staaten ansässigen Hersteller(n) geschaffen worden oder
- ihre Herstellung wird von einem oder mehreren in einem bzw. mehreren dieser Staaten ansässigen Hersteller(n) überwacht und tatsächlich kontrolliert oder
- der Beitrag von Koproduzenten aus diesen Staaten zu den Gesamtproduktionskosten beträgt mehr als die Hälfte, und die Koproduktion wird nicht von einem bzw. mehreren außerhalb dieser Staaten niedergelassenen Hersteller(n) kontrolliert.

iii) Werke, die keine europäischen Werke im Sinne der Ziffer i sind, jedoch im Rahmen von bilateralen Koproduktionsverträgen zwischen Mitgliedstaaten und Drittländern hergestellt werden, werden als europäische Werke betrachtet, sofern die Koproduzenten aus der Gemeinschaft einen mehrheitlichen Anteil der Gesamtproduktionskosten tragen und die Herstellung nicht von einem oder mehreren außerhalb des Hoheitsgebiets der Mitgliedstaaten niedergelassenen Hersteller(n) kontrolliert wird.“;

3. Artikel 2 erhält folgende Fassung:

„Artikel 2

(1) Jeder Mitgliedstaat sorgt dafür, dass alle audiovisuellen Mediendienste, die von seiner Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbietern übertragen werden, den Vorschriften des Rechtssystems entsprechen, die auf für die Allgemeinheit bestimmte audiovisuelle Mediendienste in diesem Mitgliedstaat anwendbar sind.

(2) Für die Zwecke dieser Richtlinie unterliegen diejenigen Mediendienstanbieter der Rechtshoheit eines Mitgliedstaats,

- a) die gemäß Absatz 3 in diesem Mitgliedstaat niedergelassen sind oder
- b) auf die Absatz 4 anwendbar ist.

(3) Für die Zwecke dieser Richtlinie gilt ein Mediendienstanbieter in folgenden Fällen als in einem Mitgliedstaat niedergelassen:

a) Der Mediendienstanbieter hat seine Hauptverwaltung in diesem Mitgliedstaat, und die redaktionellen Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst werden in diesem Mitgliedstaat getroffen.

b) Wenn ein Mediendienstanbieter seine Hauptverwaltung in einem Mitgliedstaat hat, die Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst jedoch in einem anderen Mitgliedstaat getroffen werden, gilt er als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals tätig ist. Ist ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals in jedem dieser Mitgliedstaaten tätig, so gilt der Mediendienstanbieter als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem er seine Hauptverwaltung hat. Ist ein wesentlicher Teil des erforderlichen mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals in keinem dieser Mitgliedstaaten tätig, so gilt der Mediendienstanbieter als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem er zuerst mit seiner Tätigkeit nach Maßgabe des Rechts dieses Mitgliedstaats begonnen hat, sofern eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der Wirtschaft dieses Mitgliedstaats weiter besteht.

c) Wenn ein Mediendienstanbieter seine Hauptverwaltung in einem Mitgliedstaat hat, die Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst jedoch in einem Drittland getroffen werden, oder wenn der umgekehrte Fall vorliegt, gilt er als in dem betreffenden Mitgliedstaat niedergelassen, wenn ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals in diesem Mitgliedstaat tätig ist.

(4) Mediendienstanbieter, auf die Absatz 3 nicht anwendbar ist, gelten in folgenden Fällen als Anbieter, die der Rechtshoheit eines Mitgliedstaats unterliegen:

- a) Sie nutzen eine in diesem Mitgliedstaat gelegene Satelliten-Bodenstation für die Aufwärtsstrecke.
- b) Sie nutzen zwar keine in diesem Mitgliedstaat gelegene Satelliten-Bodenstation für die Aufwärtsstrecke, aber eine diesem Mitgliedstaat gehörende Übertragungskapazität eines Satelliten.

(5) Kann die Frage, welcher Mitgliedstaat die Rechtshoheit ausübt, nicht nach den Absätzen 3 und 4 entschieden werden, so liegt die Zuständigkeit bei dem Mitgliedstaat, in dem der Mediendiensteanbieter gemäß den Artikeln 43 bis 48 des Vertrags niedergelassen ist.

Jugendschutzes und der Bekämpfung der Hetze aus Gründen der Rasse, des Geschlechts, des Glaubens oder der Nationalität, sowie von Verletzungen der Menschenwürde einzelner Personen,

(6) Diese Richtlinie gilt nicht für audiovisuelle Mediendienste, die ausschließlich zum Empfang in Drittländern bestimmt sind und die nicht unmittelbar oder mittelbar von der Allgemeinheit mit handelsüblichen Verbraucherendgeräten in einem oder mehreren Mitgliedstaaten empfangen werden.“;

— Schutz der öffentlichen Gesundheit,

— Schutz der öffentlichen Sicherheit, einschließlich der Wahrung nationaler Sicherheits- und Verteidigungsinteressen,

4. Artikel 2a wird wie folgt geändert:

a) Absatz 1 erhält folgende Fassung:

— Schutz der Verbraucher, einschließlich des Schutzes von Anlegern;

„(1) Die Mitgliedstaaten gewährleisten den freien Empfang und behindern nicht die Weiterverbreitung von audiovisuellen Mediendiensten aus anderen Mitgliedstaaten in ihrem Hoheitsgebiet aus Gründen, die Bereiche betreffen, die durch diese Richtlinie koordiniert sind.“;

ii) betreffen einen bestimmten audiovisuellen Mediendienst auf Abruf, der die unter Ziffer i genannten Schutzziele beeinträchtigt oder eine ernsthafte und schwerwiegende Gefahr einer Beeinträchtigung dieser Ziele darstellt;

b) in Absatz 2 erhalten der Einleitungssatz und Buchstabe a folgende Fassung:

iii) stehen in einem angemessenen Verhältnis zu diesen Schutzzielen.

„(2) Bei Fernsehprogrammen können die Mitgliedstaaten vorübergehend von Absatz 1 abweichen, wenn die folgenden Bedingungen erfüllt sind:

b) Der Mitgliedstaat hat vor Ergreifen der betreffenden Maßnahmen unbeschadet etwaiger Gerichtsverfahren, einschließlich Vorverfahren und Schritten im Rahmen einer strafrechtlichen Ermittlung,

a) Mit einem Fernsehprogramm aus einem anderen Mitgliedstaat wird in offensichtlicher, ernster und schwerwiegender Weise gegen Artikel 22 Absatz 1 oder 2 und/oder Artikel 3b verstoßen;“;

— den Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, aufgefordert, Maßnahmen zu ergreifen, und dieser hat keine derartigen Maßnahmen ergriffen oder die von ihm getroffenen Maßnahmen sind unzulänglich;

c) die folgenden Absätze werden angefügt:

„(4) Bei Abrufdiensten können die Mitgliedstaaten Maßnahmen ergreifen, um bezüglich eines bestimmten Dienstes von Absatz 1 abzuweichen, wenn die folgenden Bedingungen erfüllt sind:

— die Kommission und den Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, über seine Absicht, derartige Maßnahmen zu ergreifen, unterrichtet.

a) Die Maßnahmen

i) sind aus einem der folgenden Gründe erforderlich:

— Schutz der öffentlichen Ordnung, insbesondere Verhütung, Ermittlung, Aufklärung und Verfolgung von Straftaten, einschließlich des

(5) Die Mitgliedstaaten können in dringenden Fällen von den in Absatz 4 Buchstabe b genannten Bedingungen abweichen. In diesem Fall müssen die Maßnahmen unverzüglich und unter Angabe der Gründe, aus denen der Mitgliedstaat der Auffassung ist, dass es sich um einen dringenden Fall handelt, der Kommission und dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, mitgeteilt werden.

(6) Unbeschadet der Möglichkeit des Mitgliedstaats, die betreffenden Maßnahmen durchzuführen, prüft die Kommission innerhalb kürzestmöglicher Zeit, ob die in den Absätzen 4 und 5 genannten Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind. Gelangt sie zu dem Schluss, dass die Maßnahmen nicht mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind, so fordert sie den betreffenden Mitgliedstaat auf, davon Abstand zu nehmen, die geplanten Maßnahmen zu ergreifen, bzw. bereits ergriffene Maßnahmen unverzüglich einzustellen.“;

5. Artikel 3 erhält folgende Fassung:

„Artikel 3

(1) Die Mitgliedstaaten können Mediendienstanbieter, die ihrer Rechtshoheit unterworfen sind, verpflichten, strengeren oder ausführlicheren Bestimmungen in den von dieser Richtlinie koordinierten Bereichen nachzukommen, sofern diese Vorschriften im Einklang mit dem Gemeinschaftsrecht stehen.

(2) In Fällen, in denen ein Mitgliedstaat

- a) sein Recht nach Absatz 1 in Anspruch genommen hat, um im Allgemeininteresse liegende ausführlichere oder strengere Bestimmungen zu erlassen, und
- b) zu dem Schluss gelangt, dass ein der Rechtshoheit eines anderen Mitgliedstaats unterworfenen Fernsehveranstalter Fernsehprogramme erbringt, die ganz oder vorwiegend auf sein Gebiet ausgerichtet sind,

kann er sich mit dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Fernsehveranstalter 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 Fernsehveranstalter unterworfen ist, diesen auf, die betreffenden im Allgemeininteresse liegenden Bestimmungen einzuhalten. Der Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Fernsehveranstalter unterworfen ist, unterrichtet den erstgenannten Mitgliedstaat binnen zwei Monaten über die im Anschluss an das Ersuchen erzielten Ergebnisse. Jeder der beiden Mitgliedstaaten kann den gemäß Artikel 23a eingesetzten Kontaktausschuss um Prüfung des Falles ersuchen.

(3) Gelangt der erstgenannte Mitgliedstaat zu dem Schluss,

- a) dass die aufgrund der Anwendung des Absatzes 2 erzielten Ergebnisse nicht zufrieden stellend sind und
- b) dass der betreffende Fernsehveranstalter sich in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit er unterworfen ist, niedergelassen hat, um die strengeren Bestimmungen in den von dieser Richtlinie erfassten Bereichen, denen er unter-

liegen würde, wenn er im erstgenannten Mitgliedstaat niedergelassen wäre, zu umgehen,

so kann er gegen den betreffenden Fernsehveranstalter angemessene Maßnahmen ergreifen.

Diese Maßnahmen müssen objektiv erforderlich sein, auf nicht-diskriminierende Weise angewandt werden sowie verhältnismäßig zur Erreichung der damit verfolgten Ziele sein.

(4) Ein Mitgliedstaat darf Maßnahmen gemäß Absatz 3 nur ergreifen, wenn die folgenden Voraussetzungen erfüllt sind:

- a) Der betreffende Mitgliedstaat hat der Kommission und dem Mitgliedstaat, in dem der Fernsehveranstalter niedergelassen ist, seine Absicht mitgeteilt, derartige Maßnahmen zu ergreifen, und die Gründe dargelegt, auf die er seine Beurteilung stützt;
- b) die Kommission hat entschieden, dass die Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind und dass insbesondere die Beurteilungen des Mitgliedstaats, der die Maßnahmen nach den Absätzen 2 und 3 trifft, zutreffend begründet sind.

(5) Die Kommission trifft ihre Entscheidung innerhalb von drei Monaten nach der Mitteilung gemäß Absatz 4 Buchstabe a. Entscheidet die Kommission, dass die Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht nicht vereinbar sind, so darf der betreffende Mitgliedstaat die geplanten Maßnahmen nicht ergreifen.

(6) Die Mitgliedstaaten sorgen mit geeigneten Mitteln im Rahmen ihrer Rechtsvorschriften dafür, dass die jeweils ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbieter die Bestimmungen dieser Richtlinie tatsächlich einhalten.

(7) Die Mitgliedstaaten fördern Regelungen zur Ko- und/oder Selbstregulierung auf nationaler Ebene in den durch diese Richtlinie koordinierten Bereichen in dem nach ihrem jeweiligen Rechtssystem zulässigen Maße. Diese Regelungen müssen derart gestaltet sein, dass sie von den Hauptbeteiligten in den betreffenden Mitgliedstaaten allgemein anerkannt werden und dass eine wirksame Durchsetzung gewährleistet ist.

(8) Die Richtlinie 2000/31/EG findet Anwendung, soweit in der vorliegenden Richtlinie nichts anderes vorgesehen ist. Im Falle einer Kollision zwischen einer Bestimmung der Richtlinie 2000/31/EG und einer Bestimmung der vorliegenden Richtlinie sind die Bestimmungen der vorliegenden Richtlinie maßgeblich, sofern in der vorliegenden Richtlinie nichts anderes vorgesehen ist.“;

6. Artikel 3a wird gestrichen;

7. das folgende Kapitel wird eingefügt:

„KAPITEL IIA

BESTIMMUNGEN FÜR ALLE AUDIOVISUELLEN MEDIENDIENSTE

Artikel 3a

Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Anbieter audiovisueller Mediendienste den Empfängern eines Dienstes mindestens die nachstehend aufgeführten Informationen leicht, unmittelbar und ständig zugänglich 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 wirksam mit ihm zu kommunizieren, einschließlich seiner E-Mail-Adresse oder seiner Internetseite;
- d) gegebenenfalls die zuständigen Regulierungs- oder Aufsichtsstellen.

Artikel 3b

Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln dafür, dass die audiovisuellen Mediendienste, die von den ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbietern bereitgestellt werden, nicht zu Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Religion oder Staatsangehörigkeit aufstacheln.

Artikel 3c

Die Mitgliedstaaten bestärken die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendienstanbieter darin, ihre Dienste schrittweise für Hörgeschädigte und Sehbehinderte zugänglich zu machen.

Artikel 3d

Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbieter Kinospielefilme nicht zu anderen als den mit den Rechteinhabern vereinbarten Zeiten übertragen.

Artikel 3e

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von den ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbietern bereitgestellt wird, folgenden Anforderungen genügt:

- a) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation muss leicht als solche zu erkennen sein. Schleichwerbung in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation ist verboten.

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

c) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation darf nicht

- i) die Menschenwürde verletzen;
- ii) Diskriminierungen aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Staatsangehörigkeit, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung beinhalten oder fördern;
- iii) Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden;
- iv) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt in hohem Maße gefährden.

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

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

f) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation ist untersagt für Arzneimittel und medizinische Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendienstanbieter unterworfen ist, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

g) Audiovisuelle Kommunikation darf nicht zur körperlichen oder seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Daher darf sie keine direkten Aufrufe zum Kaufen oder Mieten von Waren oder Dienstleistungen 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.

(2) Die Mitgliedstaaten und die Kommission bestärken die Anbieter von Mediendiensten darin, Verhaltenskodizes für unangebrachte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation zu entwickeln, die Kindersendungen begleitet oder darin enthalten ist und Lebensmittel und Getränke betrifft, die Nährstoffe oder Substanzen mit ernährungsbezogener oder physiologischer Wirkung enthalten, insbesondere solche wie Fett, Transfettsäuren, Salz/Natrium und Zucker, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird.

Artikel 3f

(1) Gesponserte audiovisuelle Mediendienste oder Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

a) Ihr Inhalt und — bei Fernsehsendungen — ihr Programmplatz dürfen keinesfalls so 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 anregen, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.

c) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung hingewiesen werden. Gesponserte Sendungen sind — beispielsweise durch den Namen, das Firmenemblem und/oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen — in angemessener Weise zum Beginn, während und/oder zum Ende der Sendung eindeutig zu kennzeichnen.

(2) Audiovisuelle Mediendienste oder Sendungen dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.

(3) Beim Sponsoring von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen 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 unterworfen ist, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

(4) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden. Die Mitgliedstaaten können sich dafür entscheiden, das Zeigen von Sponsorenlogos in Kindersendungen, Dokumentarfilmen und Sendungen religiösen Inhalts zu untersagen.

Artikel 3g

(1) Produktplatzierung ist untersagt.

(2) Sofern die Mitgliedstaaten nichts anderes beschließen, ist Produktplatzierung abweichend von Absatz 1 zulässig

— in Kinofilmen, Filmen und Serien für audiovisuelle Mediendienste, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung oder

— wenn kein Entgelt geleistet wird, sondern lediglich bestimmte Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen und Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendungen kostenlos bereitgestellt werden.

Die Abweichung nach dem ersten Gedankenstrich gilt nicht für Kindersendungen.

Sendungen, die Produktplatzierung enthalten, müssen mindestens alle folgenden Voraussetzungen erfüllen:

a) Ihr Inhalt und — bei Fernsehsendungen — ihr Programmplatz dürfen keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigt wird.

b) Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete bzw. Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.

c) Sie dürfen das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen.

d) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Produktplatzierung hingewiesen werden. Sendungen mit Produktplatzierung sind zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung angemessen zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

In Ausnahmefällen können die Mitgliedstaaten von den Anforderungen des Buchstaben d absehen, sofern die betreffende Sendung nicht vom Mediendienstanbieter selbst oder von einem mit dem Mediendienstanbieter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurde.

(3) Sendungen dürfen unter keinen Umständen die folgenden Produktplatzierungen enthalten:

— Produktplatzierung zugunsten von Zigaretten oder Tabakerzeugnissen oder zugunsten von Unternehmen, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist, oder

— Produktplatzierung 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 Sendungen, die nach dem 19. Dezember 2009 produziert werden.“;

8. das folgende Kapitel wird eingefügt:

„KAPITEL IIB

SONDERBESTIMMUNGEN FÜR AUDIOVISUELLE MEDIENDIENSTE AUF ABRUF

Artikel 3h

Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass audiovisuelle Mediendienste auf Abruf, die von ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbietern bereitgestellt werden und die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen könnten, nur so bereitgestellt werden, dass sichergestellt ist, dass sie von Minderjährigen üblicherweise nicht gehört oder gesehen werden können.

Artikel 3i

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür, dass audiovisuelle Mediendienste auf Abruf, die von ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbietern bereitgestellt werden, die Produktion europäischer Werke und den Zugang hierzu fördern. Diese Förderung könnte sich unter anderem auf den finanziellen Beitrag solcher Dienste an der Produktion europäischer Werke und am Erwerb von Rechten an europäischen Werken oder auf den Anteil und/oder die Herausstellung europäischer Werke in dem von diesem audiovisuellen Mediendienst auf Abruf angebotenen Programmkatalog beziehen.

(2) Die Mitgliedstaaten berichten der Kommission spätestens am 19. Dezember 2011 und anschließend alle vier Jahre über die Durchführung des Absatzes 1.

(3) Auf der Grundlage der von den Mitgliedstaaten übermittelten Informationen und einer unabhängigen Studie erstattet die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat über die Anwendung des Absatzes 1 Bericht und trägt dabei der Marktlage und den technischen Entwicklungen sowie dem Ziel der kulturellen Vielfalt Rechnung.“;

9. das folgende Kapitel wird eingefügt:

„KAPITEL IIC

BESTIMMUNGEN ÜBER AUSSCHLIESSLICHE RECHTE AN UND KURZBERICHTERSTATTUNG IN FERNSEHSENDUNGEN

Artikel 3j

(1) Jeder Mitgliedstaat kann im Einklang mit dem Gemeinschaftsrecht Maßnahmen ergreifen, mit denen sichergestellt werden soll, dass die seiner Rechtshoheit unterworfenen Fernsehveranstalter nicht Ereignisse, denen der betreffende Mitgliedstaat eine erhebliche gesellschaftliche Bedeutung beimisst, auf Ausschließlichkeitsbasis in der Weise übertragen, dass einem bedeutenden Teil der Öffentlichkeit in dem Mitgliedstaat die Möglichkeit vorenthalten wird, das Ereignis im Wege direkter oder zeitversetzter Berichterstattung in einer frei zugänglichen Fernsehsendung zu verfolgen. Falls ein Mitgliedstaat entsprechende Maßnahmen ergreift, so erstellt er dabei eine Liste der nationalen und nichtnationalen Ereignisse, denen er eine erhebliche gesellschaftliche Bedeutung beimisst. Er trägt dafür auf eindeutige und transparente Weise rechtzeitig Sorge. Dabei legt der betreffende Mitgliedstaat auch fest, ob diese Ereignisse im Wege direkter Gesamt- oder Teilberichterstattung oder, sofern im öffentlichen Interesse aus objektiven Gründen erforderlich oder angemessen, im Wege zeitversetzter Gesamt- oder Teilberichterstattung verfügbar sein sollen.

(2) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission unverzüglich alle Maßnahmen mit, die sie gemäß Absatz 1 getroffen haben oder in Zukunft treffen werden. Die Kommission prüft binnen drei Monaten nach der Mitteilung, ob die Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind, und teilt sie den anderen Mitgliedstaaten mit. Sie holt die Stellungnahme des mit Artikel 23a eingesetzten Kontaktausschusses ein. Sie veröffentlicht die getroffenen Maßnahmen unverzüglich im *Amtsblatt der Europäischen Union*; mindestens einmal jährlich veröffentlicht sie eine konsolidierte Liste der von den Mitgliedstaaten getroffenen Maßnahmen.

(3) Die Mitgliedstaaten stellen im Rahmen des innerstaatlichen Rechts durch geeignete Maßnahmen sicher, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Fernsehveranstalter die von ihnen nach der Veröffentlichung dieser Richtlinie erworbenen ausschließlichen Rechte nicht in der Weise ausüben, dass einem bedeutenden Teil der Öffentlichkeit in einem anderen Mitgliedstaat die Möglichkeit vorenthalten wird, die von diesem anderen Mitgliedstaat gemäß den Absätzen 1 und 2 bezeichneten Ereignisse als direkte Gesamt- oder Teilberichterstattung oder, sofern im öffentlichen Interesse aus objektiven Gründen erforderlich oder angemessen, als zeitversetzte Gesamt- oder Teilberichterstattung in einer frei zugänglichen Fernsehsendung zu verfolgen, wie dies von dem anderen Mitgliedstaat gemäß Absatz 1 festgelegt worden ist.

Artikel 3k

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass jeder Fernsehveranstalter, der in der Gemeinschaft niedergelassen ist, zum Zwecke der Kurzberichterstattung einen fairen, angemessenen und diskriminierungsfreien Zugang zu Ereignissen hat, die von großem öffentlichen Interesse sind und die von einem der Rechtshoheit der Mitgliedstaaten unterworfenen Fernsehveranstalter exklusiv übertragen werden.

- (2) Wenn ein anderer Fernsehveranstalter, der in demselben Mitgliedstaat niedergelassen ist wie der um Zugang ersuchende Fernsehveranstalter, ausschließliche Rechte für das Ereignis von großem Interesse für die Öffentlichkeit erworben hat, muss der Zugang bei diesem Fernsehveranstalter beantragt werden.
- (3) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass dieser Zugang garantiert ist, indem sie es den Fernsehveranstaltern erlauben, frei kurze Ausschnitte aus dem Sendesignal des übertragenden Fernsehveranstalters auszuwählen, wobei die Fernsehveranstalter dabei aber zumindest ihre Quelle angeben müssen, sofern dies nicht aus praktischen Gründen unmöglich ist.
- (4) Als Alternative zu Absatz 3 kann ein Mitgliedstaat ein gleichwertiges System einrichten, das den Zugang mit anderen Mitteln unter fairen, angemessenen und diskriminierungsfreien Bedingungen ermöglicht.
- (5) Kurze Ausschnitte werden ausschließlich für allgemeine Nachrichtensendungen verwendet und dürfen in audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf nur verwendet werden, wenn die gleiche Sendung von demselben Medienanbieter zeitversetzt angeboten wird.
- (6) Unbeschadet der Absätze 1 bis 5 sorgen die Mitgliedstaaten nach Maßgabe ihres Rechtssystems und im Einklang mit ihren Gepflogenheiten dafür, dass die Modalitäten und Bedingungen für die Bereitstellung solcher kurzen Ausschnitte näher festgelegt werden, insbesondere etwaige Kostenerstattungsregelungen, die Höchstlänge der kurzen Ausschnitte und die Fristen für ihre Übertragung. Wird eine Kostenerstattung vorgesehen, so darf sie die unmittelbar mit der Gewährung des Zugangs verbundenen zusätzlichen Kosten nicht übersteigen.“;
10. in Artikel 4 Absatz 1 Satz 1 wird der Satzteil „im Sinne des Artikels 6“ gestrichen;
11. die Artikel 6 und 7 werden gestrichen;
12. der Titel des Kapitels IV erhält folgende Fassung:
- „FERNSEHWERBUNG UND TELESHOPPING“;**
13. Artikel 10 erhält folgende Fassung:
- „Artikel 10*
- (1) Fernsehwerbung und Teleshopping müssen als solche leicht 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 Sendungsteilen abgesetzt sein.
- (2) Einzelne gesendete Werbespots und Teleshopping-Spots müssen, außer bei der Übertragung von Sportveranstaltungen, die Ausnahme bilden.“;
14. Artikel 11 erhält folgende Fassung:
- „Artikel 11*
- (1) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass durch in laufende Sendungen eingefügte Fernsehwerbung oder Teleshopping-Spots der Zusammenhang der Sendungen unter Berücksichtigung der natürlichen Sendungsunterbrechungen sowie der Dauer und Art der Sendung nicht beeinträchtigt wird und die Rechte von Rechteinhabern nicht verletzt werden.
- (2) Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen und Nachrichtensendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden. Die Übertragung von Kindersendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten höchstens einmal für Fernsehwerbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden, jedoch nur, wenn die Gesamtdauer der Sendung nach dem Sendeplan mehr als 30 Minuten beträgt. Die Übertragung von Gottesdiensten darf nicht durch Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden.“;
15. die Artikel 12 und 13 werden gestrichen;
16. Artikel 14 Absatz 1 wird gestrichen;
17. die Artikel 16 und 17 werden gestrichen;
18. Artikel 18 erhält folgende Fassung:
- „Artikel 18*
- (1) Der Anteil von Fernsehwerbespots 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 Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind, Sponsorenhinweise und die Produktplatzierung.“;
19. Artikel 18a erhält folgende Fassung:
- „Artikel 18a*
- Teleshopping-Fenster müssen optisch und akustisch klar als solche gekennzeichnet sein und eine Mindestdauer von 15 Minuten ohne Unterbrechung haben.“;

20. Artikel 19 erhält folgende Fassung:

„Artikel 19

Die Bestimmungen dieser Richtlinie gelten entsprechend für reine Werbe- und Teleshopping-Fernsehsenderkanäle sowie für Fernsehkanäle, die ausschließlich der Eigenwerbung dienen. Kapitel III sowie die Artikel 11 und 18 gelten nicht für solche Kanäle.“;

21. Artikel 19a wird gestrichen;

22. Artikel 20 erhält folgende Fassung:

„Artikel 20

Unbeschadet des Artikels 3 können die Mitgliedstaaten für Fernsehprogramme, 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 in Artikel 18 festgelegten Bedingungen vorsehen.“;

23. der Titel des Kapitels V erhält folgende Fassung:

„SCHUTZ MINDERJÄHRIGER BEI FERNSEHPROGRAMMEN“;

24. die Artikel 22a und 22b werden gestrichen;

25. der Titel des Kapitels VI erhält folgende Fassung:

„RECHT AUF GEGENDARSTELLUNG BEI FERNSEHPROGRAMMEN“;

26. Artikel 23a Absatz 2 Buchstabe e erhält folgende Fassung:

„e) er erleichtert den Informationsaustausch zwischen den Mitgliedstaaten und der Kommission über die Lage und die Entwicklung bei den Ordnungstätigkeiten in Bezug auf die audiovisuellen Mediendienste, wobei die Politik der Gemeinschaft im audiovisuellen Bereich sowie relevante Entwicklungen im technischen Bereich berücksichtigt werden.“;

27. das folgende Kapitel wird eingefügt:

„KAPITEL VIB

ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN DEN REGULIERUNGSSTELLEN DER MITGLIEDSTAATEN

Artikel 23b

Die Mitgliedstaaten ergreifen geeignete Maßnahmen, um sich gegenseitig und der Kommission, insbesondere über ihre zuständigen unabhängigen Regulierungsstellen, die In-

formationen zu übermitteln, die für die Anwendung der Bestimmungen dieser Richtlinie und insbesondere der Artikel 2, 2a und 3 notwendig sind.“;

28. die Artikel 25 und 25a werden gestrichen;

29. Artikel 26 erhält folgende Fassung:

„Artikel 26

Spätestens am 19. Dezember 2011 und anschließend alle drei Jahre übermittelt die Kommission dem Europäischen Parlament, dem Rat und dem Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss einen Bericht über die Anwendung dieser Richtlinie und macht erforderlichenfalls Vorschläge zu ihrer Anpassung an die Entwicklungen im Bereich der audiovisuellen Mediendienste, und zwar insbesondere im Lichte neuerer technologischer Entwicklungen der Wettbewerbsfähigkeit dieses Sektors und des Niveaus der Medienkompetenz in allen Mitgliedstaaten.

In diesem Bericht ist ferner die Frage der Fernsehwerbung bei oder in Kindersendungen zu untersuchen und insbesondere daraufhin zu bewerten, ob die quantitativen und qualitativen Bestimmungen dieser Richtlinie das geforderte Maß an Schutz gewährleistet haben.“.

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⁽¹⁾ wird wie folgt geändert:

— Im Anhang „Richtlinien und Verordnungen“ erhält die Nummer 4 gemäß Artikel 3 Buchstabe a folgende Fassung:

„4. Richtlinie 89/552/EWG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit (*): die Artikel 3h und 3i sowie die Artikel 10 bis 20. Zuletzt geändert durch die Richtlinie 2007/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates (**).“

(*) ABl. L 298 vom 17.10.1989, S. 23.

(**) ABl. L 332 vom 18.12.2007, S. 27.“

Artikel 3

(1) Die Mitgliedstaaten setzen die Rechts- und Verwaltungsvorschriften in Kraft, die erforderlich sind, um dieser Richtlinie spätestens ab dem 19. Dezember 2009 nachzukommen. Sie setzen die Kommission unverzüglich davon in Kenntnis.

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

Wenn die Mitgliedstaaten diese Vorschriften erlassen, nehmen sie 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 Straßburg am 11. Dezember 2007.

*Im Namen des Europäischen
Parlaments*

Der Präsident
H.-G. PÖTTERING

*Im Namen des Rates
Der Präsident*

M. LOBO ANTUNES
