

KONSOLIDIERTE FASSUNG

Vorschlag für eine

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

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

Richtlinie des Rates
vom 3. Oktober 1989

zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über
die

Ausübung der Fernsehaktivität
(89/552/EWG)

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

geändert durch:

Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates
vom 30. Juni 1997

(97/36/EG)

(ABl. L 202 vom 30.7.1997, S. 60)

DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION –
gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft, insbesondere auf
Artikel 47 Absatz 2 und Artikel 55,

auf Vorschlag der Kommission¹,

nach Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses²,

nach Stellungnahme des Ausschusses der Regionen³,

gemäß dem Verfahren des Artikels 251 EG-Vertrag⁴,

in Erwägung nachstehender Gründe:

(1) Die Richtlinie 89/552/EWG dient der Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität. In Anbetracht der neuen Übertragungstechniken für audiovisuelle Mediendienste ist es notwendig geworden, den geltenden Rechtsrahmen anzupassen, um den Auswirkungen des Strukturwandels und der technologischen Entwicklungen auf die Geschäftsmodelle und insbesondere auf die Finanzierung des gewerblichen Rundfunks Rechnung zu tragen und optimale Wettbewerbsbedingungen für die europäischen Unternehmen und Dienste im Bereich der Informationstechnologien und der Medien zu schaffen.

¹ ABl. C [...] vom [...], S. [...].

² ABl. C [...] vom [...], S. [...].

³ ABl. C [...] vom [...], S. [...].

⁴ ABl. C [...] vom [...], S. [...].

(2) Die Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität werden bereits durch die Richtlinie 89/552/EWG koordiniert, wogegen die Vorschriften über andere Tätigkeiten wie die auf Abruf bereitgestellten audiovisuellen Mediendienste Unterschiede aufweisen, von denen einige den freien Dienstleistungsverkehr innerhalb der Europäischen Union behindern und den Wettbewerb innerhalb des Gemeinsamen Marktes verzerren könnten. Insbesondere haben die Mitgliedstaaten nach Artikel 3 Absatz 4 der Richtlinie 2000/31/EG die Möglichkeit, aus ordnungspolitischen Gründen vom Herkunftslandprinzip abzuweichen.

(3) Die große Bedeutung der audiovisuellen Mediendienste für die Gesellschaften, die Demokratie und die Kultur rechtfertigt die Anwendung besonderer Vorschriften auf diese Dienste.

(4) Traditionelle audiovisuelle Mediendienste und neu aufkommende Abrufdienste bieten erhebliche Beschäftigungsmöglichkeiten in der Gemeinschaft, vor allem in kleinen und mittleren Unternehmen, und regen Wirtschaftswachstum und Investitionstätigkeit an.

(5) Europäische Unternehmen, die audiovisuelle Mediendienste erbringen, leiden derzeit unter mangelnder Rechtssicherheit und ungleichen Wettbewerbsbedingungen hinsichtlich der für neu aufkommende Abrufdienste geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen. Deshalb ist es notwendig, zumindest bestimmte gemeinsame Grundvorschriften auf alle audiovisuellen Mediendienste anzuwenden, um einerseits Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden und andererseits die Rechtssicherheit zu verbessern.

(6) Die Kommission hat eine Mitteilung über die Zukunft der europäischen Regulierungspolitik im audiovisuellen Bereich⁵ veröffentlicht, in der sie betont, dass die Regulierungspolitik in diesem Sektor jetzt und auch in Zukunft die Wahrung bestimmter Interessen der Allgemeinheit, wie kulturelle Vielfalt, Recht auf Information, Jugendschutz und Verbraucherschutz, gewährleisten muss.

(7) Die Kommission hat die Initiative „i2010 – europäische Informationsgesellschaft“⁶ ergriffen, um Wachstum und Beschäftigung in der Informationsgesellschaft und in den Medien zu fördern. Kern der i2010-Initiative ist eine umfassende Strategie, deren Ziel darin besteht, vor dem Hintergrund der Konvergenz von Informations- und Mediendiensten, -netzen und -geräten die Entwicklung der digitalen Wirtschaft durch Modernisierung und Einsatz sämtlicher Instrumente der EU-Politik (Rechtsvorschriften, Forschung und Partnerschaften mit der Industrie) voranzutreiben.

Die Kommission hat sich vorgenommen, einheitliche Rahmenbedingungen für den Binnenmarkt im Bereich der Informationsgesellschaft und der Mediendienste zu schaffen und den Rechtsrahmen für audiovisuelle Dienste zu modernisieren. Der erste Schritt dazu war ein Kommissionsvorschlag von 2005 zur Überarbeitung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“.

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

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

(8) Am 6. September 2005 verabschiedete das Europäische Parlament eine Entschließung zur Anwendung der Artikel 4 und 5 der Richtlinie 89/552/EWG – in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG – im Zeitraum 2001–2002 (Weber-Bericht)⁷. In dieser Entschließung verlangt es die Anpassung der derzeitigen Fernsehrichtlinie an die strukturellen Veränderungen und an die technologischen Entwicklungen unter vollständiger Wahrung der ihr zugrunde liegenden Grundsätze, die weiterhin gültig bleiben. Außerdem unterstützt es grundsätzlich das Konzept der Einführung von Grundvorschriften für alle audiovisuellen Mediendienste und von zusätzlichen Vorschriften für lineare (Fernseh-) Dienste.

(9) Diese Richtlinie verbessert die Wahrung der Grundrechte und trägt den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, anerkannten Grundrechten und Grundsätzen vollständig Rechnung. In dieser Hinsicht werden die Mitgliedstaaten durch diese Richtlinie in keiner Weise in der Anwendung ihrer Verfassungsvorschriften über die Pressefreiheit und die Meinungsfreiheit in den Medien eingeschränkt.

(10) Aufgrund der Einführung einheitlicher Mindestbestimmungen in Artikel 3c bis 3h dürfen die Mitgliedstaaten in den durch diese Richtlinie harmonisierten Bereichen nicht mehr aus Gründen des Jugendschutzes und der Bekämpfung der Aufstachelung zum Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Glauben oder Nationalität, der Verletzung der Menschenwürde einzelner Personen oder des Verbraucherschutzes gemäß Artikel 3 Absatz 4 der Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates⁸ vom Herkunftslandprinzip abweichen.

(11) Die Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlaments und des Rates⁹ lässt gemäß deren Artikel 1 Absatz 3 alle Maßnahmen unberührt, die von der Gemeinschaft oder den Mitgliedstaaten im Interesse der Allgemeinheit insbesondere in Bezug auf die Regulierung der Inhalte und die Politik im audiovisuellen Bereich getroffen werden.

(12) Durch diese Richtlinie werden die Mitgliedstaaten weder verpflichtet noch ermuntert, neue Lizenz- oder Genehmigungsverfahren im Medienbereich einzuführen.

(13) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste erfasst alle Dienste der audiovisuellen Massenmedien, unabhängig davon, ob diese nach Programmplan oder auf Abruf bereitgestellt werden. Er umfasst jedoch nur Dienstleistungen, wie sie im EG-Vertrag festgelegt sind, und daher alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die öffentlichrechtlicher Unternehmen, gilt jedoch nicht für nicht-wirtschaftliche Tätigkeiten, wie z. B. rein private Webseiten.

(14) Der Begriff der audiovisuellen Mediendienste umfasst die Massenmedien in ihrer informierenden, unterhaltenden und bildenden Funktion, schließt aber alle Formen privater Korrespondenz, z. B. an eine begrenzte Anzahl von Empfängern versandte elektronische Post, aus. Die Begriffsbestimmung schließt ebenfalls alle Dienste aus, die nicht der Verbreitung audiovisueller Inhalte dienen, d. h. bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellen und nicht Hauptzweck der Dienste sind. Dazu zählen beispielsweise Webangebote, die lediglich zu Ergänzungszwecken audiovisuelle Elemente enthalten, z. B. animierte grafische Elemente, kleine Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nicht-audiovisuelle Dienste.

(15) Diese Richtlinie gilt nicht für elektronische Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften.

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

⁸ ABl. L 178, vom 17.7.2000, S. 1.

⁹ ABl. L 108, vom 24.4.2002, S. 33.

(16) Der Begriff „audiovisuell“ bezieht sich auf bewegte Bilder mit oder ohne Ton; er erfasst somit Stummfilme, nicht aber Tonübertragungen oder den Hörfunk.

(17) Der Begriff der redaktionellen Verantwortung ist grundlegend für die Bestimmung der Rolle des Mediendienstanbieters und damit des Begriffs der audiovisuellen Mediendienste. Die in der Richtlinie 2000/31/EG vorgesehenen Haftungsausschlüsse bleiben von dieser Richtlinie unberührt.

(18) Zusätzlich zur Werbung und zum Teleshopping wird der umfassendere Begriff der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation eingeführt. Er umfasst bewegte Bilder mit oder ohne Ton, die audiovisuelle Mediendienste begleiten und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen und umfasst daher nicht Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit kostenlose Spendenaufrufe zu Wohlfahrtszwecken.

(19) Das Herkunftslandprinzip bleibt Kernbestandteil dieser Richtlinie, da es für die Schaffung des Binnenmarktes unverzichtbar ist. Dieses Prinzip muss daher für alle audiovisuellen Mediendienste gelten, um für die Mediendienstanbieter die zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und zur Einführung dieser Dienste erforderliche Rechtssicherheit zu schaffen. Es ist außerdem die Voraussetzung für den freien Informationsfluss und den freien Verkehr audiovisueller Programme innerhalb des Binnenmarktes.

(20) Die technologische Entwicklung, insbesondere bei den digitalen Satellitenprogrammen, macht eine Anpassung der Nebenkriterien notwendig, damit eine sinnvolle Regulierung und wirksame Umsetzung möglich ist und damit die Marktteilnehmer eine tatsächliche Verfügungsgewalt über die Inhalte eines audiovisuellen Inhaltsdienstes erhalten.

(21) Da diese Richtlinie nur Dienste betrifft, die für die allgemeine Öffentlichkeit in der Europäischen Union bestimmt sind, sollte sie nur für audiovisuelle Mediendienste gelten, die mit gewöhnlichen Verbraucherendgeräten unmittelbar oder mittelbar von der Allgemeinheit in einem oder mehreren Mitgliedstaaten empfangen werden können. Die Bestimmung des Begriffs „gewöhnliche Verbraucherendgeräte“ sollte den zuständigen nationalen Behörden überlassen werden.

(22) In den Artikeln 43–48 EG-Vertrag ist das grundlegende Recht der Niederlassungsfreiheit verankert. Daher können die Mediendienstanbieter im Allgemeinen frei wählen, in welchem Mitgliedstaat sie niedergelassen sind. Der Europäische Gerichtshof hat sogar hervorgehoben: „Der Vertrag verbietet es einem Unternehmen, das keine Dienste in dem Mitgliedstaat anbietet, in dem es ansässig ist, nämlich nicht, die Dienstleistungsfreiheit auszuüben“¹⁰.

(23) Die Mitgliedstaaten müssen in der Lage sein, in den durch diese Richtlinie koordinierten Bereichen für die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendienstanbieter strengere Vorschriften anzuwenden. Um die Umgehung solcher Vorschriften zu vermeiden, bietet sich eine Kodifizierung der einschlägigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs¹¹ in Verbindung mit einer Straffung der Verfahren als Lösung an, die den Bedenken der

¹⁰ 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.

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

Mitgliedstaaten gerecht wird, ohne die ordnungsgemäße Anwendung des Herkunftslandprinzips in Frage zu stellen.

(24) Unbeschadet des Herkunftslandprinzips gestattet diese Richtlinie den Mitgliedstaaten die Ergreifung von Maßnahmen, die eine Einschränkung des freien Verkehrs von Fernsehdiensten bedeuten, allerdings nur unter den Bedingungen, die in Artikel 2a dieser Richtlinie aufgeführt sind, und nach dem in dieser Richtlinie festgelegten Verfahren. Der Europäische Gerichtshof betont jedoch in seiner ständigen Rechtsprechung, dass Einschränkungen der Dienstleistungsfreiheit, wie beispielsweise jegliche Ausnahme von einem Grundsatz des Vertrags, sehr restriktiv auszulegen sind¹².

(25) Wie die Kommission in ihrer Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament „Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union“¹³ betont hat, gehört dazu auch „dass sorgfältig analysiert wird, welcher Regulierungsansatz angezeigt ist und insbesondere, ob Rechtsvorschriften für den jeweiligen Sektor oder die jeweilige Themenstellung vorzuziehen sind, oder ob Alternativen wie Ko-Regulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten. Für Ko-Regulierung und Selbstregulierung sieht die Interinstitutionelle Vereinbarung über bessere Rechtsetzung¹⁴ gemeinsame Definitionen, Kriterien und Verfahren vor.“ Wie die Erfahrung zeigt, können Mit- und Selbstregulierungsinstrumente, die im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzes spielen.

(26) Fernsehveranstalter können ausschließliche Übertragungsrechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, zu Unterhaltungszwecken erwerben. Gleichzeitig muss jedoch unbedingt der Pluralismus durch die Vielfalt der Nachrichten und Programme in der Europäischen Union gefördert und den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, anerkannten Grundrechten und Grundsätzen Rechnung getragen werden.

(27) Zur vollständigen und angemessenen Wahrung des Grundrechts auf Information und der Zuschauerinteressen in der Europäischen Union sollten daher die Inhaber ausschließlicher Rechte für Ereignisse, die von öffentlichem Interesse sind, anderen Fernsehveranstaltern und Vermittlern, soweit diese für Fernsehveranstalter tätig werden, unter fairen, zumutbaren und diskriminierungsfreien Bedingungen das Recht auf Verwendung von kurzen Auszügen für allgemeine Nachrichtenzwecke gewähren, wobei jedoch den ausschließlichen Rechten angemessen Rechnung zu tragen ist.

Solche Bedingungen sollten rechtzeitig vor dem Ereignis, das von öffentlichem Interesse ist, mitgeteilt werden, damit andere Interessenten genügend Zeit haben, dieses Recht auszuüben. Solche kurzen Auszüge sollten im Allgemeinen nicht länger als 90 Sekunden dauern.

(28) Nicht-lineare Dienste unterscheiden sich von linearen Diensten darin, welche Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer hat und welche Auswirkungen sie auf die Gesellschaft haben¹⁵. Deshalb ist es gerechtfertigt, für nicht-lineare Dienste, die nur den Grundvorschriften in Artikel 3c bis 3h unterliegen, weniger strenge Vorschriften zu erlassen.

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

¹³ KOM(2005) 97.

¹⁴ ABl. C 321 vom 31.12.2003, S. 1.

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

(29) Aufgrund der Besonderheiten audiovisueller Mediendienste, insbesondere ihres Einflusses auf die Meinungsbildung der Menschen, müssen die Nutzer genau wissen, wer für den Inhalt dieser Dienste verantwortlich ist. Es ist deshalb wichtig, dass die Mitgliedstaaten dafür sorgen, dass alle notwendigen Angaben darüber, wer die redaktionelle Verantwortung für die Inhalte trägt, von den Mediendienstanbietern leicht, direkt und ständig zugänglich gemacht werden. Die Mitgliedstaaten legen die praktischen Einzelheiten fest, wie dies unbeschadet sonstiger geltender Bestimmungen des Gemeinschaftsrechts erreicht werden soll.

(30) Gemäß dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit sind in dieser Richtlinie nur diejenigen Maßnahmen vorgesehen, die zur Gewährleistung des reibungslosen Funktionierens des Binnenmarktes unerlässlich sind. Damit der Binnenmarkt wirklich zu einem Raum ohne Binnengrenzen für audiovisuelle Mediendienste wird, muss diese Richtlinie in den Bereichen, in denen ein Handeln auf Gemeinschaftsebene geboten ist, ein hohes Schutzniveau für die dem Allgemeininteresse dienenden Ziele, insbesondere für den Jugendschutz und den Schutz der Menschenwürde, gewährleisten.

(31) Der Gesetzgeber, die Branche und die Eltern haben weiterhin Bedenken in Bezug auf schädliche Inhalte und Verhaltensweisen im Bereich der audiovisuellen Mediendienste. Gerade im Zusammenhang mit neuen Plattformen und neuen Produkten wird hier mit neuen Problemen zu rechnen sein. Deshalb ist es notwendig, Vorschriften zum Schutz der körperlichen, geistigen und sittlichen Entwicklung Minderjähriger sowie zur Wahrung der Menschenwürde in allen audiovisuellen Mediendiensten und in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zu erlassen.

(32) Etwaige Maßnahmen zum Jugendschutz und zur Wahrung der Menschenwürde müssen sorgfältig gegen das in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union verankerte Grundrecht auf Meinungsfreiheit abgewogen werden. Ziel dieser Maßnahmen ist daher die Gewährleistung eines angemessenen Jugendschutzes insbesondere in Bezug auf nicht-lineare Dienste, aber kein generelles Verbot von nur für Erwachsene bestimmten Inhalten.

(33) Die Bestimmungen dieser Richtlinie zum Jugendschutz und dem Schutz der öffentlichen Ordnung sehen nicht vor, dass zur Durchführung der betreffenden Maßnahmen unbedingt eine vorherige Kontrolle von audiovisuellen Mediendiensten stattfinden muss.

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

(35) Nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste besitzen das Potenzial, lineare Dienste teilweise zu ersetzen. Sie sollten daher im Rahmen des praktisch Durchführbaren die Produktion und Verbreitung europäischer Werke vorantreiben und damit einen aktiven Beitrag zur Förderung der kulturellen Vielfalt leisten. Die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten durch die audiovisuellen Mediendienste wird regelmäßig zu überprüfen sein. Bei der Berichterstattung gemäß Artikel 3f Absatz 3 sollen die Mitgliedstaaten insbesondere auch auf den finanziellen Anteil solcher Dienste an der Produktion europäischer Werke und am Erwerb von Rechten an europäischen Werken, den Anteil europäischer Werke an der Gesamtpalette audiovisueller Mediendienste sowie die tatsächliche Nutzung der von solchen Diensten angebotenen europäischen Werke durch die Verbraucher eingehen.

(36) Bei der Umsetzung der Bestimmungen von Artikel 4 der geänderten Richtlinie 89/552/EWG sollten die Mitgliedstaaten dafür sorgen, dass die Fernsehveranstalter einen angemessenen Anteil europäischer Koproduktionen und nicht-einheimischer europäischer Werke berücksichtigen.

(37) Dabei muss gewährleistet werden, dass Kinospielefilme nur in den zwischen Rechteinhabern und Anbietern audiovisueller Mediendienste vereinbarten Zeiträumen übertragen werden.

(38) Das Angebot an nicht-linearen Diensten steigert die Wahlmöglichkeiten des Verbrauchers. Detaillierte Bestimmungen über die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation sind daher für nicht-lineare Dienste weder gerechtfertigt noch aus technischer Sicht sinnvoll. Dennoch sind bei jeglicher audiovisueller kommerzieller Kommunikation nicht nur die Kennzeichnungsvorschriften, sondern auch qualitative Grundvorschriften zu beachten, damit die anerkannten ordnungspolitischen Ziele erreicht werden können.

(39) Wie die Kommission bereits in ihrer Auslegungsmitteilung über bestimmte Aspekte der in der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ enthaltenen Werbevorschriften festgestellt hat, sind durch die Entwicklung neuer Werbetechniken und Marketingkonzepte neue wirksame Möglichkeiten für die kommerzielle Kommunikation im traditionellen Fernsehen entstanden, das auf diese Weise unter gleichen Voraussetzungen im Wettbewerb mit innovativen Abrufdiensten besser bestehen kann¹⁶. Diese Auslegungsmitteilung hat in Bezug auf Bestimmungen der Richtlinie, die von der Änderungsrichtlinie nicht betroffen sind, nichts von ihrer Gültigkeit eingebüßt.

(40) Aufgrund der geschäftlichen und technologischen Entwicklung haben die Nutzer eine immer größere Auswahl, damit aber auch eine größere Verantwortung bei der Nutzung audiovisueller Mediendienste. Damit die Ziele des allgemeinen Interesses angemessen verwirklicht werden können, müssen etwaige Vorschriften eine ausreichende Flexibilität in Bezug auf lineare audiovisuelle Mediendienste zulassen: Der Trennungsgrundsatz sollte auf Werbung und Teleshopping beschränkt, die Produktplatzierung sollte unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt und einige quantitative Beschränkungen sollten aufgehoben werden. Produktplatzierung, die den Charakter von Schleichwerbung hat, sollte jedoch verboten bleiben. Der Einsatz neuer Werbetechniken sollte durch den Trennungsgrundsatz nicht ausgeschlossen werden.

(41) Abgesehen von den Praktiken, die unter diese Richtlinie fallen, gilt die Richtlinie 2005/29/EG für unlautere Geschäftspraktiken, darunter auch für irreführende und aggressive Praktiken in audiovisuellen Mediendiensten. Da überdies die Richtlinie 2003/33/EG, die Werbung und Sponsoring für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse in Printmedien, Diensten der Informationsgesellschaft und in Hörfunksendungen verbietet, unbeschadet der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit gilt, sollte das Verhältnis zwischen Richtlinie 2003/33/EG und Richtlinie 89/552/EWG im Hinblick auf die besonderen Merkmale audiovisueller Mediendienste vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie ebenfalls unberührt bleiben. Artikel 88 Absatz 1 der Richtlinie 2001/83/EG¹⁷, der die Öffentlichkeitswerbung für bestimmte Arzneimittel

¹⁶ ABl. C 102 vom 28.4.2004, S. 2.

¹⁷ Zuletzt geändert durch Richtlinie 2004/27/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 31. März 2004, ABl. L 136, 30.4.2004, S. 34.

verbietet, gilt wie in Artikel 88 Absatz 5 vorgesehen, unbeschadet des Artikel 14 der Richtlinie 88/552/EWG; das Verhältnis zwischen Richtlinie 2001/83/EG und Richtlinie 89/552/EWG sollte vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie unberührt bleiben.

(42) Da die Zuschauer aufgrund der zunehmenden Anzahl neuer Dienste nun eine größere Auswahl haben, sind detaillierte Vorschriften über Werbeeinschübe zum Schutz der Zuschauer nicht mehr notwendig. Durch diese Richtlinie soll nicht die zulässige Werbedauer pro Stunde erhöht, sondern den Fernsehveranstaltern eine größere Flexibilität eingeräumt werden, sofern dadurch nicht der Gesamtzusammenhang der Programme in Frage gestellt wird.

(43) Die Richtlinie dient der Wahrung des eigenen Charakters der europäischen Fernsehlandschaft und beschränkt deshalb die Möglichkeiten der Unterbrechung von Kinospielefilmen und Fernsehfilmen sowie bestimmter anderer Programmkategorien, die noch eines gewissen Schutzes bedürfen.

(44) Die Begrenzung der täglichen Werbedauer war in der Praxis kaum von Bedeutung. Wichtiger ist die stündliche Begrenzung, weil sie auch für die Hauptsendezeiten gilt. Deshalb sollte die tägliche Höchstdauer abgeschafft, die stündliche Begrenzung für Werbung und Teleshopping-Spots jedoch beibehalten werden. Auch die quantitativen zeitlichen Beschränkungen für Teleshopping- und Werbekanäle sind angesichts der größeren Auswahl des Verbrauchers nicht mehr gerechtfertigt. Die Beschränkung von 20 v. H. Werbezeit pro voller Stunde wird jedoch aufrecht erhalten, außer in Bezug auf zeitaufwändigere Formen der Werbung wie „Telepromotions“ und Teleshopping-Fenster, für die aufgrund ihrer besonderen Merkmale und Präsentationsweise mehr Zeit benötigt wird¹⁸.

(45) Schleichwerbung wird von dieser Richtlinie wegen ihrer nachteiligen Auswirkungen auf die Verbraucher verboten. Das Verbot von Schleichwerbung gilt nicht für die rechtmäßige Produktplatzierung im Rahmen dieser Richtlinie.

(46) Produktplatzierung ist eine Tatsache in Kinospielefilmen und audiovisuellen Fernsehproduktionen, sie wird aber von den Mitgliedstaaten unterschiedlich geregelt. Um gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen und damit die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Medien zu verbessern, ist es notwendig, Regelungen für die Produktplatzierung zu treffen. Die hier eingeführte Bestimmung des Begriffs „Produktplatzierung“ umfasst alle Formen audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die in der Einbeziehung eines Produkts, eines Dienstes oder der entsprechenden Marke bzw. der Bezugnahme darauf besteht, so dass diese innerhalb eines Programms erscheinen, üblicherweise gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung. Dafür gelten die gleichen qualitativen Vorschriften und Beschränkungen wie für die Werbung.

(47) Die Regulierungsbehörden sollten sowohl von nationalen Regierungen als auch von Anbietern audiovisueller Mediendienste unabhängig sein, damit sie ihre Aufgaben unparteilich und transparent wahrnehmen und zur Medienvielfalt beitragen können. Die nationalen Regulierungsbehörden und die Kommission müssen eng zusammenarbeiten, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen –

HABEN FOLGENDE RICHTLINIE ERLASSEN:

¹⁸ Siehe Rechtssachen C-320/94 Reti Televisive Italiane SpA (RTI); C-328/94 Radio Torre; C-329/94 Rete A Srl; C-337/94 Vallau Italiana Promomarket Srl; C-338/94 Radio Italia Solo Musica Srl und andere sowie C-339/94 GETE Srl / Ministero delle Poste e Telecomunicazioni, ECR I-06471.

Artikel 1

Der Titel der Richtlinie erhält folgende Fassung:

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

KAPITEL I

Begriffsbestimmungen

Artikel 1

Für die Zwecke dieser Richtlinie bedeutet:

a) „audiovisueller Mediendienst“: eine Dienstleistung im Sinne von Artikel 49 und 50 EG-Vertrag, deren Hauptzweck in dem Angebot bewegter Bilder mit oder ohne Ton zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne von Artikel 2 Buchstabe a der Rahmenrichtlinie 2002/21/EG¹⁹ besteht.

b) „Mediendienstanbieter“: die natürliche oder juristische Person, welche die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese organisiert werden.

~~ac) „Fernsehsendung“: die drahtlose oder drahtgebundene, erdgebundene oder durch Satelliten vermittelte, unverschlüsselte oder verschlüsselte Erstsending von Fernsehprogrammen, die zum Empfang durch die Allgemeinheit bestimmt ist. Der Begriff schließt die Übermittlung an andere Veranstalter zur Weiterverbreitung an die Allgemeinheit ein. Nicht eingeschlossen sind Kommunikationsdienste, die auf individuellen Abruf Informationen oder andere Inhalte übermitteln, wie Fernkopierdienste, elektronische Datenbanken und andere ähnliche Dienste.~~

ein linearer audiovisueller Mediendienst, bei dem ein Mediendienstanbieter den Zeitpunkt, zu dem ein bestimmtes Programm übertragen wird, und den Programmplan festlegt.

~~bd) „Fernsehveranstalter“: die natürliche oder juristische Person, die die redaktionelle Verantwortung für die Zusammensetzung von Fernsehprogrammen im Sinne von Buchstabe a) trägt und die diese Fernsehprogramme sendet oder von Dritten senden läßt.~~ Anbieter linearer audiovisueller Mediendienste.

e) „nicht-linearer Dienst“: ein audiovisueller Mediendienst, bei dem der Nutzer aufgrund eines vom Mediendienstanbieter ausgewählten Inhaltsangebots den Zeitpunkt festlegt, zu dem ein bestimmtes Programm übertragen wird.

f) „audiovisuelle kommerzielle Kommunikation“: bewegte Bilder mit oder ohne Ton, die audiovisuelle Mediendienste begleiten und die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung

¹⁹ ABl. L 108 vom 24.4.2002, S. 33.

des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen.

eg) „Fernschwerbung“: jede Äußerung, die im Zusammenhang mit bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, ~~die im Fernsehen~~ von einem öffentlichrechtlichen oder privaten Unternehmen entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung im Fernsehen mit dem Ziel **gesendet wird**, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt, zu fördern.

dh) „Schleichwerbung“: die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, **des Namens, der Marke oder der Tätigkeiten** eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom Fernsehveranstalter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich ~~des~~ **ihres** eigentlichen Zwecks ~~dieser Erwähnung oder Darstellung~~ irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

ei) „Sponsoring“: jeder Beitrag eines nicht ~~im Bereich der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmens zur Finanzierung von Fernsehprogrammen~~ **mit der Erbringung audiovisueller Mediendienste oder der Produktion audiovisueller Werke befassten öffentlichen oder privaten Unternehmens zur Finanzierung audiovisueller Mediendienste** mit dem Ziel, seinen Namen, seine Marke, sein Erscheinungsbild, seine Tätigkeiten oder seine **Produkte-Leistungen** zu fördern.

fj) „Teleshopping“: ~~Sendungen~~ **die Sendung** direkter Angebote an die Öffentlichkeit für den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt.

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

KAPITEL II

Allgemeine Bestimmungen

Artikel 2

(1) Jeder Mitgliedstaat sorgt dafür, dass ~~alle Fernsehsendungen, die von seiner Rechtshoheit unterworfenen Fernsehveranstaltern gesendet werden~~ **audiovisuelle Mediendienste, die von seiner Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbietern übertragen werden**, den Vorschriften des Rechtssystems entsprechen, die auf für die Allgemeinheit bestimmte ~~Sendungen~~ **audiovisuelle Mediendienste** in diesem Mitgliedstaat anwendbar sind.

(2) Im Sinne dieser Richtlinie unterliegen diejenigen ~~Fernsehveranstalter~~ **Mediendiensteanbieter** der Rechtshoheit eines Mitgliedstaats,

- die gemäß Absatz 3 in diesem Mitgliedstaat niedergelassen sind;

- auf die Absatz 4 anwendbar ist.

(3) Im Sinne dieser Richtlinie gilt ein ~~Fernsehveranstalter~~ **Mediendienstanbieter** in folgenden Fällen als in einem Mitgliedstaat niedergelassen:

a) Der ~~Fernsehveranstalter~~ **Mediendienstanbieter** hat seine Hauptverwaltung in diesem Mitgliedstaat, und die ~~redaktionellen Entscheidungen über das Programmangebot~~ **redaktionellen Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst** werden in diesem Mitgliedstaat getroffen;

b) wenn ein ~~Fernsehveranstalter~~ **Mediendienstanbieter** seine Hauptverwaltung in einem Mitgliedstaat hat, die Entscheidungen über das Programmangebot jedoch in einem anderen Mitgliedstaat getroffen werden, so gilt er als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem ein wesentlicher Teil ~~des Sendepersonals des mit der Erbringung des audiovisuellen Mediendienstes befassten Personals~~ **des mit der Erbringung des audiovisuellen Mediendienstes befassten Personals** tätig ist; ist ein wesentlicher Teil ~~des Sendepersonals des mit der Erbringung des audiovisuellen Mediendienstes befassten Personals~~ **des mit der Erbringung des audiovisuellen Mediendienstes befassten Personals** in jedem dieser Mitgliedstaaten tätig, so gilt der ~~Fernsehveranstalter~~ **Mediendienstanbieter** als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem er seine Hauptverwaltung hat; ist ein wesentlicher Teil ~~des Sendepersonals mit der Erbringung des audiovisuellen Mediendienstes befassten erforderlichen Personals~~ **des mit der Erbringung des audiovisuellen Mediendienstes befassten Personals** in keinem dieser Mitgliedstaaten tätig, so gilt der ~~Fernsehveranstalter~~ **Mediendienstanbieter** als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem er ~~zuerst mit der Sendetätigkeit~~ **zuerst mit seiner Tätigkeit** gemäß dem Rechtssystem dieses Mitgliedstaats begonnen hat, sofern eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der Wirtschaft dieses Mitgliedstaats weiterbesteht;

c) wenn ein ~~Fernsehveranstalter~~ **Mediendienstanbieter** seine Hauptverwaltung in einem Mitgliedstaat hat, die ~~Entscheidungen über das Programmangebot~~ **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, sofern ein wesentlicher Teil ~~des Sendepersonals des mit der Erbringung des audiovisuellen Mediendienstes befassten Personals~~ **des mit der Erbringung des audiovisuellen Mediendienstes befassten Personals** in diesem Mitgliedstaat tätig ist.

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

a) ~~Sie nutzen eine von diesem Mitgliedstaat zugeteilte Frequenz~~ **Erd-Satelliten-Sendestation in diesem Mitgliedstaat;**

b) sie nutzen **zwar keine Erd-Satelliten-Sendestation in diesem Mitgliedstaat, aber**, ~~sofern keine von einem Mitgliedstaat der Gemeinschaft zugeteilte Frequenz genutzt wird, eine diesem Mitgliedstaat gehörende Übertragungskapazität eines Satelliten;~~

c) ~~sie nutzen, sofern weder eine von einem Mitgliedstaat der Gemeinschaft zugeteilte Frequenz noch die einem Mitgliedstaat gehörende Übertragungskapazität eines Satelliten genutzt wird, eine Erd-Satelliten-Sendestation in diesem Mitgliedstaat.~~

(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 ~~Fernsehveranstalter~~ **Mediendienstanbieter** gemäß ~~Artikel 52~~ **Artikel 43 ff.** des Vertrags zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft niedergelassen ist.

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

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

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

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

b) der aufgeforderte Mitgliedstaat ergreift keine derartigen Maßnahmen;

c) der Empfangsmitgliedstaat teilt der Kommission und de(n)m Mitgliedstaat, in dem der Mediendienstanbieter niedergelassen ist, seine Absicht mit, derartige Maßnahmen zu ergreifen;

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

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

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

Artikel 2a

(1) Die Mitgliedstaaten gewährleisten den freien Empfang und behindern nicht die Weiterverbreitung von ~~Fernsendungen~~ audiovisueller Mediendienste aus anderen Mitgliedstaaten in ihrem Hoheitsgebiet aus Gründen, die ~~Bereiche betreffen, die durch diese Richtlinie koordiniert sind~~ die durch diese Richtlinie koordinierten Bereiche betreffen.

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

a) Mit einer Fernsendung aus einem anderen Mitgliedstaat wird in offensichtlicher, ernster und schwerwiegender Weise gegen Artikel 22 Absatz 1 oder 2 und/oder ~~Artikel 22a~~ Artikel 3e verstoßen;

b) der Fernsehveranstalter hat während der vorangegangenen zwölf Monate bereits mindestens zweimal gegen die Vorschriften des Buchstabens a) verstoßen;

c) der betreffende Mitgliedstaat hat dem Fernsehveranstalter und der Kommission schriftlich die behaupteten Verstöße sowie die für den Fall erneuter Verstöße beabsichtigten Maßnahmen mitgeteilt;

d) die Konsultationen mit dem Mitgliedstaat, der die Sendung verbreitet, und der Kommission haben innerhalb von 15 Tagen ab der unter Buchstabe c) genannten Mitteilung zu keiner gütlichen Regelung geführt, und es kommt zu einem erneuten Verstoß. Die Kommission trifft innerhalb einer Frist von zwei Monaten ab dem Zeitpunkt der Mitteilung der Maßnahmen durch den Mitgliedstaat eine Entscheidung über die Vereinbarkeit der Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht. Im Fall einer negativen Entscheidung muss der betreffende Mitgliedstaat die beanstandeten Maßnahmen unverzüglich beenden.

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

Artikel 3

(1) Die Mitgliedstaaten können ~~Fernsehveranstalter~~, für die ihrer Rechtshoheit ~~unterworfen sind, verpflichtet~~, **unterliegenden Mediendiensteanbieter** strengeren oder ausführlicheren Bestimmungen in den von dieser Richtlinie erfassten Bereichen ~~nachzukommen~~ vorschreiben.

(2) Die Mitgliedstaaten sorgen mit geeigneten Mitteln im Rahmen ihrer Rechtsvorschriften dafür, dass die ~~jeweils ihrer Rechtshoheit unterworfenen Fernsehveranstalter~~ **unterliegenden Mediendiensteanbieter** die ~~den~~ Bestimmungen dieser Richtlinie tatsächlich **nachkommen** ~~einhalten~~.

(3) ~~Die Maßnahmen schließen geeignete Verfahren ein, damit sich direkt betroffene Dritte, einschließlich Staatsangehörige anderer Mitgliedstaaten, an die zuständigen Justizbehörden oder sonstigen Stellen wenden können, um die tatsächliche Einhaltung der Bestimmungen gemäß den einzelstaatlichen Vorschriften zu erwirken.~~

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

Artikel 3a

(1) Jeder Mitgliedstaat kann im Einklang mit dem Gemeinschaftsrecht Maßnahmen ergreifen, mit denen sichergestellt werden soll, dass Fernsehveranstalter, die seiner Rechtshoheit unterliegen, 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 beizumessen ist. Er trägt dafür auf eindeutige und transparente Weise rechtzeitig und wirksam Sorge. Dabei legt der betreffende Mitgliedstaat auch fest, ob diese Ereignisse im Wege direkter Gesamter 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 gemäß Artikel 23a eingesetzten Ausschusses ein. Sie veröffentlicht die getroffenen Maßnahmen unverzüglich im Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften; 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 unterliegenden 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 3b

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

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

Artikel 3c

Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Anbieter audiovisueller Mediendienste den Empfängern der Dienste zumindest die nachstehend aufgeführten Informationen leicht, unmittelbar und ständig verfügbar machen:

a) den Namen des Mediendienstanbieters;

b) die geografische Anschrift, unter der der Mediendienstanbieter niedergelassen ist;

c) Angaben, die es ermöglichen, mit dem Mediendiensteanbieter schnell Kontakt aufzunehmen und unmittelbar und effizient mit ihm zu kommunizieren, einschließlich seines elektronischen Postfachs und seiner Webadresse;

d) die gegebenenfalls zuständige Regulierungsbehörde.

Artikel 3d

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

Artikel 3e

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

Artikel 3f

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

(2) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter Kinospielefilme nicht zu anderen als den mit den Rechteinhabern vereinbarten Zeiten übertragen.

(3) Die Mitgliedstaaten erstatten der Kommission spätestens zum Ende des vierten Jahres nach Erlass dieser Richtlinie und anschließend alle drei Jahre über die Umsetzung der Bestimmung in Absatz 1 Bericht.

(4) Auf der Grundlage der von den Mitgliedstaaten übermittelten Informationen erstattet die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat über die Anwendung von Absatz 1 Bericht und trägt dabei der Markt- und Technologieentwicklung Rechnung.

Artikel 3g

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

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

- b) In der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation dürfen keine subliminalen Techniken eingesetzt werden.
- c) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation darf nicht
- i) Diskriminierungen nach Rasse, Geschlecht oder Nationalität enthalten;
 - ii) religiöse oder politische Überzeugungen verletzen;
 - iii) Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden;
 - iv) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt gefährden.
- d) Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation und Teleshopping für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse ist untersagt.
- e) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke darf nicht an Minderjährige gerichtet sein und darf nicht den übermäßigen Genuss solcher Getränke fördern.
- f) Audiovisuelle Kommunikation darf weder zur körperlichen oder seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Deswegen soll sie keine direkten Kaufappelle an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen, Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben und Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

Artikel 3h

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

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

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

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

KAPITEL III

Förderung der Verbreitung und Herstellung von Fernsehprogrammen

Artikel 4

(1) Die Mitgliedstaaten tragen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür Sorge, dass die Fernsehveranstalter den Hauptanteil ihrer Sendezeit, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe-, Videotextleistungen und Teleshopping besteht, der Sendung von europäischen Werken im Sinne des Artikels 6 vorbehalten. Dieser Anteil soll unter Berücksichtigung der Verantwortung der Rundfunkveranstalter gegenüber ihrem Publikum in den Bereichen Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung schrittweise anhand geeigneter Kriterien erreicht werden.

(2) Kann der Anteil gemäß Absatz 1 nicht erreicht werden, so darf dieser nicht niedriger als der Anteil sein, der 1988 in dem betreffenden Mitgliedstaat im Durchschnitt festgestellt wurde. Im Falle der Griechischen Republik und der Portugiesischen Republik wird das Jahr 1988 jedoch durch das Jahr 1990 ersetzt.

(3) Ab dem 3. Oktober 1991 übermitteln die Mitgliedstaaten der Kommission alle zwei Jahre einen Bericht über die Durchführung des vorliegenden Artikels und des Artikels 5. Dieser Bericht enthält insbesondere eine statistische Übersicht, aus der hervorgeht, inwieweit jedes der Rechtshoheit des betreffenden Mitgliedstaats unterworfenen Fernsehprogramm den im vorliegenden Artikel und in Artikel 5 genannten Anteil erreicht hat, aus welchen Gründen dieser Anteil in jedem einzelnen Fall nicht erzielt werden konnte und welche Maßnahmen zur Erreichung dieses Anteils getroffen oder vorgesehen sind.

Die Kommission bringt diese Berichte — gegebenenfalls zusammen mit einer Stellungnahme — den übrigen Mitgliedstaaten und dem Europäischen Parlament zur Kenntnis. Sie trägt dafür Sorge, dass der vorliegende Artikel und Artikel 5 gemäß den Bestimmungen des Vertrages

durchgeführt werden. In ihrer Stellungnahme kann die Kommission insbesondere den gegenüber den Vorjahren erzielten Fortschritten, dem Anteil von Erstaussstrahlungen bei der Programmgestaltung, den besonderen Gegebenheiten bei den neuen Fernsehveranstaltern sowie der besonderen Lage der Länder mit niedriger audiovisueller Produktionskapazität oder begrenztem Sprachraum Rechnung tragen.

(4) Der Rat überprüft spätestens am Ende des fünften Jahres nach Erlass dieser Richtlinie anhand eines Berichts der Kommission, der gegebenenfalls angemessene Änderungsvorschläge enthält, die Durchführung des vorliegenden Artikels. Zu diesem Zweck berücksichtigt die Kommission in ihrem Bericht unter Zugrundelegung der von den Mitgliedstaaten gemäß Absatz 3 übermittelten Informationen insbesondere die Entwicklung auf dem Gemeinschaftsmarkt sowie die internationale Situation.

Artikel 5

Die Mitgliedstaaten tragen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür Sorge, dass Fernsehveranstalter mindestens 10 v. H. ihrer Sendezeit, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe-, Videotextleistungen und Teleshopping besteht, oder alternativ nach Wahl des Mitgliedstaats mindestens 10 v.H. ihrer Haushaltsmittel für die Programmgestaltung der Sendung europäischer Werke von Herstellern vorbehalten, die von den Fernsehveranstaltern unabhängig sind. Dieser Anteil ist unter Berücksichtigung der Verantwortung der Fernsehveranstalter gegenüber ihrem Publikum in den Bereichen Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung schrittweise anhand geeigneter Kriterien zu erreichen; dazu muss ein angemessener Anteil neueren Werken vorbehalten bleiben, d. h. Werken, die innerhalb eines Zeitraums von fünf Jahren nach ihrer Herstellung ausgestrahlt werden.

Artikel 6

(1) Unter „europäischen Werken“ im Sinne dieses Kapitels sind zu verstehen:

- a) Werke aus den Mitgliedstaaten;
- b) Werke aus europäischen Drittländern, die Vertragsparteien des Europäischen Übereinkommens über grenzüberschreitendes Fernsehen des Europarates sind, sofern diese Werke den Voraussetzungen von Absatz 2 genügen;
- c) Werke, ~~aus anderen europäischen Drittländern, sofern diese Werke den Voraussetzungen von Absatz 3 genügen.~~ **die im Rahmen von zwischen der Europäischen Gemeinschaft und Drittländern im audiovisuellen Bereich geschlossenen Abkommen in Koproduktion hergestellt werden und die den darin jeweils festgelegten Voraussetzungen entsprechen.**

Die Anwendung der Buchstaben b) und c) setzt voraus, dass in den betreffenden Drittstaaten keine diskriminierenden Maßnahmen gegen Werke aus den Mitgliedstaaten bestehen.

(2) Werke im Sinne des Absatzes 1 Buchstaben a) und b) sind Werke, die im wesentlichen in Zusammenarbeit mit in einem oder mehreren der in Absatz 1 Buchstaben a) und b) genannten Staaten ansässigen Autoren und Arbeitnehmern geschaffen wurden und eine der drei folgenden Voraussetzungen erfüllen:

a) Sie sind von einem oder mehreren in einem bzw. mehreren dieser Staaten ansässigen Hersteller(n) geschaffen worden;

b) ihre Herstellung wird von einem oder mehreren in einem bzw. mehreren dieser Staaten ansässigen Hersteller(n) überwacht und tatsächlich kontrolliert;

c) 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 ansässigen Hersteller/(n) kontrolliert.

~~(3) Werke im Sinne des Absatzes 1 Buchstabe c) sind Werke, die entweder ausschließlich oder in Koproduktion mit in einem oder mehreren Mitgliedstaaten ansässigen Herstellern von Herstellern geschaffen wurden, welche in einem oder mehreren europäischen Drittländern ansässig sind, mit denen die Gemeinschaft Abkommen im audiovisuellen Bereich geschlossen hat, sofern diese Werke im wesentlichen unter Mitwirkung von in einem oder mehreren europäischen Staaten ansässigen Autoren und Arbeitnehmern geschaffen wurden.~~

(34) Werke, die keine europäischen Werke im Sinne von Absatz 1 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 ansässigen Herstellern kontrolliert wird.

~~(5) Werke, die keine europäischen Werke im Sinne von Absätzen 1 und 4 sind, jedoch im wesentlichen in Zusammenarbeit mit in einem bzw. mehreren Mitgliedstaaten ansässigen Autoren und Arbeitnehmern geschaffen wurden, gelten proportional zu dem Beitrag von Koproduzenten aus der Gemeinschaft zu den Gesamtproduktionskosten als europäische Werke.~~

Artikel 7

~~Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Fernsehveranstalter Kinospielefilme nicht zu anderen als den mit den Rechteinhabern vereinbarten Zeiten ausstrahlen.~~

Artikel 9

Dieses Kapitel gilt nicht für Fernsehsendungen, die sich an ein lokales Publikum richten und die nicht an ein nationales Fernsehnetz angeschlossen sind.

KAPITEL IV

Fernsehwerbung, Sponsoring und Teleshopping

Artikel 10

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

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

~~(3) In der Werbung und im Teleshopping dürfen keine subliminalen Techniken eingesetzt werden.~~

~~(4) Schleichwerbung und entsprechende Praktiken im Teleshopping sind verboten.~~

Artikel 11

~~(1) Fernsehwerbung und Teleshopping-Spots müssen zwischen den Sendungen eingefügt werden. Unter den in den Absätzen 2 bis 5 genannten Voraussetzungen können die Werbung und die Teleshopping-Spots auch in die laufenden Sendungen eingefügt werden, sofern sie den Zusammenhang und den Wert der Sendungen nicht beeinträchtigen — wobei die natürlichen Programmunterbrechungen und die Länge und Art des Programms zu berücksichtigen sind — und sofern nicht gegen die Rechte von Rechteinhabern verstoßen wird.~~

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

~~(2) Bei Sendungen, die aus eigenständigen Teilen bestehen, oder bei Sportsendungen und Sendungen über ähnlich strukturierte Ereignisse und Darbietungen mit Pausen können Werbung und Teleshopping-Spots nur zwischen die eigenständigen Teile oder in die Pausen eingefügt werden.~~

~~(23) Die Übertragung von Fernsehfilmen audiovisueller Werke wie Kinospielefilme und Fernsehfilme (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen), kann für jeden vollen Zeitraum von 45 Minuten einmal unterbrochen werden, sofern ihre programmierte Sendezeit mehr als 45 Minuten beträgt. Kinospielefilmen, Kinderprogrammen und Nachrichtensendungen darf für jeden Zeitraum von 35 Minuten einmal für Werbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden.~~

~~Eine weitere Unterbrechung ist zulässig, wenn die programmierte Sendedauer um mindestens 20 Minuten über zwei oder mehrere volle 45 Minuten Zeiträume hinausgeht.~~

Religiöse Programme dürfen nicht durch Werbung oder Teleshopping unterbrochen werden.

~~(4) Werden andere als die unter Absatz 2 fallenden Sendungen durch Werbung oder Teleshopping-Spots unterbrochen, so sollte zwischen zwei aufeinanderfolgenden Unterbrechungen innerhalb der Sendung ein Abstand von mindestens 20 Minuten liegen.~~

~~(5) Die Übertragung von Gottesdiensten darf nicht durch Werbung oder Teleshopping unterbrochen werden. Des weiteren dürfen Nachrichten, Magazine über das aktuelle Zeitgeschehen, Dokumentarfilme, Sendungen religiösen Inhalts und Kindersendungen, die eine programmierte Sendezeit von weniger als 30 Minuten haben, nicht durch Werbung oder~~

~~Teleshopping unterbrochen werden. Beträgt ihre programmierte Sendezeit mindestens 30 Minuten, so gelten die Bestimmungen der vorangegangenen Absätze.~~

~~Artikel 12~~

~~Die Fernsehwerbung und Teleshopping dürfen nicht~~

- ~~a) die Menschenwürde verletzen;~~
- ~~b) Diskriminierungen nach Rasse, Geschlecht oder Nationalität enthalten;~~
- ~~c) religiöse oder politische Überzeugungen verletzen;~~
- ~~d) Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden;~~
- ~~e) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt gefährden.~~

~~Artikel 13~~

~~Jede Form der Fernsehwerbung und des Teleshoppings für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse ist untersagt.~~

~~Artikel 14~~

~~(1) Fernsehwerbung ist untersagt für Arzneimittel und medizinische Behandlungen die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Fernsehveranstalter unterworfen ist, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.~~

~~(2) Teleshopping für Arzneimittel, die einer Genehmigung für das Inverkehrbringen im Sinne der Richtlinie 65/65/EWG des Rates vom 26. Januar 1965 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften über Arzneimittel (1) unterliegen, sowie Teleshopping für ärztliche Behandlungen ist untersagt.~~

~~Artikel 15~~

~~Fernsehwerbung und Teleshopping für alkoholische Getränke müssen folgenden Kriterien entsprechen:~~

- ~~a) Sie darf nicht speziell an Minderjährige gerichtet sein und insbesondere nicht Minderjährige beim Alkoholgenuss darstellen.~~
- ~~b) Es darf keinerlei Verbindung zwischen einer Verbesserung der physischen Leistung und Alkoholgenuss oder dem Führen von Kraftfahrzeugen und Alkoholgenuss hergestellt werden.~~
- ~~c) Es darf nicht der Eindruck erweckt werden, Alkoholgenuss fördere sozialen oder sexuellen Erfolg.~~

- d) Sie darf nicht eine therapeutische, stimulierende, beruhigende oder konfliktlösende Wirkung von Alkohol suggerieren.
- e) Unmäßigkeit im Genuss alkoholischer Getränke darf nicht gefördert oder Enthaltbarkeit oder Mäßigkeit nicht negativ dargestellt werden.
- f) Die Höhe des Alkoholgehalts von Getränken darf nicht als positive Eigenschaft hervorgehoben werden.

Artikel 16

~~(1) Die Fernsehwerbung darf Minderjährigen weder körperlichen noch seelischen Schaden zufügen und unterliegt daher folgenden Kriterien zum Schutz Minderjähriger:~~

- ~~a) Sie soll keine direkten Kaufappelle an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen.~~
- ~~b) Sie soll Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen.~~
- ~~c) Sie soll nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben.~~
- ~~d) Sie soll Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.~~

~~(2) Teleshopping muss die in Absatz 1 genannten Anforderungen erfüllen und darf darüber hinaus Minderjährige nicht dazu anhalten, Kauf oder Miet bzw. Pachtverträge für Waren oder Dienstleistungen zu schließen.~~

Artikel 17

~~(1) Gesponserte Fernsehprogramme müssen folgenden Anforderungen genügen:~~

- ~~a) Inhalt und Programmplatz einer gesponserten Sendung dürfen vom Sponsor auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Fernsehveranstalters in bezug auf die Sendungen angetastet werden.~~
- ~~b) Sie sind als Sponsorprogramme durch den Namen und/oder das Firmenemblem des Sponsors am Programmanfang und/oder Programmende eindeutig zu kennzeichnen.~~
- ~~c) Sie dürfen nicht zum Kauf oder zur Miete bzw. Pacht von Erzeugnissen oder zu Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Sponsors oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Erzeugnisse oder Dienstleistungen, anregen.~~

~~(2) Die Fernsehprogramme dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.~~

~~(3) Beim Sponsoring von Fernsehprogrammen durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst,~~

~~darf für den Namen oder das Image des Unternehmens gesponsert werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Fernsehveranstalter unterworfen ist, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.~~

~~(4) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden.~~

Artikel 18

~~(1) Der Anteil an Sendezeit für Teleshopping Spots, Werbespots und andere Formen der Werbung darf mit Ausnahme von Teleshopping Fenstern im Sinne des Artikels 18a 20 v. H. der täglichen Sendezeit nicht überschreiten. Die Sendezeit für Werbespots darf 15 v. H. der täglichen Sendezeit nicht überschreiten.~~ **kurzer Werbeformen wie Werbespots und Teleshopping-Spots an der Sendezeit darf innerhalb einer vollen Stunde 20 v. H. nicht überschreiten.**

~~(2) Der Anteil an Sendezeit für Werbespots und Teleshopping Spots innerhalb einer Stunde, gerechnet ab einer vollen Stunde, darf 20 v. H. nicht überschreiten.~~

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

~~(3) Im Sinne dieses Artikels gilt folgendes nicht als Werbung:~~

- ~~— Hinweise des Fernsehveranstalters auf eigene Programme und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Programmen abgeleitet sind;~~
- ~~— Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit und kostenlose Spendenaufrufe zu Wohlfahrtszwecken.~~

Artikel 18a

~~(1) Teleshopping Fenster, die von einem Programm gesendet werden, das nicht ausschließlich für Teleshopping bestimmt ist, müssen eine Mindestdauer von 15 Minuten ohne Unterbrechung haben.~~

~~(2) Es sind höchstens acht solcher Fenster täglich zulässig. Ihre Gesamtsendedauer darf drei Stunden pro Tag nicht überschreiten. Die Fenster müssen optisch und akustisch klar als Teleshopping Fenster gekennzeichnet sein.~~

Artikel 19

~~Die Kapitel I, II, IV, V, VI, VIa und VII gelten entsprechend für reine Teleshoppingsender. Bei diesen Sendern ist Werbung im Rahmen der täglichen Beschränkungen gemäß Artikel 18 Absatz 1 zulässig. Artikel 18 Absatz 2 findet keine Anwendung.~~

Die Bestimmungen dieser Richtlinie gelten entsprechend für reine Fernsehwerbungs- und Teleshopping-Sendungen sowie für Fernsehsendungen, die ausschließlich der Eigenwerbung

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

~~Artikel 19a~~

~~Die Kapitel I, II, IV, V, VI, VIa und VII gelten entsprechend für reine Eigenwerbekanäle. Bei diesen Kanälen sind andere Formen der Werbung im Rahmen der Beschränkungen gemäß Artikel 18 Absätze 1 und 2 zulässig. Insbesondere diese Bestimmung wird nach Artikel 26 überprüft.~~

Artikel 20

Unbeschadet des Artikels 3 können die Mitgliedstaaten für Sendungen, die ausschließlich für ihr eigenes Hoheitsgebiet bestimmt sind und weder unmittelbar noch mittelbar in einem oder mehreren anderen Mitgliedstaaten öffentlich empfangen werden können **sowie in Bezug auf Fernsehveranstalter, die keinen bedeutenden Zuschaueranteil erreichen**, unter Einhaltung des Gemeinschaftsrechts andere als die in Artikel 11 Absätze 2 bis 5 und ~~in den~~ Artikeln 18 ~~und 18a~~ festgelegten Bedingungen vorsehen.

KAPITEL V

Schutz Minderjähriger und öffentliche Ordnung

Artikel 22

(1) Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass Sendungen von Fernsehveranstaltern, die ihrer Rechtshoheit unterworfen sind, keinerlei Programme enthalten, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen können, insbesondere solche, die Pornographie oder grundlose Gewalttätigkeiten zeigen.

(2) Die Maßnahmen gemäß Absatz 1 gelten auch für andere Programme, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, es sei denn, es wird durch die Wahl der Sendezeit oder durch sonstige technische Maßnahmen dafür gesorgt, dass diese Sendungen von Minderjährigen im Sendebereich üblicherweise nicht gesehen oder gehört werden.

(3) Werden derartige Programme in unverschlüsselter Form gesendet, so sorgen die Mitgliedstaaten dafür, dass ihre Ausstrahlung durch akustische Zeichen angekündigt oder durch optische Mittel während der gesamten Sendung kenntlich gemacht wird.

~~Artikel 22a~~

~~Die Mitgliedstaaten tragen dafür Sorge, dass die Sendungen nicht zu Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Religion oder Nationalität aufstacheln.~~

Artikel 22b

~~(1) Die Kommission misst der Anwendung der Bestimmungen dieses Kapitels in dem in Artikel 26 vorgesehenen Bericht besondere Bedeutung bei.~~

~~(2) Die Kommission führt binnen eines Jahres nach Veröffentlichung dieser Richtlinie zusammen mit den zuständigen Behörden der Mitgliedstaaten eine Untersuchung der möglichen Vor- und Nachteile weiterer Maßnahmen durch, die den Eltern oder Aufsichtspersonen die Kontrolle der Programme, die von Minderjährigen gesehen werden können, erleichtern sollen. In dieser Untersuchung wird unter anderem die Zweckmäßigkeit folgender Punkte geprüft:~~

- ~~— die Vorschrift, dass neue Fernsehgeräte mit einer technischen Vorrichtung versehen sein müssen, damit Eltern oder Aufsichtspersonen bestimmte Programme herausfiltern können;~~
- ~~— Festlegung geeigneter Bewertungssysteme;~~
- ~~— Förderung einer Politik zugunsten des familienfreundlichen Fernsehens sowie weitere pädagogische und Aufklärungsmaßnahmen;~~
- ~~— Berücksichtigung der innerhalb und außerhalb Europas gewonnenen Erfahrungen auf diesem Gebiet sowie Einholung der Standpunkte von betroffenen Kreisen wie Fernsehveranstaltern, Produzenten, Pädagogen, Mediensachverständigen und einschlägigen Verbänden.~~

KAPITEL VI

Recht auf Gegendarstellung

Artikel 23

(1) Unbeschadet der übrigen von den Mitgliedstaaten erlassenen zivil-, verwaltungs- oder strafrechtlichen Bestimmungen muss jede natürliche oder juristische Person, deren berechtigte Interessen – insbesondere Ehre und Ansehen – aufgrund der Behauptung falscher Tatsachen in einem Fernsehprogramm beeinträchtigt worden sind, unabhängig von ihrer Nationalität ein Recht auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen beanspruchen können. Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die tatsächliche Ausübung des Rechts auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen nicht durch Auferlegung unbilliger Bestimmungen oder Bedingungen behindert wird. Die Gegendarstellung muss innerhalb einer angemessenen Frist nach Eingang des begründeten Antrags zu einer Zeit und in einer Weise gesendet werden, die der Sendung, auf die sich der Antrag bezieht, angemessen sind.

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

(3) Die Mitgliedstaaten treffen die erforderlichen Maßnahmen zur Ausgestaltung dieses Rechts oder dieser Maßnahmen und legen das Verfahren zu deren Wahrnehmung fest. Sie sorgen insbesondere dafür, dass die Frist für die Wahrnehmung des Rechts auf Gegendarstellung oder gleichwertiger Maßnahmen ausreicht und dass die Vorschriften so festgelegt werden, dass dieses Recht oder diese Maßnahmen von den natürlichen oder

juristischen Personen, deren Wohnsitz oder Niederlassung sich in einem anderen Mitgliedstaat befindet, in angemessener Weise wahrgenommen werden können.

(4) Der Antrag auf Gegendarstellung oder gleichwertige Maßnahmen kann abgelehnt werden, wenn die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen für eine solche Gegendarstellung nicht vorliegen, die Gegendarstellung eine strafbare Handlung beinhaltet, ihre Sendung den Fernsehveranstalter zivilrechtlich haftbar machen würde oder wenn sie gegen die guten Sitten verstößt.

(5) Bei Streitigkeiten über die Wahrnehmung des Rechts auf Gegendarstellung oder gleichwertiger Maßnahmen ist eine gerichtliche Nachprüfung zu ermöglichen.

KAPITEL Via

Kontaktausschuss

Artikel 23a

(1) Es wird ein Kontaktausschuss bei der Kommission eingesetzt. Dieser Ausschuss setzt sich aus Vertretern der zuständigen Behörden der Mitgliedstaaten zusammen. Den Vorsitz führt ein Vertreter der Kommission; der Ausschuss tagt auf Initiative des Vorsitzenden oder auf Antrag der Delegation eines Mitgliedstaats.

(2) Der Ausschuss hat folgende Aufgaben:

a) er erleichtert die tatsächliche Umsetzung dieser Richtlinie durch regelmäßige Konsultationen über praktische Probleme im Zusammenhang mit der Anwendung der Richtlinie, insbesondere von deren Artikel 2, sowie über alle anderen Fragen, die einen Gedankenaustausch zweckdienlich erscheinen lassen;

b) er gibt von sich aus oder auf Antrag der Kommission Stellungnahmen zur Anwendung dieser Richtlinie durch die Mitgliedstaaten ab;

c) er ist das Forum für einen Gedankenaustausch über die Themen, die in den von den Mitgliedstaaten gemäß Artikel 4 Absatz 3 vorzulegenden Berichten behandelt werden sollen, über die Methodologie dieser Berichte, über die Ziele der unabhängigen Studie gemäß Artikel 25a, über die Evaluierung der Angebote für diese Studie und über die Studie selbst;

d) er erörtert das Ergebnis der regelmäßigen Konsultationen, die zwischen der Kommission und Vertretern der Fernsehveranstalter, der Produzenten, der Verbraucher, der Hersteller, der Dienstleister, der Gewerkschaften und der Kunstschaffenden stattfinden;

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

f) er prüft die Entwicklungen auf dem betreffenden Sektor, die einen Gedankenaustausch zweckdienlich erscheinen lassen.

Artikel 23b

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

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

KAPITEL VII

Schlussbestimmungen

Artikel 24

In Bereichen, die nicht durch diese Richtlinie koordiniert werden, bleiben die Rechte und Verpflichtungen der Mitgliedstaaten, die sich aus den in den Bereichen Telekommunikation und Fernsehen bestehenden Übereinkommen ergeben, von dieser Richtlinie unberührt.

Artikel 25

~~(1) Die Mitgliedstaaten erlassen die erforderlichen Rechts- und Verwaltungsvorschriften, um dieser Richtlinie spätestens am 3. Oktober 1991 nachzukommen. Sie setzen die Kommission unverzüglich davon in Kenntnis.~~

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

Artikel 25a

~~Eine weitere Überprüfung findet gemäß Artikel 4 Absatz 4 vor dem 30. Juni 2002 statt. Dabei wird eine unabhängige Studie über die Auswirkungen der betreffenden Maßnahmen auf Gemeinschaftsebene und auf einzelstaatlicher Ebene berücksichtigt.~~

Artikel 26

Spätestens am 31. Dezember 2000 [...] und anschließend alle zwei Jahre übermittelt die Kommission dem Europäischen Parlament, dem Rat und dem Wirtschafts- und Sozialausschuss einen Bericht über die Anwendung dieser Richtlinie in ihrer geänderten Fassung und macht erforderlichenfalls Vorschläge zu ihrer Anpassung an die Entwicklungen im ~~Fernsehbereich~~ Bereich der audiovisuellen Mediendienste(n), und zwar insbesondere im Lichte neuerer technologischer Entwicklungen und der Wettbewerbsfähigkeit dieses Sektors.

Artikel 27

Diese Richtlinie ist an die Mitgliedstaaten gerichtet.

Artikel 2

Verordnung (EG) Nr. 2006/2004²⁰ wird wie folgt geändert:

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

„Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität vom 3. Oktober 1989: Artikel 3g bis 3h²¹ und Artikel 10 bis 20²². Richtlinie zuletzt geändert durch Richtlinie xxxx/xxxx/EC des Europäischen Parlaments und des Rates²³.“

Artikel 3

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

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

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

Artikel 4

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

Artikel 5

Diese Richtlinie ist an die Mitgliedstaaten gerichtet.

Geschehen zu Brüssel, am [...]

²⁰ ABl. L 364 vom 9.12/2004, S. 1.

²¹ ABl. Xxxx, S. xxx.

²² ABl. L 298, 17.10.1989, S. 23.

²³ ABl. L xxx, S. xxx.

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

Im Namen des Rates
Der Präsident
[...]