



Stand: 07. Februar 2006

## Revision der EU-Fernsehrichtlinie zur Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste (COM(2005) 0646)

### I. Stand

Seit 1989 gilt die jetzige EU-Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ (TVWF – TV Without Frontiers).

Sie beruht auf dem **Herkunftslandprinzip** und der Sicherung von gemeinsamen Mindeststandards. Diese **Mindeststandards** gelten für

- **die Definition des Herkunftslandprinzips**
- **den Jugendschutz**
- **den Verbraucherschutz**
- **die Werberegulungen**
- **die Förderung europäischer Inhalte.**

Die TVWF wurde 1997 aktualisiert und hat ihre Ziele erfolgreich erfüllt. Grundlegend neue Technologien erfordern heute eine Revision der Richtlinie.

### II. Worin liegt das Problem?

Die geltende Richtlinie **TVWF** gilt **nur für die analoge Übertragung von Fernsehen**. Seit Jahren wird die digitale Technologie entwickelt. Die generelle **Umstellung auf digitale Technologie für die Fernsehübertragung** soll in der EU bis zum Jahr **2010 abgeschlossen** sein.

Digitale Technik ermöglicht nicht nur eine **neue Übertragungstechnologie**, sondern auch **neue technologische Plattformen** für Fernsehen wie **Internet, PC, Video, Handy**. Neben dem traditionellen Fernsehen entstehen zunehmend **„Fernsehdienste auf Abruf“** und neue **fernsehähnliche Mediendienste**.

Die **rechtliche Zuordnung** traditioneller und neuer Fernsehdienste in digitaler Technologie wird von der geltenden TVWF nicht erfasst und ihre Abgrenzung zum elektronischen Handel (E-commerce Richtlinie) ist **nicht geklärt**.

### III. Wie sieht die vorgeschlagene Lösung aus?

Die EU-Kommission hat am 13. Dezember 2005 ihren Vorschlag zur Revision der Fernsehrichtlinie vorgelegt, der sich an den Grundprinzipien der jetzigen Fernseh-Richtlinie orientiert und sie technologieneutral fortentwickelt zur **Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste**.

**Gleiche Inhalte** sollen – unabhängig von der Übertragungstechnologie – **rechtlich gleich behandelt** werden. Wie in Deutschland soll die **Regulierungsdichte** abhängig sein von der **Bedeutung, die die Inhalte für die öffentliche Meinungsbildung** haben.

Auf dieser Grundlage werden folgende **Eckpunkte** bei der Revision der Fernsehrichtlinie von der EU-Kommission vorgeschlagen:

1. Der **Anwendungsbereich** der Richtlinie soll **audiovisuelle Mediendienste** umfassen, deren **Hauptzweck in dem Angebot bewegter Bilder mit und ohne Ton zur Informationen,**

**Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit** über elektronische Kommunikationsnetze liegt.

Damit fallen die **elektronischen Dienste, die diesen Hauptzweck nicht erfüllen** – z.B. elektronische Presse, Hörfunk, private Kommunikation und elektronischer Handel - **nicht unter diese Richtlinie**. Sie werden entweder von der E-commerce-Richtlinie erfasst oder unterliegen der nationalen Gesetzgebung, soweit erforderlich.

2. Bei der **Regulierungsdichte** der audiovisuellen Mediendienste wird unterschieden zwischen
  - **linearen audiovisuellen Mediendiensten** = programmierte Dienste (Deutschland: TV-Rundfunkstaatsvertrag) und
  - **nicht-linearen audiovisuellen Mediendiensten** = Abrufdienste (Deutschland: Mediendienstestaatsvertrag).

**Für die nicht-linearen Mediendienste gelten nur die bisherigen Vorschriften zum Jugendschutz und zum Schutz der Menschenwürde.**

**Für lineare audiovisuelle Mediendienste gelten neben den Regeln für Jugendschutz und dem Schutz der Menschenwürde eine Reihe von weiteren Vorschriften.**

Zum ersten Mal wird für eine EU-Richtlinie **das Prinzip der Ko-Regulierung** zur legislativen nationalen Gesetzgebung eingeführt. Ko- und Selbstregulierung sind vor allem für die Anwendung der Richtlinie auf nicht-lineare Mediendienste vorgesehen.

3. Die Vorschriften für die **Werbung** werden **nur auf lineare Mediendienste angewandt**.  
Die **quantitativen Werberegulungen** werden **dereguliert**, die **qualitativen Werberegulungen (Verbot von Schleichwerbung, Trennung von Programm und Werbung)** werden **beibehalten**.  
Neu und **sehr umstritten** ist die **Legalisierung von Produkt-Placement**. Gegen die Legalisierung von Produkt-Placement gibt es aus einer Reihe von Mitgliedstaaten Bedenken, mit besonderer Entschiedenheit aus **Deutschland**.
4. **Quoten für die Förderung europäischer Produktionen** werden wie bisher **nur auf lineare Mediendienste angewandt**, bei **nicht-linearen** Mediendiensten wird ein **allgemeiner Förderauftrag für die Mitgliedstaaten** vorgeschlagen.
5. **Neu** vorgeschlagen wird das in Deutschland schon vorhandene **Kurzberichterstattungsrecht** (max 90 Sek.)

#### **IV. Punkte, die weiterer Diskussion bedürfen**

1. **Anwendungsbereich** der Richtlinie und Definitionen, konkrete **Abgrenzung** zwischen linearen, nicht-linearen Diensten und E-commerce
2. **Quantitative Werbebestimmungen**, Blockwerbeverbot, stündliche Werbezeitbegrenzung.
3. Qualitative Werbebestimmungen, vor allem Legalisierung des **Produkt- Placements**.
4. Programmquoten und **Förderpflichten für europäische Produktionen** der Mediendienste-Anbieter.
5. Kurzberichterstattungsrecht.
6. Probleme für kleine Mitgliedstaaten mit dem Herkunftslandprinzip