

EU-Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste in der Endrunde!

von Ruth Hieronymi (MdEP)

15. Mai 2007

EU-Parlament, Rat und Kommission arbeiten seit Dezember 2005 intensiv an der Revision der EU-Fernsehrichtlinie zur Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste (AVMS). Die deutsche Rats-Präsidentschaft hat es sich zum Ziel gesetzt, mit dem Europäischen Parlament gemeinsam einen endgültigen Vorschlag vorzulegen und die Verhandlungen abzuschließen. Der Kulturausschuss des EU-Parlamentes hat dieses Verhandlungsergebnis am 8. Mai 2007 unterstützt und empfohlen es in zweiter Lesung ohne weitere Änderungen anzunehmen. Dem Ministerrat "Kultur und Medien" wird der Text am 24. Mai 2007 zur Abstimmung vorgelegt. Wenn er, wie zu erwarten ist, zustimmt, wird das Parlament diesen Text nach der Sommerpause endgültig in zweiter Lesung annehmen.

Die Aktualisierung der EU-Fernsehrichtlinie ist notwendig geworden, weil mit der digitalen Technik völlig neue Programmformate und Geschäftsmodelle für Fernsehen (lineare) und fernseh-ähnliche (nicht-lineare) Mediendienste entstanden sind. Ziel der Revision der EU-Fernsehrichtlinie ist es, dass traditionelle und neue audiovisuelle Mediendienste (AVMS) wegen ihrer Bedeutung für die Informationsfreiheit, die Meinungsvielfalt, den Medienpluralismus und die kulturellen Vielfalt auch in Zukunft in ihrer Doppelrolle als Kultur- und Wirtschaftsgut gesichert werden.

Aus Sicht des EU-Parlamentes ist das Verhandlungsergebnis ein großer Erfolg. Die Aktualisierung des Anwendungsbereiches für Fernseh-ähnliche Mediendienste, die Sicherung des Herkunftslandprinzips, die Stärkung des Jugendschutzes, der bessere Zugang für Menschen mit Behinderungen, die EU-weite Sicherung der Rechte auf Kurzberichterstattung, die Verpflichtung zu nationalen, unabhängigen Regulierungsbehörden und die verbesserte Kontrolle von Werbung, die sich an Kinder richtet, gehören zu den Pluspunkten der Entscheidung.

Die wichtigsten Ergebnisse im Einzelnen:

1. Für gleiche audiovisuelle Medien-Inhalte - d.h. für traditionelle Fernsehdienste und für neue Fernseh-ähnliche Mediendienste - sollen grundsätzliche gleiche Bedingungen unabhängig von der Art der Übertragungstechnologie gelten. Wie in Deutschland richtet sich das Maß der Regulierungsdichte nach der Bedeutung des AVMS's für die öffentliche Meinungsbildung.

2. Die in Deutschland bewährte Ko- und Selbstregulierung wird erstmalig den Mitgliedsstaaten als Instrumente zur Umsetzung einer EU-Richtlinie empfohlen. Sie soll vor allem im Bereich der neuen nicht-linearen Mediendienste eingesetzt werden.
3. Das Herkunftslandprinzip ist ein zentrales Thema der Richtlinie, da nur mit diesem Prinzip "Fernsehen ohne Grenzen" ermöglicht wird. Es ist damit Herzstück der derzeitigen EU-Fernsehrichtlinie ebenso wie der zukünftigen AVMS-Richtlinie. Gleichzeitig wurde sichergestellt, dass Umgehungstatbestände, bei denen sich ein Anbieter von AVMS in einem anderen Mitgliedsstaat niederlässt, um strengere Regeln des eigenen Mitgliedsstaates zu umgehen, wirksamer kontrolliert und verhindert werden.
4. Der Jugendschutz für nicht-lineare AVMS wird durch die so genannte "Sperrverfügung" in Fällen schwerer Jugendgefährdung gesichert. Dieses Instrument ermöglicht dem betroffenen Mitgliedsstaat eine Internetseite zu sperren, ohne diese Maßnahme vorher mit der Kommission abzusprechen. Diese Regelung ist wörtlich aus der "Richtlinie für den elektronischen Handel" übernommen worden, mit der dieses Instrument bereits praktiziert wird.
5. Erstmals werden die Mitgliedsstaaten verpflichtet, Verhaltenskodices (codes of conduct) zur strengeren Kontrolle von Fernsehwerbung, die sich an Kinder richtet, von der werbetreibenden Wirtschaft zu fordern.
6. Die Rolle der Medienerziehung wird ausdrücklich betont, und die Mitgliedsstaaten sind verpflichtet, alle 3 Jahre über die Fortschritte in der Medienerziehung ihres Landes zu berichten.
7. Die qualitativen Regeln für die Werbung werden beibehalten, die verschiedenen quantitativen Vorschriften aber werden bis auf eine aufgehoben. Kindersendungen, Nachrichten und Fernsehfilme dürfen nur unterbrochen werden, wenn die programmierte Sendezeit 30 Minuten überschreitet. Das Maß der Werbung wird sich aber durch diese Deregulierung und Flexibilisierung nicht verändern. Bei der Fernsehwerbung bleibt das maximale Volumen von 12 Minuten Werbung pro Stunde unverändert bestehen.
8. Für Produkt-Platzierung, die bisher in den Mitgliedsstaaten unterschiedlich geregelt ist, wird erstmals eine EU-weite Regelung beschlossen. Produkt-Platzierung ist

grundsätzlich verboten, aber für Filme, Fernsehserien und Sportsendungen ist sie als Ausnahme erlaubt, wenn sie ein Mitgliedsstaat nicht ausdrücklich verbietet. Themenplatzierung bleibt verboten.

Um für die Zuschauer eine ausreichende Transparenz zu gewährleisten, muss die Tatsache der Produkt-Platzierung (nicht das Produkt!) zu Beginn, am Ende und nach jeder Werbepause angekündigt werden. Eine Abweichung von dieser Informationspflicht ist nur möglich, wenn die Programme vom Sender nicht produziert oder in Auftrag gegeben worden sind.

9. Die Gewährleistung einer unabhängigen Medien-Aufsicht wird EU-weit für alle Mitgliedsstaaten verpflichtend gemacht. Die Organisation der Medienaufsicht bleibt den Mitgliedsstaaten überlassen. An den bestehenden Regelungen in Deutschland für das öffentlich-rechtliche und private Fernsehen sind keine Änderungen notwendig.
10. Für Menschen mit Behinderung sollen die Mitgliedsstaaten sicherstellen, dass der Zugang zu AVMS - soweit möglich - gewährleistet wird.
11. Um in der EU auch in Zukunft eine hohes Maß von Informationsfreiheit zu gewährleisten, wird das in Deutschland bewährte Recht auf Kurzberichterstattung EU-weit eingeführt, wenn für die Übertragung von Ereignissen von hohem Interesse Exklusivrechte von einem Fernsehsender erworben worden sind.

Mit diesem Ergebnis für die "Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste" kann es gelingen, auch in Zukunft das europäische Medienmodell zu erhalten, das sich durch Vielfalt und Pluralismus auszeichnet. Die kulturelle Komponente der AVMS wird geschützt, und gleichzeitig haben die Veranstalter audiovisueller Mediendienste gute Voraussetzungen, um mit den neuen Mediendiensten dank eines leistungsfähigen EU-Binnenmarktes im globalen Wettbewerb erfolgreich zu bestehen.