

Unterrichtung
durch die Europäische Kommission

Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste im Hinblick auf sich verändernde Marktgegebenheiten

COM(2016) 287 final

Der Bundesrat wird über die Vorlage gemäß § 2 EUZBLG auch durch die Bundesregierung unterrichtet.

Hinweis: vgl. Drucksache 948/05 = AE-Nr. 053652 und
AE-Nr. 090381



Brüssel, den 25.5.2016
COM(2016) 287 final

2016/0151 (COD)

Vorschlag für eine

RICHTLINIE DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES

**zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und
Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller
Mediendienste im Hinblick auf sich verändernde Marktgegebenheiten**

(Text von Bedeutung für den EWR)

{SWD(2016) 168 final}

{SWD(2016) 169 final}

{SWD(2016) 170 final}

{SWD(2016) 171 final}

BEGRÜNDUNG

1. KONTEXT DES VORSCHLAGS

• Gründe und Ziele des Vorschlags

Die audiovisuelle Medienlandschaft verändert sich rasant durch die zunehmende Konvergenz von Fernsehen und Diensten, die über das Internet verbreitet werden. Immer mehr Verbraucher greifen über intelligente/vernetzte Fernsehgeräte und tragbare Geräte auf Abrufinhalte zu. Insbesondere junge Verbraucher schauen Videos, darunter auch von Nutzern selbst erstellte Inhalte, über das Internet. Das traditionelle Fernsehen hat in der EU bezüglich der Zuschauerzahlen, Werbeeinnahmen und Investitionen in die Inhalte (rund 30 % der Einnahmen) weiterhin eine starke Position inne. Es entstehen jedoch neue Geschäftsmodelle. Fernsehveranstalter weiten ihre Tätigkeiten im Internet aus, und neue Marktteilnehmer, die audiovisuelle Inhalte über das Internet anbieten (z. B. Anbieter von Video auf Abruf und Videoplattformen), werden zunehmend stärker und stehen im Wettbewerb um das gleiche Publikum. Allerdings gelten für Fernsehen, Videoabruf und von Nutzern erstellte Inhalte unterschiedliche Vorschriften, und auch die Verbraucherschutzniveaus variieren.

In der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa¹ wird eine Überarbeitung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie)² gefordert, um diesen Veränderungen des Marktumfelds und der Nutzungsweisen sowie dem technologischen Wandel Rechnung zu tragen. Die Kommission muss sich entsprechend auf den Anwendungsbereich der AVMD-Richtlinie, auf die Art der für alle Marktteilnehmer geltenden Vorschriften³ (insbesondere jene zur Förderung europäischer Werke⁴), die Vorschriften zum Jugendschutz wie auch die Werbevorschriften konzentrieren.

Auf der Grundlage dieser Verpflichtung und im Einklang mit den Anforderungen an eine „bessere Rechtsetzung“⁵ hat die Kommission eine Ex-post-Evaluierung („REFIT“) durchgeführt. Darin wurden die Wirksamkeit, Effizienz, Relevanz, Kohärenz und der EU-Mehrwert der AVMD-Richtlinie bewertet und Bereiche genannt, in denen Vereinfachungspotenzial besteht, ohne die Ziele der AVMD-Richtlinie zu beeinträchtigen.

• Kohärenz mit den bestehenden Vorschriften in diesem Bereich

Die Richtlinie 89/552/EWG des Rates in der durch die Richtlinien 97/36/EG und 2007/65/EG geänderten und durch die Richtlinie 2010/13/EU (AVMD-Richtlinie) kodifizierten Fassung enthält Vorschriften sowohl für „Fernsehsendungen“ als auch für audiovisuelle Mediendienste

¹ Mitteilung der Kommission „Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa“, 6. Mai 2015, COM(2015) 192 final, http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_de.pdf.

² Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste).

³ Im Einzelnen heißt es in der Strategie, dass die Kommission prüfen wird, „ob eine Anpassung der geltenden Vorschriften für Fernsehsendungen und Abrufdienste geboten ist. Dabei wird sie sich auch mit der Frage auseinandersetzen, ob neue Dienste, die nach der Richtlinie derzeit nicht als audiovisuelle Mediendienste gelten, und Akteure, die sich außerhalb ihres geografischen Anwendungsbereichs befinden, in den Anwendungs- und Geltungsbereich einbezogen werden sollten.“

⁴ In der Strategie für den digitalen Binnenmarkt wird ebenfalls erwähnt, dass „die Kommission ... auch an Maßnahmen zur Förderung von Katalogen europäischer Werke auf Videoabrufplattformen arbeiten“ wird.

⁵ Die REFIT-Evaluierung der AVMD-Richtlinie wurde in der Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen „Regulatory Fitness and Performance Programme (REFIT): Initial Results of the Mapping of the Acquis“ (SWD(2013) 401 final) angekündigt und ist Teil des Arbeitsprogramms 2015 der Kommission (COM(2014) 910 final vom 16.12.2014, Anhang III).

auf Abruf. In diesem Vorschlag wird den Veränderungen in der Medienlandschaft seit der letzten Überarbeitung Rechnung getragen, um sicherzustellen, dass mit der AVMD-Richtlinie ein modernisierter, flexibler und zukunftsorientierter Rechtsrahmen geschaffen wird.

- **Kohärenz mit der Politik der Union in anderen Bereichen**

Durch diesen Vorschlag wird geltendes EU-Recht ergänzt, insbesondere die Richtlinie 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr (e-Commerce-Richtlinie), die Richtlinie 2003/33/EG über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen, die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken und die Richtlinie 2011/93/EU zur Bekämpfung des sexuellen Missbrauchs und der sexuellen Ausbeutung von Kindern sowie der Kinderpornografie.

Im Dezember 2015 hat die Kommission einen Vorschlag für einen europäischen Rechtsakt zur Barrierefreiheit⁶ angenommen, in dem Barrierefreiheitsanforderungen für eine breite Palette von Produkten und Dienstleistungen, auch für audiovisuelle Mediendienste, festgelegt werden. Daher wird bei der Überarbeitung der AVMD-Richtlinie die Frage der Barrierefreiheit nicht behandelt.

e-Commerce-Richtlinie 2000/31/EG

Die derzeitige AVMD-Richtlinie gilt nicht für von Nutzern erstellte Inhalte, die auf Videoplattformen dargeboten werden, da die Anbieter von Videoplattformdiensten häufig keine redaktionelle Verantwortung für die auf diesen Plattformen gespeicherten Inhalte tragen. In vielen Fällen unterliegen diese Dienste der e-Commerce-Richtlinie, da es sich um Dienste der Informationsgesellschaft handelt.

Gemäß der e-Commerce-Richtlinie sind Vermittler nicht verpflichtet, die bei ihnen gespeicherten Inhalte zu überwachen. Vielmehr ist es den Mitgliedstaaten untersagt, Anbietern eine allgemeine Verpflichtung zur Überwachung oder zur aktiven Forschung nach Umständen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen, aufzuerlegen (Artikel 15). Gemäß der e-Commerce-Richtlinie sind Vermittler, insbesondere die Betreiber sogenannter „Hosting“-Dienste, von der Haftung für die bei ihnen gespeicherten rechtswidrigen Informationen befreit (Artikel 14). Solche Anbieter sind nur dann als Anbieter eines Hosting-Dienstes im Sinne der e-Commerce-Richtlinie anzusehen, wenn sie weder Kenntnis von den betreffenden Informationen haben noch die Kontrolle darüber ausüben. Diese Ausnahme von der Haftung besteht nur, wenn die Anbieter, sobald ihnen rechtswidrige Inhalte bekannt werden, unverzüglich tätig werden, um den Zugang zu diesen Inhalten zu sperren oder sie zu entfernen.

Mit diesem Vorschlag würde die e-Commerce-Richtlinie in einigen Punkten, wie in Abschnitt 5 dargelegt, ergänzt, wobei die vorgenannten Bestimmungen der Richtlinie sowie Artikel 3 über den Binnenmarkt unberührt blieben.

Richtlinie 2003/33/EG über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen

Die Richtlinie 2003/33/EG enthält ein Werbeverbot für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse in Presse und anderen Printmedien, im Hörfunk und in Diensten der Informationsgesellschaft. Sie verbietet auch das Sponsoring von Hörfunkprogrammen und anderen grenzüberschreitenden Veranstaltungen durch Tabakhersteller. Außerdem geht aus Erwägungsgrund 14 der Richtlinie 2003/33/EG klar hervor, dass jede Art der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse in Fernsehsendungen durch die AVMD-Richtlinie verboten ist. Diese Einschränkungen wurden

⁶ COM(2015) 615 final (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=COM:2015:615:FIN>).

durch mehrfache Änderungen auf jegliche audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, einschließlich Sponsoring und Produktplatzierung in audiovisuellen Mediendiensten (Artikel 9 Absatz 1 Buchstabe d, Artikel 10 Absatz 2 und Artikel 11 Absatz 4 Buchstabe a der AVMD-Richtlinie), ausgeweitet. Gemäß Artikel 20 Absatz 5 Buchstabe e der Richtlinie 2014/40/EU über die Herstellung, die Aufmachung und den Verkauf von Tabakerzeugnissen und verwandten Erzeugnissen⁷ gelten die Verbote hinsichtlich der Kommunikation für Tabakerzeugnisse entsprechend der AVMD-Richtlinie auch für elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter. Das Verbot der kommerziellen Kommunikation für Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse wird in einem Erwägungsgrund der nun vorgeschlagenen Richtlinie in Erinnerung gerufen.

Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-Richtlinie)

Bei der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken handelt es sich um das wichtigste Regelwerk für Geschäftspraktiken zwischen Unternehmen und Verbrauchern, z. B. irreführende Werbung, in der EU. Sie gilt für alle Praktiken im Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern vor, während und nach Abschluss eines Handelsgeschäfts sowohl online als auch offline.

In der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken sind drei Verbraucherschutzniveaus vorgesehen:

- 1) die schwarze Liste von 31 Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen untersagt sind;
- 2) irreführende und aggressive Praktiken – im Einzelfall zu bewerten;
- 3) ein allgemeines Verbot unlauterer Praktiken, die gegen die berufliche Sorgfaltspflicht verstoßen – im Einzelfall zu bewerten.

Richtlinie 2011/93/EU zur Bekämpfung des sexuellen Missbrauchs und der sexuellen Ausbeutung von Kindern sowie der Kinderpornografie

Mit der Richtlinie zur Bekämpfung des sexuellen Missbrauchs und der sexuellen Ausbeutung von Kindern sowie der Kinderpornographie wird in der gesamten Union das Vorgehen gegen Straftaten im Zusammenhang mit dem sexuellen Missbrauch und der sexuellen Ausbeutung von Kindern sowie der Kinderpornografie harmonisiert. Ferner werden darin einheitliche Mindestsanktionen festgelegt.

• Übereinstimmung mit völkerrechtlichen Verpflichtungen

21 EU-Mitgliedstaaten sind Vertragsparteien des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen (SEV-Nr. 132) aus dem Jahr 1989, das 1998 durch ein Protokoll geändert wurde. Die Union selbst ist keine Vertragspartei des Übereinkommens.

Nach dem Übereinkommen können die Vertragsparteien auf die Sendetätigkeiten der ihrer Rechtshoheit unterworfenen Fernsehveranstalter strengere oder ausführlichere Bestimmungen anwenden.

Soweit einige der geltenden Bestimmungen der AVMD-Richtlinie weniger streng sind als die Vorschriften des Übereinkommens, könnte bereits die Umsetzung der Bestimmungen der Richtlinie durch die EU-Mitgliedstaaten, die Vertragsparteien des Übereinkommens sind, zu Unterschieden zwischen den Mitgliedstaaten führen, je nachdem, ob sie als Vertragsparteien

⁷ Richtlinie 2014/40/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 3. April 2014 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Herstellung, die Aufmachung und den Verkauf von Tabakerzeugnissen und verwandten Erzeugnissen und zur Aufhebung der Richtlinie 2001/37/EG (ABl. L 127 vom 29.4.2014, S. 1).

des Übereinkommen ihren völkerrechtlichen Verpflichtungen nachkommen. Gleiches gilt auch für einige in diesem Vorschlag enthaltene Änderungen, mit denen weitere Vorschriften in die AVMD-Richtlinie eingeführt würden, die weniger streng sind als die Vorschriften des Übereinkommens.

In den von der AVMD-Richtlinie erfassten Bereichen besitzt die Union die ausschließliche Zuständigkeit für den Abschluss internationaler Übereinkünfte. Alle Änderungen in Bezug auf die aus diesem Übereinkommen erwachsenden Verpflichtungen würden daher ein Tätigwerden der Union erforderlich machen.

2. RECHTSGRUNDLAGE, SUBSIDIARITÄT UND VERHÄLTNISSMÄSSIGKEIT

• **Rechtsgrundlage**

Die AVMD-Richtlinie beruht auf den Befugnissen der EU zur Koordinierung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten, um den freien Dienstleistungsverkehr auf dem Binnenmarkt zu verwirklichen (Artikel 53 Absatz 1 AEUV in Verbindung mit Artikel 62 AEUV).

• **Subsidiarität (bei nicht ausschließlicher Zuständigkeit)**

Die EU-weite Dimension des audiovisuellen Marktes nimmt stetig zu, insbesondere aufgrund des Wachstums des Online-Marktes und der Tatsache, dass Fernsehsender immer internationaler werden. Ende 2013 waren 5141 Fernsehkanäle (ohne die lokalen Sender und Fenster) in der EU ansässig. Nahezu 1989 davon sind auf ausländische Märkte (innerhalb oder außerhalb der EU) ausgerichtet. Dieser Anteil stieg von 28 % im Jahr 2009 – dem Jahr der Umsetzung – auf 38 % im Jahr 2013 an. Bei den Videoabrufdiensten sind durchschnittlich 31 % der in einem Mitgliedstaat verfügbaren Dienste in einem anderen EU-Mitgliedstaat niedergelassen (Jahr 2015). Dies unterstreicht den Mehrwert des Eingreifens durch die EU.

Der Vorschlag steht sowohl mit dem Subsidiaritätsprinzip als auch mit dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit in Einklang, da im Allgemeinen ein Mindestharmonisierungskonzept verfolgt und die Mechanismen für Ausnahmeregelungen und gegen Umgehungsmöglichkeiten verbessert werden. Dies ermöglicht es den Mitgliedstaaten, ihre nationalen Gegebenheiten zu berücksichtigen. In der Praxis haben die Mitgliedstaaten strengere Vorschriften erlassen, insbesondere in Bezug auf die Bestimmung des Begriffs „audiovisueller Mediendienst auf Abruf“, die Einrichtung nationaler Regulierungsstellen, die Förderung europäischer Werke, den Jugendschutz und die kommerzielle Kommunikation.

Angesichts der Tatsache, dass in der AVMD-Richtlinie das Mindestharmonisierungskonzept vorgesehen ist, können die geltenden Bestimmungen nur auf EU-Ebene vereinfacht werden.

Mit Blick auf die Ausweitung des Geltungsbereichs der AVMD-Richtlinie auf Videoplattformen wird durch ein Eingreifen der EU für Kohärenz mit den bereits darin erfassten Diensten gesorgt. Eine maximale Harmonisierung in diesem Bereich verhindert eine etwaige künftige Fragmentierung infolge nationaler Maßnahmen.

• **Verhältnismäßigkeit**

Wie oben ausgeführt, steht der Vorschlag durch die Wahrung des Mindestharmonisierungskonzepts und der Mechanismen für die Zusammenarbeit mit dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit im Einklang.

- **Wahl des Instruments**

In der vorgeschlagenen Richtlinie wird insbesondere im Hinblick auf den Jugendschutz, die Bekämpfung von Hassreden und die kommerzielle Kommunikation der Rückgriff auf die Koregulierung und die Selbstregulierung empfohlen. Derartige Regulierungssysteme gelten als von den Hauptinteressenträgern allgemein anerkannt und gewährleisten eine wirksame Durchsetzung.

3. **ERGEBNISSE DER EX-POST-BEWERTUNG, DER KONSULTATION DER INTERESSENTRÄGER UND DER FOLGENABSCHÄTZUNG**

- **Ex-post-Bewertungen/Eignungsprüfungen bestehender Rechtsvorschriften**

Dem Gesamtergebnis zufolge sind die Ziele der AVMD-Richtlinie nach wie vor relevant. Bei der Evaluierung wurde festgestellt, dass das Herkunftslandprinzip die Entwicklung und den freien Verkehr audiovisueller Mediendienste in der gesamten EU ermöglicht und Rechtssicherheit geschaffen hat, was zu niedrigeren Einhaltungskosten für Anbieter und einer größeren Auswahl für die Verbraucher geführt hat.

Die REFIT-Evaluierung ergab, dass Möglichkeiten für eine Vereinfachung bestehen, insbesondere im Hinblick auf die Verfahren zur Förderung der Anwendung des Herkunftslandprinzips (d. h. die Kriterien für die Bestimmung der rechtlichen Zuständigkeit und die Verfahren für Ausnahmen und die Zusammenarbeit, die in bestimmten Fällen die Freiheit des Empfangs und der Weiterverbreitung beschränken) sowie auf einige Vorschriften für die kommerzielle Kommunikation. Einige andere Vorschriften sind nicht mehr geeignet, die angestrebten politischen Ziele zu erreichen, und zwar in erster Linie aufgrund von Marktentwicklungen und Änderungen der Sehgewohnheiten. Die Richtlinie wird außerdem vereinfacht werden, indem die Vorschriften über den Jugendschutz bei Fernsehsendungen und bei Abrufdiensten angeglichen werden.

- **Konsultation der Interessenträger**

Im Jahr 2013 veröffentlichte die Kommission das Grünbuch⁸ über die „Vorbereitung auf die vollständige Konvergenz der audiovisuellen Welt: Wachstum, Schöpfung und Werte“ und lud Interessenträger dazu ein, zu der sich verändernden Medienlandschaft und dem grenzenlosen Internet, insbesondere hinsichtlich der Marktbedingungen, der Interoperabilität und Infrastruktur, sowie zu den Auswirkungen für die EU-Rechtsvorschriften Stellung zu nehmen. Die Ergebnisse des Grünbuchs finden ihren Niederschlag in den Rückmeldungen und der Zusammenfassung der Antworten, die die Kommission im September 2014 veröffentlichte⁹.

Mit Blick auf die laufende Überarbeitung der AVMD-Richtlinie hat die Kommission vom 6. Juli 2015 bis zum 30. September 2015 eine öffentliche Konsultation¹⁰ mit dem Titel „Audiovisuelle Mediendienste (AVMD-RL) – Eine Mediengesetzgebung für das 21. Jahrhundert“ durchgeführt.

Die wichtigsten Ergebnisse in Bezug auf die politischen Möglichkeiten für die Zukunft waren folgende:

⁸ <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/consultation-green-paper-preparing-fully-converged-audiovisual-world-growth-creation-and-values>

⁹ <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/publication-summaries-green-paper-replies>

¹⁰ <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/public-consultation-directive-201013eu-audiovisual-media-services-avmsd-media-framework-21st>

- Annäherung der Standpunkte zur eventuell notwendigen Änderung des Anwendungsbereich der Richtlinie, aber keine klare gemeinsame Linie der Interessenträger untereinander für das weitere Vorgehen;
- Annäherung der Standpunkte im Hinblick auf die Notwendigkeit der Unabhängigkeit der nationalen Regulierungsstellen;
- Unterstützung für die Beibehaltung des Status quo in Bezug auf das Herkunftslandprinzip; Übertragungspflichten/Auffindbarkeit; Barrierefreie Zugänglichkeit für Personen mit Behinderungen; Vorschriften für Ereignisse von erheblicher Bedeutung für die Gesellschaft, Kurzberichterstattung und Recht auf Gegendarstellung;
- kein klarer Konsens unter den Interessengruppen in Bezug auf kommerzielle Kommunikation, Jugendschutz oder die Förderung europäischer Werke.

Folgende Trends bildeten sich in den verschiedenen Gruppen von Beteiligten heraus:

- Ein gewisser Teil der Vertreter des Fernsehsektors trat für die Gewährleistung gleicher Wettbewerbsbedingungen ein, wozu neue Dienste stärker reguliert werden sollen und/oder eine größere Flexibilität der bestehenden Vorschriften gewährleistet werden soll.
- Verbraucherverbände forderten eine Stärkung der Bestimmungen der AVMD-Richtlinie zum Schutz der Zuschauer, insbesondere der schutzbedürftigen Zuschauer.
- Die Internet- und Telekommunikations- und IKT-Branche forderte den Verzicht auf neue Regulierungsmaßnahmen, um Innovationstätigkeiten zu erhalten.
- Die Inhaltebranche forderte eine Stärkung der Bestimmungen zur Förderung europäischer Werke in allen audiovisuellen Mediendiensten.
- **Einholung und Nutzung von Expertenwissen**

Die Kommission hat den folgenden externen fachlichen Rat eingeholt:

- Empfehlungen der **anderen EU-Organen**, insbesondere des Europäischen Parlaments¹¹, des Rates¹², des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses¹³ und des Ausschusses der Regionen¹⁴.

¹¹ Drei vom Europäischen Parlament angenommene/anzunehmende Initiativberichte. A) Januar 2015 (noch nicht angenommen): „Auf dem Weg zu einer Akte zum Digitalen Binnenmarkt“ (2015/2147(INI)); B) Juli 2013: im Bericht „Vernetztes Fernsehen“ (Berichterstatte(r)in: MdEP Petra Kammerevert (S&D, DE)) wurde die Kommission aufgefordert zu evaluieren, inwieweit es erforderlich ist, die AVMD-Richtlinie zu überarbeiten, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P7-TA-2013-0329&language=DE&ring=A7-2013-0212>; C) März 2014: im Bericht „Vorbereitung auf die vollständige Konvergenz der audiovisuellen Welt“ (Berichterstatte(r)in: MdEP Sabine Verheyen (PPE, DE)) wird eine Überarbeitung der AVMD-Richtlinie gefordert, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P7-TA-2014-0232&language=DE&ring=A7-2014-0057>.

¹² Zuletzt wurden im Rahmen des italienischen Ratsvorsitzes der EU im Jahr 2014 Schlussfolgerungen des Rates angenommen, in denen die Kommission aufgefordert wird, angesichts der durch den digitalen Wandel ausgelösten raschen Veränderungen der Technologie und des Marktumfelds dringend die Überprüfung der AVMD-Richtlinie abzuschließen und auf der Grundlage der Ergebnisse dieser Überprüfung schnellstmöglich unter Beachtung des Subsidiaritätsprinzips einen angemessenen Vorschlag für die Überarbeitung dieser Richtlinie vorzulegen. http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/educ/145950.pdf

- **Datenerfassung zu Kosten und Nutzen der AVMD-Richtlinie**¹⁵. Eine von der Europäischen Kommission einberufene Taskforce aus für audiovisuelle Medien zuständigen Regulierungsstellen der Mitgliedstaaten stellte den Fragebogen zusammen. Er wurde den Regulierungsstellen der Mitgliedstaaten innerhalb der Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste (ERGA¹⁶), den einschlägigen Wirtschaftssektoren und Verbraucherverbänden vorgelegt. Der Fragebogen wurde im Mai/Juni 2015 versandt. Darin wurde um Auskunft zu den Vor- und Nachteilen bestimmter Vorschriften der AVMD-Richtlinie und zu quantitativen Daten hinsichtlich der jährlichen Einnahmen bzw. der direkten und indirekten Einhaltungskosten ersucht. Vorschriften aus den folgenden Bereichen wurden erfasst:

1. Kommerzielle Kommunikation
2. Europäische Werke
3. Jugendschutz
4. Herkunftslandprinzip

Der Bezugszeitraum für die quantitativen Fragen waren die Jahre 2010 bis einschließlich 2014.

Zu der Umfrage gingen 107 Antworten ein: 40 davon stammten von kommerziellen Fernsehveranstaltern (38 %), 20 von öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstaltern (19 %), 18 von Videoabrufanbietern (17 %), 12 von nationalen Verbänden mit Schwerpunkt auf dem Jugendschutz (12 %), 10 von nationalen Verbänden für unabhängige Produzenten (10 %) und 4 von Verbraucherverbänden (4 %). Außerdem beteiligten sich je ein Verband, der die Interessen von Fernsehveranstaltern bzw. von Vermarktern vertritt. Die Befragten sind in 19 verschiedenen Mitgliedstaaten niedergelassen.

- **Studien und Stellungnahmen der Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste (ERGA)**. In ihrem Arbeitsprogramm für das Jahr 2015 verpflichtet sich die ERGA, Analysen und Berichte zu den vier folgenden Schwerpunktthemen vorzulegen: Unabhängigkeit der für audiovisuelle Medien zuständigen Regulierungsstellen; materiellrechtliche Zuständigkeit in einer konvergenten audiovisuellen Welt; Jugendschutz in einem konvergierenden Umfeld; Bewältigung des Problems der örtlichen Zuständigkeit innerhalb der EU. Jedes Thema wurde von aus ERGA-Mitgliedern zusammengesetzten Untergruppen behandelt. Die drei ersten Berichte wurden im Dezember 2015 im Wege eines schriftlichen Verfahrens angenommen (im Einklang mit Artikel 11 der ERGA-Geschäftsordnung). Der Bericht über die örtliche Zuständigkeit wird im Laufe des Jahres 2016 angenommen werden.

¹³ Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses vom September 2013 zum Grünbuch über die Vorbereitung auf die vollständige Konvergenz der audiovisuellen Welt: Wachstum, Schöpfung und Werte, <http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.ten-opinions.28469>.

¹⁴ Auf seiner Plenartagung vom 12. bis 14. Oktober 2015 nahm der Ausschuss der Regionen eine Initiativstellungnahme zum Thema „Überprüfung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste“ an – Link noch zu veröffentlichen.

¹⁵ Da die meisten mitgeteilten Informationen vertraulich sind, wurden diese in der Folgenabschätzung und in der REFIT-Evaluierung in aggregierter und anonymisierter Form verwendet. Aus diesem Grund werden die Antworten nicht veröffentlicht.

¹⁶ <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/commission-decision-establishing-european-regulators-group-audiovisual-media-services>

- **Externe Studien**¹⁷ über die Einwirkung von Alkoholwerbung, die Auswirkungen von Online-Werbung auf Kinder, die Unabhängigkeit der für audiovisuelle Medien zuständigen Regulierungsstellen sowie die Selbst- und Koregulierung und Normung:
 - **eine Studie über die Einwirkung von Alkoholwerbung**, um zu prüfen, ob die Vorschriften für die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation zugunsten alkoholischer Getränke Minderjährigen den erforderlichen Schutz bieten¹⁸;
 - **eine Studie über die Auswirkungen von Werbung über soziale Medien, Online-Spiele und mobile Anwendungen auf das Verhalten von Kindern**. Der Abschlussbericht soll im Mai 2016 veröffentlicht werden¹⁹;
 - **eine Studie über die Unabhängigkeit der für audiovisuelle Medien zuständigen Regulierungsstellen**, mit der eine frühere Studie über die Unabhängigkeit der Regulierungsstellen auf den neusten Stand gebracht werden soll. Darin wird über die jüngsten Änderungen und Entwicklungen in den Mitgliedstaaten und den Beitrittsländern in Bezug auf die Unabhängigkeit und die effiziente Arbeitsweise der für audiovisuelle Mediendienste zuständigen Regulierungsstellen berichtet. Der Abschlussbericht²⁰ wurde am 8. Dezember 2015 veröffentlicht;
 - **eine Studie über Selbstregulierung**, in der bestehende Ansätze zur Selbstregulierung in mehreren Mitgliedstaaten untersucht und konkrete Informationen über geltende Regelungen und ihre Wirksamkeit gesammelt werden. Der Abschlussbericht soll im zweiten Quartal 2016 vorliegen.
- **Vier Studien zur Untersuchung und Sammlung von Daten zur Untermauerung der Folgenabschätzung** für einen möglichen neuen Legislativvorschlag zur AVMD-Richtlinie, in Auftrag gegeben im Zuge des Rahmenvertrags EAC-22-201²¹. Diese behandeln kommerzielle Kommunikation, Jugendschutz, kulturelle Vielfalt, Medienfreiheit/öffentliches Interesse und Zugang für Menschen mit Behinderungen. Der abschließende Berichtsentwurf der Studie soll der Kommission im zweiten Quartal 2016 übermittelt werden.
- **Zwei Berichte der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle** (*European Audiovisual Observatory*, EAO) (eine Studie über Daten und Informationen zu Kosten und Nutzen der AVMD-Richtlinie²² und eine weitere Studie über die Entwicklungen auf den Märkten für Abrufdienste in der Europäischen Union in den Jahren 2014 und 2015²³), durchgeführt im Zuge des Rahmenvertrags PN/2011-27/A6. In diesen beiden Berichten wird der Schwerpunkt auf Folgendes gelegt:
 - 1) Publikumsmessung;

¹⁷ <http://ted.europa.eu/udl?uri=TED:NOTICE:212396-2015:TEXT:DE:HTML&ticket=ST-1292379-SKEm8OGQ1reJnlIxAZqVGszP2zjXhYuZOoStsF8rBu0ZCOZKgO05NbMy9k6hQrTzIimWUTdcKGfvm49lhwu7y5m-Jj71zxYb8yr5J3R6eCTiGK-TqeqixAzhASPjqjbmfnf8X5hXPzlpWbUx9btUwoJzMau>

¹⁸ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/study-exposure-minors-alcohol-advertising-tv-and-online-services>

¹⁹ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/behavioural_research/impact_media_marketing_study/index_en.htm

²⁰ <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/study-audiovisual-media-services>

²¹ <http://ted.europa.eu/udl?uri=TED:NOTICE:279501-2014:TEXT:DE:HTML>

²² <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/study-data-and-information-costs-and-benefits-audiovisual-media-service-directive-avmsd>

²³ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/demand-audiovisual-markets-european-union-smart-20120028>

- 2) Online-Werbung in der Europäischen Union;
- 3) Markt für Videoabruf-Abonnementdienste in der EU im Jahr 2014;
- 4) die Sichtbarkeit von Filmen in Mediendiensten auf Abruf;
- 5) Programmanteil europäischer Spielfilme anhand einer Stichprobe von Fernsehsendern;
- 6) audiovisuelle Abrufdienste, einschließlich Einnahmen und Investitionen in die Herstellung eigener Sendungen;
- 7) lineare audiovisuelle Dienste, einschließlich Einnahmen und Investitionen in die Herstellung eigener Sendungen.

- **Folgenabschätzung**

Die Zusammenfassung der Folgenabschätzung und die positive Stellungnahme des Ausschusses für Regulierungskontrolle sind auf der Website der Kommission abrufbar: XXX

Folgende Optionen wurden geprüft (die jeweils bevorzugte Option ist in den einzelnen Abschnitten hervorgehoben):

- (1) Optionen zur Lösung des Problems des unzureichenden Jugend- und Verbraucherschutzes auf Videoplattformen

Option A: Förderung der Selbstregulierung beim Jugend- und Verbraucherschutz auf Videoplattformen.

Option B: Im Wege der Koregulierung auf Videoplattformen zu treffende obligatorische Maßnahmen zum Jugendschutz und zur Hassredenprävention.

- (2) Optionen zur Lösung des Problems uneinheitlicher Wettbewerbsbedingungen und zur Behebung der Unzulänglichkeiten im Binnenmarkt

a) Förderung europäischer Werke

Option A: Mehr Flexibilität sowohl für Fernseh- als auch Abrufdienste bei der Art und Weise der Erfüllung der Verpflichtungen zur Förderung europäischer Werke.

Option B: Wahrung des Status quo für Fernsehübertragungsdienste und Stärkung der Vorschriften für Anbieter von Abrufdiensten.

b) Jugendschutz bei Abrufdiensten

Option A: Erhöhung des Schutzniveaus für Minderjährige bei audiovisuellen Mediendiensten, Vereinfachung des Begriffs schädlicher Inhalte und Förderung der Koregulierung bei Inhaltsdeskriptoren.

c) Herkunftslandprinzip

Option A: Vereinfachung und Verbesserung der Zuständigkeitsregeln und der Verfahren der Zusammenarbeit.

d) Unabhängigkeit der Regulierungsstellen

Option A: Verpflichtung der Mitgliedstaaten zur Einsetzung einer unabhängigen Regulierungsstelle und Festlegung von Anforderungen zur Förderung ihrer Unabhängigkeit und Wirksamkeit. Die koordinierende und beratende Rolle der ERGA wird gestärkt und in der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste verankert.

- (3) Option zur Behebung des Problems der nicht mehr zweckmäßigen Vorschriften zur kommerziellen Kommunikation

Option A: Flexibilisierung einiger Vorschriften für die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation.

Die Kombination der bevorzugten Optionen wird als beste Möglichkeit angesehen, um ein optimales Gleichgewicht zwischen der Notwendigkeit, für Flexibilität hinsichtlich des jetzigen Regulierungsniveaus zu sorgen, und der Gewährleistung eines angemessenen Verbraucherschutzes zu erzielen.

Einerseits wird die Branche von flexibleren quantitativen Vorschriften für die kommerzielle Kommunikation profitieren. Die gesteigerte Effizienz des Herkunftslandprinzips und die Anforderungen hinsichtlich der Unabhängigkeit der Regulierungsstellen würden die Rahmenbedingungen für die Teilnehmer am audiovisuellen Markt verbessern.

Andererseits wird den Verbrauchern durch die begrenzte Ausweitung der AVMD-Richtlinie auf Videoplattformen sowie die Verschärfung der Jugendschutzanforderungen für Abrufdienste ein hohes Schutzniveau garantiert. Verbraucher werden außerdem einen besseren Zugang zu den europäischen Werken über Abrufdienste genießen.

Bei allen Optionen wird gegebenenfalls der Bedarf der Branche an Flexibilität berücksichtigt, indem die mögliche Umsetzung im Wege der Selbst- und/oder Koregulierung (Anwendungsbereich, Informationen über schädliche Inhalte) in Betracht gezogen wird.

Die meisten Optionen ergänzen einander. Beispielsweise wird die Unabhängigkeit der Regulierungsstellen von höchster Bedeutung sein, sollten die Mitgliedstaaten beschließen, sie mit der Umsetzung der neuen Vorschriften für Videoplattformen zu betrauen. Auch die eventuelle Steigerung der Einnahmen von Anbietern audiovisueller Mediendienste aufgrund der höheren Flexibilität quantitativer Werbevorschriften wird das Potenzial freisetzen, einen größeren Beitrag zur Produktion europäischer Werke zu leisten.

Die Kombination der Optionen sorgt für ausgeglichene Wettbewerbsbedingungen zwischen den verschiedenen Akteuren auf dem Markt für audiovisuelle Medien. Dies ist beispielsweise durch Vereinheitlichung bestimmter Anforderungen für Abrufdienste und Videoplattformen in Bezug auf den Verbraucherschutz oder die Förderung europäischer Werke erreicht, während Fernsehübertragungsdienste gleichzeitig bei bestimmten Vorschriften für die kommerzielle Kommunikation größere Flexibilität erhalten.

- **Effizienz der Rechtsetzung und Vereinfachung**

In der Ex-post-Bewertung wurde die kommerzielle Kommunikation als einer der Bereiche benannt, in denen insbesondere Fernsehveranstaltern größere Flexibilität gewährt werden könnte.

Der Fernsehmarkt hat sich gewandelt und erfordert bei der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation mehr Flexibilität, insbesondere im Hinblick auf quantitative Vorschriften für lineare audiovisuelle Mediendienste, Produktplatzierung und Sponsoring. Das Aufkommen neuer Dienste, auch ohne Werbung, hat zu einer größeren Auswahl für die Zuschauer geführt, die leicht zu anderen Angeboten wechseln können. Die Produktplatzierung birgt das Potenzial, erhebliche zusätzliche Ressourcen für die Anbieter von Mediendiensten freizusetzen. Der Rechtsrahmen muss an die neuen Umstände angepasst werden, und zwar durch mehr Flexibilität hinsichtlich der Vorschriften für das Fernsehen. Vor diesem Hintergrund wird mit dem Vorschlag (in bestimmten Fällen) Produktplatzierung ermöglicht und ein höheres Maß an Flexibilität in Bezug auf die quantitativen Vorschriften eingeführt. Gleichzeitig wird mit dem Vorschlag Erkenntnisse²⁴ zu den Auswirkungen der

²⁴ Studie über die Auswirkungen von Werbung über soziale Medien, Online-Spiele und mobile Anwendungen auf das Verhalten von Kindern, Europäische Kommission:

Produktplatzierung auf Kinder Rechnung zu tragen, indem ihr Kontakt mit solchen Inhalten weiterhin beschränkt wird.

Die möglichen Einsparungen für Diensteanbieter wären begrenzt. Die Werbeplanung ist eine Kernkomponente der Programmgestaltung und die quantitativen Vorschriften der AVMD-Richtlinie stellen nur einen kleinen Teil der zahlreichen Parameter dar, die in Programmplanungsstrategien zur Optimierung der Zuschauerzahlen und Einnahmen zu berücksichtigen sind. Die Kosten im Zusammenhang mit der Programmgestaltung, einschließlich der IT-Kosten, gehören zum täglichen Geschäft, d. h. diese Kosten bleiben auch ohne die AVMD-Richtlinie bestehen.

Für die nationalen Regulierungsstellen würden keine zusätzlichen Verwaltungskosten entstehen. Derzeit schlagen die Kosten für Überwachungs- und Durchsetzungsmaßnahmen der Regulierungsstellen bezüglich der Einhaltung der stündlichen Werbeobergrenze von 20 % im Fernsehen mit bis zu 1 Mio. EUR zu Buche²⁵. In Bezug auf die Vorschriften für Sponsoring und Produktplatzierung belaufen sich diese Kosten auf EU-Ebene jeweils auf bis zu 2,2 Mio. EUR bzw. 2,1 Mio. EUR im Jahr²⁶. Da sich ein erheblicher Teil dieser Kosten aus der Anwendung subjektiver Kriterien wie der übermäßigen Herausstellung von platzierten Produkten ergibt, werden die Regulierungsstellen ihre laufenden Kosten zweifellos senken können. Allerdings ist es nicht möglich, diese Einsparungen genau zu quantifizieren.

Für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sowie Kleinstunternehmen sind in dem Vorschlag Ausnahmen von den Vorschriften für die Förderung europäischer Werke vorgesehen. Die Mitgliedstaaten könnten in der Tat Ausnahmeregelungen für thematische audiovisuelle Mediendienste oder solche mit wenigen Zuschauern einführen.

Hinsichtlich der Vorschriften zum Schutz der Verbraucher, einschließlich Minderjähriger, sind in dem Vorschlag keine Ausnahmen für KMU und Kleinstunternehmen vorgesehen, da dies äußerst wichtige Werte berührt.

- **Grundrechte**

In dem Vorschlag finden auch die mit der Charta der Grundrechte der Europäischen Union anerkannten Grundrechte und Grundsätze Berücksichtigung, insbesondere die Rechte auf Achtung des Privat- und Familienlebens und auf Schutz personenbezogener Daten (Artikel 7 und 8), die Freiheit der Meinungsäußerung und Informationsfreiheit (Artikel 11), die unternehmerische Freiheit (Artikel 16) und das Verbot der Diskriminierung (Artikel 21), sowie die Rechte des Kindes (Artikel 24) und das Recht auf einen wirksamen Rechtsbehelf und ein faires Verfahren (Artikel 47).

4. AUSWIRKUNGEN AUF DEN HAUSHALT

Der Vorschlag hat keine Auswirkungen auf den EU-Haushalt.

http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/behavioural_research/impact_media_marketing_study/index_en.htm.

²⁵ Studie zur Festlegung eines Rahmens für die Überwachung der Werbevorschriften der AVMD-Richtlinie: auf der Grundlage des derzeitigen Durchschnittswerts für die Überwachung eines in der EU niedergelassenen Anbieters (KKP bereinigt), abgeleitet aus einer Stichprobe der Regulierungskosten in sieben Mitgliedstaaten, die als repräsentative Stichprobe verschiedener Vorgehensweisen bei der Erfüllung regulatorischer Aufgaben im Hinblick auf die Überwachung und Durchsetzung quantitativer Vorschriften angesehen werden kann. Außerdem wird angenommen, dass die Regulierungsstellen ihre Regulierungsmaßnahmen auf lineare Dienste mit einem Zuschaueranteil von mehr als 0,5 % konzentrieren.

²⁶ Studie zur Festlegung eines Rahmens für die Überwachung der Werbevorschriften der AVMD-Richtlinie.

5. WEITERE ANGABEN

• **Durchführungspläne sowie Monitoring-, Bewertungs- und Berichterstattungsmodalitäten**

Die Kommission gewährleistet auch weiterhin die Überwachung der Umsetzung auf Grundlage folgender Elemente:

- Berichte der Kommission über die Anwendung der Richtlinie als Ganzes – zwei Jahre nach Inkrafttreten der Richtlinie und danach alle drei Jahre;
 - Berichte über die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke – alle zwei Jahre (für Fernsehübertragungs- und Abrufdienste);
 - Überwachung der Anwendung der Bestimmungen für Videoplattformen auf der Grundlage einer unabhängigen Studie nach der nationalen Umsetzung;
 - Überwachung der Umsetzung der Bestimmungen für Inhaltsdeskriptoren zum Schutz Minderjähriger.
- ### • **Erläuternde Dokumente (bei Richtlinien)**

Nicht zutreffend

• **Ausführliche Erläuterung einzelner Bestimmungen des Vorschlags**

Das Herkunftslandprinzip für Mediendiensteanbieter wird beibehalten und gestärkt, indem die Vorschriften zur Bestimmung des Landes, das die Rechtshoheit ausübt, vereinfacht und die Mechanismen für Ausnahmefälle verbessert werden.

Die geänderte Richtlinie wird weiterhin auf einer Mindestharmonisierung beruhen. Jedoch wird durch eine größere Unabhängigkeit der für audiovisuelle Medien zuständigen Regulierungsstellen ein höheres Maß an Harmonisierung angestrebt. Angesichts der entscheidenden Rolle, die die Regulierungsstellen bei der Gestaltung und dem Schutz des Binnenmarkts spielen, ist dies eine wichtige Neuerung. Des Weiteren ist sie von großer Bedeutung, um den Medienpluralismus zu gewährleisten. Mit dem Vorschlag wird die Rolle der Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste (ERGA) gestärkt, indem sie die Kommission bei der konsequenten Umsetzung der Richtlinie in allen Mitgliedstaaten vermehrt berät und unterstützt. Dies hat zur Folge, dass der Beschluss der Kommission vom 3. Februar 2014 zur Einsetzung der Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste aufgehoben wird, sobald die Richtlinie in Kraft tritt.

Artikel 7 der geltenden Richtlinie wird gestrichen, da mit dem vorgeschlagenen europäischen Rechtsakt zur Barrierefreiheit bereits strengere gemeinsame Barrierefreiheitsanforderungen an Anbieter von Mediendiensten gestellt werden.

In Bezug auf den Jugendschutz ist in der überarbeiteten Richtlinie eine Angleichung der Schutzstandards für Fernsehübertragungs- und Abrufdienste vorgesehen. Gemäß Artikel 12 dürfen Sendungen, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, nur so bereitgestellt werden, dass sichergestellt ist, dass sie von Minderjährigen üblicherweise nicht gehört oder gesehen werden können. Dies gilt unabhängig davon, ob solche Sendungen von Fernsehübertragungsdiensten gesendet oder durch Anbieter von Mediendiensten auf Abruf angeboten werden. Im Hinblick auf diese Angleichung wird Artikel 27 der geltenden Richtlinie (der ausschließlich Fernsehsendungen erfasst) gestrichen.

Mit der überarbeiteten Richtlinie werden fairere Wettbewerbsbedingungen für die Förderung europäischer Werke geschaffen, indem Abrufdienste verpflichtet werden, in ihren Katalogen einen Mindestanteil von 20 % für europäische Werke vorzubehalten und deren Herausstellung zu gewährleisten (Artikel 13). Gemäß Artikel 13 können die Mitgliedstaaten zudem den ihrer Rechtshoheit unterworfenen Anbietern von Abrufdiensten sowie – unter bestimmten Bedingungen – jenen, die auf Zuschauer in ihrem Gebiet ausgerichtet, aber in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen sind, finanzielle Beiträge (Direktinvestitionen oder Beiträge zu nationalen Filmfonds) auferlegen. Um durch Verpflichtungen zur Förderung europäischer Werke die Marktentwicklung nicht zu untergraben und neuen Marktteilnehmern den Marktzutritt zu ermöglichen, sollten Unternehmen ohne erhebliche Marktpräsenz von solchen Anforderungen ausgenommen werden. Dies betrifft insbesondere Unternehmen mit geringen Umsätzen.

Mit diesem Vorschlag wird ein Gleichgewicht zwischen der Wettbewerbsfähigkeit und dem Verbraucherschutz erreicht, indem einerseits allen audiovisuellen Mediendiensten mehr Flexibilität bei der Produktplatzierung und beim Sponsoring eingeräumt wird und auch Fernsehübertragungsdienste größere Flexibilität erhalten. Die stündliche Begrenzung wird durch eine tägliche Höchstdauer von 20 % der Werbezeit im Zeitraum zwischen 7 Uhr und 23 Uhr ersetzt (Artikel 23). Fernsehfilme, Kinospielefilme und Nachrichtensendungen dürfen häufiger unterbrochen werden (Artikel 20) und einzeln gesendete Spots wären zulässig (Artikel 19). Andererseits werden durch die künftige Richtlinie auch die Vorschriften zum Schutz Minderjähriger vor unangebrachter audiovisueller kommerzieller Kommunikation zugunsten von Lebensmitteln mit hohem Fett-, Salz-/Natrium- und Zuckergehalt und von alkoholischen Getränken verschärft, indem gegebenenfalls die Aufstellung von Verhaltenskodizes auf EU-Ebene gefördert wird (Artikel 9 Absätze 2 und 4).

Eine weitere Neuerung ist die Ausweitung des Anwendungsbereichs in gewisser Hinsicht auf Videoplattformdienste, die keine redaktionelle Verantwortung für die dort gespeicherten Inhalte tragen, diese aber auf verschiedene Weise organisieren.

Mit der geänderten Richtlinie würden die Mitgliedstaaten verpflichtet zu gewährleisten, dass Videoplattformanbieter – vorzugsweise im Wege der Koregulierung – in ihrem Zuständigkeitsbereich angemessene Maßnahmen ergreifen, um i) Minderjährige vor schädlichen Inhalten und ii) alle Bürger vor Aufstachelung zu Gewalt oder Hass zu schützen. In dem Vorschlag wird dargelegt, wie diese Maßnahmen gegebenenfalls im Einzelfall aussehen können. Das System ist kompatibel mit der Ausnahme von der Haftung für Anbieter eines Hosting-Dienstes gemäß Artikel 14 der e-Commerce-Richtlinie, da diese Bestimmung in bestimmten Fällen gilt; die Verpflichtungen beziehen sich auf die Pflichten des Anbieters in organisatorischer Hinsicht und ziehen keine Haftung für etwaige auf derartigen Plattformen gespeicherte rechtswidrige Informationen nach sich.

Die Mitgliedstaaten sind weiterhin an die Bestimmungen der e-Commerce-Richtlinie gebunden. Sie dürften den Anbietern daher keine allgemeine Verpflichtung zur Überwachung von Inhalten oder zur aktiven Suche nach Verstößen auferlegen, was allerdings nicht die Einführung von Überwachungsanforderungen in bestimmten Fällen ausschließt (Artikel 15 der e-Commerce-Richtlinie).

Die Mitgliedstaaten können von den ihrer Rechtshoheit unterworfenen Videoplattformanbietern nicht verlangen, strengere Maßnahmen zu ergreifen als in der geänderten Fassung der Richtlinie vorgesehen. Dies gilt unbeschadet aller Maßnahmen, die die Mitgliedstaaten möglicherweise im Einklang mit der Richtlinie 2000/31/EG hinsichtlich auf den Plattformen gespeicherter illegaler Inhalte ergreifen.

Im Übrigen gilt dies auch unbeschadet des Artikels 25 der Richtlinie 2011/93/EU, wonach die Mitgliedstaaten Maßnahmen gegen Websites ergreifen müssen, die Kinderpornografie enthalten oder verbreiten. Insbesondere ist darin vorgesehen, dass die Mitgliedstaaten Maßnahmen treffen können, um den Zugang zu Internetseiten, die Kinderpornografie enthalten oder verbreiten, für die Internetnutzer in ihrem Hoheitsgebiet zu sperren, sofern Sicherheitsvorkehrungen ergriffen werden, um die Transparenz, Notwendigkeit und Verhältnismäßigkeit dieser Maßnahmen sowie die Möglichkeit von Rechtsmitteln zu gewährleisten.

In Bezug auf die Bereitstellung von Diensten der Informationsgesellschaft aus einem anderen Mitgliedstaat ist in der e-Commerce-Richtlinie das Herkunftslandprinzip festgelegt, für das jedoch eine Reihe von Ausnahmenregelungen bestehen (Artikel 3). Dieses System gilt auch weiterhin für Videoplattformanbieter. Mit dem Vorschlag soll sichergestellt werden, dass die gleichen Vorschriften auch für Anbieter gelten, die nicht in einem Mitgliedstaat niedergelassen sind, bei denen aber ein Mutterunternehmen, Tochterunternehmen oder ein anderer Teil desselben Konzerns über eine solche Niederlassung verfügt.

Die Kommission würde mit Hilfe der ERGA die Koordinierung der Verhaltenskodizes auf EU-Ebene unterstützen. Darüber hinaus sollten Beschwerde- und Rechtsbehelfsmechanismen auf nationaler Ebene vorgesehen werden.

2016/0151 (COD)

Vorschlag für eine

RICHTLINIE DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES**zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste im Hinblick auf sich verändernde Marktgegebenheiten**

(Text von Bedeutung für den EWR)

DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION –
gestützt auf den Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union, insbesondere auf Artikel 53 Absatz 1 und Artikel 62,
auf Vorschlag der Europäischen Kommission,
nach Zuleitung des Entwurfs des Gesetzgebungsakts an die nationalen Parlamente,
gemäß dem ordentlichen Gesetzgebungsverfahren,
in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Die letzte inhaltliche Änderung der Richtlinie 89/552/EWG²⁷ des Rates, die später durch die Richtlinie 2010/13/EU²⁸ des Europäischen Parlaments und des Rates kodifiziert wurde, erfolgte im Jahr 2007 mit dem Erlass der Richtlinie 2007/65/EG²⁹ des Europäischen Parlaments und des Rates. Seitdem hat sich der Markt für audiovisuelle Mediendienste beträchtlich und schnell weiterentwickelt. Die technischen Entwicklungen ermöglichen neue Arten von Diensten und neue Benutzererfahrungen. Zudem haben sich die Sehgewohnheiten, insbesondere die der jüngeren Generationen, erheblich geändert. Der Hauptbildschirm des Fernsehgerätes ist zwar nach wie vor ein wichtiger Teil des gemeinsamen audiovisuellen Erlebens, viele Zuschauer benutzen aber auch andere, tragbare Geräte, um audiovisuelle Inhalte anzuschauen. Herkömmliche Fernsehinhalte machen noch immer den Hauptteil der durchschnittlichen täglichen Fernsehzeit aus. Gleichzeitig haben aber andere, neue Arten von Inhalten wie Kurzvideos oder von Nutzern erstellte Inhalte zunehmend an Bedeutung gewonnen, und es haben sich neue Anbieter, darunter auch Anbieter von Videoabrufdiensten und Videoplattformen, fest etabliert.

²⁷ 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) (ABl. L 298 vom 17.10.1989, S. 23).

²⁸ Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

²⁹ 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 (ABl. L 332 vom 18.12.2007, S. 27).

- (2) Am 6. Mai 2015 nahm die Kommission eine „Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa“³⁰ an, in der sie eine Überarbeitung der Richtlinie 2010/13/EU ankündigte.
- (3) Die Richtlinie 2010/13/EU sollte nur auf jene Dienste weiterhin Anwendung finden, deren Hauptzweck die Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung ist. Das Hauptzweckerfordernis sollte auch dann als erfüllt gelten, wenn der Dienst audiovisuelle Inhalte enthält und eine Form hat, die sich von der Hauptaktivität des Diensteanbieters trennen lässt, beispielsweise eigenständige Teile von Online-Zeitungen mit audiovisuellen Sendungen oder von Nutzern erstellten Videos, soweit solche Teile als von ihrer Haupttätigkeit trennbar gelten können. Soziale Medien gehören dagegen nicht dazu, es sei denn, sie stellen einen Dienst bereit, der unter die Definition einer Videoplattform fällt. Ein Dienst sollte lediglich als untrennbare Ergänzung der Haupttätigkeit betrachtet werden, wenn die Verknüpfungen zwischen dem audiovisuellen Angebot und der Haupttätigkeit dies rechtfertigen. Als solche können Kanäle oder andere audiovisuelle Dienste, die der redaktionellen Verantwortung eines Anbieters unterliegen, selbst audiovisuelle Dienste darstellen, auch wenn sie im Rahmen einer Videoplattform dargeboten werden, bei der es ihrerseits an einer redaktionellen Verantwortung fehlt. In solchen Fällen werden die Anbieter, die eine redaktionelle Verantwortung wahrnehmen, den Bestimmungen dieser Richtlinie nachzukommen haben.
- (4) Damit eine wirksame Umsetzung dieser Richtlinie gewährleistet werden kann, kommt es darauf an, dass die Mitgliedstaaten aktuelle Aufzeichnungen über die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Anbieter audiovisueller Mediendienste und Videoplattformanbieter führen und diese regelmäßig ihren zuständigen unabhängigen Regulierungsstellen und der Kommission mitteilen. Diese Aufzeichnungen sollten auch Angaben zu den Kriterien enthalten, die für die Begründung der rechtlichen Zuständigkeit maßgeblich sind.
- (5) Zur Feststellung der Rechtshoheit müssen die konkreten Gegebenheiten anhand der in der Richtlinie 2010/13/EU festgelegten Kriterien bewertet werden. Die Bewertung solcher konkreten Gegebenheiten kann zu widersprüchlichen Ergebnisse führen. Bei der Anwendung der in den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie 2010/13/EU vorgesehenen Verfahren der Zusammenarbeit ist es wichtig, dass die Kommission ihre Erkenntnisse auf eine verlässliche Faktenbasis stützen kann. Die Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste (ERGA) sollte daher befugt sein, auf Anfrage der Kommission Stellungnahmen zur rechtlichen Zuständigkeit abzugeben.
- (6) Dieselben Verfahren und Voraussetzungen für die Beschränkung der Freiheit, Dienstleistungen anzubieten und zu nutzen, sollten für lineare und nichtlineare Dienste gelten.
- (7) In ihrer Mitteilung an das Europäische Parlament und den Rat „Bessere Ergebnisse durch bessere Rechtsetzung – Eine Agenda der EU“³¹ betonte die Kommission, dass sie bei der Prüfung von Lösungsansätzen gesetzgeberische wie auch gut konzipierte nichtgesetzgeberische Möglichkeiten, die dem Modell der praxisorientierten Gemeinschaft und den Grundsätzen für eine bessere Selbst- und Koregulierung³² entsprechen, in Betracht ziehen wird. Mehrere Kodizes, die in den durch diese

³⁰ COM(2015) 192 final.

³¹ COM(2015) 215 final.

³² <https://ec.europa.eu/digital-single-market/communities/better-self-and-co-regulation>

Richtlinie koordinierten Bereichen aufgestellt wurden, haben sich als gut konzipiert nach den Grundsätzen für eine bessere Selbst- und Koregulierung bewährt. Das Bestehen eines gesetzgeberischen Auffangmechanismus wird als wichtiger Erfolgsfaktor bei der Förderung der Einhaltung von Selbst- oder Koregulierungskodizes angesehen. Genauso wichtig ist, dass die Kodizes konkrete Zielvorgaben und Zielsetzungen enthalten, die eine regelmäßige, transparente und unabhängige Überwachung und Bewertung ihrer Zielerfüllung ermöglichen. Abgestufte Sanktionen, die ein Element der Verhältnismäßigkeit beinhalten, werden üblicherweise als wirksamer Ansatz zur Durchsetzung eines Programms betrachtet. Die Selbst- und Koregulierungskodizes, die in den durch diese Richtlinie koordinierten Bereichen angenommen werden, sollten diesen Grundsätzen folgen.

- (8) Um ein kohärentes Vorgehen zu gewährleisten und Rechtssicherheit für die Unternehmen und die Behörden der Mitgliedstaaten zu schaffen, sollte der Begriff der „Aufstachelung zum Hass“ in angemessener Weise an die Begriffsbestimmung angepasst werden, die im Rahmenbeschluss 2008/913/JHA des Rates vom 28. November 2008 zur strafrechtlichen Bekämpfung bestimmter Formen und Ausdrucksweisen von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit enthalten ist, in dem Hassrede als „öffentliche Aufstachelung zu Gewalt oder Hass“ definiert wird. Dies sollte auch die Angleichung der Kriterien mit einschließen, auf denen die Einstufung als Aufstachelung zu Gewalt oder Hass beruht.
- (9) Damit die Zuschauer, darunter auch Eltern und Minderjährige, besser in der Lage sind, sich bewusst und sachkundig für die anzuschauenden Inhalte zu entscheiden, ist es notwendig, dass die Anbieter audiovisueller Mediendienste ausreichende Informationen über Inhalte geben, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können. Dies könnte beispielsweise mit Hilfe eines Systems von Inhaltsdeskriptoren erfolgen, welche die Art der Inhalte angeben. Solche Inhaltsdeskriptoren könnten in schriftlicher, grafischer oder akustischer Form angeboten werden.
- (10) Auf nationaler und internationaler Ebene bestehen verschiedene weithin anerkannte Ernährungsleitlinien, wie beispielsweise das Nährstoffprofilmodell des WHO-Regionalbüros für Europa, die es ermöglichen, Lebensmittel auf der Grundlage ihrer Nährstoffzusammensetzung im Zusammenhang mit der auf Kinder ausgerichteten Fernsehwerbung für Lebensmittel zu differenzieren. Die Mitgliedstaaten sollten angehalten werden, dafür zu sorgen, dass auf Selbst- und Koregulierung beruhende Verhaltenskodizes angewandt werden, um die Einwirkung audiovisueller kommerzieller Kommunikation zugunsten von Lebensmitteln und Getränken, die einen hohen Salz-, Zucker- oder Fettgehalt aufweisen oder anderweitig gegen solche nationalen oder internationalen Ernährungsleitlinien verstoßen, auf Kinder und Jugendliche wirkungsvoll zu verringern.
- (11) Außerdem sollten die Mitgliedstaaten angehalten werden, dafür zu sorgen, dass auf Selbst- und Koregulierung beruhende Verhaltenskodizes angewandt werden, um die Einwirkung audiovisueller kommerzieller Kommunikation zugunsten alkoholischer Getränke auf Kinder und Jugendliche wirkungsvoll zu beschränken. Auf Unionsebene und auf nationaler Ebenen bestehen verschiedene Ko- und Selbstregulierungssysteme, die auf eine verantwortungsvolle Vermarktung alkoholischer Getränke, auch mittels audiovisueller kommerzieller Kommunikation, abzielen. Derartige Systeme sollten weiter gefördert werden, insbesondere wenn sie dafür sorgen sollen, dass audiovisuelle kommerzielle Kommunikation zugunsten alkoholischer Getränke stets mit Hinweisen auf einen verantwortungsvollen Alkoholenuss einhergeht.

- (12) Um Hindernisse für den freien Verkehr grenzüberschreitender Dienstleistungen in der Union zu beseitigen, ist es notwendig, die Wirksamkeit von Selbst- und Koregulierungsmaßnahmen zu gewährleisten, die insbesondere auf den Schutz der Verbraucher und den Schutz der öffentlichen Gesundheit abzielen. Auf Unionsebene geltende Verhaltenskodizes können sich bei guter Durchsetzung und Überwachung als gutes Mittel zur Gewährleistung eines kohärenteren und wirksameren Vorgehens erweisen.
- (13) Der Fernsehwerbemarkt hat sich gewandelt und erfordert bei der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation mehr Flexibilität, insbesondere im Hinblick auf quantitative Vorschriften für lineare audiovisuelle Mediendienste, Produktplatzierung und Sponsoring. Das Aufkommen neuer Dienste, auch ohne Werbung, hat zu einer größeren Auswahl für die Zuschauer geführt, die leicht zu anderen Angeboten wechseln können.
- (14) Sponsoring ist ein wichtiges Mittel der Finanzierung audiovisueller Mediendienste oder Sendungen, bei dem der Name einer natürlichen oder juristischen Person, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Produkte bzw. Leistungen gefördert werden. Damit Sponsoring als solches für Werbende wie auch für audiovisuelle Mediendienste eine wertvolle Form der Werbung bildet, können Sponsorenhinweise verkaufsfördernde Hinweise auf die Waren oder Dienstleistungen des Sponsors enthalten, dürfen aber nicht unmittelbar zum Kauf der Waren oder Dienstleistungen auffordern. In Sponsorenhinweisen sollten die Zuschauer auch weiterhin eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung hingewiesen werden. Der Inhalt gesponserter Sendungen darf nicht in einer Weise beeinflusst werden, bei der die redaktionelle Unabhängigkeit des Anbieters audiovisueller Mediendienste beeinträchtigt wird.
- (15) Die Liberalisierung der Produktplatzierung hat nicht zu der erwarteten Verbreitung dieser Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation geführt. Insbesondere hat das allgemeine Verbot der Produktplatzierung mit einigen Ausnahmen keine Rechtssicherheit für die Anbieter audiovisueller Mediendienste geschaffen. Produktplatzierung sollte deshalb in allen audiovisuellen Mediendiensten mit bestimmten Ausnahmen erlaubt werden.
- (16) In Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts und Sendungen mit beträchtlicher kindlicher Zuschauerschaft sollte Produktplatzierung jedoch nicht zulässig sein. Es ist insbesondere erwiesen, dass Produktplatzierung und eingebettete Werbebotschaften das Verhalten von Kindern beeinflussen können, weil Kinder oft nicht in der Lage sind, kommerzielle Inhalte zu erkennen. Deshalb ist es notwendig, Produktplatzierung auch weiterhin in Sendungen mit beträchtlicher kindlicher Zuschauerschaft zu verbieten. Verbrauchersendungen sind Sendungen, die Zuschauern Ratschläge geben oder sogar Bewertungen im Hinblick auf den Kauf von Produkten und Dienstleistungen beinhalten. Würde Produktplatzierung in solchen Sendungen erlaubt, würden die Unterschiede zwischen Werbung und redaktionellem Inhalt für die Zuschauer verwischt, die jedoch echte und ehrliche Bewertungen von Produkten und Dienstleistungen in solchen Sendungen erwarten dürfen.
- (17) Die Bestimmung, wonach ein Produkt nicht zu stark herausgestellt werden darf, hat sich als in der Praxis schwer anwendbar erwiesen. Sie beschränkt auch die Verbreitung der Produktplatzierung, die von Natur aus mit einer gewissen Herausstellung einhergehen muss, um einen Mehrwert zu erzielen. Der Schwerpunkt der

Anforderungen an Sendungen, die Produktplatzierung enthalten, sollte daher darauf gelegt werden, dass die Zuschauer eindeutig auf das Bestehen einer Produktplatzierung hingewiesen werden und dass die redaktionelle Unabhängigkeit des Anbieters audiovisueller Mediendienste nicht beeinträchtigt wird.

- (18) Da die zunehmende Zahl neuer Dienste zu einer größeren Auswahl für die Zuschauer geführt hat, wird den Fernsehveranstaltern eine größere Flexibilität bei der Platzierung von Werbe- und Teleshoppingspots eingeräumt, sofern dadurch nicht der Zusammenhang der Sendungen in Frage gestellt wird. Um jedoch den besonderen Charakter der europäischen Fernsehlandschaft zu bewahren, sollten Unterbrechungen von Kinospielefilmen und Fernsehfilmen sowie bestimmter anderer Sendungskategorien, die noch eines gewissen Schutzes bedürfen, weiterhin beschränkt bleiben.
- (19) Diese Richtlinie sieht zwar keine Verlängerung der zulässigen Gesamtwerbedauer im Zeitraum von 7.00 bis 23.00 Uhr vor, es ist jedoch wichtig, dass die Fernsehveranstalter mehr Flexibilität erhalten und selbst entscheiden können, wann sie Werbung platzieren, um die Nachfrage der Werbenden und den Zuschauerfluss bestmöglich aufeinander abzustimmen. Die stündliche Begrenzung sollte daher abgeschafft und dafür eine tägliche Höchstdauer von 20 % Werbung im Zeitraum von 7.00 bis 23.00 Uhr eingeführt werden.
- (20) Viele Fernsehveranstalter gehören zu größeren Medienkonzernen und geben nicht nur Hinweise im Zusammenhang mit ihren eigenen Sendungen und Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind, sondern auch in Bezug auf Sendungen anderer Teile desselben Medienkonzerns. Sendezeit, die für Hinweise des Fernsehveranstalters im Zusammenhang mit Sendungen anderer Teile desselben Medienkonzerns verwendet wird, sollte nicht in die maximale tägliche Sendezeit für Werbung und Teleshopping einbezogen werden.
- (21) Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf sollten die Produktion und Verbreitung europäischer Werke fördern, indem sie dafür sorgen, dass ihre Kataloge einen Mindestanteil europäischer Werke enthalten und dass diese Werke darin hinreichend herausgestellt werden.
- (22) Um angemessene Investitionen in europäische Werke sicherzustellen, sollten die Mitgliedstaaten die Möglichkeit haben, den in ihrem Hoheitsgebiet niedergelassenen Anbietern von Abrufdiensten finanzielle Verpflichtungen aufzuerlegen. Solche Verpflichtungen können in Form direkter Beiträge zur Produktion europäischer Werke und zum Erwerb von Rechten an europäischen Werken auferlegt werden. Ebenso könnten die Mitgliedstaaten auf der Grundlage der Umsätze, die mit in ihrem Gebiet erbrachten oder auf ihr Gebiet ausgerichteten Abrufdiensten erzielt werden, Abgaben erheben, die in einen Fonds eingezahlt werden. In dieser Richtlinie wird klargestellt, dass die Mitgliedstaaten angesichts des direkten Zusammenhangs zwischen finanziellen Verpflichtungen und unterschiedlicher Kulturpolitik der Mitgliedstaaten solche finanziellen Verpflichtungen auch den in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassenen Anbietern von auf ihr Gebiet ausgerichteten Abrufdiensten auferlegen dürfen. In diesem Fall sollten sich die finanziellen Verpflichtungen nur auf die Umsätze beziehen, die mit Zuschauern in dem betreffenden Mitgliedstaat erzielt werden.
- (23) Bei der einzelfallbezogenen Beurteilung, ob ein in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassener audiovisueller Mediendienst auf Abruf auf Zuschauer in seinem Gebiet ausgerichtet ist, sollte ein Mitgliedstaat solche Indikatoren heranziehen wie

z. B. Werbung und andere verkaufsfördernden Maßnahmen, die speziell auf Verbraucher in seinem Gebiet abzielen, die Hauptsprache des Dienstes oder das Vorhandensein von Inhalten oder kommerzieller Kommunikation, die sich speziell an die Zuschauer im Empfangsmitgliedstaat richten.

- (24) Wenn Mitgliedstaaten den Anbietern von Abrufdiensten finanzielle Beiträge auferlegen, muss damit eine angemessene Förderung europäischer Werke angestrebt und gleichzeitig eine Doppelbesteuerung der Diensteanbieter vermieden werden. Wenn der Mitgliedstaat, in dem der Anbieter niedergelassen ist, einen finanziellen Beitrag auferlegt, berücksichtigt er daher etwaige von Empfangsmitgliedstaaten auferlegte finanzielle Verpflichtungen.
- (25) Um durch Verpflichtungen zur Förderung europäischer Werke die Marktentwicklung nicht zu untergraben und neuen Marktteilnehmern den Marktzutritt zu ermöglichen, sollten Unternehmen ohne erhebliche Marktpräsenz von solchen Anforderungen ausgenommen werden. Dies betrifft insbesondere Unternehmen mit geringen Umsätzen und wenigen Zuschauern sowie Kleinst- und Kleinunternehmen im Sinne der Empfehlung 2003/361/EG der Kommission³³. Die Auferlegung solcher Verpflichtungen könnte auch dann unangemessen sein, wenn diese angesichts der Art oder des Themas der audiovisuellen Mediendienste auf Abruf undurchführbar oder ungerechtfertigt wären.
- (26) Neue Herausforderungen ergeben sich vor allem im Zusammenhang mit Videoplattformen, auf denen die Nutzer – insbesondere Minderjährige – zunehmend audiovisuelle Inhalte nutzen. In dieser Hinsicht geben schädliche Inhalte und Hassreden, die auf Videoplattformen gespeichert werden, zunehmend Anlass zur Sorge. Zum Schutz Minderjähriger vor schädlichen Inhalten und zum Schutz aller Bürger vor Inhalten, die zu Gewalt und Hass aufstacheln, ist es notwendig, auf diesem Gebiet angemessene Vorschriften zu erlassen.
- (27) Die kommerzielle Kommunikation auf Videoplattformen wird bereits durch die Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates geregelt, die unlautere Geschäftspraktiken zwischen Unternehmen und Verbrauchern sowie irreführende und aggressive Praktiken in Diensten der Informationsgesellschaft verbietet. Was die kommerzielle Kommunikation auf Videoplattformen in Bezug auf Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse angeht, wird durch die bestehenden Verbote der Richtlinie 2003/33/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie durch die für elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter geltenden Verbote der Richtlinie 2014/40/EU des Europäischen Parlaments und des Rates bereits ein ausreichender Schutz der Verbraucher gewährleistet. Die in der vorliegenden Richtlinie vorgesehenen Maßnahmen ergänzen daher die Vorschriften der Richtlinien 2005/29/EG, 2003/33/EG und 2014/40/EU.
- (28) Ein großer Teil der auf Videoplattformen gespeicherten Inhalte unterliegt nicht der redaktionellen Verantwortung des Videoplattformanbieters. Diese Anbieter bestimmen aber normalerweise, wie die Inhalte, nämlich Sendungen oder von Nutzern erstellte Videos, organisiert werden, auch mit automatischen Mitteln oder Algorithmen. Deshalb sollten diese Anbieter dazu verpflichtet werden, geeignete Maßnahmen zu treffen, um Minderjährige vor Inhalten zu schützen, die deren körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung beeinträchtigen können, und um alle Bürger vor Aufstachelung zu Gewalt oder Hass gegen eine nach Geschlecht, Rasse, Hautfarbe,

³³ Empfehlung 2003/361/EG der Kommission vom 6. Mai 2003 betreffend die Definition der Kleinstunternehmen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen (ABl. L 124 vom 20.5.2003, S. 36).

Religion, Abstammung oder nach nationaler oder ethnischer Herkunft definierte Gruppe von Personen oder gegen ein Mitglied einer solchen Gruppe zu schützen.

- (29) In Anbetracht dessen, wie die Anbieter mit den auf Videoplattformen gespeicherten Inhalten umgehen, sollten sich solche Maßnahmen auf die Organisation der Inhalte und nicht auf die Inhalte selbst beziehen. Die diesbezüglichen Anforderungen dieser Richtlinie sollten daher unbeschadet des Artikels 14 der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates³⁴ gelten, der eine Ausnahme von der Haftung für rechtswidrige Inhalte, die von bestimmten Anbietern von Diensten der Informationsgesellschaft gespeichert werden, vorsieht. Bei der Bereitstellung von Diensten, die unter Artikel 14 der Richtlinie 2000/31/EG fallen, sollten die genannten Anforderungen zudem unbeschadet des Artikels 15 der letztgenannten Richtlinie gelten, wonach den genannten Anbietern keine allgemeinen Pflichten zur Überwachung derartiger Informationen oder zur aktiven Forschung nach Umständen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen, auferlegt werden dürfen, was jedoch Überwachungspflichten in spezifischen Fällen und insbesondere Anordnungen, die von einzelstaatlichen Behörden nach innerstaatlichem Recht getroffen werden, unberührt lässt.
- (30) Es ist zweckmäßig, die Videoplattformanbieter soweit wie möglich in die Umsetzung der nach dieser Richtlinie zu treffenden geeigneten Maßnahmen einzubeziehen. Eine Koregulierung sollte daher gefördert werden.

Um in dieser Hinsicht ein klares und einheitliches Vorgehen in der gesamten Union zu gewährleisten, sollten die Mitgliedstaaten nicht berechtigt sein, von Videoplattformanbietern zum Schutz Minderjähriger vor schädlichen Inhalten und zum Schutz aller Bürger vor Inhalten, die zu Gewalt und Hass aufstacheln, die Anwendung strengerer Maßnahmen zu verlangen, als sie in dieser Richtlinie festgelegt sind. Dennoch sollte es den Mitgliedstaaten weiterhin möglich sein, solche strengeren Maßnahmen zu ergreifen, wenn solche Inhalte rechtswidrig sind, sofern sie dabei die Artikel 14 und 15 der Richtlinie 2000/31/EG einhalten, sowie Maßnahmen in Bezug auf Inhalte auf Websites zu ergreifen, die Kinderpornografie enthalten oder verbreiten, wie durch Artikel 25 der Richtlinie 2011/93/EU des Europäischen Parlaments und des Rates³⁵ vorgeschrieben und erlaubt. Ferner sollte es den Videoplattformanbietern möglich bleiben, auf freiwilliger Grundlage strengere Maßnahmen zu treffen.

- (31) Die gemäß dieser Richtlinie ergriffenen geeigneten Maßnahmen zum Schutz Minderjähriger vor schädlichen Inhalten und zum Schutz aller Bürger vor Inhalten, die zu Gewalt und Hass aufstacheln, sollten sorgfältig gegen die geltenden Grundrechte, die in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union verankert sind, abgewogen werden. Dies betrifft gegebenenfalls insbesondere das Recht auf Achtung des Privat- und Familienlebens, den Schutz personenbezogener Daten, die Freiheit der Meinungsäußerung und die Informationsfreiheit, die unternehmerische Freiheit, das Diskriminierungsverbot und die Rechte des Kindes.
- (32) Die unter diese Richtlinie fallenden Videoplattformanbieter erbringen Dienste der Informationsgesellschaft im Sinne des Artikels 2 Buchstabe a der

³⁴ 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 (ABl. L 178 vom 17.7.2000, S. 1).

³⁵ Richtlinie 2011/93/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Dezember 2011 zur Bekämpfung des sexuellen Missbrauchs und der sexuellen Ausbeutung von Kindern sowie der Kinderpornografie sowie zur Ersetzung des Rahmenbeschlusses 2004/68/JI des Rates (ABl. L 335 vom 17.12.2011, S. 1).

Richtlinie 2000/31/EG. Folglich unterliegen diese Anbieter den Binnenmarktvorschriften des Artikels 3 der letztgenannten Richtlinie, falls sie in einem Mitgliedstaat niedergelassen sind. Es ist angemessen, dass für nicht in einem Mitgliedstaat niedergelassene Videoplattformanbieter dieselben Vorschriften gelten, um die Wirksamkeit der in dieser Richtlinie vorgesehenen Maßnahmen zum Schutz Minderjähriger und zum Schutz der Bürger zu sichern und um soweit wie möglich gleiche Wettbewerbsbedingungen zu gewährleisten, wenn solche Anbieter entweder ein in einem Mitgliedstaat niedergelassenes Mutter- oder Tochterunternehmen haben oder aber wenn solche Anbieter zu einem Konzern gehören und ein anderer Teil dieses Konzerns in einem Mitgliedstaat niedergelassen ist. Hierzu sollten Regelungen darüber getroffen werden, in welchem Mitgliedstaat diese Anbieter als niedergelassen gelten sollen. Die Anbieter, die in Anwendung der Niederlassungsvorschriften dieser Richtlinie und der Richtlinie 2000/31/EG der Rechtshoheit der Mitgliedstaaten unterliegen, sollten der Kommission mitgeteilt werden.

- (33) Die Regulierungsstellen der Mitgliedstaaten können den geforderten Grad der strukturellen Unabhängigkeit nur erreichen, wenn sie als separate juristische Personen eingerichtet werden. Die Mitgliedstaaten sollten daher die Unabhängigkeit der nationalen Regulierungsstellen sowohl von der Regierung und öffentlichen Einrichtungen als auch von der Branche garantieren, um die Unparteilichkeit ihrer Entscheidungen sicherzustellen. Von diesem Unabhängigkeitserfordernis unberührt bleibt die Möglichkeit der Mitgliedstaaten, Regulierungsbehörden einzurichten, die die Aufsicht über verschiedene Sektoren führen, z. B. über den audiovisuellen Bereich oder die Telekommunikation. Die nationalen Regulierungsstellen sollten über die zur Erfüllung ihrer Aufgaben benötigten Durchsetzungsbefugnisse und Ressourcen in Bezug auf Personal, Sachverstand und finanzielle Mittel verfügen. Mit ihren Tätigkeiten sollten die aufgrund dieser Richtlinie eingerichteten nationalen Regulierungsstellen dafür sorgen, dass die Ziele dieser Richtlinie im Hinblick auf Medienpluralismus, kulturelle Vielfalt, Verbraucherschutz, Binnenmarkt und Förderung eines fairen Wettbewerbs erreicht werden.
- (34) Jede Partei, die einem Beschluss einer nationalen Regulierungsstelle unterliegt, sollte das Recht haben, bei einer von den beteiligten Parteien unabhängigen Stelle Rechtsbehelf einzulegen. Diese Stelle kann ein Gericht sein. Das Beschwerdeverfahren sollte die Verteilung der Zuständigkeiten innerhalb der nationalen Rechtssysteme unberührt lassen.
- (35) Im Hinblick auf die Gewährleistung einer einheitlichen Anwendung des Rechtsrahmens der Union für den audiovisuellen Bereich in allen Mitgliedstaaten hat die Kommission mit Kommissionsbeschluss vom 3. Februar 2014³⁶ die ERGA eingerichtet. Aufgabe der ERGA ist es, die Kommission bei ihrer Arbeit zur kohärenten Umsetzung der Richtlinie 2010/13/EU in allen Mitgliedstaaten zu beraten und zu unterstützen und die Zusammenarbeit zwischen den nationalen Regulierungsstellen untereinander sowie zwischen den nationalen Regulierungsstellen und der Kommission zu erleichtern.
- (36) Die ERGA hat einen positiven Beitrag zu einer einheitlichen Regulierungspraxis geleistet und die Kommission in Fragen der Umsetzung auf hoher Ebene beraten. Deshalb ist eine förmliche Anerkennung und Stärkung ihrer Rolle in dieser Richtlinie geboten. Die Gruppe sollte daher mit dieser Richtlinie neu eingesetzt werden.

³⁶ Beschluss C(2014) 462 final der Kommission vom 3. Februar 2014 zur Einsetzung der Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste.

- (37) Der Kommission sollte es freistehen, sich in allen Fragen im Zusammenhang mit audiovisuellen Mediendiensten und Videoplattformen an die Gruppe zu wenden. Die ERGA sollte die Kommission unterstützen, indem sie ihr ihren Sachverstand und ihre Beratung zur Verfügung stellt und den Austausch bewährter Verfahren fördert. Insbesondere sollte die Kommission die ERGA zur Anwendung der Richtlinie 2010/13/EU konsultieren, um eine abgestimmte Umsetzung und Anwendung der Richtlinie im gesamten digitalen Binnenmarkt zu erleichtern. Auf Anfrage der Kommission sollte die ERGA Stellungnahmen u. a. zur rechtlichen Zuständigkeit und zu Verhaltenskodizes der Union in den Bereichen Jugendschutz und Hassredenprävention sowie audiovisuelle kommerzielle Kommunikation zugunsten von Lebensmitteln mit hohem Fett-, Salz-/Natrium- und Zuckergehalt abgeben.
- (38) Diese Richtlinie lässt die Möglichkeit der Mitgliedstaaten unberührt, Verpflichtungen zur Gewährleistung der Auffindbarkeit und Zugänglichkeit von Inhalten aufzuerlegen, die nach festgelegten Zielen des allgemeinen Interesses wie Medienpluralismus, Meinungsfreiheit und kulturelle Vielfalt von allgemeinem Interesse sind. Solche Verpflichtungen sollten nur auferlegt werden, wenn sie nötig sind, um von Mitgliedstaaten im Einklang mit dem Unionsrecht eindeutig festgelegte Ziele von allgemeinem Interesse zu erreichen. In dieser Hinsicht sollten die Mitgliedstaaten insbesondere die Notwendigkeit eines regulatorischen Eingreifens gegenüber den durch das Spiel der Marktkräfte erzielten Ergebnissen prüfen. Wenn Mitgliedstaaten beschließen, Auffindbarkeitsvorschriften zu erlassen, sollten sie den Unternehmen nur angemessene Verpflichtungen in Verfolgung legitimer öffentlicher Interessen auferlegen.
- (39) Die Richtlinie steht im Einklang mit den Grundrechten und Grundsätzen, die insbesondere mit der Charta der Grundrechte der Europäischen Union anerkannt wurden. Sie zielt insbesondere darauf ab, die vollständige Wahrung des Rechts der freien Meinungsäußerung, der unternehmerische Freiheit und des Rechts auf gerichtliche Nachprüfung sicherzustellen und die Anwendung der in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union verankerten Rechte des Kindes zu fördern.
- (40) Das Recht auf Zugang zu politischen Nachrichtensendungen ist für die vollständige und angemessene Wahrung des Grundrechts auf Information und der Zuschauerinteressen in der Union unverzichtbar. Angesichts der stetig wachsenden Bedeutung audiovisueller Mediendienste für die Gesellschaften und die Demokratie sollten politische Nachrichtensendungen im größtmöglichen Umfang und unbeschadet der Vorschriften des Urheberrechts innerhalb der EU grenzüberschreitend verfügbar gemacht werden.
- (41) Diese Richtlinie betrifft nicht die Regeln des internationalen Privatrechts, insbesondere die Regeln des auf vertragliche und außervertragliche Schuldverhältnisse anzuwendenden Rechts.
- (42) Gemäß der Gemeinsamen Politischen Erklärung der Mitgliedstaaten und der Kommission vom 28. September 2011 zu erläuternden Dokumenten³⁷ haben sich die Mitgliedstaaten verpflichtet, in begründeten Fällen zusätzlich zur Mitteilung ihrer Umsetzungsmaßnahmen ein oder mehrere Dokumente zu übermitteln, in denen der Zusammenhang zwischen den Bestandteilen einer Richtlinie und den entsprechenden Teilen nationaler Umsetzungsinstrumente erläutert wird. In Bezug auf diese Richtlinie hält der Gesetzgeber die Übermittlung derartiger Dokumente für gerechtfertigt.

³⁷ ABl. C 369 vom 17.12.2011, S. 14.

(43) Die Richtlinie 2010/13/EU sollte daher entsprechend geändert werden –
HABEN FOLGENDE RICHTLINIE ERLASSEN:

Artikel 1

Die Richtlinie 2010/13/EU wird wie folgt geändert:

(1) Artikel 1 Absatz 1 wird wie folgt geändert:

a) Buchstabe a Ziffer i erhält folgende Fassung:

„i) eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, bei der der Hauptzweck oder ein trennbarer Teil der Dienstleistung darin besteht, unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendiensteanbieters Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne des Artikels 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG bereitzustellen. Bei diesen audiovisuellen Mediendiensten handelt es sich entweder um Fernsehprogramme gemäß der Definition unter Buchstabe e dieses Absatzes oder um audiovisuelle Mediendienste auf Abruf gemäß der Definition unter Buchstabe g dieses Absatzes;“.

b) Folgender Buchstabe aa wird eingefügt:

„aa) „Videoplattformdienst“ eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, die folgende Anforderungen erfüllt:

i) der Dienst besteht in der Speicherung einer großen Menge an Sendungen oder an von Nutzern erstellten Videos, für die der Videoplattformanbieter keine redaktionelle Verantwortung trägt;

ii) die Organisation der gespeicherten Inhalte wird vom Anbieter des Dienstes bestimmt, auch mit automatischen Mitteln oder Algorithmen, insbesondere durch Hosten, Anzeigen, Markieren und Anordnen;

iii) der Hauptzweck oder ein trennbarer Teil der Dienstes besteht darin, Sendungen und von Nutzern erstellte Videos für die allgemeine Öffentlichkeit zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen;

iv) der Dienst wird über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne des Artikels 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG bereitgestellt;“.

c) Buchstabe b erhält folgende Fassung:

„b) „Sendung“ eine Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die Einzelbestandteil eines von einem Mediendiensteanbieter erstellten Sendeplans oder Katalogs ist, der u. a. Spielfilme, Kurzvideos, Sportberichte, Fernsehkomödien, Dokumentarfilme, Kindersendungen und Originalfernsehspiele enthält;“.

d) Folgender Buchstabe ba wird eingefügt:

„ba) „von Nutzern erstelltes Video“ eine Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die einen Einzelbestandteil darstellt und von einem oder mehreren Nutzern erstellt und/oder auf eine Videoplattform hochgeladen wird;“.

e) Folgender Buchstabe da wird eingefügt:

„da) „Videoplattformanbieter“ die natürliche oder juristische Person, die einen Videoplattformdienst betreibt;“.

- (2) Die Überschrift des Kapitels II erhält folgende Fassung:
„ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN FÜR AUDIOVISUELLE MEDIENDIENSTE“.
- (3) Artikel 2 wird wie folgt geändert:
- a) Absatz 3 Buchstabe b erhält folgende Fassung:
„b) wenn ein Mediendiensteanbieter 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 die Mehrheit des mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals tätig ist;“.
- b) Folgende Absätze 5 a und 5b werden eingefügt:
- „5a) Die Mitgliedstaaten übermitteln der Kommission eine Liste der ihrer Rechtshoheit unterworfenen Anbieter audiovisueller Mediendienste sowie die gemäß den Absätzen 2 bis 5 für die Begründung ihrer rechtlichen Zuständigkeit maßgeblichen Kriterien. Anschließend teilen sie der Kommission unverzüglich alle Änderungen in dieser Liste mit. Die Kommission sorgt dafür, dass die zuständigen unabhängigen Regulierungsstellen auf diese Informationen zugreifen können.
- 5b) Können sich die betreffenden Mitgliedstaaten bei der Anwendung der Artikel 3 und 4 dieser Richtlinie nicht darüber einigen, welcher Mitgliedstaat die Rechtshoheit ausübt, bringen sie diese Frage unverzüglich der Kommission zur Kenntnis. Die Kommission kann die Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste (ERGA) auffordern, innerhalb von 15 Arbeitstagen nach der Anfrage der Kommission zu der Angelegenheit Stellung zu nehmen. Hat die Kommission die ERGA zur Stellungnahme aufgefordert, werden die in Artikel 3 Absatz 5 und Artikel 4 Absatz 5 vorgesehenen Fristen ausgesetzt, bis die ERGA eine Stellungnahmen abgegeben hat.“.
- (4) Artikel 3 erhält folgende Fassung:

„Artikel 3

- (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.
- (2) Die Mitgliedstaaten können vorübergehend von Absatz 1 abweichen, wenn ein audiovisueller Mediendienst, der von einem Mediendiensteanbieter erbracht wird, der der Rechtshoheit eines anderen Mitgliedstaats unterworfen ist,
- a) in offensichtlicher, ernster und schwerwiegender Weise gegen Artikel 6 oder Artikel 12 oder beide verstößt,
- b) eine Beeinträchtigung oder eine ernsthafte und schwerwiegende Gefahr für die öffentliche Sicherheit sowie für die Wahrung nationaler Sicherheits- und Verteidigungsinteressen darstellt oder
- c) eine Beeinträchtigung oder eine ernsthafte und schwerwiegende Gefahr für die öffentliche Gesundheit darstellt.

(3) Die Mitgliedstaaten dürfen Absatz 2 nur anwenden, wenn die folgenden Bedingungen erfüllt sind:

- a) in den 12 Monaten vor der in Buchstabe b genannten Mitteilung hat der Mediendienstanbieter nach Ansicht des betreffenden Mitgliedstaats bereits mindestens zweimal gegen Absatz 2 Buchstabe a, b oder c verstoßen;
- b) der betreffende Mitgliedstaat hat dem Mediendienstanbieter, dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Anbieter unterworfen ist, und der Kommission schriftlich die behaupteten Verstöße sowie die Maßnahmen mitgeteilt, die er bei einem erneuten Auftreten der behaupteten Verstöße zu ergreifen beabsichtigt;
- c) Konsultationen mit dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Anbieter unterworfen ist, und der Kommission haben innerhalb eines Monats nach der in Buchstabe b genannten Mitteilung zu keiner gütlichen Regelung geführt;
- d) der Mediendienstanbieter hat nach der in Buchstabe b genannten Mitteilung erneut mindestens einmal gegen Absatz 2 Buchstabe a, b oder c verstoßen;
- e) der mitteilende Mitgliedstaat hat die Verteidigungsrechte des betreffenden Mediendienstanbieters beachtet und insbesondere dem Mediendienstanbieter Gelegenheit gegeben, sich zu den behaupteten Verstößen und zu den von ihm beabsichtigten Maßnahmen zu äußern. Er muss diese Äußerungen sowie die Ansichten des Mitgliedstaats, der die Rechtshoheit ausübt, gebührend berücksichtigen.

Absatz 3 Buchstaben a und d gelten nur für lineare Dienste.

(4) Die Kommission fasst innerhalb von drei Monaten nach der Mitteilung der Maßnahmen, die der Mitgliedstaat in Anwendung der Absätze 2 und 3 getroffen hat, und nach Anhörung der ERGA einen Beschluss über die Vereinbarkeit der Maßnahmen mit dem Unionsrecht. Diese Frist beginnt am Tag nach dem Eingang der vollständigen Mitteilung. Die Mitteilung gilt als vollständig, wenn die Kommission innerhalb von drei Monaten nach Eingang der Mitteilung oder nach Eingang gegebenenfalls angeforderter zusätzlicher Auskünfte keine weiteren Auskünfte anfordert.

Hält die Kommission die Mitteilung für unvollständig, fordert sie alle nötigen zusätzlichen Auskünfte an. Die Kommission unterrichtet den Mitgliedstaat vom Eingang der Antwort auf das Auskunftersuchen.

Wird die von dem betreffenden Mitgliedstaat verlangte Auskunft innerhalb der von der Kommission festgesetzten Frist nicht oder nicht vollständig erteilt, fasst die Kommission einen Beschluss, mit dem sie feststellt, dass die Maßnahmen, die der Mitgliedstaat gemäß Absatz 2 getroffen hat, mit dem Unionsrecht nicht vereinbar sind. Beschließt die Kommission, dass die Maßnahmen mit dem Unionsrecht nicht vereinbar sind, muss der betreffende Mitgliedstaat die beanstandeten Maßnahmen unverzüglich beenden.

(5) Die Absätze 3 und 4 lassen die Anwendung entsprechender Verfahren, rechtlicher Abhilfemaßnahmen oder Sanktionen bezüglich der betreffenden Verstöße in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendienstanbieter unterworfen ist, unberührt.

(6) Die Mitgliedstaaten können in dringenden Fällen von den in Absatz 3 Buchstaben b und c festgelegten Bedingungen abweichen. In diesem Fall müssen die Maßnahmen schnellstmöglich und unter Angabe der Gründe, aus denen der

Mitgliedstaat der Auffassung ist, dass es sich um einen derart dringenden Fall handelt, der die Abweichung von den Bedingungen erforderlich macht, der Kommission und dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, mitgeteilt werden.

(7) Unbeschadet der Möglichkeit des Mitgliedstaats, die in Absatz 6 genannten Maßnahmen durchzuführen, prüft die Kommission schnellstmöglich, ob die mitgeteilten Maßnahmen mit dem Unionsrecht vereinbar sind. Gelangt sie zu dem Schluss, dass die Maßnahmen mit dem Unionsrecht nicht vereinbar sind, so fordert sie den betreffenden Mitgliedstaat auf, die beabsichtigten Maßnahmen nicht zu ergreifen bzw. bereits ergriffene Maßnahmen unverzüglich zu beenden.

(8) Die Mitgliedstaaten und die Kommission tauschen im Rahmen des gemäß Artikel 29 eingesetzten Kontaktausschusses und der ERGA regelmäßig Erfahrungen und bewährte Verfahrensweisen in Bezug auf das in den Absätzen 2 bis 7 festgelegte Verfahren aus.“.

(5) Artikel 4 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 1 erhält folgende Fassung:

„(1) Die Mitgliedstaaten können Mediendiensteanbieter, die ihrer Rechtshoheit unterworfen sind, verpflichten, ausführlicheren oder strengeren Bestimmungen als denen der Artikel 5, 6, 6a, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 17, 19 bis 26, 30 und 30a nachzukommen, sofern diese Bestimmungen im Einklang mit dem Unionsrecht stehen.“.

b) In Absatz 3 wird nach Unterabsatz 1 Buchstabe b folgender Unterabsatz 2 eingefügt:

„Der Mitgliedstaat, der Maßnahmen gemäß Absatz 2 Buchstaben a und b getroffen hat, muss die Gründe darlegen, auf die er seine Beurteilung der behaupteten Umgehung stützt.“.

c) Absätze 4 und 5 erhalten folgende Fassung:

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

a) er 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) er hat die Verteidigungsrechte des betreffenden Fernsehveranstalters beachtet und insbesondere dem Fernsehveranstalter Gelegenheit gegeben, sich zu der behaupteten Umgehung und zu den vom mitteilenden Mitgliedstaat beabsichtigten Maßnahmen zu äußern;

c) die Kommission hat nach Anhörung der ERGA beschlossen, dass die Maßnahmen mit dem Unionsrecht 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 beschließt innerhalb von drei Monaten nach der Mitteilung gemäß Absatz 4 Buchstabe a. Diese Frist beginnt am Tag nach dem Eingang der vollständigen Mitteilung. Die Mitteilung gilt als vollständig, wenn die Kommission innerhalb von drei Monaten nach Eingang der Mitteilung oder nach Eingang

gegebenenfalls angeforderter zusätzlicher Auskünfte keine weiteren Auskünfte anfordert.

Hält die Kommission die Mitteilung für unvollständig, fordert sie alle nötigen zusätzlichen Auskünfte an. Die Kommission unterrichtet den Mitgliedstaat vom Eingang der Antwort auf das Auskunftsersuchen.

Wird die von dem betreffenden Mitgliedstaat verlangte Auskunft innerhalb der von der Kommission festgesetzten Frist nicht oder nicht vollständig erteilt, fasst die Kommission einen Beschluss, mit dem sie feststellt, dass die Maßnahmen, die der Mitgliedstaat gemäß Absatz 3 getroffen hat, mit dem Unionsrecht nicht vereinbar sind. Beschließt die Kommission, dass die Maßnahmen mit dem Unionsrecht nicht vereinbar sind, so darf der betreffende Mitgliedstaat die beabsichtigten Maßnahmen nicht ergreifen.“.

d) Absatz 7 erhält folgende Fassung:

„(7) Die Mitgliedstaaten fördern die Koregulierung und Selbstregulierung mit Hilfe von Verhaltenskodizes, die auf nationaler Ebene in den durch diese Richtlinie koordinierten Bereichen angenommen werden, in dem nach ihrem jeweiligen Rechtssystem zulässigen Maße. Diese Kodizes müssen derart gestaltet sein, dass sie von den Hauptbeteiligten in den betreffenden Mitgliedstaaten allgemein anerkannt werden. In Verhaltenskodizes müssen die damit verfolgten Ziele klar und unmissverständlich ersichtlich sein. Die Kodizes müssen eine regelmäßige, transparente und unabhängige Überwachung und Bewertung ihrer Zielerfüllung vorsehen. Sie müssen eine wirksame Durchsetzung und gegebenenfalls wirksame und verhältnismäßige Sanktionen ermöglichen.

Entwürfe der in Artikel 6a Absatz 3, Artikel 9 Absatz 2 und Artikel 9 Absatz 4 genannten Verhaltenskodizes der Union sowie Änderungen oder Erweiterungen bestehender Verhaltenskodizes der Union sind der Kommission von den Unterzeichnern dieser Kodizes zu übermitteln.

Die Kommission kann die ERGA auffordern, zu den Entwürfen, Änderungen oder Erweiterungen solcher Kodizes Stellung zu nehmen. Die Kommission kann solche Kodizes gegebenenfalls veröffentlichen.“.

(6) Die Überschrift des Kapitels III erhält folgende Fassung:

„BESTIMMUNGEN FÜR AUDIOVISUELLE MEDIENDIENSTE“.

(7) Artikel 5 Buchstabe d erhält folgende Fassung:

„d) den Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit die Mediendiensteanbieter unterworfen sind, und die zuständigen Regulierungs- oder Aufsichtsstellen.“.

(8) Artikel 6 erhält folgende Fassung:

„Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln dafür, dass audiovisuelle Mediendienste, die von den ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbietern bereitgestellt werden, nicht zu Gewalt oder Hass gegen eine nach Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung definierte Gruppe von Personen oder gegen ein Mitglied einer solchen Gruppe aufstacheln.“.

(9) Folgender Artikel 6a wird eingefügt:

„Artikel 6a

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die Anbieter audiovisueller Mediendienste den Zuschauern ausreichende Informationen über Inhalte geben, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können. Hierzu können die Mitgliedstaaten ein System von Deskriptoren verwenden, welche die Art der Inhalte eines audiovisuellen Mediendienstes kenntlich machen.

(2) Die Mitgliedstaaten fördern eine Koregulierung zur Umsetzung dieses Artikels.

(3) Die Kommission und die ERGA halten die Mediendienstanbieter zum Austausch bewährter Verfahren im Hinblick auf Koregulierungssysteme in der gesamten Union an. Die Kommission erleichtert gegebenenfalls die Aufstellung von Verhaltenskodizes der Union.“.

(10) Artikel 7 wird gestrichen.

(11) Artikel 9 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 2 erhält folgende Fassung:

„(2) Die Mitgliedstaaten und die Kommission fördern die Aufstellung von Verhaltenskodizes im Rahmen der Selbst- und Koregulierung in Bezug auf unangebrachte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die Sendungen mit beträchtlicher kindlicher Zuschauerschaft begleitet oder darin enthalten ist, zugunsten von Lebensmitteln und Getränken, die Nährstoffe oder Substanzen mit ernährungsbezogener oder physiologischer Wirkung enthalten, insbesondere Fett, Transfettsäuren, Salz/Natrium und Zucker, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird.

Diese Verhaltenskodizes sollen angewandt werden, um die Einwirkung audiovisueller kommerzieller Kommunikation zugunsten von Lebensmitteln und Getränken, die einen hohen Salz-, Zucker- oder Fettgehalt aufweisen oder anderweitig gegen nationale oder internationale Ernährungsleitlinien verstoßen, auf Minderjährige wirkungsvoll zu verringern. Diese Kodizes sollen vorsehen, dass in audiovisueller kommerzieller Kommunikation die positiven Ernährungseigenschaften solcher Lebensmittel und Getränke nicht hervorgehoben werden.

Die Kommission und die ERGA fördern den Austausch bewährter Verfahren im Hinblick auf Selbst- und Koregulierungssysteme in der gesamten Union. Die Kommission erleichtert gegebenenfalls die Aufstellung von Verhaltenskodizes der Union.“.

b) Folgende Absätze 3 und 4 werden eingefügt:

„(3) Die Mitgliedstaaten und die Kommission fördern die Aufstellung von Verhaltenskodizes im Rahmen der Selbst- und Koregulierung in Bezug auf unangebrachte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation zugunsten alkoholischer Getränke. Diese Verhaltenskodizes sollen angewandt werden, um die Einwirkung audiovisueller kommerzieller Kommunikation zugunsten alkoholischer Getränke auf Minderjährige wirkungsvoll zu beschränken.

(4) Die Kommission und die ERGA fördern den Austausch bewährter Verfahren im Hinblick auf Selbst- und Koregulierungssysteme in der gesamten Union. Die Kommission erleichtert gegebenenfalls die Aufstellung von Verhaltenskodizes der Union.“.

- (12) Artikel 10 Buchstabe b erhält folgende Fassung:
„b) sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf oder Miete bzw. Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern;“.
- (13) Artikel 11 erhält folgende Fassung:

„Artikel 11

(1) Die Absätze 2, 3 und 4 gelten nur für Sendungen, die nach dem 19. Dezember 2009 produziert werden.

(2) Produktplatzierung ist in allen audiovisuellen Mediendiensten zulässig, außer in Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts und Sendungen mit beträchtlicher kindlicher Zuschauerschaft.

(3) Sendungen, die Produktplatzierung enthalten, müssen folgende Anforderungen 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 oder Miete bzw. Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern;

c) 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 Buchstabens c absehen, sofern die betreffende Sendung weder vom Mediendienstanbieter selbst noch von einem mit dem Mediendienstanbieter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurde.

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

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

b) Produktplatzierung zugunsten bestimmter Arzneimittel oder medizinischer Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendienstanbieter unterworfen ist, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.“.

- (14) Artikel 12 erhält folgende Fassung und wird in Kapitel III verschoben:

„Artikel 12

Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass Sendungen, die von ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbietern bereitgestellt werden und die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, nur so bereitgestellt werden, dass sichergestellt ist, dass sie von Minderjährigen üblicherweise nicht gehört oder

gesehen werden können. Zu solchen Maßnahmen zählen beispielsweise die Wahl der Sendezeit, Altersüberprüfungswerkzeuge oder andere technische Maßnahmen. Sie müssen der möglichen Schädigung durch die Sendung angemessen sein.

Die schädlichsten Inhalte wie grundlose Gewalttätigkeiten und Pornografie müssen den strengsten Maßnahmen wie Verschlüsselung und wirksamen Systemen zur elterlichen Kontrolle unterliegen.“.

- (15) Artikel 13 erhält folgende Fassung:

„Artikel 13

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf in ihren Katalogen einen Mindestanteil europäischer Werke von 20 % sichern und deren Herausstellung gewährleisten.

(2) Die Mitgliedstaaten können die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf dazu verpflichten, finanziell zur Produktion europäischer Werke beizutragen, auch durch Direktinvestitionen in Inhalte und durch Beiträge zu nationalen Fonds. Die Mitgliedstaaten können Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf, die auf Zuschauer in ihrem Gebiet ausgerichtet, aber in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen sind, zur Leistung solcher Beiträge verpflichten. In diesem Fall beruht der finanzielle Beitrag nur auf den Einnahmen, die in den betreffenden Empfangsmitgliedstaaten erzielt werden. Wenn der Mitgliedstaat, in dem der Anbieter niedergelassen ist, einen finanziellen Beitrag auferlegt, berücksichtigt er etwaige von Empfangsmitgliedstaaten auferlegte finanzielle Verpflichtungen. Jeder finanzielle Beitrag muss mit dem Unionsrecht und insbesondere mit den Vorschriften für staatliche Beihilfen vereinbar sein.

(3) Die Mitgliedstaaten berichten der Kommission spätestens am *[Datum – nicht später als drei Jahre nach dem Erlass]* und anschließend alle zwei Jahre über die Durchführung der Absätze 1 und 2.

(4) 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 Absätze 1 und 2 Bericht und trägt dabei der Marktlage und den technischen Entwicklungen sowie dem Ziel der kulturellen Vielfalt Rechnung.

(5) Bei Anbietern mit geringen Umsätzen oder wenigen Zuschauern oder bei Kleinst- und Kleinunternehmen sehen die Mitgliedstaaten von den Anforderungen der Absätze 1 und 2 ab. Die Mitgliedstaaten sehen ebenfalls von diesen Anforderungen ab, wenn diese wegen Art oder Thema der audiovisuellen Mediendienste auf Abruf undurchführbar oder ungerechtfertigt wären.“.

- (16) Artikel 20 Absatz 2 erster Satz erhält folgende Fassung:

„Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen und Nachrichtensendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 20 Minuten einmal für Fernsehwerbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden.“.

- (17) Artikel 23 erhält folgende Fassung:

„Artikel 23

(1) Der tägliche Sendezeitanteil von Fernsehwerbespots und Teleshoppingspots darf im Zeitraum von 7 Uhr bis 23 Uhr 20 % nicht überschreiten.

(2) Absatz 1 gilt nicht für

a) Hinweise des Fernsehveranstalters auf seine eigenen Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind, oder auf Sendungen anderer Teile desselben Medienkonzerns;

b) Sponsorenhinweise;

c) Produktplatzierungen.“.

(18) Kapitel VIII wird gestrichen.

(19) Folgendes Kapitel IXa wird eingefügt:

„KAPITEL IXa

BESTIMMUNGEN FÜR VIDEOPLATTFORMDIENSTE

Artikel 28a

(1) Unbeschadet der Artikel 14 und 15 der Richtlinie 2000/31/EG sorgen die Mitgliedstaaten dafür, dass Videoplattformanbieter geeignete Maßnahmen treffen, um

a) Minderjährige vor Inhalten zu schützen, die deren körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung beeinträchtigen können;

b) alle Bürger vor Inhalten zu schützen, die zu Gewalt oder Hass gegen eine nach Geschlecht, Rasse, Hautfarbe, Religion, Abstammung oder nach nationaler oder ethnischer Herkunft definierte Gruppe von Personen oder gegen ein Mitglied einer solchen Gruppe aufstacheln.

(2) Die Beurteilung, was eine geeignete Maßnahme im Sinne des Absatzes 1 darstellt, erfolgt angesichts der Art der fraglichen Inhalte, des Schadens, den sie anrichten können, der Merkmale der zu schützenden Personenkategorie sowie der betroffenen Rechte und rechtmäßigen Interessen, einschließlich derer der Videoplattformanbieter und der Nutzer, die die Inhalte erstellt und/oder hochgeladen haben, sowie des öffentlichen Interesses.

Solche Maßnahmen beinhalten, soweit zweckmäßig:

a) die Definition und Anwendung – in den Geschäftsbedingungen des Videoplattformanbieters – des in Absatz 1 Buchstabe b genannten Begriffs der Aufstachelung zu Gewalt oder Hass und des Begriffs der Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, gemäß Artikel 6 bzw. Artikel 12;

b) die Einrichtung und den Betrieb von Mechanismen, mit denen Videoplattformnutzer dem betreffenden Videoplattformbetreiber die in Absatz 1 genannten Inhalte, die auf seiner Plattform gespeichert sind, melden oder anzeigen können;

c) die Einrichtung und den Betrieb von Altersüberprüfungssystemen für Videoplattformnutzer in Bezug auf Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können;

- d) die Einrichtung und den Betrieb von Systemen, mit denen Videoplattformnutzer die in Absatz 1 genannten Inhalte bewerten können;
- e) die Bereitstellung von Systemen zur elterlichen Kontrolle in Bezug auf Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können;
- f) die Einrichtung und den Betrieb von Systemen, mit denen Videoplattformanbieter den Videoplattformnutzern erklären, welche Wirkung die in Buchstabe b genannten Meldungen oder Anzeigen gehabt haben.
- (3) Zur Umsetzung der in den Absätzen 1 und 2 genannten Maßnahmen fördern die Mitgliedstaaten die Koregulierung gemäß Artikel 4 Absatz 7.
- (4) Die Mitgliedstaaten schaffen die erforderlichen Mechanismen zur Beurteilung der Angemessenheit der in den Absätzen 2 und 3 genannten Maßnahmen der Videoplattformanbieter. Mit dieser Aufgabe betrauen die Mitgliedstaaten die gemäß Artikel 30 benannten Behörden.
- (5) Die Mitgliedstaaten erlegen Videoplattformanbietern keine Maßnahmen auf, die strenger sind als die in den Absätzen 1 und 2 genannten Maßnahmen. Die Mitgliedstaaten sind nicht daran gehindert, strengere Maßnahmen in Bezug auf rechtswidrige Inhalte aufzuerlegen. Wenn sie solche Maßnahmen erlassen, halten sie die im geltenden EU-Recht festgelegten Bedingungen ein, darunter gegebenenfalls die Vorgaben der Artikel 14 und 15 der Richtlinie 2000/31/EG oder des Artikels 25 der Richtlinie 2011/93/EU.
- (6) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass Beschwerde- und Rechtsbehelfsmechanismen zur Beilegung von Streitigkeiten zwischen Nutzern und Videoplattformanbietern bezüglich der Anwendung der in den Absätzen 1 und 2 genannten geeigneten Maßnahmen zur Verfügung stehen.
- (7) Die Kommission und die ERGA halten die Videoplattformanbieter zum Austausch bewährter Verfahren im Hinblick auf Koregulierungssysteme in der gesamten Union an. Die Kommission erleichtert gegebenenfalls die Aufstellung von Verhaltenskodizes der Union.
- (8) Videoplattformanbieter oder, soweit zutreffend, die Organisationen, die solche Anbieter in diesem Zusammenhang vertreten, übermitteln der Kommission die Entwürfe der Verhaltenskodizes der Union sowie Änderungen oder Erweiterungen bestehender Verhaltenskodizes der Union. Die Kommission kann die ERGA auffordern, zu den Entwürfen, Änderungen oder Erweiterungen solcher Verhaltenskodizes Stellung zu nehmen. Die Kommission kann diese Verhaltenskodizes in angemessener Weise bekanntmachen.

Artikel 28b

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass Videoplattformanbieter, die nicht in ihrem Gebiet niedergelassen sind, aber entweder ein in ihrem Gebiet niedergelassenes Mutter- oder Tochterunternehmen haben oder aber zu einem Konzern gehören, wobei ein anderer Teil dieses Konzerns in ihrem Gebiet niedergelassen ist, für die Zwecke des Artikels 3 Absatz 1 der Richtlinie 2000/31/EWG als in ihrem Hoheitsgebiet niedergelassen gelten.

Sind das Mutterunternehmen, das Tochterunternehmen und der andere Teil des Konzerns jeweils in verschiedenen Mitgliedstaaten niedergelassen, so gilt der

Anbieter für die Zwecke der Anwendung des ersten Unterabsatzes als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem sein Mutterunternehmen niedergelassen ist, oder mangels einer solchen Niederlassung in einem Mitgliedstaat, dort, wo sein Tochterunternehmen niedergelassen ist, oder mangels einer solchen Niederlassung in einem Mitgliedstaat, dort, wo der andere Teil des Konzerns niedergelassen ist.

Gibt es mehrere Tochterunternehmen, die jeweils in verschiedenen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, oder mehrere andere Teile des Konzerns, die jeweils in verschiedenen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, so sorgen die betreffenden Mitgliedstaaten dafür, dass der Anbieter bestimmt, in welchem dieser Mitgliedstaaten er als niedergelassen gelten soll.

(2) Die Mitgliedstaaten übermitteln der Kommission eine Liste der in ihrem Gebiet niedergelassenen Videoplattformanbieter sowie die gemäß Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie 2000/31/EG und gemäß Absatz 1 für die Begründung ihrer rechtlichen Zuständigkeit maßgeblichen Kriterien. Sie aktualisieren diese Liste regelmäßig. Die Kommission sorgt dafür, dass die zuständigen unabhängigen Regulierungsstellen auf diese Informationen zugreifen können.“.

(20) Die Überschrift des Kapitels XI erhält folgende Fassung:

„REGULIERUNGSSTELLEN DER MITGLIEDSTAATEN“.

(21) Artikel 30 erhält folgende Fassung:

„Artikel 30

(1) Jeder Mitgliedstaat benennt eine oder mehrere unabhängige nationale Regulierungsstellen. Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die Regulierungsstellen rechtlich getrennt und funktionell unabhängig von anderen öffentlichen oder privaten Einrichtungen sind. Die Möglichkeit der Mitgliedstaaten, Regulierungsbehörden einzurichten, die die Aufsicht über verschiedene Sektoren führen, bleibt hiervon unberührt.

(2) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die nationalen Regulierungsstellen ihre Befugnisse unparteiisch und transparent und im Einklang mit den Zielen dieser Richtlinie, insbesondere Medienpluralismus, kulturelle Vielfalt, Verbraucherschutz, Binnenmarkt und Förderung eines fairen Wettbewerbs, ausüben.

Die nationalen Regulierungsstellen holen im Zusammenhang mit der Erfüllung der ihnen nach den nationalen Rechtsvorschriften zur Umsetzung des Unionsrechts übertragenen Aufgaben weder Weisungen einer anderen Stelle ein noch nehmen sie solche entgegen. Dies steht einer Aufsicht im Einklang mit dem nationalen Verfassungsrecht nicht entgegen.

(3) Die Zuständigkeiten und Befugnisse der unabhängigen Regulierungsstellen sowie die Art und Weise ihrer Rechenschaftslegung werden eindeutig gesetzlich geregelt.

(4) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die nationalen Regulierungsstellen angemessene Durchsetzungsbefugnisse haben, um ihre Aufgaben wirksam wahrzunehmen.

(5) Der Leiter einer nationalen Regulierungsstelle oder die Mitglieder des Kollegiums, das diese Funktion innerhalb einer nationalen Regulierungsstelle ausübt, dürfen nur entlassen werden, wenn sie die zuvor im nationalen Recht festgelegten

Voraussetzungen für die Wahrnehmung ihrer Aufgaben nicht mehr erfüllen. Eine Entlassungsentscheidung wird veröffentlicht und schriftlich begründet.

(6) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die nationalen Regulierungsstellen separate jährliche Haushaltspläne haben. Die Haushaltspläne werden veröffentlicht. Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass den nationalen Regulierungsstellen ausreichende finanzielle und personelle Mittel zur Verfügung stehen, damit sie die ihnen übertragenen Aufgaben erfüllen und aktiv in der ERGA mitwirken und zu ihr beitragen zu können.

(7) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass es auf nationaler Ebene wirksame Verfahren gibt, nach denen jeder Nutzer oder Mediendiensteanbieter oder Videoplattformanbieter, der von einer Entscheidung einer nationalen Regulierungsstelle betroffen ist, bei einer Beschwerdestelle Rechtsbehelf gegen diese Entscheidung einlegen kann. Die Beschwerdestelle muss von den an der Beschwerde beteiligten Parteien unabhängig sein.

Diese Beschwerdestelle, die ein Gericht sein sollte, muss über angemessenen Sachverstand verfügen, um ihrer Aufgabe wirksam gerecht zu werden. Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass den Umständen des Falles angemessen Rechnung getragen wird und ein wirksames Beschwerdeverfahren besteht.

Bis zum Abschluss des Beschwerdeverfahrens bleibt die Entscheidung der nationalen Regulierungsstelle wirksam, sofern nicht nach Maßgabe des nationalen Rechts einstweilige Maßnahmen erlassen werden.“.

(22) Folgender Artikel 30a wird eingefügt:

„Artikel 30a

(1) Die Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste (ERGA) wird hiermit eingesetzt.

(2) Sie setzt sich aus unabhängigen nationalen Regulierungsstellen für den Bereich der audiovisuellen Mediendienste zusammen. Sie werden durch die Leiter oder benannte hochrangige Vertreter der nationalen Regulierungsstelle mit Hauptzuständigkeit für die Aufsicht im Bereich der audiovisuellen Mediendienste vertreten oder – wenn es keine nationale Regulierungsstelle gibt – von anderen Vertretern, die im Wege der dafür vorgesehenen Verfahren ausgewählt werden. Ein Vertreter der Kommission nimmt an den Sitzungen der Gruppe teil.

(3) Die ERGA hat folgende Aufgaben:

a) Beratung der Kommission dabei, eine kohärente Umsetzung des Rechtsrahmens für audiovisuelle Mediendienste in allen Mitgliedstaaten sicherzustellen;

b) Beratung und Unterstützung der Kommission in allen Fragen, die audiovisuelle Mediendienste betreffen und in die Zuständigkeit der Kommission fallen. Sofern gerechtfertigt, kann die Gruppe im Rahmen ihrer Beratungstätigkeit für die Kommission bei bestimmten Fragen Marktteilnehmer, Verbraucher und Endnutzer konsultieren, um die erforderlichen Informationen einzuholen;

c) Austausch von Erfahrungen und bewährten Verfahren in Bezug auf die Anwendung des Rechtsrahmens für audiovisuelle Mediendienste;

d) Zusammenarbeit und Versorgung ihrer Mitglieder mit den erforderlichen Informationen für die Anwendung dieser Richtlinie, insbesondere bezüglich der Artikel 3 und 4;

e) auf Anfrage der Kommission Abgabe von Stellungnahmen zu den in Artikel 2 Absatz 5b, Artikel 6a Absatz 3, Artikel 9 Absatz 2 und Artikel 9 Absatz 4 behandelten Fragen sowie zu allen Fragen, die audiovisuelle Mediendienste betreffen, insbesondere dem Jugendschutz und der Aufstachelung zum Hass.“.

(4) Die Kommission wird ermächtigt, mit einem Durchführungsrechtsakt die Geschäftsordnung der ERGA festzulegen.“.

(23) Artikel 33 erhält folgende Fassung:

„Artikel 33

Die Kommission überwacht die Anwendung der Richtlinie durch die Mitgliedstaaten, einschließlich der Anwendung der Koregulierung und Selbstregulierung mittels auf nationaler Ebene angenommener Kodizes.

Spätestens am *[Datum – nicht später als vier Jahre nach dem Erlass]* und danach alle drei Jahre übermittelt die Kommission dem Europäischen Parlament, dem Rat und dem Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss einen Bericht über die Anwendung dieser Richtlinie.

Spätestens am *[Datum – nicht später als 10 Jahre nach dem Erlass]* übermittelt die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat eine Ex-post-Bewertung, gegebenenfalls mit Vorschlägen für die Überarbeitung der Richtlinie, um die Wirkung der Richtlinie und ihren Mehrwert zu ermitteln.“.

Artikel 2

(1) Die Mitgliedstaaten setzen die erforderlichen Rechts- und Verwaltungsvorschriften in Kraft, um dieser Richtlinie spätestens am *[Datum – nicht später als 1 Jahr nach dem Inkrafttreten]* nachzukommen. Sie teilen der Kommission unverzüglich den Wortlaut dieser Vorschriften mit.

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

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

Artikel 3

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

Artikel 4

Diese Richtlinie ist an alle Mitgliedstaaten gerichtet.

Geschehen zu Brüssel am

Im Namen des Europäischen Parlaments
Der Präsident

Im Namen des Rates
Der Präsident