



VERNEHMLASSUNGSBERICHT
DER REGIERUNG
BETREFFEND
DIE REVISION DES MEDIENRECHTS
(UMSETZUNG DER RICHTLINIE 2007/65/EG, ABÄNDERUNG
DES MEDIENGESETZES UND DES GESETZES ÜBER DEN
LIECHTENSTEINISCHEN RUNDfunk)

Ressort Wirtschaft

Vernehmlassungsfrist: 17. Dezember 2010

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Zusammenfassung	4
Zuständiges Ressort	4
1. Ausgangslage	5
2. Anlass der Vorlage	6
2.1 Änderung der EWR-Rechtsvorschriften	6
2.2 Novellierung der Rezeptionsvorlagen	8
3. Schwerpunkte der Vorlage	9
3.1 Allgemeines	9
3.2 Systematik	9
3.3 Inhalt	10
4. Erläuterungen zu den einzelnen Bestimmungen	11
4.1 Abänderung des MedienG	11
4.2 Abänderung des LRFG	33
5. Verfassungsmässigkeit und EWR-Konformität	35
6. Regierungsvorlagen	36
6.1 Abänderung des Mediengesetzes (MedienG)	36
6.2 Abänderung des Gesetzes über den „Liechtensteinischen Rundfunk“ (LRFG)	51
 Beilage:	
– Richtlinie 2007/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Dezember 2007 zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Ko- ordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitglied- staaten über die Ausübung der Fernsehaktivität	

ZUSAMMENFASSUNG

Das liechtensteinische Medienrecht basiert im Wesentlichen auf dem Gesetz vom 23. Oktober 2003 über den Liechtensteinischen Rundfunk (LRFG), LGBl. 2003 Nr. 229, sowie dem Mediengesetz (MedienG) vom 19. Oktober 2005, LGBl. 2005 Nr. 250.

Die rundfunkrechtlichen Bestimmungen in diesen beiden Gesetzen dienen vorrangig der Umsetzung einschlägiger EWR-Rechtsvorschriften, insbesondere der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (vormals sog. Fernsehrichtlinie).

Die Fernsehrichtlinie wurde durch die 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 grundlegend geändert. Diese (materiellen) Änderungen müssen durch Anpassung der rundfunkrechtlichen Bestimmungen des liechtensteinischen Medienrechts umgesetzt werden.

Daneben wurden auch die ausländischen Rezeptionsvorlagen des liechtensteinischen Medienrechts (teilweise grundlegend) novelliert, weshalb sich ein selektiver Nachvollzug der entsprechenden Novellen empfiehlt.

Mit der vorliegenden Medienrechtsrevision beabsichtigt die Regierung daher einerseits die Umsetzung der Richtlinie 2007/65/EG und andererseits den selektiven Nachvollzug einschlägiger Novellierungen der Rezeptionsvorlagen des liechtensteinischen Medienrechts durch Anpassung des Mediengesetzes und des Gesetzes über den Liechtensteinischen Rundfunk.

ZUSTÄNDIGES RESSORT

Ressort Wirtschaft

Vaduz, 28. September 2010

RA 2010/2157-3801

1. AUSGANGSLAGE

Das Liechtensteinische Medienrecht im Allgemeinen und das dort geregelte Rundfunkrecht im Besonderen basieren im Wesentlichen auf zwei Erlassen aus den Jahren 2003 bzw. 2005, namentlich dem Gesetz vom 23. Oktober 2003 über den Liechtensteinischen Rundfunk (LRFG), LGBl. 2003 Nr. 229, zuletzt geändert durch das Gesetz vom 30. Juni 2010, LGBl. 2010 Nr. 244, sowie dem Mediengesetz (MedienG) vom 19. Oktober 2005, LGBl. 2005 Nr. 250, zuletzt geändert durch das Gesetz vom 30. Juni 2010 über die Abänderung des Mediengesetzes, LGBl. 2010 Nr. 245.

Die rundfunkrechtlichen Bestimmungen in diesen Gesetzen dienen vorrangig der gänzlichen oder teilweisen Umsetzung einschlägiger EWR-Rechtsvorschriften, namentlich:

- der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (EWR-Rechtssammlung: Anh. X - 1.01), in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Juli 1997 (EWR-Rechtssammlung: Anh. X - 1.02);
- der Richtlinie 98/27/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Mai 1998 über Unterlassungsklagen zum Schutz der Verbraucherinteressen (EWR-Rechtssammlung: Anh. XIX - 7d.01);
- der Richtlinie 80/723/EWG der Kommission vom 25. Juni 1980 über die Transparenz der finanziellen Beziehungen zwischen den Mitgliedstaaten und den öffentlichen Unternehmen (EWR-Rechtssammlung: Anh. XV -

- 1.01), in der Fassung der Richtlinie 2000/52/EG der Kommission vom 26. Juli 2000 (EWR-Rechtssammlung: Anh. XV - 1.04);
- der Richtlinie 2003/33/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Mai 2003 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen (EWR-Rechtssammlung: Anh. II - Kap. XXV);
 - der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt (EWR-Rechtssammlung: Anh. XI - 5h.01).

Ausserdem werden auch die Vorgaben des europäischen Übereinkommens vom 5. Mai 1989 über das grenzüberschreitende Fernsehen, LGBl. 1999 Nr. 175, im LRFG sowie im MedienG umgesetzt.

Sachlich beruht das liechtensteinische Medienrecht auf österreichischen und deutschen Rezeptionsvorlagen.

2. ANLASS DER VORLAGE

2.1 Änderung der EWR-Rechtsvorschriften

Die EWR-rechtlichen Grundlagen des liechtensteinischen Medienrechts wurden in (jüngster) Vergangenheit grundlegend abgeändert, weshalb insofern eine Pflicht zur Umsetzung dieser Richtlinienänderungen durch Anpassung des LRFG sowie des MedienG besteht.

Im gegenständlichen Zusammenhang ist insbesondere die Änderung der (vormals sog.) Fernsehrichtlinie 89/552/EWG durch die 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 hervorzuheben, die es innerhalb der EWR-rechtlich vorgegebenen Frist umzusetzen gilt.

Nachdem die Stammfassung der (vormals sog.) Fernsehrichtlinie aus dem Jahre 1989 stammt und anlässlich der Novellierung dieser Richtlinie im Jahr 1997 dem Phänomen der Medienkonvergenz nicht bzw. nicht gebührend Rechnung getragen wurde, sah sich der Richtliniengeber im Jahre 2007 veranlasst, die in Rede stehende Richtlinie einer Totalrevision zuzuführen und ihren sachlichen Geltungsbereich insofern auszudehnen, als sie sich nunmehr nicht nur auf Fernsehprogramme und somit auf lineare audiovisuelle Mediendienste beschränkt, sondern vielmehr auch audiovisuelle Mediendienste auf Abruf („Video auf Abruf“), also nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste, umfasst. Wenngleich die Grundprinzipien der Richtlinie 89/552/EWG, insbesondere das Herkunftslandprinzip und die gemeinsamen Mindeststandards beibehalten wurden, wurde im Rahmen dieser Totalrevision unter anderem ein neues Kapitel IIB mit Sonderbestimmungen für audiovisuelle Mediendienste auf Abruf eingeführt und darüber hinaus eine inhaltliche und systematische Anpassung (nahezu sämtlicher) Bestimmungen der gegenständlichen Richtlinie vorgenommen. Im Übrigen erfolgte die Umbenennung der (vormals sog.) Fernsehrichtlinie, sodass diese in der Kurzform neu als Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste betitelt wird.

Während nun der liechtensteinische Gesetzgeber die systematischen Weichen bereits im Rahmen der Schaffung des MedienG im Jahre 2005 richtig gestellt und rundfunkähnliche Onlinemedien den Bestimmungen über den Rundfunk unterstellt hat (Art. 82 Abs. 2 MedienG), hat der Richtliniengeber dies erst im Rahmen der jüngsten Totalrevision der Richtlinie getan.

Daraus folgt, dass sich die Umsetzung der Richtlinie 2007/65/EG im Wesentlichen auf die neuen bzw. abgeänderten materiellen Bestimmungen der sog. Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste beschränken kann, weil der (neue) systematische Ansatz des Richtliniengebers bereits im Jahre 2005 antizipiert wurde.

2.2 Novellierung der Rezeptionsvorlagen

Neben den Änderungen im Bereich der EWR-Rechtsvorschriften wurden auch zahlreiche der ausländischen Rezeptionsvorlagen des liechtensteinischen Medienrechts (teilweise) grundlegend novelliert, weshalb sich ein selektiver Nachvollzug der entsprechenden Novellen empfiehlt, um weiterhin aktuelle ausländische Rechtsprechung und Lehre heranziehen und diese Quellen für die inländische Praxis nutzbar machen zu können.

Im Bereich der österreichischen Rezeptionsvorlagen sind insbesondere die Novellierungen des österreichischen MedienG durch BGBl. I Nr. 2005/49, BGBl. I Nr. 2005/151, BGBl. I Nr. 2007/112 und BGBl. I Nr. 2009/8 sowie die jüngste Rundfunkrechtsnovelle (Bundesgesetz, mit dem das Bundes-Verfassungsgesetz, das KommAustria-Gesetz, das Telekommunikationsgesetz 2003, das Verwertungsgesellschaftengesetz 2006, das ORF-Gesetz, das Privatfernsehgesetz, das Privatradiogesetz und das Fernseh-Exklusivrechtegesetz geändert werden, BGBl. I Nr. 2010/50) für Liechtenstein von Bedeutung.

Im Bereich der deutschen Rezeptionsvorlagen sind insbesondere die Rundfunkänderungsstaatsverträge Nrn. 6 bis 13, mit denen jeweils der Rundfunkstaatsvertrag vom 31.08.1991 abgeändert wurde, letztmals am 10.03.2010, sowie die Ersetzung des Mediendienststaatsvertrags vom 31.01.1997 durch das Telemediengesetz vom 26.02.2007, BGBl. I S. 179, zuletzt geändert durch das Gesetz vom 31.05.2010, BGBl. I S. 692, für Liechtenstein von Bedeutung.

3. SCHWERPUNKTE DER VORLAGE

3.1 Allgemeines

Die gegenständliche Vorlage dient somit einerseits der Umsetzung der Richtlinie 89/552/EWG zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste; im Folgenden: „AMD-RL“), i.d.F. der Richtlinie 2007/65/EG.

Andererseits soll im Rahmen der gegenständlichen Medienrechtsrevision auch ein selektiver Nachvollzug der für Liechtenstein relevanten Änderungen im Bereich der Rezeptionsvorlagen erfolgen, um das Medienrecht in jeder Hinsicht auf den aktuellen Stand zu bringen.

3.2 Systematik

Das liechtensteinische MedienG verfolgt in systematischer Hinsicht einen integralen Ansatz, der dem Phänomen der sog. Medienkonvergenz gerecht wird. Es besteht aus einem für sämtliche Medienarten geltenden Allgemeinen Teil (Art. 1 bis 54) sowie einem Besonderen Teil mit Sondervorschriften für den terrestrischen Rundfunk (Art. 55 bis 81) und für rundfunkähnliche Onlinemedien (Art. 81).

Es wurde also bereits bei der Schaffung des MedienG dafür Sorge getragen, dass die im Besonderen Teil enthaltenen Sondervorschriften technologieneutral gehalten sind. Dieser integrale Ansatz hat sich insbesondere im Hinblick auf die fortschreitende Digitalisierung medialer Inhalte sowie die (zunehmende) Verwischung der Grenzen zwischen Mediendiensten einerseits und Diensten der elekt-

ronischen Kommunikation andererseits als sachlich richtig erwiesen und seit Inkrafttreten des MedienG sehr bewährt.

Insofern wurde die mit der Richtlinie 2007/65/EG vorgenommene systematische Weichenstellung bereits antizipiert, weshalb sich in systematischer Hinsicht kein Anpassungsbedarf ergibt.

Vielmehr soll in systematischer Hinsicht die notwendige Harmonisierung der aufgrund der Umsetzung der AMD-RL sowie des selektiven Nachvollzugs der Novellierungen der Rezeptionsvorlagen anzupassenden Bestimmungen des MedienG mit den Bestimmungen des LRFG erfolgen. Dabei soll die bereits anlässlich der jüngsten LRFG-Revision eingeschlagene Linie der Beseitigung redundanter Regelungen konsequent fortgeführt und das LRFG auf jene rundfunkrechtlichen Bestimmungen reduziert werden, die nur den öffentlich-rechtlichen Rundfunk betreffen.

3.3 Inhalt

In inhaltlicher Hinsicht stimmen die Schwerpunkte der gegenständlichen Medienrechtsrevision primär mit denjenigen der Richtlinie 2007/65/EG überein und betreffen folgende Themenbereiche:

- Freiheit des Anbietens und des Empfangs audiovisueller Mediendienste;
- Inhaltsvorschriften für audiovisuelle Mediendienste;
- Vorschriften für Werbung, Teleshopping und Produktplatzierung in audiovisuellen Mediendiensten;
- Barrierefreier Zugang zu audiovisuellen Mediendiensten;
- Förderung Europäischer Werke in audiovisuellen Mediendiensten;
- Kinder- und Jugendschutz in audiovisuellen Mediendiensten;

- Exklusivrechte an Ereignissen von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung sowie Kurzberichterstattung in Fernsehsendungen.

Einen weiteren inhaltlichen Schwerpunkt stellt der selektive Nachvollzug einschlägiger Novellierungen der ausländischen Rezeptionsvorlagen dar, worauf im jeweiligen sachlichen Zusammenhang einzugehen sein wird.

Das (primäre) Augenmerk der gegenständlichen Medienrechtsrevision liegt auf der Umsetzung der materiellen Bestimmungen der Richtlinie 2007/65/EG unter Beibehaltung der systematischen Grundkonzeption des MedienG, die sich in der Praxis sehr bewährt hat.

4. ERLÄUTERUNGEN ZU DEN EINZELNEN BESTIMMUNGEN

4.1 Abänderung des MedienG

Systematik

Hinsichtlich der Systematik des MedienG ist im Lichte der durch die RL 2007/65/EG vorgenommenen Änderung der Systematik der AMD-RL Folgendes vorzuschicken: Die (integrale) Systematik des liechtensteinischen MedienG im Allgemeinen und des Rundfunkrechts in Kapitel II im Besonderen orientiert sich vorwiegend am deutschen Rundfunkrecht, weil dieses bereits seit Jahren den Phänomenen der Digitalisierung und der Medienkonvergenz gerecht wird und damit die jüngste systematische Weichenstellung des Richtliniengabers antizipiert hat.

Der Richtliniengaber hat nämlich im Bereich des Rundfunkrechts auf diese Phänomene erst im Jahre 2007 durch die (isolierte) Einbeziehung der sog. „audiovisuellen Mediendienste auf Abruf“ (nicht zu verwechseln mit „Dienstleistungen der Informationsgesellschaft“ im Sinne des E-Commerce-Gesetzes bzw. Onlinemedien

im Sinne des Art. 2 Abs. 1 Ziff. 4 MedienG) in die (vormals sog.) Fernsehrichtlinie reagiert.

Durch diese systematische Verengung des Begriffs „audiovisuelle Mediendienste“ wurde die Kompatibilität der beiden in Rede stehenden Systeme empfindlich gestört. Dies deshalb, weil die AMD-RL nicht – wie der umfassende Wortlaut der Begriffsbestimmungen des Art. 1 Bst. a und g AMD-RL vermuten lässt – sämtliche „Mediendienste“ bzw. „Onlinemedien“, die auf individuellen Abruf bereitgestellt werden, erfasst, sondern lediglich jene, die „fernsehähnlich“ und daher nichts anderes sind, als „Fernsehdienste“, die nicht terrestrisch, sondern im Internet verbreitet werden.

Vor diesem Hintergrund ergibt sich im Bereich des liechtensteinischen Rundfunkrechts die Herausforderung, die „audiovisuellen Mediendienste auf Abruf“ in geeigneter Weise zu integrieren, ohne die systematische Grundkonzeption und Orientierung am deutschen Rundfunkrecht, insbesondere dem Staatsvertrag für Rundfunk- und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV) vom 31.08.1991 i.d.F. des 13. Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge vom 10.03.2010 (GBl. S.307), in Kraft getreten am 01.04.2010, aufzugeben. Dies umso mehr, als die – kompetenzrechtlich für das Rundfunk- und Telemedienrecht zuständigen – Bundesländer im Rahmen der 13. Änderung des gegenständlichen Rundfunkstaatsvertrags die Richtlinie 2007/65/EG bereits berücksichtigt bzw. umgesetzt haben.

Der Vollständigkeit halber ist im gegenständlichen Zusammenhang darauf hinzuweisen, dass der österreichische Gesetzgeber im Rahmen der jüngsten Rundfunkrechtsnovelle (BGBl. I Nr. 2010/50) das PrivatfernsehG nicht nur materiell, sondern auch systematisch an die AMD-RL angepasst hat. Im Bereich des österreichischen Rundfunkrechts überrascht dies jedoch insofern nicht, als dort – im Unterschied zum deutschen und liechtensteinischen Rundfunkrecht - bereits

vorher Sondergesetze für die Bereiche „Privatfernsehen“ und „Privatradio“ bestanden haben, die eine Übernahme der auf fernsehähnliche Onlinemedien beschränkten Systematik der AMD-RL ermöglicht bzw. erheblich vereinfacht haben.

Der liechtensteinische Gesetzgeber hat sich jedoch im Jahre 2005 bewusst und aus guten Gründen für einen integralen Ansatz im Bereich des Medienrechts im Allgemeinen und des Rundfunkrechts im Besonderen entschieden, der den Phänomenen der Digitalisierung und der Medienkonvergenz gerecht wird, weshalb eine Übernahme der auf fernsehähnliche Onlinemedien beschränkten Systematik der AMD-RL in Liechtenstein nicht in Betracht kommt.

Zur Vermeidung von Missverständnissen ist im gegenständlichen Zusammenhang dezidiert darauf hinzuweisen, dass in Bezug auf die Systematik einer Richtlinie keinerlei Umsetzungspflicht besteht und eine eigenständige Systematik - wie sie in den technikgeneigten Bereichen des Medien-, Kommunikations- und IT-Rechts innerhalb der EWR-Mitgliedstaaten häufig vorkommt, die ordnungsgemässe vollständige Umsetzung der materiellen Vorschriften einer Richtlinie nicht behindert.

Zu Art. 1 Abs. 2 Bst. d und Abs. 3 Bst. a

Die gegenständliche Bestimmung betreffend den persönlichen Geltungsbereich des MedienG ist in Übereinstimmung mit Art. 2 Abs. 2 bis 4 AMD-RL anzupassen, wobei der Begriff „Fernsehveranstalter“ angesichts der Ausdehnung des Geltungsbereichs der AMD-RL durch den Begriff „Mediendiensteanbieter“ im Sinne des Art. 1 Bst. d AMD-RL zu ersetzen ist.

In systematischer Hinsicht ist – wie bereits im geltenden Recht – von einer (wörtlichen) Umsetzung der komplizierten und systematisch eher verunglückten Regelungen in Art. 2 Abs. 2 bis 4 AMD-RL zu Gunsten eines Verweises auf diese Regelungen Abstand zu nehmen.

Der Umsetzungshinweis in Abs. 3 ist an den neuen Titel der AMD-RL anzupassen, wobei vor dem Hintergrund der bisher noch nicht erfolgten Übernahme der RL 2007/65/EG in die EWR-Rechtssammlung der Verweis auf die Sammlungsfundstelle noch zu vervollständigen sein wird.

Zu Art. 2 Abs. 1 Ziff. 1a

Die gegenständliche Definition des Begriffes „Medieninhalte“ soll im Interesse der Rechtssicherheit sowie in Übereinstimmung mit der Änderung des österreichischen MedienG durch BGBl. I Nr. 2009/8 übernommen werden. Dies insbesondere deshalb, weil in den Art. 6, 8, 13, 14, sowie in Abschnitt F des MedienG der Begriff mehrfach gebraucht wird.

Zu Art. 2 Abs. 1 Ziff. 7a

Im Lichte des Art. 3a AMD-RL ist Art. 11 Abs. 2 MedienG anzupassen (dazu sogleich), wobei die Definition des dort nunmehr gebrauchten Begriffes „elektronische Kontaktdaten“ aus systematischen Gründen sowie zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Art. 11 Abs. 2 MedienG in die Begriffsbestimmungen übernommen werden soll.

Zu Art. 2 Abs. 1 Ziff. 15

Die gegenständliche Bestimmung stellt eine Umsetzung des Art. 1 Bst. c der AMD-RL dar, wurde jedoch angesichts des umfassenden Geltungsbereichs des MedienG bereits ursprünglich über den persönlichen Geltungsbereich der gegenständlichen RL (Fernsehveranstalter) ausgedehnt, weshalb eine Anpassung an die zwischenzeitlich erfolgte Neufassung der Definition in Art. 1 Bst. j der gegenständlichen AMD-RL nicht erforderlich ist. Vielmehr soll die Bestimmung durch den Einschub der Wendung „mangels Kennzeichnung“ an die jüngste Änderung des dRStV angepasst werden; dies im Interesse der Rechtssicherheit.

Zu Art. 2 Abs. 1 Ziff. 17

Die Definition des Begriffs „Rundfunk“ beruht auf deutscher Rezeptionsvorlage, namentlich § 2 Abs. 1 dRStV, der zwischenzeitlich an die neue technische Entwicklung sowie Art. 1 Bst. a AMD-RL angepasst wurde. Diese Novellierung der Rezeptionsvorlage soll hiermit nachvollzogen werden.

Zu Art. 2 Abs. 1 Ziff. 18

Die gegenständliche Bestimmung wird in Übereinstimmung mit der Anpassung der Rezeptionsvorlage, namentlich § 2 Abs. 2 Ziff. 1 dRStV, angepasst und vereinfacht, indem die Wendung „planvoll und zeitlich geordnete Folge von lokal, regional oder überregional verbreiteten Darbietungen“ durch die Wendung „eine nach einem Sendeplan zeitlich geordnete Folge von Medieninhalten“ ersetzt wird.

Der Begriff „Sendeplan“ war auch deshalb einzuführen, weil er u.a. das nach Art. 1 Bst. b AMD-RL wesentliche Unterscheidungskriterium zwischen einem Fernsehprogramm (d.h. einem linearen audiovisuellen Mediendienst) einerseits und einem audiovisuellen Mediendienst auf Abruf (d.h. einem nicht-linearen audiovisuellen Mediendienst) andererseits bildet.

Zu Art. 2 Abs. 1 Ziff. 21

Die Definition der „Sendung“ orientiert sich bereits heute am deutschen Rundfunkrecht und umfasst in Übereinstimmung mit der ebenfalls aus Deutschland rezipierten integralen Systematik des liechtensteinischen Rundfunkrechts sowohl Fernseh- als auch Radiosendungen. Vor diesem Hintergrund orientiert sich die Anpassung der gegenständlichen Definition auch weiterhin an § 2 Abs. 2 Ziff. 2 dRStV und nicht an der auf Fernsehsendungen beschränkten und daher für das liechtensteinische Medienrecht zu kurz greifenden Definition nach Art. 1 Bst. b AMD-RL. Im Hinblick auf die (vollständige) Umsetzung der materiellen Bestim-

mungen der gegenständlichen Richtlinie ist diese systematische Abweichung unbeachtlich.

Zu Art. 2 Abs. 1 Ziff. 24a

Die gegenständliche Bestimmung dient der Umsetzung des Art. 1 Bst. m AMD-RL in einer an die integralen Systematik des liechtensteinischen Medienrechts angepassten Form, wobei in Übereinstimmung mit der deutschen Rezeptionsvorlage, namentlich § 2 Abs. 2 Ziff. 11 dRStV, keine Beschränkung auf Fernsehsendungen erfolgen soll; dies im Bewusstsein der geringeren praktischen Relevanz für Radiosendungen.

Zu Art. 2 Abs. 1 Ziff. 28

Die gegenständliche Bestimmung wurde jüngst zur Klärung des Begriffs „Patronanzsendung“ eingeführt. Vor dem Hintergrund jedoch, dass dieser Begriff in der AMD-RL nicht vorkommt und zwischenzeitlich auch in den österreichischen Rezeptionsvorlagen im Rahmen der jüngsten Rundfunkrechtsnovelle konsequent beseitigt und durch den Begriff „gesponserte Sendung“ ersetzt wurde (vgl. § 17 ORF-G und § 37 AMD-G i.d.F. BGBl. I Nr. 2010/50), ist dasselbe sowohl in Bezug auf die gegenständliche Definition als auch auf die entsprechenden Bestimmungen des LRFVG vorzunehmen.

Gleichzeitig soll die Definition in Übereinstimmung mit der Definition des Begriffs „Sponsoring“ in Ziff. 23 des gegenständlichen Absatzes sowie Art. 1 Bst. k AMD-RL auf solche Unternehmen ausgedehnt werden, die im Bereich des Rundfunks tätig sind.

Zu Art. 6 Abs. 2 Bst. e

Die gegenständliche Bestimmung stellt eine Umsetzung des Art. 3 b AMD-RL in einer der integralen Systematik des liechtensteinischen Medienrechts angepassten Form dar, wobei das „Hetze- und Diskriminierungsverbot“ als allgemeiner

Grundsatz für sämtliche Medieninhalte statuiert wird, weil es keine sachliche Rechtfertigung dafür gibt, dieses Verbot lediglich auf den Bereich der audiovisuellen Mediendienste im Sinne des AMD-RL zu beschränken. Dies insbesondere auch vor dem Hintergrund, dass Onlinemedien, die nicht fernsehähnlich sind und damit auch nicht vom sachlichen Geltungsbereich der AMD-RL erfasst sind, (mittlerweile) als Hauptbetätigungsfeld für die Verbreitung dieser verpönten Medieninhalte zu betrachten sind, weshalb sich eine medienübergreifende Regelung geradezu aufdrängt.

Zu Art. 11 Abs. 2 und 4 Satz 1

Die Anpassung der gegenständlichen Bestimmung dient der Umsetzung des Art. 3a AMD-RL in einer an die (integrale) Systematik des liechtensteinischen Medienrechts angepassten Form, wobei – wie bereits in den Erläuterungen zu Art. 2 Abs. 1 Ziff. 7a erwähnt – der dort definierte Begriff der „elektronischen Kontaktdaten“ verwendet werden soll.

Ausserdem soll anstelle des in Art. 3a AMD-RL gebrauchten Begriffs der „geographischen Anschrift“ der *terminus technicus* „Zustelladresse“ im Sinne des Zustellgesetzes verwendet werden.

Im gegenständlichen Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass der Begriff des periodischen Mediums nach Art. 2 Abs. 1 Ziff. 2 MedienG sämtliche Medien umfasst, die in vergleichbarer Gestaltung ständig oder in fortlaufenden Ausgaben erscheinen, und zwar unabhängig davon, ob es sich um elektronische Medien oder Medienerzeugnisse im Sinne des MedienG handelt. Dadurch ist gewährleistet, dass sowohl die vom sachlichen Geltungsbereich der AMD-RL erfassten als auch alle anderen periodischen Medien erfasst sind und sich die (mitunter) schwierigen Abgrenzungsfragen, insbesondere im Zusammenhang mit Onlinemedien, nicht stellen.

Abs. 4 Satz 1 soll dahingehend präzisiert werden, dass die Impressumpflicht von Rundfunkveranstaltern nicht zwingend in einem ihnen zurechenbaren Online-medium im Sinne des Art. 2 Abs. 1 Ziff. 4 MedienG erfüllt werden muss, sondern es ausreicht, wenn diese Pflicht auf einer (einfachen) Webseite des Rundfunkveranstalters erfüllt wird, weil dies zur Erreichung des Normzweckes genügt.

Zu Art. 12 Abs. 5

Die österreichische Rezeptionsvorlage der gegenständlichen Bestimmung, namentlich § 25 öMedienG, ist im Schrifttum auch nach der Novellierung durch BGBl. I Nr. 2005/49 insofern der Kritik ausgesetzt, als die (mitunter schwierige) Grenzziehung zwischen „normalen“ und „kleinen“ Webseiten aus dem Gesetzeswortlaut selbst nicht zu erschliessen sei, wobei die Bezugnahme auf die „Selbstdarstellung“ (Präsentation des Medieninhabers) bzw. „Darstellung des persönlichen Lebensbereiches“ keine geeigneten Kriterien für eine trennscharfe Abgrenzung darstellen sollen (vgl. *Noll* in Berka/Höhne/Noll/Polley (Hg), MedienG (2005), § 25 Rz 13 f).

Vor diesem Hintergrund soll von einem Nachvollzug der – unter diesem Aspekt missglückten - Novellierung der Rezeptionsvorlage Abstand genommen und stattdessen ausschliesslich auf das Kriterium der „Beeinflussung der öffentlichen Meinungsbildung“ abgestellt werden; dies unabhängig davon, ob die konkreten Medieninhalte einen Bezug zum Medieninhaber aufweisen oder nicht.

Damit ist die gegenständliche Bestimmung konsistent mit der integralen Systematik des MedienG, das die öffentliche Meinungsbildung zum wesensprägenden Merkmal eines Massenmediums erhebt (vgl. z.B. Art. 4 Abs. 1, Art. 12 Abs. 5 und Art. 55). Darüber hinaus entspricht es auch der integralen Systematik des Gesetzes - von bestimmten Spezialbestimmungen abgesehen - nicht auf die Medieninhalte, sondern vielmehr das Kriterium der „Massenkommunikation“ im Gegensatz zur „individuellen Kommunikation“ abzustellen.

Zu Art. 29 Abs. 2 Bst. c

Die gegenständliche Bestimmung ist im Lichte der Novellierung einer der Rezeptionsvorlagen, namentlich § 13 öMedienG, dahingehend zu präzisieren, als in Übereinstimmung mit § 13 Abs. 3a öMedienG die Dauer der Veröffentlichungspflicht nicht allgemein auf „mindestens einen Monat“ zu beschränken, sondern vielmehr in Relation zur Dauer der Veröffentlichung der betroffenen Tatsachendarstellung zu setzen ist.

Gleichzeitig ist vorzuschreiben, dass die Veröffentlichung „mindestens einen Monat länger“ als die betroffene Tatsachendarstellung angeboten werden muss. Diese Präzisierung erscheint insbesondere deshalb notwendig und sachgerecht, weil es durchaus denkbar ist, dass in einem Onlinemedium eine betroffene Tatsachendarstellung – sofern sie nicht durch eine einstweilige Verfügung mit sofortiger Wirkung verboten wird – während der gesamten Dauer des (ordentlichen) Hauptverfahrens veröffentlicht wird. In solchen Fällen ist es sachgerecht, dass auch die Gegendarstellung während der gesamten Dauer des Hauptverfahrens und einen Monat darüber hinaus zu veröffentlichen ist.

Zu Art. 40 Abs. 2 Satz 2

Die (pauschale) Bezugnahme auf den Einsatz neuer Werbetechniken ist (zwischenzeitlich) auch in einer der Rezeptionsvorlagen der gegenständlichen Bestimmung, namentlich § 7 Abs. 3 Satz 2 dRStV, enthalten und soll sicher stellen, dass die Kennzeichnungspflicht und das Trennungsgebot unabhängig von den sich ständig wandelnden Formen der Werbung und Werbetechniken in einer dem jeweiligen Medium angemessenen Form gewährleistet sind.

Dadurch wird gleichzeitig die in Art. 10 Abs. 1 AMD-RL vorgesehene Kennzeichnungs- und Trennungspflicht in einer der integralen Systematik des liechtensteinischen Medienrechts entsprechenden Form umgesetzt.

Zu Art. 41 Abs. 1 Bst. b und e

Die gegenständlichen Bestimmungen waren im Lichte der entsprechenden Ausdehnung des Diskriminierungsverbots in Art. 3e Abs. 1 Bst. c UBst. ii AMD-RL durch eine Bezugnahme auf die Lebensbereiche „Glauben“ und „sexuelle Orientierung“ zu ergänzen. Bei dieser Gelegenheit soll ausserdem eine Abstimmung der Diktion der gegenständlichen Bestimmung mit derjenigen des neuen Art. 6 Abs. 2 Bst. e MedienG herbeigeführt werden, sodass u.a. einheitlich der Begriff „Staatsangehörigkeit“ anstelle von „Nationalität“ gebraucht wird.

Hinsichtlich Bst. e ist in Umsetzung des Art. 3e Abs. 1 Bst. c UBst. iv AMD-RL die Wendung „in hohem Masse“ einzufügen, wodurch das Niveau der gegenständlichen Werbebeschränkung reduziert wird.

Zu Art. 43 Abs. 1 Einleitungssatz sowie Bst. a und Abs. 2

Die gegenständliche Bestimmung ist in Übereinstimmung mit Art. 3e Abs. 1 Bst. g AMD-RL insofern (leicht) anzupassen, als neben „Kaufapellen“ auch „Appelle zum Mieten von Waren oder Dienstleistungen“ untersagt werden. Dadurch wird das Schutzniveau im Bereich der Werbung, die sich an Kinder und Jugendliche richtet, angehoben.

Art. 3e Abs. 2 AMD-RL sieht vor, dass Mediendiensteanbieter im Bereich der Werbung bei und in Kindersendungen zur sog. Selbstregulierung angehalten bzw. bestärkt werden sollen. Gleichzeitig werden Vorgaben für die Selbstregulierung hinsichtlich ernährungsbezogener Werbung gemacht, deren Detaillierungsgrad über das für eine Gesetzesbestimmung vertretbare Mass hinausgehen, weshalb es angezeigt erscheint, in Abs. 2 lediglich eine Pflicht für die Rundfunkveranstalter zum Erlass und zur Veröffentlichung entsprechender Richtlinien unter Verweis auf die soeben zitierte Bestimmung der AMD-RL vorzusehen. Dies insbesondere auch deshalb, weil die Richtlinienvorgaben in diesem Bereich inskünftig mit Sicherheit in regelmässigen Abständen angepasst werden. Die insofern not-

wendige Flexibilität kann durch einen Verweis auf die AMD-RL besser hergestellt werden, als durch eine wörtliche Rezeption des Richtlinienwortlauts.

Das heute in Abs. 2 geregelte Verbot betreffend Teleshopping, das sich mit gezielten Appellen an Minderjährige richtet, wird neu durch die in Art. 44 normierte sinngemässe Anwendung der Werbeverbote und -beschränkungen der Art. 40 bis 43 auch und gerade im Bereich des Teleshoppings abgedeckt, weshalb insofern kein Regelungsdefizit entsteht.

Zu Art. 44

In Übereinstimmung mit der heutigen systematischen Lösung der Ausdehnung der (allgemeinen) Werbeverbote und -beschränkungen der Art. 40 bis 43 MedienG auf andere Werbeformen soll die gegenständliche Bestimmung dahingehend angepasst werden, als eine sinngemässe Anwendung dieser Verbote und Beschränkungen für Werbung in allen elektronischen Medien vorgeschrieben wird, wobei die in der AMD-RL geregelten Beschränkungen betreffend Sponsoring und Produktplatzierung im Rundfunk (einschliesslich rundfunkähnlicher Onlinemedien) in der demonstrativen Aufzählung explizit erwähnt werden sollen.

Zu Art. 46 Abs. 3

Die gegenständliche Bestimmung ist im Hinblick auf die Aufhebung des Art. 49 MedienG (dazu sogleich) dahingehend anzupassen, als der Verweis auf Art. 49 im letzten Halbsatz ersatzlos zu streichen ist.

Zu Art. 49 und 54 Abs. 2

Die Rezeptionsvorlage der gegenständlichen Bestimmung, namentlich § 35 öMedienG wurde im Zuge der Schaffung des österreichischen Verbandsverantwortlichkeitsgesetzes im Jahre 2005 (BGBl. I Nr. 2005/151) mit der Begründung ersatzlos aufgehoben, dass die darin geregelte Haftung des Medieninhabers für die Geldstrafe und die Kosten des Verfahrens (einschliesslich der Kosten der Urteils-

veröffentlichung) durch die neue Haftungsregelung im VerbandsverantwortlichkeitsG in einer übergreifenden und für sämtliche Rechtsbereiche/Branchen verbindlichen Art und Weise geregelt sei. Vor dem Hintergrund, dass sich in Liechtenstein derzeit ein entsprechendes Gesetzesvorhaben betreffend die Verbandsverantwortlichkeit in parlamentarischer Behandlung befindet und in der geplanten materiellen Regelung betreffend die Verbandsgeldstrafe (§§ 74a ff StGB) eine mit der im österreichischen VerbandsverantwortlichkeitsG (nahezu) identische Rechtslage geschaffen werden soll (vgl. Bericht und Antrag Nr. 52/2010 betreffend die Abänderung des Strafgesetzbuches und der Strafprozessordnung zur Einführung der strafrechtlichen Verantwortlichkeit von juristischen Personen), liegt eine damit im Einklang stehende Aufhebung der gegenständlichen Haftungsbestimmung im MedienG auf der Hand; wenngleich zu betonen ist, dass der liechtensteinische Gesetzesentwurf betreffend die Verbandsverantwortlichkeit – im Gegensatz zum österreichischen Gesetzesentwurf – keine (umfassende) Rechtsbereinigung in dem Sinne vorsieht, dass sämtliche Haftungsbestimmungen in anderen Gesetzen aufgehoben werden, sondern in § 74g Abs. 2 StGB lediglich vorgesehen ist, dass gesetzliche Bestimmungen über die solidarische Mithaftung juristischer Personen bei Verurteilung zur einer Verbandsgeldstrafe und Kosten keine Anwendung finden. Eine auf das MedienG beschränkte Rechtsbereinigung kann daher, muss aber nicht vorgenommen werden.

Die Wendung „und die Haftung“ in Art. 54 Abs. 2 bezieht sich auf die Haftung nach Art. 49 und ist daher anlässlich der (geplanten) Aufhebung des Art. 49 ebenfalls zu streichen.

Zu Art. 56a

Die Einführung der gegenständlichen Bestimmung dient der Umsetzung des Art. 3c AMD-RL, wobei aus systematischen Gründen eine Regelung des barrierefreien Zugangs zu Rundfunkprogrammen im MedienG einer Regelung im Gesetz über

die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen (BGIG) vorzuziehen ist, weil es der Anspruch des MedienG ist, dass Medieninhaber im Allgemeinen und Rundfunkveranstalter im Besonderen sämtliche Pflichten in Bezug auf die Präsentation des Medien- bzw. Programminhalts aus dem MedienG ersehen können.

Hinsichtlich der Förderung solcher Massnahmen stellt sich die Situation genau umgekehrt dar: Im BGIG und der dazugehörigen Verordnung sind umfangreiche Regelungen betreffend die Förderung von Massnahmen für sprach-, hör- oder sehbehinderte Menschen vorgesehen, wobei in Art. 17 Abs. 6 BGIG explizit geregelt ist, dass das Gemeinwesen Massnahmen fördern kann, die Fernsehsendungen hör- und sehbehinderten Menschen zugänglich machen. In Abs. 2 der gegenständlichen Bestimmung kann daher mit einem Verweis auf die Gesetzgebung über Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen das Auslangen gefunden werden. Von einem „Artikelverweis“ auf Art. 17 Abs. 6 BGIG soll Abstand genommen werden, weil die Förderbestimmungen betreffend Menschen mit Behinderungen im Allgemeinen und betreffend Massnahmen im Bereich des Rundfunks im Besonderen einer Ausführung auf Verordnungsebene bedürfen.

Aufgrund des Verweises im neuen Art. 82 Abs. 2 gilt die gegenständliche Bestimmung sinngemäss auch für fernsehähnliche Onlinemedien.

Zu Art. 58 Abs. 2, 3a und 5a

Die gegenständlichen Bestimmungen betreffend Exklusivrechte an Ereignissen von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung waren im Lichte der Abänderung der entsprechenden EWR-rechtlichen Vorgaben durch Art. 3j der RL 2007/65/EG anzupassen. Bei dieser Gelegenheit sollen einige Präzisierungen im Lichte der neuesten Entwicklungen im Bereich der Rezeptionsvorlagen der gegenständlichen Bestimmungen vorgenommen werden: So soll durch die neuen Absätze 3a und 5a in Übereinstimmung mit der jüngsten Novellierung des österreichischen

Fernseh-ExklusivrechteG, BGBl. I Nr. 2001/85, durch das Bundesgesetz vom 17.06.2010, mit dem das Bundesverfassungsg, das Komm Austria-Gesetz, das TelekommunikationsG 2003, das VerwertungsgesellschaftenG 2006, das ORF-Gesetz, das PrivatfernsehG, das Privatradiog und das Fernseh-ExklusivrechteG geändert werden, einerseits der Begriff der „frei zugänglichen Rundfunksendung“ in Übereinstimmung mit § 3 Abs. 4 öFernseh-ExklusivrechteG und andererseits die Schadenersatzpflicht eines rechtswidrig handelnden Rundfunkveranstalters in Übereinstimmung mit § 3 Abs. 7 öFernseh-ExklusivrechteG präzisiert werden.

Zu Art. 59 Abs. 1 Satz 1

Während im Zeitpunkt der Schaffung des Mediengesetzes die technische Entwicklung im Bereich der alternativen Verbreitungstechniken für Rundfunkprogramme, insbesondere elektronische Kommunikationsnetze (Internet, Mobilfunknetze etc.) und Stromnetze, gerade begonnen hatte und in Anlehnung an die Regelungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz eine allgemeine, von der Verbreitungstechnik unabhängige Programmkonzessionspflicht angebracht erschien, hat die Praxis gezeigt, dass eine solche Pflicht im Bereich der alternativ verbreiteten Rundfunkprogramme, insbesondere der rundfunkähnlichen Onlinemedien, weder regulatorisch erforderlich noch sachlich zu rechtfertigen ist.

Im Lichte des aktuellen Standes der Technik sowie unter Berücksichtigung der diesbezüglichen Entwicklungen in Deutschland und Österreich soll das Erfordernis einer Programmkonzession auf Radio- und Fernsehprogramme beschränkt werden, soweit und solange die Verbreitung unter Nutzung von (analogen oder digitalen) terrestrischen Frequenzen oder Satellitenübertragungskapazitäten erfolgt, die der liechtensteinischen Rechtshoheit unterliegen.

Dies insbesondere auch deshalb, weil die Pflicht zum Erwerb einer Programmkonzession im Bereich der alternativ verbreiteten Rundfunkprogramme praxis-

fern und kaum überprüfbar ist. Abgesehen davon ist die Programmkonzession eine Polizeibewilligung, die ihren Ursprung in den Anfängen des (privaten) Rundfunks hat und ihre Rechtfertigung insbesondere aus der beschränkten Zahl an verfügbaren (terrestrischen) Frequenzen zur Verbreitung sowie dem Phänomen der „Ausstrahlung“ des Programms bezogen hat, durch die aufgrund der geringen Programmzahl eine sehr hohe Breitenwirkung erzielt wurde, die es angezeigt erscheinen liess, staatlicherseits ein Konzessionsverfahren durchzuführen. Diese Erwägungen treffen in der heutigen, internetgeprägten Medienlandschaft (wenn überhaupt) nur noch auf Rundfunkprogramme zu, die unter Nutzung von (analogen oder digitalen) terrestrischen Frequenzen und/oder Satellitenübertragungskapazitäten verbreitet werden. Keinesfalls jedoch auf solche Rundfunkprogramme, die unter Nutzung von alternativen Verbreitungstechniken verbreitet werden.

Im Bereich der alternativen Verbreitungstechniken, insbesondere der Verbreitung über das Internet („rundfunkähnliche Onlinemedien“) ist weder die Ressourcenknappheit noch das Phänomen der „Ausstrahlung“ gegeben, weshalb die Erlangung einer Konzession nicht zu rechtfertigenden ist. Vielmehr kann mit den Aufsichts- und Eingriffskompetenzen der medienrechtlichen Aufsichtsbehörde das Auslangen gefunden werden. Dies umso mehr, als im Bereich der wichtigsten alternativen Verbreitungstechnik, mithin der elektronischen Kommunikation, durch den neuen Rechtsrahmen das Konzessionsregime vollständig beseitigt und in Übereinstimmung mit den EWR-rechtlichen Vorgaben ein sog. „Melderegime“ eingeführt wurde (Bericht und Antrag Nr. 104/2005, S. 8 ff).

Im Lichte dieser Erwägungen soll die Konzessionspflicht auf solche Radio- und Fernsehprogramme beschränkt werden, die unter Nutzung von terrestrischen oder satellitengestützten Ressourcen verbreitet werden. Vor dem Hintergrund der Möglichkeit der gleichzeitigen Verbreitung desselben Programms unter Nut-

zung verschiedener Verbreitungstechniken sowie dem allfälligen Wechsel der Verbreitungstechnik, soll durch die Wendung „soweit und solange“ klargestellt werden, dass sich die Konzessionspflicht jeweils nur auf die „klassische“ Verbreitung über (analoge oder digitale) terrestrische Frequenzen und/oder satellitengestützte Übertragungskapazitäten beschränkt.

Von der Statuierung einer Melde- bzw. Anzeigepflicht für alternativ verbreitete Radio- und Fernsehprogramme kann vor dem Hintergrund der Systematik des MedienG, dessen allgemeine Vorschriften ohnehin für sämtliche Medien gelten, abgesehen werden. Dies auch deshalb, weil durch die im Kommunikationsrecht statuierte Meldepflicht (Art. 43 KomG i.V.m. Art. 3 f VKND) die notwendige Transparenz und Aufsicht auch bei solchen Radio- und Fernsehprogrammen sichergestellt ist, die über elektronische Kommunikationsnetze verbreitet werden.

Zu Art. 70

Die gegenständliche Bestimmung war im Lichte der Abänderung der einschlägigen EWR-rechtlichen Vorgaben durch Art. 3f der RL 2007/65/EG anzupassen, wobei in Übereinstimmung mit der entsprechenden Novellierung der österreichischen Rezeptionsvorlage durch BGBl. I Nr. 2010/50, namentlich § 37 AMD-G, von der (zwischenzeitlich) überholten Diktion „Patronanzsendung“ abzugehen ist und stattdessen die mittlerweile allgemein gebräuchlichen Begriffe „Sponsoring“ und „Gesponserte Sendung“ verwendet wird.

Die heute in Abs. 4 enthaltene Einrechnungsvorschrift betreffend An- und Absagen von gesponserten Sendungen (Patronanzsendungen) kann vor dem Hintergrund der Lockerung der EWR-rechtlichen Vorgaben betreffend die höchstzulässige Werbedauer und deren Berechnung (Art. 18 AMD-RL) ersatzlos entfallen.

Das heute in Abs. 5 enthaltene Verbot der Gestaltung von Sendungen oder Sendungsteilen nach thematischen Vorgaben Dritter gegen Entgelt geht über die EWR-rechtlichen Vorgaben hinaus und kann daher ebenfalls ersatzlos entfallen.

Aufgrund des Verweises im neuen Art. 82 Abs. 2 gilt die gegenständliche Bestimmung sinngemäss auch für fernsehähnliche Onlinemedien.

Zu Art. 70a

Die EWR-rechtlichen Vorgaben betreffend die Produktplatzierung sehen in Art. 3g AMD-RL kein generelles, sondern nur ein grundsätzliches Verbot mit - von den Mitgliedstaaten zu konkretisierenden - Ausnahmen vor, weil dem Umstand Rechnung getragen wurde, dass es sich bei der Produktplatzierung um eine Tatsache in Kinospiefilmen und audiovisuellen Fernsehproduktionen handelt (Ziff. 60 f der Erwägungen der AMD-RL). Vor diesem Hintergrund soll im liechtensteinischen MedienG eine entsprechende Regelung unter Ausschöpfung des von der AMD-RL eingeräumten Gestaltungsspielraums getroffen werden, wobei anstelle des systematisch (eher) unglücklichen Regelungsversuch in Art. 3g AMD-RL eine eigenständige Lösung gefunden werden soll, die sich im Wesentlichen an § 44 dRStV und § 38 öAMD-G orientiert.

Aufgrund des Verweises im neuen Art. 82 Abs. 2 gilt die gegenständliche Bestimmung sinngemäss auch für fernsehähnliche Onlinemedien.

Zu Art. 71 Abs. 4

In Übereinstimmung mit der entsprechenden Anpassung der Rezeptionsvorlage der Abs. 2 und 3 der gegenständlichen Bestimmung, namentlich § 7 Abs. 5 und 6 dRStV, soll klargestellt werden, dass die Beschränkungen für Dauerwerbeseinsendungen sowie die Einfügung virtueller Werbung auch für Teleshopping gelten. Dadurch wird u.a. auch dem Umstand Rechnung getragen, dass Fernsehwerbung und Teleshopping auch in Kapitel IV der RL 2007/65/EG gleichbehandelt werden.

Zu Art. 72 Abs. 1 bis 5

Die gegenständlichen Bestimmungen sind im Lichte der Abänderung der EWR-rechtlichen Vorgaben durch Art. 10 ff der RL 2007/65/EG in Übereinstimmung mit der Rezeptionsvorlage (§ 7a Abs. 1, 2 und 3 dRStV) anzupassen bzw. aufzuheben. Vor dem Hintergrund der Lockerung der EWR-rechtlichen Vorgaben betreffend die Unterbrecherwerbung in Art. 11 AMD-RL können die Absätze 3 und 5 der gegenständlichen Bestimmung ersatzlos aufgehoben werden.

Zu Art. 73 Abs. 1 und 2

Die gegenständliche Bestimmung stellt eine Umsetzung des Art. 18 AMD-RL dar und ist daher in Übereinstimmung mit der Novellierung dieser Richtlinienbestimmung dahingehend anzupassen, dass anstelle der bisher vorgesehenen täglichen Höchstgrenze für die Werbedauer nur, aber immerhin noch eine Höchstgrenze betreffend den Anteil an Werbung innerhalb einer vollen Stunde vorgeschrieben wird.

Ausserdem ist der neu in Art. 18 Abs. 2 AMD-RL vorgesehene Hinweis hinsichtlich der bei der Berechnung der Höchstgrenze nicht mitzurechnenden Sendezeit für Produktplatzierungen und Sponsorenhinweise aufzunehmen.

Zu Art. 74 Abs. 2

Ebenso wie die Begrenzung der zulässigen Werbedauer pro Tag kann auch die Begrenzung der zulässigen Zahl an Teleshopping-Fenstern pro Tag (Art. 18a Abs. 2 AMD-RL) fallen gelassen und deshalb Satz 1 und 2 der gegenständlichen Bestimmung ersatzlos aufgehoben werden.

Zu Art. 75

Der sachliche Geltungsbereich der gegenständlichen Bestimmung ist im Lichte der entsprechenden Novellierung des Art. 19 AMD-RL auf sog. „reine Werbe- und Teleshoppingkanäle“ auszudehnen.

Zu Art. 76 Abs. 1 Einleitungssatz sowie Abs. 1 Bst. a und Abs. 3

Die aufgrund der Novellierung der AMD-RL erforderliche Anpassung des Verweises in Abs. 1 der gegenständlichen Bestimmung soll zum Anlass genommen werden, um den Verweis in den Einleitungssatz zu übernehmen und dadurch die Systematik der Bestimmung zu verbessern. In materieller Hinsicht ändert sich dadurch nichts an der gegenständlichen Bestimmung.

Die gegenständliche Bestimmung soll in Umsetzung des Art. 9 AMD-RL durch die Wendung „Fernsehprogramme, die sich an ein lokales Publikum richten und die nicht an ein nationales Fernsehnetz angeschlossen sind“ ergänzt werden. Dies im Sinne einer reinen „Formalumsatzung“ und ungeachtet dessen, dass dieser Regelung in Liechtenstein aufgrund der lokalen Verhältnisse keine praktische Relevanz zukommt; vielmehr soll lediglich einer allfälligen Rüge der ESA betreffend die (formale) Nichtumsatzung des Art. 9 AMD-RL vorgebeugt werden.

Zu Art. 76 a

Vor dem Hintergrund, dass das Kinder- und Jugendgesetz (KJG), LGBl. 2009 Nr. 29, in Art. 67 und 68 umfangreiche Schutzbestimmungen, insbesondere auch für audiovisuelle Medienprodukte und –dienstleistungen, enthält, bedarf es zur Umsetzung des Art. 22 AMD-RL lediglich einiger ergänzenden Vorschriften für Fernsehprogramme, die in der gegenständlichen Bestimmung und - bei Bedarf - in weiteren Detailvorschriften auf Verordnungsebene in Übereinstimmung mit den Richtlinienvorgaben geregelt werden sollen.

Wichtig ist dabei, dass sich der Geltungsbereich der gegenständlichen Bestimmung auf Fernsehprogramme beschränkt, während der Kinder- und Jugendschutz im Bereich der fernsehähnlichen Onlinemedien, wie er in Art. 3h AMD-RL vorgesehen ist, gestützt auf die Verordnungskompetenz des neuen Art. 82 Abs. 3 zu regeln ist. Dies insbesondere deshalb, weil der Bereich der elektronischen Medien im Allgemeinen und der Onlinemedien im Besonderen von ungleich

grösserer Dynamik geprägt sind, weshalb Schutzmassnahmen, insbesondere solche technischer Natur, wie Verschlüsselungstechnologien und Altersverifikationssysteme, zweckmässigerweise mit Verordnung geregelt werden, um die notwendige Aktualität und Flexibilität der Regelungen zu gewährleisten. Dies entspricht auch der Lösung des Richtliniengebers, der auf (technische) Detailvorschriften für audiovisuelle Mediendienste verzichtet und stattdessen das Ergreifen angemessener Schutzmassnahmen den Mitgliedstaaten anheim gestellt hat.

Im gegenständlichen Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass einschlägige Detailvorschriften aus systematischen Gründen zweckmässigerweise in die Verordnung über den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Bereich der audiovisuellen Medien (Kinder- und Jugendschutz-Medien-Verordnung; KJMV), LGBL 2009 Nr. 97, integriert werden sollen.

Zu Art. 79 Abs. 3 und 6

Die gegenständlichen Bestimmungen sind im Lichte der entsprechenden Abänderung des Art. 2a AMD-RL dahingehend anzupassen, als klar zwischen der „Untersagung der Weiterverbreitung“ einerseits und der „vorläufigen Aussetzung“ andererseits zu differenzieren ist und gleichzeitig eine ausdrückliche gesetzliche Grundlage für die Einführung von Verordnungsbestimmungen zur Umsetzung der einschlägigen Detailvorschriften der AMD-RL sowie des europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen vorzusehen ist.

Die Regelung der in der AMD-RL vorgesehenen Aussetzungstatbestände sowie des entsprechenden Verfahrens auf Verordnungsebene drängt sich indes schon deshalb auf, weil Detaillierungsgrad und Umfang dieser Vorschriften sowie die erforderliche Flexibilität eine Regelung auf Verordnungsebene nahe legen.

Zu Art. 82

Im Lichte der bisherigen Entwicklung im Bereich der Onlinemedien sowie der Ausdehnung des sachlichen Geltungsbereichs der AMD-RL auf sog. „audiovisuelle Mediendienste auf Abruf“, d.h. nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste, ist die gegenständliche Bestimmung in Übereinstimmung mit der integralen Systematik des liechtensteinischen Medienrechts, das sich auch und gerade in diesem Punkt am deutschen Rundfunkrecht orientiert, grundlegend zu überarbeiten:

In Übereinstimmung mit Art. 3 Abs. 8 AMD-RL ist Abs. 1 der gegenständlichen Bestimmung insofern anzupassen, als der Vorrang der medienrechtlichen Vorschriften gegenüber den auf der RL 2000/31/EG beruhenden Sondervorschriften des Gesetzes über den elektronischen Geschäftsverkehr, LGBl. 2003 Nr. 133, explizit zu normieren ist. Grundsätzlich ergibt sich dies bereits aus der Systematik des Mediengesetzes mit einem für alle Medien geltenden allgemeinen Teil und Sondervorschriften für bestimmte Mediengattungen, insbesondere den Rundfunk und die (fernsehähnlichen) Onlinemedien. Im Interesse der Rechtssicherheit soll jedoch eine entsprechende Präzisierung des Abs. 1 erfolgen.

In Abs. 2 ist in Übereinstimmung mit dem neuen Ansatz betreffend die Konzessionspflicht (vgl. die Erläuterungen zu Art. 59 Abs. 1) die pauschale Anwendbarkeit der Bestimmungen über den Rundfunk, einschliesslich der Konzessionspflicht, auf rundfunkähnliche Onlinemedien zugunsten eines zeitgemässen und praxisnahen Ansatzes zu beseitigen und stattdessen die selektive Anwendbarkeit jener rundfunkrechtlichen Sondervorschriften vorzusehen, die auch aufgrund der Vorgaben der AMD-RL für alle audiovisuellen Mediendienste anwendbar sind.

Anstelle der in der AMD-RL vorgesehenen, systematisch jedoch missglückten Einführung der Kategorie „audiovisuelle Mediendienste auf Abruf“ soll indes in Abs. 2 eine Unterkategorie von Onlinemedien definiert werden, die nach Form und Inhalt fernsehähnlich sind und von einem Medieninhaber zum individuellen

Abruf zu einem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und aus einem vom Medieninhaber festgelegten Programm katalog angeboten werden („fernsehähnliche Onlinemedien“).

Dies entspricht im Wesentlichen der - systematisch überzeugenden und eleganten - Umsetzungsvariante im deutschen Rundfunkrecht (§ 58 Abs. 3 dRStV), auf dem die Systematik der rundfunkrechtlichen Vorschriften des liechtensteinischen Mediengesetzes beruht. Durch diese Lösung kann ausserdem mittels Verweis auf die in Art. 56a, 70 und 70a enthaltenen rundfunkrechtlichen Sondervorschriften das Auslangen gefunden und eine Durchbrechung der integralen Systematik des liechtensteinischen Medienrechts durch die Einführung von redundanten Bestimmungen für „Rundfunkprogramme“ einerseits und „audiovisuelle Mediendienste auf Abruf“ andererseits vermieden werden. Dadurch wird im Übrigen verhindert, dass durch die systematisch missglückte Lösung der AMD-RL Verwirrung in Bezug auf den Geltungsbereich der allgemeinen und besonderen Vorschriften des Mediengesetzes in Bezug auf „fernsehähnliche Onlinemedien“ entsteht.

Die erforderlichen Detailvorschriften betreffend „fernsehähnliche Onlinemedien“ werden auf Verordnungsebene getroffen.

Zu Abs. 3 ist unter Verweis auf das bereits in den Erläuterungen zu Art. 76a Ausgeführte festzuhalten, dass angesichts der Dynamik im Bereich der elektronischen Medien im Allgemeinen und der Onlinemedien im Besonderen sämtliche Detailvorschriften betreffend die Sperre oder Beschränkung des Zugangs zu (fernsehähnlichen) Onlinemedien in Übereinstimmung mit Art. 2 a Abs. 4 bis 6 AMD-RL sowie den Sondervorschriften der Kinder- und Jugendschutzgesetzgebung und der Förderung europäischer Werke in Übereinstimmung mit Kap. IIa und IIb AMD-RL auf Verordnungsebene getroffen werden sollen. Auch dafür bie-

tet sich eine entsprechende Ergänzung der Verordnung zum Kinder- und Jugendschutzgesetz aus systematischen Gründen an.

Im gegenständlichen Zusammenhang ist ausserdem darauf hinzuweisen, dass die im Allgemeinen Teil des Mediengesetzes enthaltenen Schutzbestimmungen, insbesondere über den Schutz der Persönlichkeit (Art. 24 ff) sowie die Vorschriften betreffend die Medieninhaltsdelikte (Art. 45 ff) selbstverständlich auch für sämtliche Onlinemedien gelten, weshalb sich der ergänzende Regelungsbedarf auf Verordnungsebene im Wesentlichen auf technische und organisatorische Detailvorschriften beschränken wird.

Zu II. - Übergangs- und Schlussbestimmungen

In Übereinstimmung mit Art. 3g Abs. 4 AMD-RL ist der zeitliche Geltungsbereich des Art. 71 auf Sendungen zu beschränken, die nach dem 19. Dezember 2009 produziert wurden.

Zu III. - Änderung von Bezeichnungen

In Art. 58 Abs. 1 und 3 sind systematische Anpassungen der Diktion vorzunehmen.

Zu IV. - Inkrafttreten

Gegenständliche Gesetzesrevision soll am Tage der Kundmachung in Kraft treten.

4.2 Abänderung des LRFG

Zu Art. 1 Abs. 2 Bst. a bis c

Die gegenständlichen Umsetzungshinweise sind im Lichte der Abänderung der verwiesenen EWR-Vorschriften in Übereinstimmung mit der EWR-Rechtssammlung (Stand 30. August 2010) zu aktualisieren.

Zu Art. 11, 12 und 15 Abs. 1 Bst. c

Die in Umsetzung der einschlägigen völkerrechtlichen Vorgaben erlassenen und im Rahmen der gegenständlichen Medienrechtsrevision angepassten Vorschriften des Mediengesetzes betreffend die Sendung europäischer Werke (Art. 76 und 82 Abs. 3), Exklusivrechte an Ereignissen von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung (Art. 58) sowie Produktplatzierung (Art. 44, 73 Abs. 1 und Art. 70a) gelten ohne Unterschied für private und öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter, weshalb die (insoweit überflüssigen) Spezialregelungen in Art. 11, 12 und 15 Abs. 1 Bst. c LRFG aufgehoben werden können, weil die Anwendung der zitierten Bestimmungen des Mediengesetzes im Wege der Subsidiaritätsklausel in Art. 1 Abs. 1a LRFG gewährleistet ist.

Zu II. - Änderung von Bezeichnungen

Hinsichtlich der Ersetzung des Begriffs „Patronanzsendung“ wird zur Vermeidung von Wiederholungen auf die Erläuterungen zu Art. 2 Abs. 1 Ziff. 28 und Art. 70 MedienG verwiesen.

Der Begriff „Online-Dienste“ wurde in der Stammfassung des LRFG in Übereinstimmung mit der österreichischen Rezeptionsvorlage (§ 3 Abs. 5 und § 18 ORF-G i.d.F. BGBl. I Nr. 2001/83) eingeführt. Im Rahmen der jüngsten Rundfunkrechtsnovelle (BGBl. I Nr. 2010/50) wurde dieser Begriff in der österreichischen Rezeptionsvorlage durch den Begriff „Online-Angebote“ ersetzt, weshalb auch die liechtensteinischen Korrespondenznormen entsprechend anzupassen sind. Abweichend von der österreichischen Rezeptionsvorlage soll jedoch auf die Statuierung einer Pflicht zur Bereitstellung von „Online-Angeboten“ sowie eine Konkretisierung von Art und Umfang solcher Angebote Abstand genommen werden, weil in Liechtenstein keine Notwendigkeit für den Erlass solcher Regelungen auf gesetzlicher Ebene besteht. Vielmehr sind diese Entscheidungen den Verantwortungsträgern des LRF überlassen, die die Frage der Bereitstellung von „Online-

Angeboten“ sowie Art und Umfang dieser nach Massgabe der technischen Entwicklung und der wirtschaftlichen Tragbarkeit beurteilen.

Im gegenständlichen Zusammenhang ist ausserdem darauf hinzuweisen, dass der Begriff „Online-Dienste“ bzw. „Online-Angebote“ nicht mit dem Begriff Online-medium im Sinne des Art. 3 Abs. 1 Ziff. 4 MedienG gleichzusetzen ist: „Online-Dienste“ bzw. „Online-Angebote“ des LRF können, müssen aber keine Onlinemedien sein.

Zu III. - Inkrafttreten

Das Inkrafttreten ist gleichzeitig mit der Revision des MedienG geplant.

5. VERFASSUNGSMÄSSIGKEIT UND EWR-KONFORMITÄT

In Bezug auf die Verfassungsmässigkeit und EWR-Konformität gegenständlicher Vorlage bestehen keine Bedenken.

6. **REGIERUNGSVORLAGEN**

6.1 **Abänderung des Mediengesetzes (MedienG)**

Gesetz

vom ...

über die Abänderung des Mediengesetzes

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

I.

Abänderung bisherigen Rechts

Das Mediengesetz (MedienG) vom 19. Oktober 2005, LGBl. 2005 Nr. 250, in der geltenden Fassung, wird wie folgt geändert:

Art. 1 Abs. 2 Bst. d und Abs. 3 Bst. a

2) Dieses Gesetz gilt nicht für:

- d) Mediendiensteanbieter, die aufgrund der Richtlinie 89/552/EWG, in der Fassung der Richtlinie 2007/65/EG, nicht der Rechtshoheit Liechtensteins unterliegen.

3) Dieses Gesetz dient der gänzlichen oder teilweisen Umsetzung:

- a) der 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“; EWR-Rechtssammlung: Anh. XI - 5p.01), in der Fassung der 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 (EWR-Rechtssammlung: Anh. XI - 5p...);

Art. 2 Abs. 1 Ziff. 1a, 7a, 15, 17, 18, 21, 24a und 28

1) Im Sinne dieses Gesetzes bedeutet:

- 1a. "Medieninhalte": Mitteilungen oder Darbietungen mit gedanklichem Inhalt in Wort, Schrift, Ton oder Bild, die in einem Medium enthalten sind;
- 7a. "Elektronische Kontaktdaten": alle Angaben, die eine schnelle Kontaktaufnahme sowie eine unmittelbare und wirksame Kommunikation ermöglichen, insbesondere Telefon- und Faxnummer, E-Mail-Adresse sowie Webseite;
15. „Schleichwerbung“: die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Medien, wenn sie absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und mangels Kennzeichnung die Allgemeinheit über ihren eigentlichen Zweck irreführen kann; eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt;

17. "Rundfunk": die für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von Radio- oder Fernsehprogrammen entlang eines Sendeplans unter Benutzung elektronischer Kommunikationsnetze, einschliesslich solcher Angebote, die verschlüsselt verbreitet werden oder gegen besonderes Entgelt empfangbar sind;
18. "Rundfunkprogramm": eine nach einem Sendeplan zeitlich geordnete Folge von Medieninhalten;
21. "Sendung": ein inhaltlich zusammenhängender, geschlossener, zeitlich begrenzter Teil eines Rundfunkprogramms;
- 24a. „Produktplatzierung“: jede Form von Werbung, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder die entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen;
28. „Gesponserte Sendung“: eine Sendung, für die durch ein nicht im Bereich des Rundfunks oder der Produktion audiovisueller Werke tätiges öffentliches oder privates Unternehmen ein Finanzierungsbeitrag mit dem Ziel geleistet wurde, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistungen des Unternehmens zu fördern;

Art. 6 Abs. 2 Bst. e

- e) zu Hass oder Diskriminierung aufgrund von Rasse, Ethnie, Geschlecht, Religion, Behinderung oder Staatsangehörigkeit auffordern oder anreizen oder dies billigen.

Art. 11 Abs. 2 und 4 Satz 1

2) Jedes im Inland verbreitete periodische Medium muss zudem folgende Angaben enthalten:

- a) Zustelladresse und elektronische Kontaktdaten des Medieninhabers und der Redaktion;
- b) Name, Zustelladresse und elektronische Kontaktdaten des Herausgebers;
- c) gegebenenfalls die zuständigen Regulierungs- oder Aufsichtsbehörden.

4) Bei Rundfunkprogrammen sind die Angaben nach Abs. 1 bis 3 auf der Webseite des Rundfunkveranstalters ständig leicht und unmittelbar auffindbar zu veröffentlichen....

Art. 12 Abs. 5

5) Für ein Onlinemedium, das keinen Informationsgehalt aufweist, der geeignet ist, die öffentliche Meinungsbildung zu beeinflussen, gilt Abs. 2 mit der Massgabe, dass nur der Name oder die Firma, gegebenenfalls der Unternehmensgegenstand, der Wohnsitz oder der Sitz des Medieninhabers anzugeben sind. Abs. 3 und 4 finden auf solche Medien keine Anwendung.

Art. 29 Abs. 2 Bst. c

2) Der gleiche Veröffentlichungswert ist gewährleistet, wenn die Gegen-
darstellung oder nachträgliche Mitteilung:

- c) in einem Onlinemedium in vergleichbarer Form und an derselben Stelle wie die betroffene Tatsachendarstellung oder in unmittelbarer und deutlich er-

kennbarer Verknüpfung mit ihr mindestens einen Monat länger als die betroffene Tatsachendarstellung angeboten wird.

Art. 40 Abs. 2 Satz 2

2) ... Auch bei Einsatz neuer Werbetechniken muss Werbung dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Medieninhalten getrennt sein.

Art. 41 Abs. 1 Bst. b und e

1) Werbung darf nicht:

- b) Diskriminierungen, insbesondere nach Rasse, Ethnie, Geschlecht, Religion oder Glauben, Alter, Behinderung, sexueller Orientierung oder Staatsangehörigkeit enthalten;
- e) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt in hohem Masse gefährden;

Art. 43 Abs. 1 Einleitungssatz sowie Bst. a und Abs. 2

1) Werbung darf nicht zur körperlichen oder seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Sie darf daher:

- a) keine direkten Aufrufe zum Kaufen oder Mieten von Waren oder Dienstleistungen an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen;

2) Rundfunkveranstalter haben für Werbung bei und in Kindersendungen Richtlinien in Übereinstimmung mit Art. 3e Abs. 2 der Richtlinie 89/552/EWG, in der Fassung der Richtlinie 2007/65/EG, zu erlassen und diese leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu veröffentlichen.

Art. 44

Die Bestimmungen der Art. 40 bis 43 gelten für andere Formen der Werbung entsprechend; dies gilt insbesondere für Teleshopping, Sponsoring und Produktplatzierung im Rundfunk.

Art. 46 Abs. 3

3) Wird der Beschuldigte nur deshalb freigesprochen, weil die im Abs. 1 Satz 1 bezeichneten Voraussetzungen vorliegen, so hat das Gericht in sinngemäßer Anwendung des Art. 48 auf Veröffentlichung der Feststellung, dass der Beweis der Wahrheit nicht angetreten worden oder misslungen ist, und darauf zu erkennen, dass der Beschuldigte die Kosten des Strafverfahrens einschliesslich der Kosten einer solchen Veröffentlichung zu tragen hat.

Art. 49

Aufgehoben

Art. 54 Abs. 2

2) Die Entscheidungen über die Einziehung und die Urteilsveröffentlichung bilden Teile des Ausspruches über die Strafe und können zugunsten und zum Nachteil des Verurteilten oder des Medieninhabers mit Berufung angefochten werden.

Art. 56a

Barrierefreier Zugang

1) Rundfunkveranstalter sollen ihre Programme durch geeignete Massnahmen schrittweise für hör- und sehbehinderte Personen barrierefrei zugänglich machen.

2) Die Förderung von Massnahmen nach Abs. 1 durch das Gemeinwesen richtet sich nach der Gesetzgebung über die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen.

Art. 58 Abs. 2, 3a und 5a

2) Als Ereignis von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung gilt ein Ereignis, welches in einer Liste eines Vertragsstaates des EWRA angeführt ist, die im Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften entsprechend dem Art. 3j Abs. 1 und 2 der Richtlinie 89/552/EWG, in der Fassung der Richtlinie 2007/65/EG, oder welches in einer Liste einer Vertragspartei des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen angeführt ist, die vom Ständigen Ausschuss nach Art. 9bis Abs. 3 dieses Übereinkommens veröffentlicht wurde.

3a) Frei zugängliche Rundfunksendungen im Sinne dieses Gesetzes sind solche, die ohne zusätzliche und ohne regelmässige Zahlungen für die Verwendung von technischen Einrichtungen zur Entschlüsselung empfangen werden können. Nicht als zusätzliche Zahlungen im Sinne dieses Absatzes gelten die Entrichtung der Rundfunkgebühren, einer Anschlussgebühr an ein Kabelnetz sowie der an einen Kabelnetzbetreiber zu zahlenden Kabelgrundgebühr.

5a) Ein Rundfunkveranstalter, der seiner Verpflichtung nach Abs. 1 nicht in ausreichendem Masse nachgekommen ist, kann nach den zivilrechtlichen Vorschriften auf Schadenersatz in Anspruch genommen werden. Der Anspruch auf Schadenersatz umfasst auch den Ersatz des entgangenen Gewinns.

Art. 59 Abs. 1 Satz 1

1) Die Veranstaltung und Verbreitung von Radio- oder Fernsehprogrammen bedarf einer Programmkonzession, soweit und solange die Verbreitung unter Nutzung von terrestrischen oder satellitengestützten Ressourcen erfolgt, die der Rechtshoheit Liechtensteins unterliegen. ...

Art. 70

Sponsoring

- 1) Gesponserte Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:
- a) ihr Inhalt und ihr Programmplatz dürfen auf keinen Fall in einer Weise beeinflusst werden, dass die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird;
 - b) sie sind durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen, eindeutig

als gesponsert zu kennzeichnen, insbesondere an ihrem Anfang oder an ihrem Ende durch eine An- oder Absage;

2) Sendungen dürfen nicht von natürlichen oder juristischen Personen oder einer Personengesellschaften gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Erzeugnissen oder die Erbringung von Dienstleistungen ist, für die die Werbung nach diesem Gesetz oder nach anderen gesetzlichen Bestimmungen verboten ist.

3) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden.

4) Beim Sponsoring von Sendungen durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und therapeutischen Behandlungen umfasst, darf nur auf den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens hingewiesen werden, nicht aber auf Arzneimittel oder therapeutische Behandlungen, die nur auf ärztliche Verschreibung erhältlich sind.

Art. 70a

Produktplatzierung

1) Produktplatzierung ist nur ausnahmsweise zulässig:

- a) in Kinospielefilmen, Filmen und Serien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung, sofern es sich nicht um Sendungen für Kinder handelt;
- b) wenn kein Entgelt geleistet wird, sondern lediglich bestimmte Waren oder Dienstleistungen, wie Produktionshilfen und Preise, im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung kostenlos bereitgestellt werden, sofern es sich nicht um Nachrichten, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, Rat-

geber und Verbrauchersendungen, Sendungen für Kinder oder Übertragungen von Gottesdiensten handelt; oder

- c) wenn sie nicht zugunsten von Erzeugnissen oder Dienstleistungen oder zugunsten von Unternehmen erfolgt, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Erzeugnissen oder die Erbringung von Dienstleistungen ist, für die die Werbung nach diesem Gesetz oder nach anderen gesetzlichen Bestimmungen verboten ist.

2) Keine Sendungen der leichten Unterhaltung sind insbesondere Sendungen, die neben unterhaltenden Elementen im Wesentlichen informierenden Charakter haben, Verbrauchersendungen und Ratgebersendungen mit Unterhaltungselementen.

3) Zulässige Produktplatzierung muss folgende Voraussetzungen erfüllen:

- a) die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit hinsichtlich Inhalt und Sendeplatz müssen unbeeinträchtigt bleiben;
- b) die Produktplatzierung darf nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen; und
- c) das Produkt darf nicht zu stark herausgestellt werden; dies gilt auch für kostenlos zur Verfügung gestellte geringwertige Güter.

4) Auf eine Produktplatzierung ist eindeutig hinzuweisen. Sie ist zu Beginn und zum Ende einer Sendung sowie bei deren Fortsetzung nach einer Werbeunterbrechung oder im Radio durch einen gleichwertigen Hinweis angemessen zu kennzeichnen. Die Kennzeichnungspflicht entfällt für Sendungen, die nicht vom Veranstalter selbst oder von einem mit dem Veranstalter verbundenen Unter-

nehmen produziert oder in Auftrag gegeben worden sind, wenn nicht mit zumutbarem Aufwand ermittelbar ist, ob Produktplatzierung enthalten ist; hierauf ist hinzuweisen.

5) Das Nähere über die Produktplatzierung, insbesondere über deren Kennzeichnung, regelt die Regierung mit Verordnung.

Art. 71 Abs. 4

4) Die Abs. 2 und 3 gelten für Teleshopping entsprechend.

Art. 72 Abs. 1 bis 5

1) Übertragungen von Gottesdiensten sowie Sendungen für Kinder dürfen nicht durch Werbung oder Teleshopping unterbrochen werden.

2) Einzeln gesendete Werbe- und Teleshopping-Spots im Fernsehen müssen die Ausnahme bleiben; dies gilt nicht bei der Übertragung von Sportveranstaltungen. Die Einfügung von Werbe- oder Teleshopping-Spots im Fernsehen darf weder den Zusammenhang von Sendungen unter Berücksichtigung der natürlichen Sendeunterbrechungen sowie der Dauer und der Art der Sendung beeinträchtigen noch die Rechte von Rechteinhabern verletzen.

3) Aufgehoben

4) Fernsehfilme mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentarfilmen sowie Kinospielefilme und Nachrichtensendungen dürfen für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden.

5) Aufgehoben

Art. 73 Abs. 1 und 2

1) Der Anteil an Sendezeit für Fernsehwerbespots und Teleshopping-Spots innerhalb einer vollen Stunde darf 20 % nicht überschreiten. Dies gilt nicht für Produktplatzierungen und Sponsorenhinweise.

2) Aufgehoben

Art. 74 Abs. 2

2) Die Fenster müssen optisch und akustisch klar als Teleshopping-Fenster gekennzeichnet sein.

Art. 75

Werbe-, Teleshopping- und Eigenwerbekanäle

Für reine Werbe- und Teleshoppingkanäle sowie für Eigenwerbekanäle gelten die Werbeverbote und -beschränkungen dieses Gesetzes, mit Ausnahme derjenigen nach Art. 72 und 73, entsprechend.

Art. 76 Abs. 1 Einleitungssatz sowie Bst. a und Abs. 3

1) Fernsehveranstalter haben im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür Sorge zu tragen, dass in Übereinstimmung mit Art. 4 und 5 der Richtlinie 89/552/EWG, in der Fassung der Richtlinie 2007/65/EG:

a) der Hauptanteil ihrer Sendezeit, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows, Werbung, Teletext und Teleshopping besteht, der Sendung von europäischen Werken vorbehalten bleibt; und

3) Die Abs. 1 und 2 gelten nicht für reine Werbe- und Teleshoppingkanäle, Eigenwerbekanäle sowie Fernsehprogramme, die sich an ein lokales Publikum richten und die nicht an ein nationales Fernsehnetz angeschlossen sind.

c) Kinder- und Jugendschutz

Art. 76a

Schutz Minderjähriger bei Fernsehprogrammen

1) Fernsehprogramme dürfen keine Sendungen enthalten, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen können, insbesondere solche, die Pornografie oder grundlose Gewalttätigkeiten zeigen.

2) Bei Sendungen, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, ist durch die Wahl der Sendezeit oder durch sonstige Massnahmen sicherzustellen, dass diese Sendungen von Minderjährigen üblicherweise nicht wahrgenommen werden.

3) Die unverschlüsselte Ausstrahlung von Sendungen im Sinne des Abs. 2 ist durch akustische Zeichen anzukündigen oder durch optische Mittel während der gesamten Sendung kenntlich zu machen.

4) Das Nähere über die Ausgestaltung optischer oder akustischer Kennzeichnungen regelt die Regierung mit Verordnung.

Art. 79 Abs. 3 und 6

3) Die Weiterverbreitung eines Fernsehprogramms aus einem anderen Vertragsstaat des EWRA oder des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen kann abweichend von Abs. 2 nicht untersagt werden, wenn dieses Programm in rechtlich zulässiger Weise veranstaltet wird; die Weiterverbreitung kann nur unter Beachtung der europäischen rundfunkrechtlichen Vorschriften vorläufig ausgesetzt werden. Das Nähere über die Aussetzung der Weiterverbreitung regelt die Regierung in Übereinstimmung mit Art. 2a der Richtlinie 89/552/EWG, in der Fassung der Richtlinie 2007/65/EG, sowie Art. 24 des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen mit Verordnung.

6) Ein durch die rechtmässige Untersagung oder vorläufige Aussetzung eingetretener Vermögensnachteil ist nicht zu entschädigen.

Art. 82

1) Onlinemedien unterliegen den Sondervorschriften dieses Gesetzes und der darauf gestützten Verordnungen und ergänzend den übrigen Sondervorschriften, insbesondere dem Gesetz über den elektronischen Geschäftsverkehr.

2) Für Onlinemedien, die nach Form und Inhalt fernsehähnlich sind und von einem Medieninhaber zum individuellen Abruf zu einem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und aus einem vom Medieninhaber festgelegten Programm katalog angeboten werden, gelten die Art. 56a, 70 und 70a entsprechend.

3) Das Nähere über fernsehähnliche Onlinemedien, insbesondere die Sperre oder Beschränkung des Zugangs zu solchen Medien, den Kinder- und Jugendschutz sowie die Förderung europäischer Werke in solchen Medien, regelt die

Regierung in Übereinstimmung mit Art. 2a sowie Kapitel IIa und IIb der Richtlinie 89/552/EWG, in der Fassung der Richtlinie 2007/65/EG, mit Verordnung.

II.

Übergangs- und Schlussbestimmungen

Art. 71 gilt nur für Sendungen, die nach dem 19. Dezember 2009 produziert wurden.

III.

Änderung von Bezeichnungen

In Art. 58 Abs. 1 und 3 ist die Wendung "Vertragsstaat des EWRA" durch die Wendung "oder des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen", in der jeweils grammatikalisch richtigen Form, zu ergänzen.

IV.

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt am Tage der Kundmachung in Kraft.

**6.2 Abänderung des Gesetzes über den „Liechtensteinischen Rundfunk“
(LRFG)**

Gesetz

vom ...

**betreffend die Abänderung des
Gesetzes über den „Liechtensteinischen Rundfunk“**

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine
Zustimmung:

I.

Abänderung bisherigen Rechts

Das Gesetz vom 23. Oktober 2003 über den „Liechtensteinischen Rundfunk“ (LRFG), LGBI. 2003 Nr. 229, in der geltenden Fassung, wird wie folgt abgeändert:

Art. 1 Abs. 2 Bst. a bis c

- a) der 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“; EWR-Rechtssammlung: Anh. XI - 5p.01), in der Fassung der Richtlinie des Europä-

ischen 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 (EWR-Rechtssammlung: Anh. XI - 5p...);

- b) der Richtlinie 2009/22/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. April 2009 über Unterlassungsklagen zum Schutz der Verbraucherinteressen (EWR-Rechtssammlung: Anh. XIX - 7d.01);
- c) der Richtlinie 2006/111/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. November 2006 über die Transparenz der finanziellen Beziehungen zwischen den Mitgliedstaaten und den öffentlichen Unternehmen sowie über die finanzielle Transparenz innerhalb bestimmter Unternehmen (EWR-Rechtssammlung: Anh. XV - 1a.01).

Art. 11 und 12

Aufgehoben

Art. 15 Abs. 1 Bst. c

- c) aufgehoben

II.

Änderung von Bezeichnungen

1) In Art. 14 Abs. 2 und Art. 35 Abs. 2 ist der Begriff "Patronanzsendung (Sponsoring)" durch den Begriff "Gesponserte Sendung", in der jeweils grammatikalisch richtigen Form, zu ersetzen.

2) In Art. 4 Abs. 2 Bst. b, Art. 6 Abs. 2 Bst. b und Art. 18 ist der Begriff "Online-Dienste" durch den Begriff "Online-Angebote", in der jeweils grammatikalisch richtigen Form, zu ersetzen.

III.

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt gleichzeitig mit dem Gesetz vom ... betreffend die Abänderung des Mediengesetzes in Kraft.