

**STELLUNGNAHME
DER REGIERUNG
AN DEN
LANDTAG DES FÜRSTENTUMS LIECHTENSTEIN
ZU DEN ANLÄSSLICH DER ERSTEN LESUNG
BETREFFEND
DIE ABÄNDERUNG DES MEDIENGESETZES, DES
TABAKPRÄVENTIONSGESETZES UND DES
BESCHWERDEKOMMISSIONSGESETZES AUFGEWORFENEN FRAGEN
(UMSETZUNG DER RICHTLINIE (EU) 2018/1808)**

<i>Behandlung im Landtag</i>	
	<i>Datum</i>
1. Lesung	2. Juni 2023
2. Lesung	
Schlussabstimmung	

Nr. 85/2023

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Zusammenfassung	4
Zuständiges Ministerium.....	4
Betroffene Stellen	4
I. STELLUNGNAHME DER REGIERUNG.....	5
1. Allgemeines	5
2. Fragen zu einzelnen Artikeln	6
II. ANTRAG DER REGIERUNG	15
III. REGIERUNGSVORLAGEN	17
1. Abänderung des Mediengesetzes	17
2. Abänderung des Tabakpräventionsgesetzes.....	43
3. Abänderung des Beschwerdekommmissionsgesetzes	47

Beilage:

- Richtlinie (EU) 2018/1808 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. November 2018 zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste – AVMD-RL) im Hinblick auf sich verändernde Marktgegebenheiten (ABl. L 303 vom 28.11.2018, S. 69).

ZUSAMMENFASSUNG

Am 2. Juni 2023 hat der Landtag in erster Lesung die Abänderung des Mediengesetzes, des Tabakpräventionsgesetzes und des Beschwerdekommmissionsgesetzes beraten. Die Vorlage dient vornehmlich der Umsetzung der Richtlinie (EU) 2018/1808 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. November 2018 zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste – AVMD-Richtlinie) im Hinblick auf sich verändernde Marktgegebenheiten.

Der Landtag sprach sich einhellig mit 25 Stimmen für Eintreten auf die Vorlage aus. Mit der vorliegenden Stellungnahme beantwortet die Regierung die anlässlich der ersten Lesung aufgeworfenen Fragen, soweit sie vom zuständigen Regierungsmitglied nicht bereits während der Landtagsdebatte beantwortet wurden.

ZUSTÄNDIGES MINISTERIUM

Ministerium für Inneres, Wirtschaft und Umwelt

BETROFFENE STELLEN

Amt für Kommunikation

Amt für Lebensmittelkontrolle und Veterinärwesen

Vaduz, 29. August 2023

LNR 2023-1344

P

Sehr geehrter Herr Landtagspräsident,
Sehr geehrte Frauen und Herren Abgeordnete

Die Regierung gestattet sich, dem Hohen Landtag nachstehende Stellungnahme zu den anlässlich der ersten Lesung betreffend die Abänderung des Mediengesetzes, des Tabakpräventionsgesetzes und des Beschwerdekommmissionsgesetzes (Umsetzung der Richtlinie (EU) 2018/1808) (BuA Nr. 53/2023) aufgeworfenen Fragen zu unterbreiten.

I. STELLUNGNAHME DER REGIERUNG

1. ALLGEMEINES

In der Sitzung vom 2. Juni 2023 hat der Landtag den Bericht und Antrag Nr. 53/2023 betreffend die Abänderung des Mediengesetzes, des Tabakpräventionsgesetzes und des Beschwerdekommmissionsgesetzes (Umsetzung der Richtlinie (EU) 2018/1808) in erster Lesung beraten und grundsätzlich begrüsst. Das Eintreten auf die Vorlage erfolgte einhellig mit 25 Stimmen.

Soweit die anlässlich der ersten Lesung aufgeworfenen Fragen vom zuständigen Regierungsmitglied nicht bereits während der Landtagsdebatte beantwortet wurden, nimmt die Regierung nachstehend dazu Stellung. Die Fragen betreffen im

Wesentlichen die Offenlegungspflichten im Medienbereich, die Kennzeichnungspflichten sowie die Produktplatzierung.

2. FRAGEN ZU EINZELNEN ARTIKELN

Zu Art. 12 Abs. 2

Transparenz in Bezug auf die Eigentumsverhältnisse im Medienbereich steht in unmittelbarem Zusammenhang mit der Meinungsfreiheit, einem Eckpfeiler demokratischer Systeme. Informationen über die Eigentümerstruktur von Mediendienstanbietern ermöglichen es Nutzern, sich in Fällen, in denen die Eigentumsverhältnisse zu einer Kontrolle über die Inhalte der angebotenen Dienste oder zur Ausübung eines erheblichen Einflusses auf diese führen könnten, ein fundiertes Urteil über die Inhalte zu bilden. In Abs. 2 und 6 (im Vernehmlassungsbericht Abs. 5) wird in den bisherigen Bestimmungen zur Offenlegung die zusätzlich obligate Angabe von elektronischen Kontaktdaten ergänzt, wie dies auch die AVMD-Richtlinie für sämtliche Mediendienstanbieter vorsieht.

Anlässlich der ersten Lesung wurde von einem Abgeordneten die Frage gestellt, weshalb hier zwei unterschiedliche Schwellenwerte zur Anwendung gelangen und ob es nicht zielführender wäre, auf einen Wert abzustellen, und zwar den tieferen Wert von 25%. Bei einer breiten Streuung eines Aktienkapitals einer Firma seien selten alle Aktionäre an der Aktionärsversammlung vertreten. Hier könnten schon 25% auf das Abstimmungsverhalten oder die Wahl eines Verwaltungsrates Einfluss nehmen. Es stelle sich auch die Frage, was gelte, wenn eine Privatperson an einer Gesellschaft massgeblich beteiligt sei – also einer Gesellschaft, die nicht das Medienunternehmen sei – und diese Gesellschaft zwar nur 49% am Medienunternehmen halte, die Privatperson sich aber direkt am Medienunternehmen mit 15% beteilige und ob dies entsprechend im Register vermerkt würde.

Die Regierung hat die Frage der Beibehaltung und gegebenenfalls Harmonisierung der Schwellenwerte unter Berücksichtigung der inzwischen angepassten österreichischen Rezeptionsvorlage einer kritischen Prüfung unterzogen. In Österreich wurde bereits 2011 durch eine entsprechende Abänderung des Mediengesetzes eine lückenlose Offenlegungspflicht eingeführt, die sich seither bewährt hat (BGBl. I Nr. 131/2011). Damit werden auch Abgrenzungsfragen im Zusammenhang mit direkten und indirekten Beteiligungen (knapp) unterhalb der Schwellenwerte vermieden. Die Regierung ist daher zum Schluss gelangt, dass die Streichung der Schwellenwerte und damit die generelle Offenlegungspflicht im Medienbereich im Interesse der Gewährleistung lückenloser Transparenz auch für Liechtenstein zweckmässig und zeitgemäss erscheint. Die der einschlägigen Mediengesetznovelle 2011 in Österreich zugrunde liegenden Erwägungen können ohne Weiteres auch für Liechtenstein Geltung beanspruchen: «Mit den jeweiligen Abänderungen soll lückenlose Transparenz im Hinblick auf jegliche Art und rechtliche Ausgestaltung der direkten oder indirekten „Beteiligung“ an einem Medieninhaber geschaffen werden. Im Sinne der Verwaltungsökonomie wird dabei an das bestehende System angeknüpft: Für die Offenlegung und hierzu auch für die Richtigkeit der dabei gemachten Angaben ist der Medieninhaber verantwortlich. Sowohl die Säumnis als auch die Unrichtigkeit und Unvollständigkeit hat daher in einem allfälligen Verwaltungsverfahren der Medieninhaber zu verantworten. (1608 BlgNR XXIV. GP).»

Die angepasste österreichische Rezeptionsvorlage (vgl. § 25 Abs. 2 öMedienG) soll daher auch im liechtensteinischen Mediengesetz durch eine entsprechende Abänderung von Art. 12 Abs. 2 MedienG nachvollzogen werden. Nach Auffassung der Regierung ist die Anregung des Abgeordneten in Bezug auf das Anliegen nach mehr Transparenz grundsätzlich berechtigt, jedoch soll für Liechtenstein im Rahmen der laufenden Gesetzesrevision nicht eine blosser Harmonisierung der Schwellenwerte, sondern vielmehr ein Nachvollzug der lückenlosen Transparenzregelung der Rezeptionsvorlage, einschliesslich der Beseitigung der (unterschiedlichen) Schwellen-

werte für die Offenlegungspflicht der Beteiligungen, vorgenommen werden. Dies deshalb, weil die Erwägungen im Hinblick auf eine lückenlose Transparenz in Bezug auf die Beteiligungsverhältnisse im Medienbereich, wie sie der Novellierung der Rezeptionsvorlage zugrunde liegen, auch für Liechtenstein Geltung beanspruchen können. Dies umso mehr, als damit auch die Problematik der direkten und indirekten und darüber hinaus sogar der treuhänderischen Beteiligungsverhältnisse gelöst wird. Das System mit Schwellenwerten, die dem Konzept der Sperrminoritäten entlehnt sind, vermag den Anforderungen an eine lückenlose Transparenz nicht zu genügen und erscheint nicht mehr zweckmässig und zeitgemäss. Aufgrund der Abänderung von Art. 12 Abs. 2 sind auch begriffliche Anpassungen in Art. 77 Abs. 2 und 3 des Mediengesetzes erforderlich.

Zu Art. 40 Abs. 1

Art. 40 Abs. 1 legt fest, dass kommerzielle Kommunikation aller Art bestimmten Anforderungen genügen muss. Die Umsetzung der AVMD-Richtlinie erfordert hier zusätzlich zur ursprünglichen Bestimmung die Ergänzung der explizit «leichten Erkennbarkeit» einer entgeltlichen Veröffentlichung. Von einer leichten Erkennbarkeit kann dann ausgegangen werden, wenn die Pflichtangaben einfach und effektiv optisch wahrnehmbar sind.

Von einem Abgeordneten wurde die Frage aufgeworfen, was unter «eindeutig» und «leicht erkennbar» zu verstehen sei und ob für die Einstufung als «leicht erkennbar», die Reduktion der Standardschriftgrösse von 9 Punkten auf 8,5 Punkte oder ein anderer Sprecher/eine andere Sprecherin im Radio oder der Austausch der Standardschriftart Helvetica zu Arial genüge. Der Artikel sei zu offen formuliert und die Regierung möge dazu klar ausführen, wie ein bezahlter Artikel von einer normalen Newsmeldung zu unterscheiden sei, sodass es nicht den Hinweis brauche «bezahlte Werbung» oder dergleichen.

Zunächst ist in diesem Zusammenhang festzuhalten, dass die heutige Kennzeichnungspflicht seit der Einführung des MedienG in Bezug auf Printmedien unverändert besteht und nach Kenntnis der Regierung in der Praxis zu keinerlei Schwierigkeiten geführt hat. Die gegenständliche redaktionelle Anpassung erfolgt lediglich in Umsetzung der AVMD-Richtlinie und führt materiell nicht zu einer neuen Rechtslage. Allfällige Verletzungen der Kennzeichnungspflicht können den zuständigen Behörden gemeldet werden. Ausserdem hat die österreichische Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR) einen für die Praxis sehr anschaulichen Leitfaden (Orientierungshilfe) mit dem Titel «FAQ Kommerzielle Kommunikation»¹ publiziert, in dem die relevanten Fragestellungen zur kommerziellen Kommunikation in elektronischen Medien aufgegriffen und Lösungsansätze dargestellt werden. Zum hier relevanten Erkennbarkeitsgrundsatz wird mit Bezug auf die elektronischen Medien Folgendes festgehalten:

«Jede kommerzielle Kommunikation muss leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. Diesem Gebot wird etwa dann nicht entsprochen, wenn typischerweise im redaktionellen Programm vorzufindende Elemente (Moderationen, Corporate Identity, Abspann, Credits etc.) auch in der kommerziellen Kommunikation verwendet werden.»

Dieser Auffassung kann beigespflichtet werden, wobei von einer Anpassung des mit der einschlägigen AVMD-Richtlinie abgestimmten Gesetzestextes abgesehen werden soll. Dies umso mehr, als, wie erwähnt, keine Häufung von Beschwerden bzw. Anzeigen wegen Verletzung des Erkennbarkeitsgebots oder der Trennungspflicht zu beobachten ist. Hinzu kommt, dass aufgrund der vielfältigen Erscheinungsformen der kommerziellen Kommunikation in den unterschiedlichen Medien-

¹ https://www.rtr.at/medien/was_wir_tun/mediendienste/rechtsaufsicht/kommerzielle_kommunikation/OrientierungshilfeKommerzielleKommunikation/Orientierungshilfe_Werbung_V.2.0.pdf.

gattungen ohnehin eine Einzelfallbetrachtung notwendig ist und jede weitere (vermeintliche) Präzisierung auf Gesetzesebene auch das Risiko einer unnötigen Einschränkung des Anwendungsbereichs mit sich bringt. Die Regierung ist der Auffassung, dass die zuständigen Behörden mit der gegenständlichen Bestimmung eine gute und geeignete Grundlage zur Ahndung allfälliger Verletzungen des Erkennbarkeitsgebots oder der Trennungspflicht haben.

Zu Art. 70a

Die Liberalisierung der Produktplatzierung hat nicht zu der erwarteten Verbreitung dieser Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation geführt. Insbesondere hat das allgemeine Verbot der Produktplatzierung, von einigen Ausnahmen abgesehen, keine Rechtssicherheit für Mediendiensteanbieter geschaffen. Deshalb sieht die AVMD-Richtlinie neu vor, dass die Produktplatzierung in allen audiovisuellen Mediendiensten und Video-Sharing-Plattform-Diensten mit bestimmten Ausnahmen erlaubt sein soll. Bei der Produktplatzierung wird dementsprechend das bisherige generelle Verbot aufgehoben, der sog. Opt-out-Ansatz also durch eine sog. Opt-in-Lösung ersetzt, bei der die Voraussetzungen kumulativ vorliegen müssen. Dennoch können die Mitgliedstaaten strengere Vorschriften erlassen, wenn sie dies wünschen. Von dieser Möglichkeit zur Verschärfung der Vorgaben hat die Regierung in Übereinstimmung mit dem liberalen und anbieterfreundlichen Ansatz des Mediengesetzes wie schon in der Vergangenheit keinen Gebrauch gemacht. Grundsätzlich ist Produktplatzierung somit neu zulässig, abgesehen von einer begrenzten Negativliste von Sendungen, in denen sie untersagt ist: Dies sind Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts und Kindersendungen (oder Sendungen, deren Hauptzielgruppe Kinder sind). Ausserdem gelten für die Produktplatzierung weiterhin strenge Kennzeichnungsvorschriften, um eine Irreführung der Nutzer und Verbraucher zu verhindern.

Ein Abgeordneter hat in diesem Zusammenhang nachgefragt, ob die explizite Erwähnung in Abs. 1, wonach die Produktplatzierung im Fernsehen erlaubt sei, im Umkehrschluss bedeute, dass die Produktplatzierung in allen anderen Medien verboten sei oder dass es dort keine Einschränkungen bei der Platzierung gebe. Gemäss den Erläuterungen zu dieser Bestimmung solle die Produktplatzierung in allen audiovisuellen Mediendiensten und Video-Sharing-Plattformdiensten mit bestimmten Ausnahmen erlaubt sein. Es stelle sich diesbezüglich die Frage, ob es nicht sinnvoller wäre, in Art. 70a Abs. 1 von audiovisuellen Mediendiensten zu sprechen anstatt nur vom Fernsehen. Weiter bat der Abgeordnete die Regierung um Ausführungen dazu, ob ein Produktplacement in einem Foto bei einer Berichterstattung in einer Zeitung als «audiovisueller Inhalt» gelte.

Die Bestimmungen über die Produktplatzierung gelten ausschliesslich für elektronische Medien, namentlich Rundfunk und audiovisuelle Mediendienste auf Abruf sowie neu auch Video-Sharing-Plattform-Dienste, nicht jedoch für Printmedien. Somit ist ein Produktplacement in einem Foto, welches in einer Zeitung als Printmedium abgedruckt wird, nicht von dieser Bestimmung erfasst. Unabhängig davon gilt für alle Medien die Kennzeichnungspflicht für entgeltliche Veröffentlichungen nach Art. 40 MedienG, d.h. wenn entgeltliche Gegenleistungen für das Posieren mit Markenprodukten erbracht werden, dann ist das zu kennzeichnen. Diese Regelung zur Produktplatzierung besteht bereits seit der Einführung dieser Vorgaben, die ursprünglich aus der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste² stammen, mit der die sog. Fernsehrichtlinie³ novelliert und die Produktplatzierung als eine

² 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.

³ Richtlinie 89/552/EWG zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität.

regelungsbedürftige Tatsache in Kinospielelfilmern und audiovisuellen Fernsehproduktionen anerkannt und in Art. 3g geregelt wurde.

Dementsprechend wurden die mit der Revision des MedienG 2012 (LGBl. 2012 Nr. 403) eingeführten Bestimmungen systematisch korrekt im 3. Abschnitt des Besonderen Teils des MedienG, dessen sachlicher Geltungsbereich auf Fernsehsendungen beschränkt ist, platziert. Für audiovisuelle Mediendienste auf Abruf und für Video-Sharing-Plattform-Dienste sah bzw. sieht Art. 82 Abs. 2 MedienG eine sinnngemässe Anwendung u.a. der Bestimmungen über die Produktplatzierung (Art. 70a MedienG) vor; dies in Übereinstimmung mit den Vorgaben der AVMD-Richtlinie. Es wäre daher von der Gesetzssystematik her falsch, in Art. 70a von audiovisuellen Medien zu sprechen.

Der Begriff der Produktplatzierung war bzw. ist in Übereinstimmung mit den Richtlinien-Vorgaben gesetzlich definiert (Art. 2 Abs. 1 Ziff. 24a MedienG), wobei die Definition auf elektronische Medien zugeschnitten ist. Klassische Printmedien und deren Inhalte stellen definitionsgemäss keine audiovisuellen Mediendienste bzw. Inhalte dar. Für eine Ausdehnung der Definition des Begriffs der Produktplatzierung und damit des sachlichen Geltungsbereichs der Bestimmungen über die Produktplatzierung auf Printmedien sieht die Regierung weder Anlass noch Raum. Vielmehr haben sich die allgemeinen Werbegrundsätze und -verbote nach Art. 40 bis 43 MedienG als geeignet und hinreichend erwiesen, um den Schutz der Konsumenten von Printmedien zu gewährleisten. Der Regierung ist auch keine Häufung von Beschwerden über Verletzungen der allgemeinen Werbegrundsätze und -verbote nach Art. 40 bis 43 MedienG in Printmedien bekannt, die eine Ausdehnung der Definition und damit des sachlichen Geltungsbereichs der Bestimmungen über die Produktplatzierung auf Printmedien erfordern würden.

Ein Abgeordneter fragte zu Art. 70a Abs. 1 und folglich auch zu Art. 72 Abs. 3, welcher Definition der Begriff der «Kindersendungen» unterliege, insbesondere auch zur Auslegung der Altersstufen.

Der Begriff «Kindersendungen» ist weder in der AVMD-Richtlinie noch im Medienrecht definiert, allerdings definiert das EWR-Recht in den auch für den Medienbereich einschlägigen Richtlinien, insbesondere der Richtlinie 2011/93/EU zur Bekämpfung des sexuellen Missbrauchs und der sexuellen Ausbeutung von Kindern sowie der Kinderpornografie, ein Kind als eine Person unter 18 Jahren. Damit im Einklang sind auch die sonstigen Schutzbestimmungen in der AVMD-Richtlinie explizit auf «Minderjährige» zugeschnitten bzw. beschränkt. Die Frage der Minderjährigkeit wiederum ist eine Frage des nationalen Rechts. Das nationale Recht wiederum definiert in Art. 5 Bst. a Kinder- und Jugendgesetz (KJG) «Kinder» als Personen, die das 14. Lebensjahr noch nicht vollendet haben. Dies deshalb, weil neben Kindern auch noch Jugendliche und junge Erwachsene eigenständig definiert werden. Für die Auslegung des ursprünglichen aus der Fernsehrichtlinie stammenden Begriffs «Kindersendung» ist daher auf die EWR-rechtliche Definition des Begriffes «Kind» sowie die sonstigen Schutzbestimmungen zugunsten von «Minderjährigen» abzustellen und diese Begriffe bzw. Bestimmungen sind harmonisch auszulegen, sodass als «Kindersendungen» sämtliche Sendungen, die sich an Personen unter 18 Jahren richten, zu verstehen sind.

Zu Art. 76a Abs. 1 und 4

Der revidierte Abs. 1 sieht nun vor, dass sämtliche Fernsehveranstalter Inhalte, die die Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, derart bereitstellen, dass diese durch Kinder und Jugendliche üblicherweise nicht gehört oder gesehen werden können. Das jeweils anzuwendende Schutzmittel soll dabei proportional zur Intensität der potenziellen Entwicklungsbeeinträchtigung des Inhaltes gewählt werden.

Abs. 4 räumt der Regierung die Ermächtigung ein, das Nähere über den Schutz Minderjähriger bei Fernsehprogrammen, insbesondere über die Massnahmen nach Abs. 1 in Übereinstimmung mit Art. 6a der Richtlinie 2010/13/EU mit Verordnung zu regeln.

Eine Abgeordnete hat zu Abs. 1 und 4 die Frage aufgeworfen, was die Regierung gedenkt, in der Verordnung explizit nochmals zu definieren. Denn am Ende des Tages werde dies ja höchstens zur Folge haben, dass irgendwelche Anbieter in Liechtenstein nicht mehr abrufbar sein werden, wenn dies in Liechtenstein über die Richtlinie hinaus noch mehr einschränkt würde.

Die Regierung hält dazu fest, dass nicht beabsichtigt ist, über die Mindestvorgaben der AVMD-Richtlinie hinauszugehen, d.h. noch mehr Einschränkungen einzuführen, als dort bereits vorgesehen sind. Die Notwendigkeit einer allfälligen Konkretisierung der entsprechenden Massnahmen auf Verordnungsebene kann, muss sich aber nicht zwangsläufig ergeben, sondern hängt insbesondere auch von den in der Branche anerkannten und angewandten Standards ab. Bisher hat sich ein solcher Regelungsbedarf nicht manifestiert. Sollte dies in Zukunft der Fall sein, wird die Regierung hier selbstredend die beste Praxis und die einschlägigen Branchenstandards in Europa berücksichtigen und allfällige Verordnungsbestimmungen – sollten sie denn überhaupt notwendig werden – daran ausrichten. Die Regierung wird keinesfalls einen Sonderweg beschreiten, der die Gefahr mit sich brächte, dass gewisse Dienste, die in Europa angeboten werden, in Liechtenstein nicht mehr angeboten werden können. Ganz abgesehen davon würden sich grundlegende Fragen der Durchsetzbarkeit stellen, wenn Liechtenstein in diesem Zusammenhang einen Sonderweg beschreiten würde. Dies ist weder sinnvoll noch notwendig. Vergleichend kann im Zusammenhang auf die Kinder- und Jugendschutz-Medien-Verordnung (KJMV) verwiesen werden, wo die Regierung hinsichtlich der Klassifizierung von Medieninhalten auf anerkannte Referenzstellen, zu denen auch

branchenspezifische Einrichtungen der freiwilligen Selbstkontrolle gehören, verwiesen hat. Die Einhaltung dieser branchenüblichen Standards wird als notwendig und hinreichend angesehen.

II. ANTRAG DER REGIERUNG

Aufgrund der vorstehenden Ausführungen unterbreitet die Regierung dem Landtag den

Antrag,

der Hohe Landtag wolle diese Stellungnahme zur Kenntnis nehmen und die beiliegenden Gesetzesvorlagen in Behandlung ziehen.

Genehmigen Sie, sehr geehrter Herr Landtagspräsident, sehr geehrte Frauen und Herren Abgeordnete, den Ausdruck der vorzüglichen Hochachtung.

**REGIERUNG DES
FÜRSTENTUMS LIECHTENSTEIN**

gez. Dr. Daniel Risch

III. REGIERUNGSVORLAGEN

Abänderungen in der überarbeiteten Vorlage mit Unterstreichungen versehen.

1. ABÄNDERUNG DES MEDIENGESETZES

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 abgeändert:

Art. 1 Abs. 1, 3 und 4

1) Dieses Gesetz gilt für alle Medien in Liechtenstein und alle Medieninhaber, die der Rechtshoheit Liechtensteins unterworfen sind, insbesondere:

- a) Mediendiensteanbieter, die nach Art. 2 Abs. 3 der Richtlinie 2010/13/EU in Liechtenstein niedergelassen sind oder auf die Art. 2 Abs. 4 der Richtlinie 2010/13/EU Anwendung findet;
- b) Video-Sharing-Plattform-Anbieter, die im Sinne von Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 2000/31/EG in Liechtenstein niedergelassen sind oder nach Art. 28a Abs. 2 bis 4 der Richtlinie 2010/13/EU als in Liechtenstein niedergelassen gelten.

3) Dieses Gesetz dient der Umsetzung folgender EWR-Rechtsvorschriften:

- a) Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste⁴;
- b) Richtlinie 2000/31/EG über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt⁵.

4) Die gültige Fassung der EWR-Rechtsvorschriften nach Abs. 3 ergibt sich aus der Kundmachung der Beschlüsse des Gemeinsamen EWR-Ausschusses im Liechtensteinischen Landesgesetzblatt nach Art. 3 Bst. k des Kundmachungsgesetzes.

⁴ 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).

⁵ 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 (Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr) (ABl. L 178 vom 17.7.2000, S. 1).

Art. 1a

Register der vom Geltungsbereich erfassten Mediendiensteanbieter und Video-Sharing-Plattform-Anbieter

1) Die Regulierungsbehörde führt ein Register über die vom Geltungsbereich dieses Gesetzes erfassten Mediendiensteanbieter und Video-Sharing-Plattform-Anbieter nach Art. 1 Abs. 1; das Register ist regelmässig zu aktualisieren.

2) Die Regulierungsbehörde übermittelt das Register nach Abs. 1 und dessen Aktualisierungen der EFTA-Überwachungsbehörde.

3) Mediendiensteanbieter und Video-Sharing-Plattform-Anbieter haben die für die Führung und Aktualisierung des Registers nach Abs. 1 erforderlichen Auskünfte zu erteilen.

4) Die Regierung regelt das Nähere über die Führung und Aktualisierung des Registers nach Abs. 1 sowie die damit zusammenhängenden Auskunftspflichten nach Abs. 3 in Übereinstimmung mit Art. 2 und 28a der Richtlinie 2010/13/EU mit Verordnung.

Art. 2 Abs. 1 Ziff. 3 bis 4b, 10, 10b, 21, 21a, 22a bis 23, 24a und 26

1) Im Sinne dieses Gesetzes gelten als:

3. "elektronisches Medium": ein Medium, das unter Benutzung elektronischer Kommunikationsnetze im Sinne des Kommunikationsgesetzes verbreitet wird;
4. "audiovisueller Mediendienst": eine Dienstleistung, bei der der Hauptzweck der Dienstleistung oder ein trennbarer Teil der Dienstleistung darin besteht, unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendiensteanbieters der

Allgemeinheit Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne des Kommunikationsgesetzes bereitzustellen; bei diesen audiovisuellen Mediendiensten handelt es sich entweder um Fernsehprogramme oder um audiovisuelle Mediendienste auf Abruf;

- 4a. "audiovisueller Mediendienst auf Abruf" (d. h. ein nichtlinearer audiovisueller Mediendienst): ein audiovisueller Mediendienst, der von einem Mediendiensteanbieter für den Empfang zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf hin aus einem vom Medieninhaber festgelegten Programmkatalog bereitgestellt wird;
- 4b. "Video-Sharing-Plattform-Dienst": eine Dienstleistung, bei der der Hauptzweck der Dienstleistung oder eines trennbaren Teils der Dienstleistung oder eine wesentliche Funktion der Dienstleistung darin besteht, Sendungen oder nutzergenerierte Videos, für die der Video-Sharing-Plattform-Anbieter keine redaktionelle Verantwortung trägt, der Allgemeinheit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne des Kommunikationsgesetzes zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen, und deren Organisation vom Video-Sharing-Plattform-Anbieter bestimmt wird, auch mit automatischen Mitteln oder Algorithmen, insbesondere durch Anzeigen, Tagging und Festlegung der Abfolge;
- 10. "Medieninhaber": eine Person, die ein Medienunternehmen, eine Medienagentur, einen Mediendienst oder einen Video-Sharing-Plattform-Dienst betreibt oder sonst die redaktionelle Verantwortung für ein Medium trägt;
- 10b. "redaktionelle Entscheidung": eine Entscheidung, die regelmässig im Zuge der Ausübung redaktioneller Verantwortung getroffen wird und in Zusammenhang mit dem Tagesgeschäft des Mediums steht;

21. "Sendung": eine Abfolge von Medieninhalten mit oder ohne Ton, die unabhängig von ihrer Länge Einzelbestandteil eines von einem Medieninhaber erstellten Sendeplans oder Katalogs ist, einschliesslich Spielfilme, Videoclips, Sportberichte, Sitcoms, Dokumentationen, Kindersendungen und Originalproduktionen;
- 21a. "nutzergeneriertes Video": eine Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die unabhängig von ihrer Länge einen Einzelbestandteil darstellt und von einem Nutzer erstellt und von diesem oder einem anderen Nutzer auf eine Video-Sharing-Plattform hochgeladen wird;
- 22a. "Mediendiensteanbieter": eine Person, die die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese gestaltet werden;
- 22b. "Video-Sharing-Plattform-Anbieter": eine Person, die einen Video-Sharing-Plattform-Dienst betreibt;
- 22c. "Fernsehprogramm" (d. h. ein linearer audiovisueller Mediendienst): ein audiovisueller Mediendienst, der von einem Mediendiensteanbieter für den zeitgleichen Empfang von Sendungen auf der Grundlage eines Sendeplans bereitgestellt wird;
- 22d. "Fernsehveranstalter": ein Mediendiensteanbieter, der Fernsehprogramme bereitstellt;
23. "Sponsoring": jeder Beitrag von nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten oder Video-Sharing-Plattform-Diensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten, Video-Sharing-Plattform-Diensten, nutzergenerierten Videos oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Image, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu bewerben;

24a. "Produktplatzierung": jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder die entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, sodass diese innerhalb einer Sendung oder eines nutzergenerierten Videos erscheinen;

26. Aufgehoben

Art. 6 Abs. 2 Bst. b und e

2) Jedenfalls unzulässig sind Medieninhalte, die geeignet sind, die öffentliche Ruhe und Ordnung zu gefährden, insbesondere wenn sie:

- b) zu Gewalttätigkeiten, einschliesslich terroristischer Straftaten nach § 278c des Strafgesetzbuches, auffordern oder anreizen oder solche billigen;
- e) zu Hass oder Diskriminierung wegen des Geschlechts, der Rasse, der Hautfarbe, der ethnischen oder sozialen Herkunft, der genetischen Merkmale, der Sprache, der Staatsangehörigkeit, der Religion oder der Weltanschauung, der politischen oder sonstigen Anschauung, der Zugehörigkeit zu einer nationalen Minderheit, des Vermögens, der Geburt, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Ausrichtung auffordern oder anreizen oder dies billigen.

Art. 12 Abs. 2, 5 und 6

2) Anzugeben sind der Medieninhaber mit Namen oder Firma, Unternehmensgegenstand, Wohnort oder Sitz (Niederlassung) und die Namen der vertretungsbefugten Organe des Medieninhabers. Darüber hinaus sind für sämtliche der an einem Medieninhaber direkt oder indirekt beteiligten Personen die jeweiligen Eigentums-, Beteiligungs-, Anteils- und Stimmrechtsverhältnisse anzugeben.

Ferner sind allfällige stille Beteiligungen am Medieninhaber und an den an diesem direkt oder indirekt im Sinne des vorstehenden Satzes beteiligten Personen anzugeben und Treuhandverhältnisse für jede Stufe offenzulegen. Im Fall der direkten oder indirekten Beteiligung von Stiftungen sind auch der Stifter und die jeweiligen Begünstigten der Stiftung offenzulegen. Ist der Medieninhaber ein Verein oder ist am Medieninhaber direkt oder indirekt ein Verein beteiligt, so sind für den Verein dessen Vorstand und der Vereinszweck anzugeben. Direkt oder indirekt beteiligte Personen, Treugeber, Stifter und Begünstigte einer Stiftung sind verpflichtet, nach Aufforderung durch den Medieninhaber diesem die zur Erfüllung seiner Offenlegungspflicht erforderlichen Angaben mitzuteilen.

5) Ein Mediendiensteanbieter hat zudem anzugeben:

- a) den Staat, dessen Rechtshoheit er unterworfen ist; und
- b) die zuständigen Regulierungs- und Aufsichtsbehörden.

6) Für einen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf, der 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 Mediendiensteanbieters samt elektronischen Kontaktdaten anzugeben sind. Abs. 3 bis 5 finden auf solche Dienste keine Anwendung.

Art. 40 Abs. 1

1) Ankündigungen, Empfehlungen sowie sonstige Beiträge und Berichte, für deren Veröffentlichung ein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung gefordert, versprochen oder geleistet wird, müssen in allen Medien deutlich als „Anzeige“, „entgeltliche Einschaltung“ oder „Werbung“ gekennzeichnet sein, soweit sie nicht

schon durch Anordnung und Gestaltung eindeutig und leicht als entgeltliche Veröffentlichungen zu erkennen sind.

Art. 41 Abs. 1 Bst. b

- 1) Werbung darf nicht:
- b) Diskriminierungen, insbesondere nach Rasse, Ethnie, Geschlecht, Religion oder Glauben, Alter, Behinderung, sexueller Orientierung oder Staatsangehörigkeit, enthalten oder fördern;

Art. 43 Abs. 1 Einleitungssatz und Abs. 2

1) Werbung darf nicht zur körperlichen, geistigen oder sittlichen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Sie darf daher:

2) Mediendiensteanbieter haben für Werbung bei und in Kindersendungen Richtlinien in Übereinstimmung mit Art. 9 Abs. 4 der Richtlinie 2010/13/EU zu erlassen und diese leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu veröffentlichen.

Art. 44

Andere Werbeformen

Die Bestimmungen der Art. 40 bis 43 gelten für andere Formen der Werbung entsprechend; dies gilt insbesondere für Teleshopping, Sponsoring und Produktplatzierung im Rundfunk, in audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf und in Video-Sharing-Plattform-Diensten.

Art. 58 Abs. 5

Aufgehoben

Überschrift vor Art. 59

2. Meldung von Rundfunkprogrammen

Art. 59

Meldepflicht

1) Die Veranstaltung eines Radio- oder Fernsehprogramms ist der Regulierungsbehörde zu melden.

2) Die Meldung nach Abs. 1 hat zu enthalten:

- a) eine Erklärung der betreffenden juristischen oder natürlichen Person, dass sie beabsichtigt, ein Radio- oder Fernsehprogramm anzubieten;
- b) die folgenden Mindestangaben für die Führung des Registers nach Art. 1a:
 - 1. die Angaben zur Identifizierung des Meldepflichtigen;
 - 2. die Benennung zumindest einer Kontaktperson des Meldepflichtigen;
 - 3. die Zustelladresse des Meldepflichtigen und der Kontaktperson oder -personen;
 - 4. eine Kurzbeschreibung des wesentlichen Programminhalts oder des Katalogs; und
 - 5. den voraussichtlichen Zeitpunkt der Aufnahme der Programmveranstaltung; und
- c) die notwendigen Angaben zur vollständigen Offenlegung der Eigentums- und Treuhandverhältnisse sowie aller Rechtsbeziehungen zu Rundfunkveranstaltern und Unternehmen in medienrelevanten Märkten.

3) Jede Änderung meldepflichtiger Angaben nach Abs. 2 sowie die Einstellung der Programmveranstaltung sind unverzüglich der Regulierungsbehörde mitzuteilen.

4) Die Regulierungsbehörde erhebt von den Meldepflichtigen eine angemessene jährliche Aufsichtsabgabe.

5) Das Nähere über die Meldepflicht, einschliesslich der Erhebung einer Aufsichtsabgabe nach Abs. 5, regelt die Regierung in Übereinstimmung mit Art. 2 Abs. 5a bis 5c der Richtlinie 2010/13/EU mit Verordnung.

6) Unberührt bleiben kommunikationsrechtliche Erfordernisse.

Art. 60 bis 66

Aufgehoben

Art. 67

Sicherheitsleistung

Für alle Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit der Veranstaltung eines Radio- oder Fernsehprogramms, zur Deckung allfälliger Kosten, Gebühren und Verwaltungsstrafen kann vom Meldepflichtigen oder Rundfunkveranstalter eine angemessene Sicherheitsleistung verlangt werden.

Art. 70a

Produktplatzierung

1) Produktplatzierung ist in allen Fernsehsendungen zulässig, ausser in Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts und Kindersendungen.

2) Sendungen, die Produktplatzierung enthalten, müssen folgende Anforderungen erfüllen:

- a) Ihr Inhalt und ihre Platzierung im Sendeplan dürfen keinesfalls so beeinflusst werden, dass die Verantwortung und redaktionelle Unabhängigkeit des Fernsehveranstalters beeinträchtigt wird.
- b) Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen anregen, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.
- c) Sie dürfen das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen; dies gilt auch für kostenlos zur Verfügung gestellte geringwertige Güter.
- d) Die Zuschauer oder Zuhörer müssen zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung durch eine angemessene Kennzeichnung eindeutig auf das Bestehen einer Produktplatzierung hingewiesen werden, damit jede Irreführung des Zuschauers oder Zuhörers verhindert wird.

3) Die Kennzeichnungspflicht nach Abs. 2 Bst. d entfällt für Sendungen, die nicht vom Fernsehveranstalter selbst oder von einem mit ihm verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben worden sind, wenn nicht mit zumutbarem Aufwand ermittelbar ist, ob Produktplatzierung enthalten ist; hierauf ist hinzuweisen.

4) Das Nähere über die Produktplatzierung, insbesondere über deren Kennzeichnung, regelt die Regierung in Übereinstimmung mit Art. 11 der Richtlinie 2010/13/EU mit Verordnung.

Art. 72 Abs. 2 und 3

2) Einzel gesendete Fernsehwerbe- und Teleshopping-Spots sind im Rahmen von Sportveranstaltungen zulässig. Einzel gesendete Fernsehwerbe- und Teleshopping-Spots müssen, ausser bei der Übertragung von Sportveranstaltungen, die Ausnahme bilden.

3) Die Übertragung von Kindersendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten höchstens einmal für Fernsehwerbung unterbrochen werden, jedoch nur, wenn die Gesamtdauer der Sendung nach dem Sendeplan mehr als 30 Minuten beträgt. Die Übertragung von Teleshopping ist während Kindersendungen untersagt.

Art. 73

Dauer der Fernsehwerbung

1) Der Anteil an Sendezeit für Fernsehwerbe- und Teleshopping-Spots darf im Zeitraum von 6.00 Uhr bis 18.00 Uhr 20 % dieses Zeitraums nicht überschreiten. Der Sendezeitanteil von Fernsehwerbe- und Teleshopping-Spots darf im Zeitraum von 18.00 Uhr bis 24.00 Uhr 20 % dieses Zeitraums nicht überschreiten.

2) Abs. 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 und audiovisuelle Mediendienste anderer Teile derselben Sendergruppe;

- b) Sponsorenhinweise;
- c) Produktplatzierungen;
- d) neutrale Einzelbilder zwischen redaktionellen Inhalten und Fernsehwerbe- oder Teleshopping-Spots sowie zwischen einzelnen Spots.

Art. 76a

Schutz Minderjähriger bei Fernsehprogrammen

1) Fernsehveranstalter haben durch geeignete Massnahmen sicherzustellen, dass Medieninhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, nur so angeboten werden, dass sie von Minderjährigen üblicherweise nicht gehört oder gesehen werden können.

2) Personenbezogene Daten von Minderjährigen, die von Fernsehveranstaltern nach Abs. 1 erhoben oder anderweitig gewonnen werden, dürfen nicht für kommerzielle Zwecke wie etwa Direktwerbung, Profiling und auf das Nutzungsverhalten abgestimmte Werbung verwendet werden.

3) Fernsehveranstalter müssen den Zuschauern ausreichende Informationen über Inhalte geben, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können. Hierzu nutzen die Medieninhaber ein System, mit dem die potenzielle Schädlichkeit des Inhalts eines Mediums beschrieben wird.

4) Das Nähere über den Schutz Minderjähriger bei Fernsehprogrammen, insbesondere über die Massnahmen nach Abs. 1, regelt die Regierung in Übereinstimmung mit Art. 6a der Richtlinie 2010/13/EU mit Verordnung.

Art. 79 Abs. 3

3) Die Weiterverbreitung eines Fernsehprogramms aus einem anderen Vertragsstaat des EWRA oder des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen kann abweichend von Abs. 2 nur unter Beachtung des anwendbaren Staatsvertragsrechts vorläufig ausgesetzt werden. Das Nähere über die Aussetzung der Weiterverbreitung eines Fernsehprogramms regelt die Regierung in Übereinstimmung mit Art. 3 der Richtlinie 2010/13/EU sowie Art. 24 des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen mit Verordnung.

Überschrift vor Art. 81

7. Untersagung der Verbreitung von Rundfunkprogrammen

Art. 81

Untersagung der Verbreitung

1) Die Regulierungsbehörde kann die Verbreitung eines Radio- oder Fernsehprogramms untersagen, wenn:

- a) der Rundfunkveranstalter in seinem Programm wiederholt gegen gesetzliche Bestimmungen verstossen hat;
- b) das Programm sich ganz oder in wesentlichen Teilen an die Bevölkerung eines anderen Vertragsstaates des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen richtet und der Rundfunkveranstalter sich zu dem Zweck in Liechtenstein niedergelassen hat, Bestimmungen des anderen Staates, die Gegenstand dieses Übereinkommens sind, zu umgehen; oder

c) der Rundfunkveranstalter wiederholt und in schwerwiegender Weise die Pflichten nach Art. 58 Abs. 1 verletzt.

2) Die Regulierungsbehörde hat die Untersagung nach Abs. 1 vorgängig schriftlich anzudrohen.

3) Ein durch die rechtmässige Untersagung der Verbreitung eingetretener Vermögensnachteil des Rundfunkveranstalters ist nicht zu entschädigen.

Überschrift vor Art. 82

B. Audiovisuelle Mediendienste auf Abruf und Video-Sharing-Plattform-Dienste

Art. 82

Grundsatz

1) Audiovisuelle Mediendienste auf Abruf und Video-Sharing-Plattform-Dienste unterliegen den Sondervorschriften dieses Gesetzes und der darauf gestützten Verordnungen sowie ergänzend den übrigen Sondervorschriften, insbesondere dem E-Commerce-Gesetz.

2) Für audiovisuelle Mediendienste auf Abruf und Video-Sharing-Plattform-Dienste gelten die Art. 56a, 70, 70a, 76a und 79 entsprechend.

3) Das Nähere über audiovisuelle Mediendienste auf Abruf und Video-Sharing-Plattform-Dienste regelt die Regierung in Übereinstimmung mit Kapitel III, IV und IXa der Richtlinie 2010/13/EU mit Verordnung.

Art. 82a

Meldepflicht

1) Das Anbieten von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf und Video-Sharing-Plattform-Diensten ist der Regulierungsbehörde zu melden.

2) Im Übrigen findet auf die Meldepflicht Art. 59 Abs. 2 bis 6 sinngemäss mit der Massgabe Anwendung, dass die Regierung das Nähere in Übereinstimmung mit Art. 28a Abs. 6 der Richtlinie 2010/13/EU mit Verordnung regelt.

Art. 82b

Förderung europäischer Werke

1) Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf müssen sicherstellen, dass ihre Kataloge einen Mindestanteil europäischer Werke von 30 % enthalten und solche Werke herausgestellt werden, sofern diese Verpflichtung wegen der Art oder des Themas der audiovisuellen Mediendienste nicht undurchführbar oder ungerechtfertigt wäre.

2) Das Nähere über die Förderung europäischer Werke regelt die Regierung in Übereinstimmung mit Art. 13 der Richtlinie 2010/13/EU mit Verordnung.

Art. 82c

Schutzpflichten

1) Unbeschadet der Art. 13 bis 18 des E-Commerce-Gesetzes müssen Video-Sharing-Plattform-Anbieter angemessene Massnahmen treffen, um:

- a) Minderjährige vor Sendungen, nutzergenerierten Videos und audiovisueller kommerzieller Kommunikation zu schützen, die ihre körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung beeinträchtigen können;
- b) die Allgemeinheit vor Sendungen, nutzergenerierten Videos und audiovisueller kommerzieller Kommunikation zu schützen, in denen zu Gewalt oder Hass gegen eine Gruppe von Personen oder gegen ein Mitglied einer Gruppe aus Gründen des Geschlechts, der Rasse, der Hautfarbe, der ethnischen oder sozialen Herkunft, der genetischen Merkmale, der Sprache, der Religion oder der Weltanschauung, der politischen oder sonstigen Anschauung, der Zugehörigkeit zu einer nationalen Minderheit, des Vermögens, der Geburt, einer Behinderung, des Alters, der sexuellen Ausrichtung oder der Staatsangehörigkeit aufgestachelt wird;
- c) die Allgemeinheit vor Sendungen, nutzergenerierten Videos und audiovisueller kommerzieller Kommunikation mit Inhalten zu schützen, deren Verbreitung eine Straftat darstellt, nämlich die öffentliche Aufforderung zur Begehung einer terroristischen Straftat im Sinne des § 278c des Strafgesetzbuches und Straftaten im Zusammenhang mit Kinderpornografie im Sinne des § 219 des Strafgesetzbuches.

2) Video-Sharing-Plattform-Anbieter haben die Vorgaben der Art. 40 ff. sowie des Tabakpräventionsgesetzes in Bezug auf audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von diesen Anbietern vermarktet, verkauft oder zusammengestellt wird, einzuhalten. Sie haben angemessene Massnahmen zu ergreifen, um diese Vorgaben auch in Bezug auf audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die nicht von diesen Anbietern vermarktet, verkauft oder zusammengestellt wird, einzuhalten.

3) Das Nähere über die Schutzpflichten regelt die Regierung in Übereinstimmung mit Art. 28b Abs. 2 bis 6 der Richtlinie 2010/13/EU mit Verordnung.

Art. 82d

Schlichtung von Streitigkeiten

1) Die Schlichtung von Streitigkeiten zwischen Nutzern und Video-Sharing-Plattform-Anbietern bezüglich der Einhaltung der Schutzpflichten nach Art. 82c erfolgt durch die Regulierungsbehörde in Form einer Vermittlung zwischen den Parteien.

2) Die Parteien sind verpflichtet, an diesem Verfahren mitzuwirken und alle zur Beurteilung der Sachlage erforderlichen Auskünfte zu erteilen sowie erforderliche Unterlagen vorzulegen.

3) Wird innerhalb von vier Monaten im Rahmen der Streitschlichtung keine einvernehmliche Lösung herbeigeführt, kann der Gegenstand des Verfahrens – soweit nicht eine Zuständigkeit der ordentlichen Gerichte vorliegt – von der Regulierungsbehörde amtswegig weitergeführt und mit Verfügung abgeschlossen werden.

4) Gegen Entscheidungen und Verfügungen der Regulierungsbehörde über Kosten und Gebühren im Schlichtungsverfahren ist kein Rechtsmittel zulässig. Vergleiche sowie Entscheidungen und Verfügungen der Regulierungsbehörde über Kosten und Gebühren im Schlichtungsverfahren bilden Exekutionstitel im Sinne von Art. 1 der Exekutionsordnung.

5) Das Nähere über die Streitschlichtung regelt die Regierung in Übereinstimmung mit Art. 28b Abs. 7 und 8 der Richtlinie 2010/13/EU mit Verordnung.

Art. 86
Aufsichtsbehörde

Die Regierung ist Aufsichtsbehörde nach diesem Gesetz und insbesondere zuständig für:

- a) die Ausübung der Rechtsaufsicht über die Medienkommission (Art. 88);
- b) die Sicherung der Meinungs- und Angebotsvielfalt (Art. 89);
- c) die Bestimmung oder Errichtung einer Regulierungsbehörde (Art. 89a).

Art. 87

Aufgehoben

Überschrift vor Art. 89a

C. Regulierungsbehörde

Art. 89a

Organisation

1) Die Regierung bestimmt oder errichtet eine Amtsstelle oder eine Kommission als Regulierungsbehörde. Ihr sind die für die Erfüllung ihrer Aufgaben erforderlichen personellen, finanziellen und sachlichen Ressourcen zur Verfügung zu stellen.

2) Die Regulierungsbehörde ist bei der Erfüllung ihrer regulatorischen Aufgaben an keine Weisungen gebunden.

3) Das Nähere über die Organisation der Regulierungsbehörde regelt die Regierung in Übereinstimmung mit Art. 30 Abs. 1 bis 5 der Richtlinie 2010/13/EU mit Verordnung.

Art. 89b

Aufgaben

1) Der Regulierungsbehörde obliegt die Erfüllung aller regulatorischen Aufgaben, die ihr aufgrund des EWR-Rechts als nationale Regulierungsbehörde im Bereich der Medien aufgrund dieses Gesetzes übertragen sind. Dazu gehören insbesondere:

- a) die Führung des Registers der vom Geltungsbereich erfassten Mediendienstanbieter und Video-Sharing-Plattform-Anbieter (Art. 1a);
- b) die Entgegennahme von Meldungen über die Veranstaltung von Rundfunkprogrammen oder das Anbieten von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf und Video-Sharing-Plattform-Diensten (Art. 59 und 82a);
- c) die Entgegennahme vorlagepflichtiger Dokumente (Art. 77) und die Einholung von Informationen im Zusammenhang mit dem Europäischen Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen (Art. 78);
- d) die Untersagung der Verbreitung oder Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen (Art. 79 und 81).

2) Das Nähere über die Aufgaben der Regulierungsbehörde regelt die Regierung in Übereinstimmung mit Art. 30 der Richtlinie 2010/13/EU mit Verordnung.

Art. 89c

Auskunftsrechte und Ermittlungsbefugnisse

1) Die Regulierungsbehörde kann jederzeit alle Ermittlungen durchführen und alle Beweise erheben, die zur Erfüllung ihrer gesetzlichen Aufgaben erforderlich sind. Sie bedient sich der Beweismittel, die sie nach pflichtgemäßem Ermessen zur Ermittlung des rechtserheblichen Sachverhaltes für erforderlich hält.

2) Natürliche oder juristische Personen oder Personengesellschaften haben auf Verlangen Aufzeichnungen, Bücher, Geschäftspapiere und andere Urkunden, die für die Regulierungsbehörde erheblich sein können, vorzulegen, Auskünfte zu erteilen und die sonst zur Durchführung dieses Gesetzes erforderlichen Hilfsdienste zu leisten. Vorkehrungen, die die Massnahmen hindern oder erschweren, sind unzulässig.

3) Die Regulierungsbehörde kann sämtliche Informationen, die sie in Vollziehung dieses Gesetzes erhoben hat, im notwendigen Umfang mit der EFTA-Überwachungsbehörde und den Regulierungsbehörden der anderen Vertragsstaaten des EWRA austauschen. Das Nähere regelt die Regierung in Übereinstimmung mit Art. 30a der Richtlinie 2010/13/EU mit Verordnung.

Art. 89d

Rechtsschutz

1) Gegen Entscheidungen und Verfügungen der Regulierungsbehörde kann binnen 14 Tagen ab Zustellung Beschwerde an die Beschwerdekommision für Verwaltungsangelegenheiten erhoben werden; vorbehalten bleibt Art. 82d Abs. 4.

2) Gegen Entscheidungen und Verfügungen der Beschwerdekommision für Verwaltungsangelegenheiten kann binnen 14 Tagen ab Zustellung Beschwerde an den Verwaltungsgerichtshof erhoben werden.

3) Die Überprüfungsbefugnis der Beschwerdekommision für Verwaltungsangelegenheiten sowie des Verwaltungsgerichtshofes beschränkt sich auf Rechts- und Sachfragen. Die Ausübung des Ermessens wird ausschliesslich rechtlich überprüft.

4) Soweit nichts anderes angeordnet wird, kommt einer Beschwerde gegen Entscheidungen und Verfügungen nach diesem Gesetz keine aufschiebende Wirkung zu. Der Vorsitzende der Beschwerdeinstanz kann auf Antrag des Beschwerdeführers einer Beschwerde die aufschiebende Wirkung zuerkennen, soweit nicht zwingende öffentliche Interessen entgegenstehen und durch den sofortigen Vollzug für den Beschwerdeführer ein nicht wieder gutzumachender Nachteil entstünde.

5) Im Übrigen finden auf das Verfahren die Bestimmungen des Gesetzes über die allgemeine Landesverwaltungspflege Anwendung.

Überschrift vor Art. 90

D. Landtag

Art. 93 Abs. 1a bis 3 und 5

1a) Von der Regierung ist wegen Übertretung mit einer Busse bis zu 20 000 Franken zu bestrafen, wer vorsätzlich:

- a) die allgemeinen Bestimmungen über die Werbung (Art. 40 bis 44) verletzt; vorbehalten bleibt Abs. 2a Bst. a;
- b) als Veranstalter das Recht auf Kurzberichterstattung (Art. 57) verletzt.

2) Von der Regulierungsbehörde ist wegen Übertretung mit einer Busse bis zu 20 000 Franken zu bestrafen, wer vorsätzlich:

- a) als Rundfunkveranstalter die Meldepflicht nach Art. 59 verletzt;
- b) als Rundfunkveranstalter der Rechnungslegungs- und Vorlagepflicht (Art. 77) oder der Informationspflicht nach Art. 78 nicht oder nicht gehörig nachkommt;
- c) als Rundfunkveranstalter die Bestimmungen über die unveränderte Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen (Art. 79) verletzt;
- d) als Anbieter eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf oder Video-Sharing-Plattform-Dienstes die Meldepflicht nach Art. 82a verletzt.

2a) Von der Regierung ist wegen Übertretung mit einer Busse bis zu 50 000 Franken zu bestrafen, wer vorsätzlich:

- a) als Rundfunkveranstalter die allgemeinen Bestimmungen über die Werbung (Art. 40 bis 44) verletzt;
- b) die Bestimmungen über Werbung, Sponsoring und Teleshopping im Rundfunk (Art. 69 bis 75) verletzt.

3) Von der Regulierungsbehörde ist wegen Übertretung mit einer Busse bis zu 50 000 Franken zu bestrafen, wer vorsätzlich als Rundfunkveranstalter die Bestimmungen über die Ausübung von Exklusivrechten an Ereignissen von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung (Art. 58) verletzt.

4) Die Regierung und die Regulierungsbehörde können die Veröffentlichung rechtskräftiger Entscheidungen wegen Verwaltungsübertretungen nach den Abs. 1 bis 3 anordnen.

Art. 95 Bst. b und h

Die Regierung erlässt die zur Durchführung dieses Gesetzes notwendigen Verordnungen, insbesondere über:

- b) die Meldepflicht und die jährliche Aufsichtsabgabe (Art. 59 Abs. 5 und Art. 82a Abs. 2);
- h) Aufgehoben

II.

Änderung von Bezeichnungen

1) In Art. 77 Abs. 1 und 2, Art. 78 Abs. 1 und 2 sowie Art. 79 Abs. 2, 4 und 5 ist die Bezeichnung „Konzessionsbehörde“ oder „Aufsichtsbehörde“ durch die Bezeichnung „Regulierungsbehörde“, in der jeweils grammatikalisch richtigen Form, zu ersetzen.

2) In Art. 77 Abs. 2 ist die Bezeichnung „Beteiligungsverhältnissen“ durch die Wortfolge „Eigentums-, Beteiligungs-, Anteils- und Stimmrechtsverhältnissen sowie stillen Beteiligungen und Treuhandverhältnissen“ zu ersetzen.

3) In Art. 77 Abs. 3 ist die Wortfolge „unmittelbar und mittelbar Beteiligte“ durch die Wortfolge „direkt oder indirekt beteiligte Personen“ zu ersetzen.

4) In Art. 8 Abs. 3, Art. 12 Abs. 1, Art. 29 Abs. 2 Bst. c, Art. 32 Abs. 2 Bst. d, Art. 33 Abs. 2 Bst. d, Art. 34 Abs. 3 Bst. e, Art. 35 Abs. 2 Bst. e, Art. 47 Abs. 1, Art. 50 Abs. 1 und Art. 95 Bst. g sind die Bezeichnungen „Onlinemedium“ bzw. „Onlinemedien“ oder „rundfunkähnliches Onlinemedium“ bzw. „rundfunkähnliche Onlinemedien“ durch die Bezeichnung „audiovisueller Mediendienst auf Abruf oder Video-Sharing-Plattform-Dienst“, in der jeweils grammatikalisch richtigen Form, zu ersetzen.

III.

Übergangsbestimmung

Die zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Gesetzes in Liechtenstein tätigen Konzessionsinhaber haben innerhalb von drei Monaten nach Inkrafttreten dieses Gesetzes der Meldepflicht nach Art. 59 nachzukommen.

IV.

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt gleichzeitig mit dem Beschluss des Gemeinsamen EWR-Ausschusses Nr. 337/2022 vom 9. Dezember 2022 zur Änderung von Anhang XI (Elektronische Kommunikation, audiovisuelle Dienste und Informationsgesellschaft) und Protokoll 37 des EWR-Abkommens in Kraft.

2. **ABÄNDERUNG DES TABAKPRÄVENTIONSGESETZES**

Gesetz

vom ...

über die Abänderung des Tabakpräventionsgesetzes

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

I.

Abänderung bisherigen Rechts

Das Gesetz vom 13. Dezember 2007 über den Nichtraucherschutz und die Werbung für Tabakerzeugnisse (Tabakpräventionsgesetz; TPG), LGBl. 2008 Nr. 27, wird wie folgt abgeändert:

Art. 2 Abs. 1 Bst. g

1) Im Sinne dieses Gesetzes bedeuten:

- g) "audiovisuelle kommerzielle Kommunikation": Bilder mit oder ohne Ton, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen; diese Bilder sind einer Sendung oder einem nutzergenerierten Video gegen Entgelt

oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen unter anderem Fernsehwerbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung;

Art. 6 Abs. 1 sowie 2 Einleitungssatz und Bst. a

1) Werbung in Medienerzeugnissen und audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Tabakerzeugnisse sowie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter sind verboten.

2) Ausgenommen von Abs. 1 sind:

a) Werbung in Medienerzeugnissen und audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die ausschliesslich für im Tabakhandel tätige Personen bestimmt ist;

Art. 7 Abs. 3 und 4

3) Sendungen in einem audiovisuellen Mediendienst (Art. 2 Abs. 1 Ziff. 4 MedienG) dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Tabakerzeugnissen sowie von elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern ist.

4) Produktplatzierung (Art. 2 Abs. 1 Ziff. 24a MedienG) zugunsten von Tabakerzeugnissen sowie von elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern oder zugunsten von Unternehmen, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf dieser Erzeugnisse ist, ist verboten.

II.

Inkrafttreten

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

3. **ABÄNDERUNG DES BESCHWERDEKOMMISSIONSGESETZES**

Gesetz

vom ...

über die Abänderung des Beschwerdekommisiongesetzes

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

I.

Abänderung bisherigen Rechts

Das Beschwerdekommisiongesetz vom 25. Oktober 2000, LGBl. 2000 Nr. 248, in der geltenden Fassung, wird wie folgt abgeändert:

Art. 4 Abs. 1 Bst. c^{bis}

1) Die Beschwerdekommision ist zuständig für Beschwerden gegen Verfügungen und Entscheidungen im Bereich:

c^{bis}) Medien:

der von der Regierung bestimmten oder errichteten Amtsstelle oder Kommission in ihrer Funktion als weisungsunabhängige Regulierungsbehörde aufgrund des Mediengesetzes sowie der darauf gestützten Verordnungen;

II.

Inkrafttreten

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

RICHTLINIEN

RICHTLINIE (EU) 2018/1808 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES

vom 14. November 2018

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

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,

nach Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses ⁽¹⁾,

nach Stellungnahme des Ausschusses der Regionen ⁽²⁾,

gemäß dem ordentlichen Gesetzgebungsverfahren ⁽³⁾,

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Die letzte inhaltliche Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates ⁽⁴⁾, die später durch die Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates ⁽⁵⁾ kodifiziert wurde, erfolgte im Jahr 2007 mit dem Erlass der Richtlinie 2007/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates ⁽⁶⁾. Seitdem hat sich der Markt für audiovisuelle Mediendienste durch die zunehmende Konvergenz von Fernseh- und Internetdiensten beträchtlich und schnell weiterentwickelt. Die technischen Entwicklungen haben neue Arten von Diensten und neue Benutzererfahrungen ermöglicht. Zudem haben sich die Sehgewohnheiten, insbesondere die der jüngeren Generationen, erheblich geändert. Der Hauptbildschirm des Fernsehgerätes ist zwar nach wie vor ein wichtiges Instrument des gemeinsamen audiovisuellen Erlebens, viele Zuschauer benutzen aber auch andere, tragbare Geräte, um audiovisuelle Inhalte anzusehen. Herkömmliche Fernsehinhalte machen noch immer den Hauptteil der durchschnittlichen täglichen Nutzungsdauer aus.

Allerdings haben neue Arten von Inhalten wie Videoclips oder nutzergenerierte Inhalte zunehmend an Bedeutung gewonnen, und es haben sich neue Anbieter, darunter auch Anbieter von Videoabrufdiensten und Video-Sharing-Plattformen, fest etabliert. Diese Konvergenz der Medien macht einen aktualisierten Rechtsrahmen erforderlich, um den Entwicklungen des Marktes Rechnung zu tragen und ein Gleichgewicht zwischen dem Zugang zu Online-Inhalte-Diensten, dem Verbraucherschutz und der Wettbewerbsfähigkeit zu schaffen.

- (2) Am 6. Mai 2015 nahm die Kommission eine Mitteilung mit dem Titel „Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa“ an, in der sie eine Überarbeitung der Richtlinie 2010/13/EU ankündigte.
- (3) Die Richtlinie 2010/13/EU sollte weiterhin nur auf jene Dienste Anwendung finden, deren Hauptzweck die Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung ist. Das Erfordernis des Hauptzwecks sollte auch dann als erfüllt angesehen werden, wenn der Dienst audiovisuelle Inhalte enthält und eine Form hat, die sich von der Hauptaktivität des Diensteanbieters trennen lassen, beispielsweise eigenständige Bereiche von Online-Zeitungen mit audiovisuellen Sendungen oder nutzergenerierten Videos, soweit solche Bereiche als von ihrer Haupttätigkeit trennbar angesehen werden können. Ein Dienst sollte lediglich als untrennbare Ergänzung der

⁽¹⁾ ABl. C 34 vom 2.2.2017, S. 157.

⁽²⁾ ABl. C 185 vom 9.6.2017, S. 41.

⁽³⁾ Standpunkt des Europäischen Parlaments vom 2. Oktober 2018 (noch nicht im Amtsblatt veröffentlicht) und Beschluss des Rates vom 6. November 2018.

⁽⁴⁾ Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsbestimmungen der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (ABl. L 298 vom 17.10.1989, S. 23).

⁽⁵⁾ 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).

⁽⁶⁾ 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).

Haupttätigkeit angesehen werden, wenn die Verknüpfungen zwischen dem audiovisuellen Angebot und der Haupttätigkeit, wie der Bereitstellung von Nachrichten in schriftlicher Form, dies rechtfertigen. Kanäle oder andere audiovisuelle Dienste, die der redaktionellen Verantwortung eines Anbieters unterliegen, können als solche selbst audiovisuelle Mediendienste darstellen, auch wenn sie auf einer Video-Sharing-Plattform dargeboten werden, bei der es ihrerseits an einer redaktionellen Verantwortung fehlt. In solchen Fällen werden die Anbieter, die eine redaktionelle Verantwortung wahrnehmen, die Bestimmungen der Richtlinie 2010/13/EU einzuhalten haben.

- (4) Video-Sharing-Plattform-Dienste stellen audiovisuelle Inhalte bereit, die von der Allgemeinheit und insbesondere von jungen Menschen immer häufiger abgerufen werden. Dies gilt auch für soziale Netzwerke, die sich zu einem wichtigen Medium für das Teilen von Informationen sowie für Unterhaltung und Bildung entwickelt haben, auch indem sie Zugang zu Sendungen und nutzergenerierten Videos bieten. Diese sozialen Netzwerke müssen in den Geltungsbereich der Richtlinie 2010/13/EU einbezogen werden, da sie um das gleiche Publikum und um die gleichen Einnahmen wie die audiovisuellen Mediendienste konkurrieren. Außerdem üben sie einen erheblichen Einfluss aus, indem sie dazu beitragen, dass Nutzer die Möglichkeit haben, die Meinungen anderer Nutzer zu formen und zu beeinflussen. Um Minderjährige vor schädlichen Inhalten und alle Bürger vor der Aufstachelung zu Hass, Gewalt und Terrorismus zu schützen, sollten diese Dienste von der Richtlinie 2010/13/EU insoweit erfasst werden, wie sie die Begriffsbestimmung als Video-Sharing-Plattform-Dienst erfüllen.
- (5) Die Richtlinie 2010/13/EU ist zwar nicht darauf ausgerichtet, soziale Netzwerke an sich zu regulieren, aber sie sollte sich auf diese Dienste erstrecken, wenn eine wesentliche Funktion des sozialen Netzwerks in der Bereitstellung von Sendungen und von nutzergenerierten Videos besteht. Die Bereitstellung von Sendungen und nutzergenerierten Videos könnte als wesentliche Funktion des sozialen Netzwerks angesehen werden, wenn der audiovisuelle Inhalt im Rahmen der Tätigkeit des sozialen Netzwerks nicht bloß von untergeordneter Bedeutung ist oder nur einen geringfügigen Teil der Tätigkeiten des sozialen Netzwerks darstellt. Um bezüglich der Umsetzung für Klarheit, Wirksamkeit und Einheitlichkeit zu sorgen, sollte die Kommission nach Konsultation des Kontaktausschusses gegebenenfalls Leitlinien für die praktische Anwendung des in der Begriffsbestimmung „Video-Sharing-Plattform-Dienst“ enthaltenen Kriteriums der wesentlichen Funktion herausgeben. Diese Leitlinien sollten unter gebührender Beachtung der allgemeinen Ziele von öffentlichem Interesse, die durch die von Video-Sharing-Plattform-Anbietern zu treffenden Maßnahmen erreicht werden sollen, und des Rechts der freien Meinungsäußerung ausgearbeitet werden.
- (6) Stellt ein trennbarer Teil eines Dienstes einen Video-Sharing-Plattform-Dienst für die Zwecke der Richtlinie 2010/13/EU dar, so sollte nur dieser Teil von dieser Richtlinie erfasst werden und dies nur im Hinblick auf Sendungen und nutzergenerierte Videos. In die redaktionellen Inhalte elektronischer Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften eingebettete Videoclips und animierte Bilder wie Bilder im GIF-Format sollten von der Richtlinie 2010/13/EU nicht erfasst werden. Die Begriffsbestimmung „Video-Sharing-Plattform-Dienst“ sollte sich nicht auf nichtwirtschaftliche Tätigkeiten, wie die Bereitstellung audiovisueller Inhalte auf privaten Webseiten und nichtwirtschaftlichen Interessengemeinschaften, erstrecken.
- (7) Damit eine wirksame Umsetzung der Richtlinie 2010/13/EU gewährleistet werden kann, kommt es darauf an, dass die Mitgliedstaaten aktuelle Aufzeichnungen über die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbieter und Video-Sharing-Plattform-Anbieter erstellen und führen und diese regelmäßig ihren zuständigen unabhängigen Regulierungsbehörden oder -stellen und der Kommission übermitteln. Diese Aufzeichnungen sollten auch Angaben zu den Kriterien enthalten, auf denen die Rechtshoheit beruht.
- (8) 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 könnte zu widersprüchlichen Ergebnissen führen. Bei der Anwendung der in der genannten Richtlinie vorgesehenen Verfahren der Zusammenarbeit ist es wichtig, dass die Kommission ihre Erkenntnisse auf verlässliche Fakten stützen kann. Die Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste (ERGA) sollte daher befugt sein, auf Anfrage der Kommission Stellungnahmen zur rechtlichen Zuständigkeit abzugeben. Beschließt die Kommission in Anwendung dieser Verfahren der Zusammenarbeit, die ERGA zu konsultieren, so sollte sie den Kontaktausschuss darüber sowie über von Mitgliedstaaten im Rahmen solcher Verfahren der Zusammenarbeit eingegangene Mitteilungen und über die Stellungnahme der ERGA informieren.
- (9) Die Verfahren und Voraussetzungen, die für die Beschränkung der Freiheit, audiovisuelle Mediendienste anzubieten und zu nutzen, gelten, sollten für lineare und nichtlineare Dienste gleich sein.
- (10) Im Einklang mit der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union (im Folgenden „Gerichtshof“) kann die nach dem Vertrag garantierte Dienstleistungsfreiheit aus zwingenden Gründen des öffentlichen Interesses eingeschränkt werden — beispielsweise um ein hohes Maß an Verbraucherschutz zu erreichen —, sofern diese Einschränkungen gerechtfertigt, verhältnismäßig und notwendig sind. Die Mitgliedstaaten sollten daher bestimmte Maßnahmen ergreifen können, um die Einhaltung ihrer Verbraucherschutzvorschriften, die nicht die Bereiche betreffen, die durch die Richtlinie 2010/13/EU koordiniert sind, sicherzustellen. Die von einem Mitgliedstaat zur Durchsetzung seiner nationalen Verbraucherschutzregelung ergriffenen Maßnahmen, einschließlich solcher in Bezug auf Glücksspielwerbung, müssten, wie von der Rechtsprechung des Gerichtshofs gefordert, gerechtfertigt, angesichts des angestrebten Ziels verhältnismäßig und notwendig sein. Auf jeden Fall darf der empfangende Mitgliedstaat keine Maßnahmen ergreifen, die die Weiterverbreitung von Fernsehsendungen aus einem anderen Mitgliedstaat in seinem Hoheitsgebiet verhindern würden.

- (11) Teilt ein Mitgliedstaat der Kommission mit, dass sich ein Mediendiensteanbieter in dem die Rechtshoheit innehabenden Mitgliedstaat niedergelassen hat, um strengere Bestimmungen in den von der Richtlinie 2010/13/EU koordinierten Bereichen, denen dieser Anbieter unterliegen würde, wenn er im mitteilenden Mitgliedstaat niedergelassen wäre, zu umgehen, sollte er glaubwürdige und ordnungsgemäß begründete Belege hierfür vorlegen. Diese Belege sollten eine Reihe untermauernder Fakten enthalten, die es gestatten, eine solche Umgehung nach vernünftigem Ermessen festzustellen.
- (12) In ihrer Mitteilung an das Europäische Parlament und den Rat „Bessere Ergebnisse durch bessere Rechtsetzung – Eine Agenda der EU“ betonte die Kommission, dass sie bei der Prüfung von Lösungsansätzen gesetzgeberische wie auch nichtgesetzgeberische Möglichkeiten, die dem Modell der praxisorientierten Gemeinschaft und den Grundsätzen für eine bessere Selbst- und Koregulierung entsprechen, in Betracht ziehen würde. Mehrere Verhaltenskodizes, die in den von der Richtlinie 2010/13/EU koordinierten Bereichen aufgestellt wurden, haben sich nach den Grundsätzen für eine bessere Selbst- und Koregulierung als gut konzipiert bewährt. Das Bestehen eines gesetzgeberischen Auffangmechanismus wurde als wichtiger Erfolgsfaktor bei der Förderung der Einhaltung von Selbst- oder Koregulierungskodizes angesehen. Genauso wichtig ist, dass solche Kodizes konkrete Zielvorgaben und Zielsetzungen enthalten, die eine regelmäßige, transparente und unabhängige Überwachung und Bewertung ihrer Zielerfüllung ermöglichen. In den Verhaltenskodizes sollte auch die wirksame Durchsetzung geregelt werden. Die Selbst- und Koregulierungskodizes, die in den von der Richtlinie 2010/13/EU koordinierten Bereichen angenommen werden, sollten diesen Grundsätzen folgen.
- (13) Die Erfahrung hat gezeigt, dass sowohl Selbst- als auch Koregulierungsinstrumente, die im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, bei der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzniveaus eine wichtige Rolle spielen können. Die Maßnahmen zur Verwirklichung der Ziele von öffentlichem Interesse im Bereich der neuen audiovisuellen Mediendienste sind wirksamer, wenn sie mit der aktiven Unterstützung der Diensteanbieter selbst ergriffen werden.
- (14) Die Selbstregulierung stellt eine Art freiwillige Initiative dar, die Wirtschaftsteilnehmern, Sozialpartnern, Nichtregierungsorganisationen und Vereinigungen die Möglichkeit gibt, untereinander und füreinander gemeinsame Leitlinien festzulegen. Sie sind für die Ausarbeitung, Überwachung und Durchsetzung der Einhaltung dieser Leitlinien selbst zuständig. Die Mitgliedstaaten sollten im Einklang mit ihren unterschiedlichen Rechtstraditionen die Rolle, die eine wirksame Selbstregulierung als Ergänzung zu den bestehenden Gesetzgebungs-, Gerichts- und Verwaltungsverfahren spielen kann, sowie ihren wertvollen Beitrag zur Verwirklichung der Ziele der Richtlinie 2010/13/EU anerkennen. Die Selbstregulierung sollte jedoch, obwohl sie eine ergänzende Methode zur Umsetzung bestimmter Vorschriften der Richtlinie 2010/13/EU sein kann, die Verpflichtung des nationalen Gesetzgebers nicht ersetzen. In ihrer Minimalform schafft Koregulierung im Einklang mit den Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten eine rechtliche Verbindung zwischen Selbstregulierung und dem nationalen Gesetzgeber. Bei der Koregulierung teilen sich die Interessenträger und die Regierung oder die nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen die Regulierungsfunktion. Zu den Aufgaben der einschlägigen öffentlichen Behörden zählen die Anerkennung des Koregulierungsprogramms, die Prüfung seiner Verfahren und die Finanzierung des Programms. Bei der Koregulierung sollten weiterhin staatliche Eingriffsmöglichkeiten für den Fall vorgesehen werden, dass ihre Ziele nicht erreicht werden. Unbeschadet der förmlichen Verpflichtungen der Mitgliedstaaten bezüglich der Umsetzung fördert die Richtlinie 2010/13/EU die Nutzung der Selbst- und Koregulierung. Dadurch werden weder die Mitgliedstaaten zur Festlegung von Regelungen zur Selbst- oder Koregulierung verpflichtet, noch werden gegenwärtige Koregulierungsinitiativen, die in den Mitgliedstaaten bereits bestehen und effektiv funktionieren, beeinträchtigt oder gefährdet.
- (15) Transparenz in Bezug auf die Eigentumsverhältnisse im Medienbereich steht in unmittelbarem Zusammenhang mit der Meinungsfreiheit, einem Eckpfeiler demokratischer Systeme. Informationen über die Eigentümerstruktur von Mediendiensteanbietern ermöglichen es Nutzern in Fällen, in denen die Eigentumsverhältnisse zu einer Kontrolle über die Inhalte der angebotenen Dienste oder zur Ausübung eines erheblichen Einflusses auf diese führen, sich ein fundiertes Urteil über die Inhalte zu bilden. Die Mitgliedstaaten sollten in der Lage sein zu bestimmen, ob und inwieweit Angaben zu den Eigentumsverhältnissen eines Mediendiensteanbieters für die Nutzer zugänglich sein sollten, sofern der Wesensgehalt der betreffenden Grundrechte und -freiheiten gewahrt wird und diese Maßnahmen notwendig und verhältnismäßig sind.
- (16) Aufgrund der Besonderheiten audiovisueller Mediendienste, insbesondere ihres Einflusses auf die Meinungsbildung der Menschen, haben die Nutzer ein berechtigtes Interesse zu erfahren, wer für den Inhalt dieser Dienste verantwortlich ist. Um die Meinungsfreiheit zu stärken und in der Folge den Medienpluralismus zu fördern und Interessenkonflikte zu vermeiden, ist es wichtig, dass die Mitgliedstaaten gewährleisten, dass die Nutzer jederzeit leicht und unmittelbar Zugang zu Informationen über Mediendiensteanbieter haben. Insbesondere im Hinblick auf die Angaben, die zur Eigentümerstruktur und zu den wirtschaftlichen Eigentümern gemacht werden können, liegt die Entscheidung bei den einzelnen Mitgliedstaaten.
- (17) Um ein kohärentes Vorgehen und Rechtssicherheit für die Unternehmen und die Behörden der Mitgliedstaaten zu gewährleisten, sollte der Begriff der „Aufstachelung zu Gewalt oder Hass“ in angemessenem Umfang im Sinne des Rahmenbeschlusses 2008/913/JI des Rates ⁽¹⁾ verstanden werden.

⁽¹⁾ Rahmenbeschluss 2008/913/JI des Rates vom 28. November 2008 zur strafrechtlichen Bekämpfung bestimmter Formen und Ausdrucksweisen von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit (ABl. L 328 vom 6.12.2008, S. 55).

- (18) Angesichts der Entwicklung der Mittel zur Verbreitung von Inhalten über elektronische Kommunikationsnetze ist es wichtig, die Allgemeinheit vor der Aufstachelung zu Terrorismus zu schützen. Aus diesem Grund sollte durch die Richtlinie 2010/13/EU sichergestellt werden, dass audiovisuelle Mediendienste keine öffentliche Aufforderung zur Begehung einer terroristischen Straftat enthalten. Um ein kohärentes Vorgehen und Rechtssicherheit für die Unternehmen und die Behörden der Mitgliedstaaten zu gewährleisten, sollte der Begriff „öffentliche Aufforderung zur Begehung einer terroristischen Straftat“ im Sinne der Richtlinie (EU) 2017/541 des Europäischen Parlaments und des Rates ⁽¹⁾ verstanden werden.
- (19) Damit die Zuschauer, darunter auch Eltern und Minderjährige, in der Lage sind, informierte Entscheidungen über die anzusehenden Inhalte zu treffen, ist es notwendig, dass Mediendienstanbieter ausreichende Informationen über Inhalte geben, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können. Dies könnte beispielsweise mithilfe eines Systems von Inhaltsdeskriptoren, eines akustischen Warnhinweises, einer optischen Kennzeichnung oder eines anderen Mittels erfolgen, das die Art des Inhalts beschreibt.
- (20) Die angemessenen Maßnahmen zum Schutz Minderjähriger, die für Fernsehdienste gelten, sollten auch für audiovisuelle Mediendienste auf Abruf gelten. Dadurch sollte das Schutzniveau erhöht werden. Der Mindestharmonisierungsansatz ermöglicht es den Mitgliedstaaten, ein höheres Schutzniveau für Inhalte einzuführen, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können. Die schädlichsten Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, die aber nicht notwendigerweise eine Straftat darstellen, sollten den strengsten Maßnahmen, wie Verschlüsselung und wirksamen Systemen zur elterlichen Kontrolle, unterliegen; dies hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, strengere Maßnahmen zu erlassen.
- (21) In der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates ⁽²⁾ wird festgestellt, dass Kinder hinsichtlich der Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten besonderen Schutz verdienen. Die Einrichtung von Systemen zum Schutz von Kindern durch Mediendienstanbieter führt unweigerlich zur Verbreitung der personenbezogenen Daten von Minderjährigen. Da solche Systeme dem Schutz von Kindern dienen, sollten die personenbezogenen Daten von Minderjährigen, die im Rahmen von technischen Maßnahmen zum Schutz von Kindern verarbeitet werden, nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.
- (22) Die Gewährleistung der Barrierefreiheit audiovisueller Inhalte ist eine wesentliche Anforderung im Zusammenhang mit den im Übereinkommen der Vereinten Nationen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen eingegangenen Verpflichtungen. Im Rahmen der Richtlinie 2010/13/EU sollte der Begriff „Menschen mit Behinderungen“ in Anbetracht der Art der unter diese Richtlinie fallenden Dienstleistungen — nämlich audiovisuelle Mediendienste — ausgelegt werden. Das Recht von Menschen mit Beeinträchtigungen und von älteren Menschen auf Teilnahme am gesellschaftlichen und kulturellen Leben der Union und ihre diesbezügliche Integration ist mit der Bereitstellung barrierefreier audiovisueller Mediendienste verbunden. Daher sollten die Mitgliedstaaten ohne unangemessene Verzögerung sicherstellen, dass sich die ihrer Rechthoheit unterworfenen Mediendienstanbieter aktiv darum bemühen, ihre Inhalte für Menschen mit Behinderungen, insbesondere für Menschen mit Seh- oder Hörstörungen, zugänglich zu machen. Die Anforderungen an die Barrierefreiheit sollten durch einen schrittweisen und fortlaufenden Prozess erfüllt werden, wobei praktische und unvermeidbare Einschränkungen, die beispielsweise im Fall von live übertragenen Sendungen oder Veranstaltungen eine vollständige Barrierefreiheit verhindern könnten, zu berücksichtigen sind. Um feststellen zu können, welche Fortschritte Mediendienstanbieter dabei gemacht haben, ihre Dienste schrittweise für Menschen mit Seh- oder Hörstörungen zugänglich zu machen, sollten die Mitgliedstaaten die in ihrem Hoheitsgebiet niedergelassenen Mediendienstanbieter verpflichten, ihnen regelmäßig Bericht zu erstatten.
- (23) Die Barrierefreiheit audiovisueller Mediendienste sollte gemäß der Richtlinie 2010/13/EU unter anderem durch Gebärdensprache, Untertitelung für Gehörlose und Schwerhörige, gesprochene Untertitel und Audiobeschreibung hergestellt werden. Diese Richtlinie gilt jedoch weder für Funktionen oder Dienste, die Zugang zu audiovisuellen Mediendiensten bieten, noch gilt sie für Barrierefreiheitsfunktionen elektronischer Programmführer (EPG). Diese Richtlinie lässt daher Unionsrecht zur Harmonisierung der Barrierefreiheit von Diensten, die Zugang zu audiovisuellen Mediendiensten bieten — wie etwa Webseiten, Online-Anwendungen oder EPG —, oder der Bereitstellung von Informationen zu Barrierefreiheit und in barrierefreien Formaten unberührt.
- (24) In einigen Fällen ist es unter Umständen nicht möglich, Notfallinformationen so zu verbreiten, dass sie für Menschen mit Behinderungen zugänglich sind. Die Verbreitung von Notfallinformationen über audiovisuelle Mediendienste sollte durch solche besonderen Umstände jedoch nicht verhindert werden.
- (25) Die Richtlinie 2010/13/EU lässt die Möglichkeit der Mitgliedstaaten unberührt, Verpflichtungen zur Gewährleistung der angemessenen Herausstellung von Inhalten aufzuerlegen, die nach festgelegten Zielen des

⁽¹⁾ Richtlinie (EU) 2017/541 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. März 2017 zur Terrorismusbekämpfung und zur Ersetzung des Rahmenbeschlusses 2002/475/JI des Rates und zur Änderung des Beschlusses 2005/671/JI des Rates (ABl. L 88 vom 31.3.2017, S. 6).

⁽²⁾ Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) (ABl. L 119 vom 4.5.2016, S. 1).

allgemeinen Interesses wie Medienpluralismus, Meinungsfreiheit und kulturelle Vielfalt von allgemeinem Interesse sind. Solche Verpflichtungen sollten nur auferlegt werden, wenn sie notwendig sind, um von Mitgliedstaaten im Einklang mit dem Unionsrecht eindeutig festgelegte Ziele von allgemeinem Interesse zu erreichen. Beschließen Mitgliedstaaten, Vorschriften über die angemessene Herausstellung zu erlassen, sollten sie den Unternehmen nur verhältnismäßige Verpflichtungen in Verfolgung legitimer öffentlicher Interessen auferlegen.

- (26) Um die redaktionelle Verantwortung der Mediendienstanbieter und die audiovisuelle Wertschöpfungskette zu schützen, ist es unerlässlich, dass die Integrität der Sendungen und audiovisuellen Mediendienste der Mediendienstanbieter sichergestellt werden kann. Sendungen und audiovisuelle Mediendienste sollten ohne Kürzung, Veränderung oder Unterbrechung und ohne Überblendung für kommerzielle Zwecke übertragen werden, es sei denn, die betreffenden Mediendienstanbieter haben dem ausdrücklich zugestimmt. Die Mitgliedstaaten sollten gewährleisten, dass die Zustimmung des Mediendienstanbieters bei Überblendungen, die vom Empfänger des Dienstes ausschließlich zum privaten Gebrauch ausgelöst oder genehmigt werden, wie etwa Überblendungen durch Dienste für die individuelle Kommunikation, nicht erforderlich ist. Steuerungselemente von Benutzeroberflächen, die wie Lautstärkeregler, Suchfunktionen, Navigationsmenüs oder Senderübersichten für die Bedienung des Geräts oder das Anwählen des Dienstes erforderlich sind, sollten nicht erfasst werden. Zulässige Überblendungen wie Warnhinweise, Informationen von öffentlichem Interesse, Untertitel oder Überblendungen mit kommerzieller Kommunikation, die vom Mediendienstanbieter bereitgestellt werden, sollten ebenfalls nicht unter diese Bestimmung fallen. Unbeschadet der Verordnung (EU) 2015/2120 des Europäischen Parlaments und des Rates⁽¹⁾ sollten auch Datenkomprimierungsverfahren zur Reduzierung der Größe einer Datei und andere technische Verfahren zur Anpassung eines Dienstes an das Mittel der Verbreitung (wie Auflösung und Codierung), in deren Fall der Inhalt in keiner Weise verändert wird, nicht erfasst werden.

Maßnahmen zum Schutz der Integrität von Sendungen und audiovisuellen Mediendiensten sollten verhängt werden, wenn sie notwendig sind, um von Mitgliedstaaten im Einklang mit dem Unionsrecht eindeutig festgelegte Ziele von allgemeinem Interesse zu erreichen. Durch solche Maßnahmen sollten Unternehmen verhältnismäßige Verpflichtungen in Verfolgung legitimer öffentlicher Interessen auferlegt werden.

- (27) Mit Ausnahme von Sponsoring und Produktplatzierung sollte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke in audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf die Kriterien erfüllen, die gemäß der Richtlinie 2010/13/EU auf Fernsehwerbung und Teleshopping zugunsten alkoholischer Getränke Anwendung finden. Die ausführlichen Kriterien in Bezug auf Fernsehwerbung und Teleshopping für alkoholische Getränke beschränken sich auf Spot-Werbung, die als solche ohnehin von der Sendung getrennt sind, und schließen daher andere Arten kommerzieller Kommunikation aus, die mit der Sendung in Verbindung stehen oder ein integrierter Bestandteil der Sendung sind, wie etwa Sponsoring und Produktplatzierung. Diese Kriterien sollten folglich auf Sponsoring und Produktplatzierung in audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf keine Anwendung finden.
- (28) Auf nationaler und internationaler Ebene bestehen verschiedene weithin anerkannte Ernährungsleitlinien, wie beispielsweise das Nährstoffprofil-Modell des Regionalbüros für Europa der Weltgesundheitsorganisation, 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 unter anderem mithilfe von Verhaltenskodizes auf Selbst- und Koregulierung zurückgegriffen wird, um die Einwirkung audiovisueller kommerzieller Kommunikation für Lebensmittel und Getränke, die einen hohen Gehalt an Salz, Zucker, Fett, gesättigten Fettsäuren oder Transfettsäuren aufweisen oder anderweitig gegen solche nationalen oder internationalen Ernährungsleitlinien verstoßen, auf Kinder wirkungsvoll zu reduzieren.
- (29) In derselben Weise sollten die Mitgliedstaaten angehalten werden, dafür zu sorgen, dass auf Selbst- und Koregulierung beruhende Verhaltenskodizes angewandt werden, um die Einwirkung audiovisueller kommerzieller Kommunikation für alkoholische Getränke auf Kinder und Jugendliche wirkungsvoll zu reduzieren. Auf Unionsebene und auf nationaler Ebene bestehen verschiedene Selbst- und Koregulierungssysteme, 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 für alkoholische Getränke stets mit Hinweisen auf einen verantwortungsvollen Alkoholenuss einhergeht.
- (30) Es ist wichtig, dass Minderjährige vor der Einwirkung audiovisueller kommerzieller Kommunikation zur Bewerbung von Glücksspielen wirksam geschützt werden. Auf Unionsebene und auf nationaler Ebene bestehen diesbezüglich verschiedene Selbst- und Koregulierungssysteme zur Förderung des verantwortungsvollen Glücksspiels, auch mittels audiovisueller kommerzieller Kommunikation.
- (31) 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.

⁽¹⁾ Verordnung (EU) 2015/2120 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2015 über Maßnahmen zum Zugang zum offenen Internet und zur Änderung der Richtlinie 2002/22/EG über den Universaldienst und Nutzerrechte bei elektronischen Kommunikationsnetzen und -diensten sowie der Verordnung (EU) Nr. 531/2012 über das Roaming in öffentlichen Mobilfunknetzen in der Union (ABl. L 310 vom 26.11.2015, S. 1).

- (32) Der Fernsehmarkt hat sich gewandelt, und bei der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation wird daher insbesondere im Hinblick auf quantitative Vorschriften für lineare audiovisuelle Mediendienste und Produktplatzierung mehr Flexibilität benötigt. Das Aufkommen neuer Dienste, auch solcher ohne Werbung, hat zu einer größeren Auswahl für die Zuschauer geführt, die leicht zu anderen Angeboten wechseln können.
- (33) Die Liberalisierung der Produktplatzierung hat nicht zu der erwarteten Verbreitung dieser Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation geführt. Insbesondere hat das allgemeine Verbot der Produktplatzierung, von einigen Ausnahmen abgesehen, keine Rechtssicherheit für Mediendienstanbieter geschaffen. Deshalb sollte die Produktplatzierung in allen audiovisuellen Mediendiensten und Video-Sharing-Plattform-Diensten mit bestimmten Ausnahmen erlaubt sein.
- (34) In Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts und Kindersendungen sollte Produktplatzierung nicht gestattet 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 in Kindersendungen auch weiterhin zu verbieten. Verbrauchersendungen sind Sendungen, die Zuschauern Ratschläge geben oder sogar Bewertungen im Hinblick auf den Kauf von Produkten und Dienstleistungen beinhalten. Produktplatzierung in solchen Sendungen zu erlauben, ließe die Unterschiede zwischen Werbung und redaktionellem Inhalt für die Zuschauer, die im Fall solcher Sendungen eine echte und ehrliche Bewertung von Produkten und Dienstleistungen erwarten dürfen, verschwimmen.
- (35) 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. Die Kennzeichnung audiovisueller Inhalte, die als europäische Werke einzustufen sind, in deren Metadaten sollte gefördert werden, damit solche Metadaten Mediendienstanbietern zur Verfügung stehen. Zur Herausstellung gehört, dass europäische Werke durch Erleichterung des Zugangs zu diesen Werken gefördert werden. Eine Herausstellung kann durch verschiedene Mittel gewährleistet werden, beispielsweise durch einen speziellen Bereich für europäische Werke, der von der Hauptseite des Dienstes aus erreichbar ist, durch die Möglichkeit, mit dem als Bestandteil dieses Dienstes verfügbaren Suchwerkzeug nach europäischen Werken zu suchen, durch die Nutzung europäischer Werke in Kampagnen dieses Dienstes oder durch einen Mindestanteil europäischer Werke, für die im Katalog dieses Dienstes zum Beispiel mit Bannern oder ähnlichen Instrumenten geworben wird.
- (36) Um angemessene Investitionen in europäische Werke sicherzustellen, sollten die Mitgliedstaaten die Möglichkeit haben, den in ihrem Hoheitsgebiet niedergelassenen Mediendienstanbietern 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 abzielenden audiovisuellen Mediendiensten erzielt werden, Abgaben erheben, die in einen Fonds eingezahlt werden. In dieser Richtlinie wird klargestellt, dass ein Mitgliedstaat — angesichts des direkten Zusammenhangs zwischen finanziellen Verpflichtungen und unterschiedlicher Kulturpolitik der Mitgliedstaaten — solche finanziellen Verpflichtungen auch Anbietern von auf sein Gebiet abzielenden Mediendiensten auferlegen darf, die in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen sind. In diesem Fall sollten sich die finanziellen Verpflichtungen nur auf die Umsätze beziehen, die mit Zuschauern in dem Zielmitgliedstaat erzielt werden. Mediendienstanbieter, die verpflichtet werden, in einem Zielmitgliedstaat zu Filmförderprogrammen beizutragen, sollten von den Beihilfen, die im Rahmen der betreffenden Filmförderprogramme für Mediendienstanbieter bereitgestellt werden, in diskriminierungsfreier Weise profitieren können, auch wenn sie keine Niederlassung in diesem Mitgliedstaat unterhalten.
- (37) Fernsehveranstalter investieren momentan stärker in europäische audiovisuelle Werke als Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf. Falls ein Zielmitgliedstaat sich entscheidet, einem der Rechtshoheit eines anderen Mitgliedstaats unterworfenen Fernsehveranstalter eine finanzielle Verpflichtung aufzuerlegen, sollte er daher unter gebührender Berücksichtigung des Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit die direkten Beiträge dieses Fernsehveranstalters zur Produktion europäischer Werke und zum Erwerb von Rechten an europäischen Werken — insbesondere Koproduktionen — berücksichtigen. Dies gilt unbeschadet der Zuständigkeit der Mitgliedstaaten, die Höhe der finanziellen Beiträge, die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbieter entrichten müssen, im Einklang mit ihrer Kulturpolitik und vorbehaltlich der Vereinbarkeit mit Vorschriften über staatliche Beihilfen festzulegen.
- (38) Bei der einzelfallbezogenen Beurteilung, ob ein in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassener audiovisueller Mediendienst auf Abruf auf Zuschauer in seinem Gebiet abzielt, sollte ein Mitgliedstaat solche Indikatoren heranziehen wie z. B. Werbung und andere verkaufsfördernde 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 Zielmitgliedstaat richten.

- (39) Erlegen Mitgliedstaaten den Mediendiensteanbietern finanzielle Beiträge auf, sollte damit eine angemessene Förderung europäischer Werke angestrebt und gleichzeitig eine Doppelbesteuerung der Mediendiensteanbieter vermieden werden. Erlegt der Mitgliedstaat, in dem der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist, einen solchen finanziellen Beitrag auf, sollte er daher etwaige von Zielmitgliedstaaten auferlegte finanzielle Verpflichtungen berücksichtigen.
- (40) Um sicherzustellen, dass durch Verpflichtungen zur Förderung europäischer Werke nicht die Marktentwicklung untergraben wird, und um neuen Marktteilnehmern den Marktzutritt zu ermöglichen, sollten Anbieter ohne erhebliche Marktpräsenz von solchen Anforderungen ausgenommen werden. Dies betrifft insbesondere Anbieter mit geringen Umsätzen oder geringen Zuschauerzahlen. Ob eine Zuschauerzahl gering ist, kann beispielsweise anhand der Nutzungsdauer oder der Verkäufe, je nach Art des Mediendienstes, festgelegt werden, während bei der Festlegung, wann ein Umsatz gering ist, die unterschiedlichen Größen der audiovisuellen Märkte in den Mitgliedstaaten berücksichtigt werden sollten. Die Auferlegung solcher Verpflichtungen könnte auch dann unangemessen sein, wenn diese angesichts der Art oder des Themas der audiovisuellen Mediendienste undurchführbar oder ungerechtfertigt wären.
- (41) Es ist wichtig, dass die Fernsehveranstalter mehr Flexibilität erhalten und selbst entscheiden können, wann sie Werbung schalten, um die Nachfrage der Werbenden und die Zuschauerbindung zu maximieren. Es ist jedoch auch erforderlich, diesbezüglich ein ausreichend hohes Maß an Verbraucherschutz aufrechtzuerhalten, da eine derartige Flexibilität dazu führen könnte, dass die Zuschauer während der Hauptsendezeit einem Übermaß an Werbung ausgesetzt werden. Daher sollten für den Zeitraum von 6.00 Uhr bis 18.00 Uhr und für den Zeitraum von 18.00 Uhr bis 24.00 Uhr bestimmte Obergrenzen gelten.
- (42) Neutrale Einzelbilder trennen redaktionelle Inhalte von Fernsehwerbe- oder Teleshoppingspots und einzelne Spots voneinander. Sie ermöglichen es dem Fernsehzuschauer, genau zu unterscheiden, wann eine Art audiovisueller Inhalte endet und die andere Art beginnt. Es ist notwendig klarzustellen, dass neutrale Einzelbilder nicht unter die quantitative Obergrenze für Fernsehwerbung fallen. Damit soll sichergestellt werden, dass die für neutrale Einzelbilder verwendete Sendezeit nicht in die Werbezeit eingerechnet wird und dass die Werbeeinnahmen nicht beeinträchtigt werden.
- (43) Die Sendezeit für Hinweise eines Fernsehveranstalters auf seine eigenen Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind, oder für Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit und für Spendenaufrufe zu Wohltätigkeitszwecken, die abgesehen von den Kosten, die für die Übertragung solcher Aufrufe anfallen, kostenlos sind, sollte nicht in die maximale Sendezeit für Fernsehwerbung und Teleshopping eingerechnet werden. Außerdem gehören viele Fernsehveranstalter zu größeren Sendergruppen 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 und audiovisuelle Mediendienste anderer Teile derselben Sendergruppe. Die Sendezeit für derartige Hinweise sollte ebenfalls nicht in die maximalen Sendezeiten für Fernsehwerbung und Teleshopping einbezogen werden.
- (44) Die unter die Richtlinie 2010/13/EU fallenden Video-Sharing-Plattform-Anbieter erbringen Dienste der Informationsgesellschaft im Sinne der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates⁽¹⁾. Folglich unterliegen diese Anbieter den Binnenmarktvorschriften der letztgenannten Richtlinie, falls sie in einem Mitgliedstaat niedergelassen sind. Es sollte gewährleistet werden, dass auch für nicht in einem Mitgliedstaat niedergelassene Video-Sharing-Plattform-Anbieter dieselben Vorschriften gelten, um die Wirksamkeit der in der Richtlinie 2010/13/EU vorgesehenen Maßnahmen zum Schutz Minderjähriger und der Allgemeinheit zu sichern und um so weit wie möglich gleiche Wettbewerbsbedingungen zu gewährleisten, wenn solche Anbieter entweder ein Mutterunternehmen oder ein Tochterunternehmen haben, das in einem Mitgliedstaat niedergelassen ist, oder wenn solche Anbieter zu einer Gruppe gehören und ein anderes Unternehmen dieser Gruppe in einem Mitgliedstaat niedergelassen ist. Daher sollten die in der Richtlinie 2010/13/EU festgelegten Begriffsbestimmungen auf bestimmten Grundsätzen beruhen und gewährleisten, dass sich ein Unternehmen nicht selbst vom Anwendungsbereich jener Richtlinie ausnehmen kann, indem es eine vielschichtige Gruppenstruktur schafft, die innerhalb und außerhalb der Union ansässige Unternehmen auf verschiedenen Ebenen umfasst. Die Anbieter, die gemäß den Niederlassungsvorschriften der Richtlinien 2000/31/EG und 2010/13/EU der Rechtshoheit der Mitgliedstaaten unterliegen, sollten der Kommission mitgeteilt werden.
- (45) Neue Herausforderungen ergeben sich vor allem im Zusammenhang mit Video-Sharing-Plattformen, auf denen die Nutzer, insbesondere Minderjährige, zunehmend audiovisuelle Inhalte nutzen. In dieser Hinsicht geben schädliche Inhalte und Hassbotschaften, die durch Video-Sharing-Plattform-Dienste bereitgestellt werden, zunehmend Anlass zur Sorge. Zum Schutz Minderjähriger und der Allgemeinheit vor derartigen Inhalten ist es notwendig, auf diesem Gebiet verhältnismäßige Vorschriften zu erlassen.

(1) 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).

- (46) Die kommerzielle Kommunikation über Video-Sharing-Plattform-Dienste wird bereits durch die Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates ⁽¹⁾ geregelt, die unlautere Geschäftspraktiken zwischen Unternehmen und Verbrauchern sowie irreführende und aggressive Praktiken in Diensten der Informationsgesellschaft verbietet.

Was die kommerzielle Kommunikation auf Video-Sharing-Plattformen in Bezug auf Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse angeht, wird durch die bestehenden Verbote der Richtlinie 2003/33/EG des Europäischen Parlaments und des Rates ⁽²⁾ sowie durch die für die kommerzielle Kommunikation in Bezug auf elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter geltenden Verbote der Richtlinie 2014/40/EU des Europäischen Parlaments und des Rates ⁽³⁾ bereits ein ausreichender Schutz der Verbraucher vor Tabakerzeugnissen und verwandten Erzeugnissen gewährleistet. Da die Nutzer beim Zugang zu audiovisuellen Inhalten zunehmend auf Video-Sharing-Plattform-Dienste setzen, muss — durch angemessene Angleichung der Bestimmungen für audiovisuelle kommerzielle Kommunikation zwischen allen Anbietern — ein ausreichendes Maß an Verbraucherschutz gewährleistet werden. Es ist also wichtig, dass audiovisuelle kommerzielle Kommunikation auf Video-Sharing-Plattformen eindeutig als solche gekennzeichnet wird und dass dabei qualitative Mindestanforderungen beachtet werden.

- (47) Ein bedeutender Teil der durch Video-Sharing-Plattform-Dienste bereitgestellten Inhalte unterliegt nicht der redaktionellen Verantwortung des Video-Sharing-Plattform-Anbieters. Diese Anbieter bestimmen aber normalerweise, wie die Inhalte — nämlich Sendungen, nutzergenerierte Videos und audiovisuelle kommerzielle Kommunikation — organisiert werden, auch mit automatischen Mitteln oder Algorithmen. Deshalb sollten diese Anbieter dazu verpflichtet werden, angemessene Maßnahmen zu treffen, um Minderjährige vor Inhalten zu schützen, die deren körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung beeinträchtigen können. Sie sollten ferner verpflichtet werden, angemessene Maßnahmen zu treffen, um die Allgemeinheit vor Inhalten zu schützen, die zu Gewalt oder Hass gegen eine Gruppe oder gegen ein Mitglied einer Gruppe aus einem der in Artikel 21 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union (im Folgenden „Charta“) genannten Gründe aufstacheln oder deren Verbreitung gemäß Unionsrecht eine Straftat darstellt.
- (48) In Anbetracht dessen, wie die Anbieter mit den durch Video-Sharing-Plattform-Dienste bereitgestellten Inhalten umgehen, sollten sich die angemessenen Maßnahmen zum Schutz Minderjähriger und der Allgemeinheit auf die Organisation der Inhalte und nicht auf die Inhalte selbst beziehen. Die diesbezüglichen Anforderungen der Richtlinie 2010/13/EU sollten daher unbeschadet der Artikel 12 bis 14 der Richtlinie 2000/31/EG gelten, in der für rechtswidrige Inhalte, die von bestimmten Anbietern von Diensten der Informationsgesellschaft übermittelt werden oder automatisch gespeichert, zwischengespeichert und vorübergehend gespeichert werden oder generell gespeichert werden, eine Ausnahme von der Haftung vorgesehen ist. Bei der Bereitstellung von Diensten, die unter die Artikel 12 bis 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 allgemeine Verpflichtung zur Überwachung derartiger Informationen oder zur aktiven Forschung nach Tatsachen oder Umständen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen, auferlegt werden darf, was jedoch Überwachungspflichten in spezifischen Fällen und insbesondere Anordnungen, die von nationalen Behörden nach nationalem Recht erlassen werden, unberührt lässt.
- (49) Es ist zweckmäßig, die Video-Sharing-Plattform-Anbieter so weit wie möglich in die Umsetzung der nach der Richtlinie 2010/13/EU zu treffenden angemessenen Maßnahmen einzubeziehen. Koregulierung sollte daher gefördert werden. Ferner sollte es den Video-Sharing-Plattform-Anbietern möglich bleiben, im Einklang mit dem Unionsrecht und unter Achtung des Rechts auf freie Meinungsäußerung, der Informationsfreiheit und des Medienpluralismus auf freiwilliger Grundlage strengere Maßnahmen zu ergreifen.
- (50) Das Recht auf einen wirksamen Rechtsbehelf und das Recht auf ein faires Verfahren gehören zu den durch Artikel 47 der Charta niedergelegten Grundrechten. Daher sollten die Bestimmungen der Richtlinie 2010/13/EU nicht in einer Weise ausgelegt werden, die dazu führt, dass Parteien an der Wahrnehmung ihres Rechts auf Zugang zum Gerichtssystem gehindert werden.
- (51) Die gemäß der Richtlinie 2010/13/EU zu ergreifenden angemessenen Maßnahmen zum Schutz Minderjähriger vor schädlichen Inhalten und zum Schutz der Allgemeinheit vor Inhalten, die zu Gewalt, Hass und Terrorismus aufstacheln, sollten sorgfältig gegen die geltenden Grundrechte, die in der Charta 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.

⁽¹⁾ Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken) (ABl. L 149 vom 11.6.2005, S. 22).

⁽²⁾ 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 (ABl. L 152 vom 20.6.2003, S. 16).

⁽³⁾ 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).

- (52) Der Kontaktausschuss ist bestrebt, die wirksame Umsetzung der Richtlinie 2010/13/EU zu erleichtern, und sollte zu etwaigen praktischen Problemen im Zusammenhang mit der Anwendung der Richtlinie regelmäßig konsultiert werden. Der Kontaktausschuss sollte sich nicht nur mit den gegenwärtig vorliegenden Fragen der audiovisuellen Politik befassen, sondern auch mit wichtigen Entwicklungen, die sich in diesem Bereich vollziehen. Der Ausschuss setzt sich aus Vertretern der zuständigen nationalen Behörden der Mitgliedstaaten zusammen. Die Mitgliedstaaten werden ermutigt, bei der Benennung ihrer Vertreter mit Blick auf die Zusammensetzung des Kontaktausschusses ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis anzustreben.
- (53) Die Mitgliedstaaten sollten sicherstellen, dass ihre nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen rechtlich von der Regierung getrennt sind. Dies sollte die Mitgliedstaaten jedoch nicht daran hindern, die Aufsicht im Einklang mit ihrem nationalen Verfassungsrecht auszuüben. Es sollte davon ausgegangen werden, dass die nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen den geforderten Grad an Unabhängigkeit erreicht haben, wenn diese Behörden oder Stellen — einschließlich derjenigen, die als staatliche Behörden oder Stellen errichtet sind — funktionell und tatsächlich unabhängig von ihren jeweiligen Regierungen und von anderen öffentlichen oder privaten Einrichtungen sind. Dies wird als unabdingbar erachtet, um die Unparteilichkeit der Entscheidungen der nationalen Regulierungsbehörde oder -stelle zu gewährleisten. Von dem Unabhängigkeitserfordernis unberührt bleibt die Möglichkeit der Mitgliedstaaten, Regulierungsbehörden einzurichten, die die Aufsicht über verschiedene Sektoren führen, z. B. über den audiovisuellen und den Telekommunikationsbereich. Die nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen 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 der Richtlinie 2010/13/EU eingerichteten nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen dafür sorgen, dass die Ziele dieser Richtlinie im Hinblick auf Medienpluralismus, kulturelle Vielfalt, Verbraucherschutz, das reibungslose Funktionieren des Binnenmarkts und die Förderung eines fairen Wettbewerbs erreicht werden.
- (54) Da einer der Zwecke audiovisueller Mediendienste darin besteht, den Interessen von Einzelnen zu dienen und die öffentliche Meinung zu prägen, ist es entscheidend, dass solche Dienste Einzelpersonen und die Gesellschaft so vollständig wie möglich und mit dem größtmöglichen Grad an Vielfalt informieren. Dies kann nur erreicht werden, wenn redaktionelle Entscheidungen frei von jeglichem staatlichem Eingriff und jeglichem Eingriff nationaler Regulierungsbehörden oder -stellen bleiben, der über die bloße Rechtsumsetzung hinausgeht und der nicht der Gewährleistung eines gesetzlich geschützten Rechts dient, das ungeachtet eines spezifischen Standpunkts gewahrt werden muss.
- (55) Auf nationaler Ebene sollten wirksame Beschwerdeverfahren bestehen. Die einschlägige Beschwerdestelle sollte von den beteiligten Parteien unabhängig sein. Diese Stelle kann ein Gericht sein. Das Beschwerdeverfahren sollte die Verteilung der Zuständigkeiten innerhalb der nationalen Rechtssysteme unberührt lassen.
- (56) 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 2014 ⁽¹⁾ die ERGA eingerichtet. Aufgabe der ERGA ist es, der Kommission bei ihrer Arbeit zur kohärenten Umsetzung der Richtlinie 2010/13/EU in allen Mitgliedstaaten technischen Sachverstand zur Verfügung zu stellen und die Zusammenarbeit zwischen den nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen untereinander sowie zwischen den nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen und der Kommission zu erleichtern.
- (57) 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 der Richtlinie 2010/13/EU geboten. Die ERGA sollte daher mit jener Richtlinie eingesetzt werden.
- (58) Der Kommission sollte es freistehen, sich in allen Fragen im Zusammenhang mit audiovisuellen Mediendiensten und Video-Sharing-Plattformen an die ERGA zu wenden. Die ERGA sollte die Kommission unterstützen, indem sie ihr technischen Sachverstand und Beratung zur Verfügung stellt und den Austausch bewährter Verfahren — auch zu auf Selbst- und Koregulierung beruhenden Verhaltenskodizes — fördert. Insbesondere sollte die Kommission die ERGA zur Anwendung der Richtlinie 2010/13/EU konsultieren, um eine abgestimmte Umsetzung und Anwendung der Richtlinie zu erleichtern. Auf Anfrage der Kommission sollte die ERGA nicht bindende Stellungnahmen zur Rechtshoheit, zu Maßnahmen, die vom freien Empfang abweichen, und zu Maßnahmen zur Verhinderung der Umgehung der Rechtshoheit abgeben. Die ERGA sollte ferner in der Lage sein, technische Beratung zu allen Regulierungsfragen im Zusammenhang mit dem Rahmen für audiovisuelle Mediendienste anzubieten, darunter in den Bereichen Hassreden und Jugendschutz, sowie zu den Inhalten audiovisueller kommerzieller Kommunikation für Lebensmittel mit hohem Fett-, Salz- oder Natrium- sowie Zuckergehalt.
- (59) „Medienkompetenz“ bezieht sich auf die Fähigkeiten, Kenntnisse und das Verständnis, die es Bürgern ermöglichen, Medien wirksam und sicher zu nutzen. Damit die Bürger auf verantwortungsvolle und sichere Weise auf Informationen zugreifen und Medieninhalte verwenden, kritisch beurteilen und erstellen können, müssen sie über fortgeschrittene Medienkompetenzen verfügen. Medienkompetenz sollte sich nicht darauf beschränken, Wissen über Tools und Technologien zu erwerben, sondern das Ziel verfolgen, Bürgern Fähigkeiten des kritischen Denkens zu vermitteln, die notwendig sind, um Bewertungen vorzunehmen, komplexe Realitäten zu analysieren

⁽¹⁾ Beschluss C(2014) 462 final der Kommission vom 3. Februar 2014 zur Einsetzung der Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste.

und zwischen Meinungen und Tatsachen zu unterscheiden. Daher müssen sowohl Mediendiensteanbieter als auch Video-Sharing-Plattform-Anbieter in Zusammenarbeit mit allen relevanten Akteuren die Entwicklung von Medienkompetenz in allen Bereichen der Gesellschaft, bei Bürgern aller Altersgruppen und in Bezug auf alle Medien fördern und der hierbei erzielte Fortschritt muss aufmerksam verfolgt werden.

- (60) Die Richtlinie 2010/13/EU gilt unbeschadet der Pflicht der Mitgliedstaaten, die Menschenwürde zu achten und zu schützen. Sie steht im Einklang mit den Grundrechten und Grundsätzen, die insbesondere mit der Charta anerkannt wurden. Die Richtlinie 2010/13/EU zielt insbesondere darauf ab, die vollständige Wahrung des Rechts der freien Meinungsäußerung, der unternehmerischen Freiheit und des Rechts auf gerichtliche Nachprüfung sicherzustellen und die Anwendung der in der Charta verankerten Rechte des Kindes zu fördern.
- (61) Bei jeder Maßnahme der Mitgliedstaaten gemäß der Richtlinie 2010/13/EU sind Meinungsfreiheit, Informationsfreiheit und Medienpluralismus sowie kulturelle und sprachliche Vielfalt im Sinne des Unesco-Übereinkommens zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen zu achten.
- (62) 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 Gesellschaft und die Demokratie sollten politische Nachrichtensendungen im größtmöglichen Umfang und unbeschadet der Vorschriften des Urheberrechts innerhalb der Union grenzüberschreitend verfügbar gemacht werden.
- (63) Die Richtlinie 2010/13/EU betrifft nicht die Regeln des internationalen Privatrechts, insbesondere die Regeln des auf vertragliche und außervertragliche Schuldverhältnisse anzuwendenden Rechts.
- (64) Gemäß der Gemeinsamen Politischen Erklärung vom 28. September 2011 der Mitgliedstaaten und der Kommission zu Erläuternde Dokumente ⁽¹⁾ 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.
- (65) 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 erhält folgende Fassung:

„a) ‚audiovisueller Mediendienst‘

i) eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, bei der der Hauptzweck der Dienstleistung oder ein trennbarer Teil der Dienstleistung darin besteht, unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendiensteanbieters der Allgemeinheit Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung 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 des vorliegenden Absatzes oder um audiovisuelle Mediendienste auf Abruf gemäß der Definition unter Buchstabe g des vorliegenden Absatzes;

ii) die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation;“

b) Folgender Buchstabe wird eingefügt:

„aa) ‚Video-Sharing-Plattform-Dienst‘ eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, bei der der Hauptzweck der Dienstleistung oder eines trennbaren Teils der Dienstleistung oder eine wesentliche Funktion der Dienstleistung darin besteht, Sendungen oder nutzergenerierte Videos, für die der Video-Sharing-Plattform-Anbieter keine redaktionelle Verantwortung trägt, der Allgemeinheit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne des Artikels 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen, und deren Organisation vom Video-Sharing-Plattform-Anbieter bestimmt wird, auch mit automatischen Mitteln oder Algorithmen, insbesondere durch Anzeigen, Tagging und Festlegung der Abfolge.“

⁽¹⁾ ABl. C 369 vom 17.12.2011, S. 14.

- c) Buchstabe b erhält folgende Fassung:
- „b) ‚Sendung‘ eine Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die unabhängig von ihrer Länge Einzelbestandteil eines von einem Mediendienstanbieter erstellten Sendeplans oder Katalogs ist, einschließlich Spielfilme, Videoclips, Sportberichte, Sitcoms, Dokumentationen, Kindersendungen und Originalproduktionen;“;
- d) Folgende Buchstaben werden eingefügt:
- „ba) ‚nutzergeneriertes Video‘ eine Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die unabhängig von ihrer Länge einen Einzelbestandteil darstellt und von einem Nutzer erstellt und von diesem oder einem anderen Nutzer auf eine Video-Sharing-Plattform hochgeladen wird;
- bb) ‚redaktionelle Entscheidung‘ eine Entscheidung, die regelmäßig im Zuge der Ausübung redaktioneller Verantwortung getroffen wird und in Zusammenhang mit dem Tagesgeschäft des audiovisuellen Mediendienstes steht;“.
- e) Der folgende Buchstabe wird eingefügt:
- „da) ‚Video-Sharing-Plattform-Anbieter‘ die natürliche oder juristische Person, die einen Video-Sharing-Plattform-Dienst betreibt;“;
- f) Buchstabe h erhält folgende Fassung:
- „h) ‚audiovisuelle kommerzielle Kommunikation‘ Bilder mit oder ohne Ton, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen; diese Bilder sind einer Sendung oder einem nutzergenerierten Video gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung beigelegt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen unter anderem Fernsehwerbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung;“;
- g) Buchstabe k erhält folgende Fassung:
- „k) ‚Sponsoring‘ jeden Beitrag von nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten oder Video-Sharing-Plattform-Diensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten, Video-Sharing-Plattform-Diensten, nutzergenerierten Videos oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Image, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu bewerben;“;
- h) Buchstabe m erhält folgende Fassung:
- „m) ‚Produktplatzierung‘ jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder die entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, sodass diese innerhalb einer Sendung oder eines nutzergenerierten Videos erscheinen;“.
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) hat ein Mediendienstanbieter seine Hauptverwaltung in einem Mitgliedstaat, die redaktionellen Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst jedoch in einem anderen Mitgliedstaat getroffen werden, gilt der Mediendienstanbieter als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem ein erheblicher Teil des mit der Durchführung der programmbezogenen Tätigkeiten des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals tätig ist. Ist ein wesentlicher Teil des Personals des audiovisuellen Mediendienstes, das mit der Ausübung der sendungsbezogenen Tätigkeiten betraut ist, in jedem dieser Mitgliedstaaten tätig, so gilt der Mediendienstanbieter als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem er seine Hauptverwaltung hat. Ist ein wesentlicher Teil des Personals des audiovisuellen Mediendienstes, das mit der Ausübung der sendungsbezogenen Tätigkeiten betraut ist, in keinem dieser Mitgliedstaaten tätig, so gilt der Mediendienstanbieter als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem er zuerst mit seiner Tätigkeit nach Maßgabe des Rechts dieses Mitgliedstaats begonnen hat, sofern eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der Wirtschaft dieses Mitgliedstaats besteht;“.
- b) Die folgenden Absätze werden eingefügt:
- „(5a) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass Mediendienstanbieter die zuständigen nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen über alle Änderungen unterrichten, die die Feststellung der Rechtshoheit gemäß den Absätzen 2, 3 und 4 berühren könnten.“

(5b) Die Mitgliedstaaten erstellen eine Liste der ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbieter, halten sie auf dem neuesten Stand und geben an, auf welchen der in den Absätzen 2 bis 5 genannten Kriterien ihre Rechtshoheit beruht. Die Mitgliedstaaten übermitteln diese Liste sowie alle Aktualisierungen dieser Liste der Kommission.

Die Kommission stellt sicher, dass solche Listen in einer zentralen Datenbank bereitgestellt werden. Im Falle von Unstimmigkeiten zwischen den Listen wendet sich die Kommission an die betreffenden Mitgliedstaaten, um eine Lösung zu finden. Die Kommission stellt sicher, dass die nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen auf diese Datenbank zugreifen können. Die Kommission macht die Informationen in der Datenbank öffentlich zugänglich.

(5c) Können sich die betreffenden Mitgliedstaaten bei der Anwendung der Artikel 3 oder 4 nicht darüber einigen, welcher Mitgliedstaat die Rechtshoheit ausübt, bringen sie diese Angelegenheit ohne unangemessene Verzögerung der Kommission zur Kenntnis. Die Kommission kann die Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste (ERGA) auffordern, gemäß Artikel 30b Absatz 3 Buchstabe d zu der Angelegenheit Stellung zu nehmen. ERGA nimmt innerhalb von 15 Arbeitstagen nach der Anfrage der Kommission zu der Angelegenheit Stellung. Die Kommission hält den gemäß Artikel 29 errichteten Kontaktausschuss ordnungsgemäß informiert.

Trifft die Kommission eine Entscheidung gemäß Artikel 3 Absatz 2, Artikel 3 Absatz 3 oder Artikel 4 Absatz 5, so entscheidet sie auch darüber, welcher Mitgliedstaat die Rechtshoheit ausübt.“

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) Ein Mitgliedstaat kann vorübergehend von Absatz 1 dieses Artikels abweichen, wenn ein audiovisueller Mediendienst, der von einem Mediendiensteanbieter erbracht wird, der der Rechtshoheit eines anderen Mitgliedstaats unterworfen ist, in offensichtlicher, ernster und schwerwiegender Weise gegen Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe a oder Artikel 6a Absatz 1 verstößt oder eine Beeinträchtigung oder eine ernsthafte und schwerwiegende Gefahr der Beeinträchtigung für die öffentliche Gesundheit darstellt.

Die Abweichung gemäß Unterabsatz 1 ist an die folgenden Bedingungen gebunden:

- a) Der Mediendiensteanbieter hat während der vorangegangenen 12 Monate bereits mindestens zweimal eine oder mehrere der Handlungen gemäß Unterabsatz 1 begangen;
- b) der betreffende Mitgliedstaat hat dem Mediendiensteanbieter, dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit dieser Anbieter unterworfen ist, und der Kommission schriftlich die behaupteten Verstöße sowie die verhältnismäßigen Maßnahmen mitgeteilt, die er bei einem erneuten Auftreten eines derartigen Verstoßes zu ergreifen beabsichtigt;
- c) der betreffende Mitgliedstaat hat die Verteidigungsrechte des Mediendiensteanbieters gewahrt und diesem Anbieter insbesondere Gelegenheit gegeben, sich zu den behaupteten Verstößen zu äußern; und
- d) Konsultationen mit dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, und der Kommission haben innerhalb eines Monats nach Eingang der in Buchstabe b genannten Mitteilung bei der Kommission zu keiner gütlichen Einigung geführt.

Innerhalb von drei Monaten, nachdem die Kommission die Mitteilung der von dem betreffenden Mitgliedstaat getroffenen Maßnahmen erhalten hat, und nachdem sie die ERGA aufgefordert hat, gemäß Artikel 30b Absatz 3 Buchstabe d eine Stellungnahme abzugeben, trifft die Kommission eine Entscheidung über die Vereinbarkeit dieser Maßnahmen mit dem Unionsrecht. Die Kommission hält den Kontaktausschuss ordnungsgemäß informiert. Entscheidet die Kommission, dass diese Maßnahmen nicht mit Unionsrecht vereinbar sind, fordert sie den betreffenden Mitgliedstaat auf, die beanstandeten Maßnahmen unverzüglich zu beenden.

(3) Verstößt ein audiovisueller Mediendienst, der von einem Mediendiensteanbieter erbracht wird, der der Rechtshoheit eines anderen Mitgliedstaats unterworfen ist, in offensichtlicher, ernster und schwerwiegender Weise gegen Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe b oder stellt er eine Beeinträchtigung oder eine ernsthafte und schwerwiegende Gefahr der Beeinträchtigung für die öffentliche Sicherheit sowie für die Wahrung nationaler Sicherheits- und Verteidigungsinteressen dar, kann ein Mitgliedstaat vorübergehend von Absatz 1 dieses Artikels abweichen.

Eine Abweichung gemäß Unterabsatz 1 ist an die folgenden Bedingungen gebunden:

- a) Eine Handlung gemäß Unterabsatz 1 wurde während der vorangegangenen 12 Monate bereits mindestens einmal begangen;
- und

- b) der betreffende Mitgliedstaat hat dem Mediendiensteanbieter, dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit dieser Anbieter unterworfen ist, und der Kommission schriftlich den behaupteten Verstoß sowie die verhältnismäßigen Maßnahmen mitgeteilt, die er bei einem erneuten Auftreten eines derartigen Verstoßes zu ergreifen beabsichtigt.

Der betreffende Mitgliedstaat wahrt die Verteidigungsrechte des betreffenden Mediendiensteanbieters und gibt diesem Anbieter insbesondere Gelegenheit, sich zu den behaupteten Verstößen zu äußern.

Innerhalb von drei Monaten, nachdem die Kommission die Mitteilung der von dem betreffenden Mitgliedstaat getroffenen Maßnahmen erhalten hat, und nachdem sie ERGA aufgefordert hat, gemäß Artikel 30b Absatz 3 Buchstabe d eine Stellungnahme abzugeben, trifft die Kommission eine Entscheidung über die Vereinbarkeit dieser Maßnahmen mit dem Unionsrecht. Die Kommission hält den Kontaktausschuss ordnungsgemäß informiert. Entscheidet die Kommission, dass die Maßnahmen nicht mit Unionsrecht vereinbar sind, fordert sie den betreffenden Mitgliedstaat auf, die beanstandeten Maßnahmen unverzüglich zu beenden.

- (4) Die Absätze 2 und 3 lassen die Anwendung entsprechender Verfahren, rechtlicher Abhilfemaßnahmen oder Sanktionen bezüglich der betreffenden Verstöße in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, unberührt.

(5) Die Mitgliedstaaten können in dringenden Fällen spätestens einen Monat nach dem behaupteten Verstoß von den in Absatz 3 Buchstaben a und b festgelegten Bedingungen abweichen. In diesem Fall werden die getroffenen Maßnahmen schnellstmöglich und unter Angabe der Gründe, aus denen der Mitgliedstaat der Auffassung ist, dass es sich um einen dringenden Fall handelt, der Kommission und dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, mitgeteilt. Die Kommission prüft schnellstmöglich, ob die mitgeteilten Maßnahmen mit dem Unionsrecht vereinbar sind. Gelangt sie zu dem Schluss, dass die Maßnahmen nicht mit dem Unionsrecht vereinbar sind, so fordert sie den betreffenden Mitgliedstaat auf, diese Maßnahmen unverzüglich zu beenden.

(6) Fehlen der Kommission die zur Entscheidung gemäß Absatz 2 oder 3 notwendigen Informationen, fordert sie bei dem betreffenden Mitgliedstaat innerhalb eines Monats nach Eingang der Mitteilung alle für die Entscheidung notwendigen Informationen an. Die Frist für die Entscheidung durch die Kommission wird so lange ausgesetzt, bis dieser Mitgliedstaat die benötigten Informationen beigebracht hat. Die Fristaussetzung überschreitet in keinem Fall die Dauer von einem Monat.

(7) Die Mitgliedstaaten und die Kommission tauschen im Rahmen des Kontaktausschusses und ERGA in Bezug auf das in diesem Artikel festgelegte Verfahren regelmäßig Erfahrungen und bewährte Verfahren aus.“

5. Artikel 4 erhält folgende Fassung:

„Artikel 4

(1) Die Mitgliedstaaten können Mediendiensteanbieter, die ihrer Rechtshoheit unterworfen sind, verpflichten, ausführlicheren oder strengeren Bestimmungen in den von dieser Richtlinie koordinierten Bereichen nachzukommen, sofern diese Bestimmungen mit dem Unionsrecht im Einklang stehen.

(2) Wenn ein Mitgliedstaat

- a) sein Recht nach Absatz 1 in Anspruch genommen hat, um im öffentlichen Interesse liegende ausführlichere oder strengere Bestimmungen zu erlassen, und
- b) zu dem Schluss gelangt, dass ein der Rechtshoheit eines anderen Mitgliedstaats unterworfenen Mediendiensteanbieter einen audiovisuellen Mediendienst erbringt, der ganz oder vorwiegend auf sein Hoheitsgebiet ausgerichtet ist,

kann er den Mitgliedstaat, der die Rechtshoheit innehat, ersuchen, sich aller in Bezug auf diesen Absatz festgestellten Schwierigkeiten anzunehmen. Beide Mitgliedstaaten arbeiten ernsthaft und zügig zusammen, um zu einer beiderseits zufriedenstellenden Lösung zu gelangen.

Bei Eingang eines begründeten Ersuchens gemäß Unterabsatz 1 fordert der Mitgliedstaat, der die Rechtshoheit innehat, den Mediendiensteanbieter zur Einhaltung der betreffenden im öffentlichen Interesse liegenden Bestimmungen auf. Der Mitgliedstaat, der die Rechtshoheit innehat, unterrichtet den ersuchenden Mitgliedstaat regelmäßig darüber, welche Schritte unternommen wurden, um sich der festgestellten Schwierigkeiten anzunehmen. Der Mitgliedstaat, der die Rechtshoheit innehat, unterrichtet den ersuchenden Mitgliedstaat und die Kommission binnen zwei Monaten ab Eingang des Ersuchens darüber, welche Ergebnisse erzielt wurden, und erläutert, falls keine Lösung gefunden werden konnte, die Gründe dafür.

Jeder der beiden Mitgliedstaaten kann den Kontaktausschuss jederzeit um Prüfung des Falles ersuchen.

(3) Der betreffende Mitgliedstaat kann gegen den betreffenden Mediendiensteanbieter angemessene Maßnahmen ergreifen, wenn er

- a) zu dem Schluss gelangt, dass die durch Anwendung des Absatzes 2 erzielten Ergebnisse nicht zufriedenstellend sind, und

- b) Belege dafür vorgelegt hat, dass der betreffende Mediendiensteanbieter sich in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit er unterworfen ist, niedergelassen hat, um die in den von dieser Richtlinie koordinierten Bereichen geltenden strengeren Bestimmungen zu umgehen, denen er im Falle der Niederlassung im betreffenden Mitgliedstaat unterliegen würde; anhand der Belege muss eine solche Umgehung nach vernünftigem Ermessen feststellbar sein, wobei ein Nachweis der Absicht des Mediendiensteanbieters, diese strengeren Bestimmungen zu umgehen, nicht erforderlich ist.

Diese Maßnahmen müssen objektiv notwendig sein, auf nichtdiskriminierende Weise angewandt werden sowie bezüglich der damit verfolgten Ziele verhältnismäßig sein.

- (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 Mediendiensteanbieter niedergelassen ist, seine Absicht mitgeteilt, derartige Maßnahmen zu ergreifen, und die Gründe dargelegt, auf die sich seine Beurteilung stützt;
- b) er hat die Verteidigungsrechte des betreffenden Mediendiensteanbieters gewahrt und diesem Mediendiensteanbieter insbesondere Gelegenheit gegeben, sich zu der behaupteten Umgehung und zu den vom mitteilenden Mitgliedstaat beabsichtigten Maßnahmen zu äußern; und
- c) die Kommission hat, nachdem sie bei der ERGA eine Stellungnahme gemäß Artikel 30b Absatz 3 Buchstabe d angefordert hat, entschieden, dass die Maßnahmen mit dem Unionsrecht vereinbar sind und dass insbesondere die Beurteilungen des Mitgliedstaats, der die Maßnahmen nach den Absätzen 2 und 3 dieses Artikels trifft, zutreffend begründet sind; die Kommission hält den Kontaktausschuss ordnungsgemäß informiert.

- (5) Innerhalb von drei Monaten, nachdem die Kommission die in Absatz 4 Buchstabe a genannte Mitteilung erhalten hat, trifft die Kommission die Entscheidung über die Vereinbarkeit dieser Maßnahmen mit dem Unionsrecht. Entscheidet die Kommission, dass die Maßnahmen nicht mit Unionsrecht vereinbar sind, so fordert sie den betreffenden Mitgliedstaat auf, die beabsichtigten Maßnahmen nicht zu ergreifen.

Fehlen der Kommission die zu der Entscheidung gemäß Unterabsatz 1 notwendigen Informationen, fordert sie bei dem betreffenden Mitgliedstaat innerhalb eines Monats nach Eingang der Mitteilung alle für die Entscheidung notwendigen Informationen an. Die Frist für die Beschlussfassung durch die Kommission wird so lange ausgesetzt, bis dieser Mitgliedstaat die notwendigen Informationen beigebracht hat. Die Fristaussetzung überschreitet in keinem Fall die Dauer von einem Monat.

- (6) Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln im Rahmen ihres nationalen Rechts dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbieter diese Richtlinie tatsächlich einhalten.

- (7) Die Richtlinie 2000/31/EG findet Anwendung, soweit in der vorliegenden Richtlinie nichts anderes vorgesehen ist. Im Falle einer Kollision zwischen der Richtlinie 2000/31/EG und der vorliegenden Richtlinie sind die Bestimmungen der vorliegenden Richtlinie maßgeblich, sofern in der vorliegenden Richtlinie nichts anderes vorgesehen ist.“

6. Folgender Artikel wird eingefügt:

„Artikel 4a

- (1) Die Mitgliedstaaten unterstützen die Nutzung der Koregulierung und die Förderung der Selbstregulierung mithilfe von Verhaltenskodizes, die auf nationaler Ebene in den von dieser Richtlinie koordinierten Bereichen angenommen werden, soweit das nach ihrem jeweiligen Rechtssystem zulässig ist. Diese Kodizes müssen

- a) derart gestaltet sein, dass sie von den Hauptbeteiligten in den betreffenden Mitgliedstaaten allgemein anerkannt werden,
- b) ihre Ziele klar und unmissverständlich darlegen,
- c) eine regelmäßige, transparente und unabhängige Überwachung und Bewertung ihrer Zielerfüllung vorsehen und
- d) eine wirksame Durchsetzung einschließlich wirksamer und verhältnismäßiger Sanktionen vorsehen.

- (2) Die Mitgliedstaaten und die Kommission können die Selbstregulierung durch Verhaltenskodizes der Union fördern, die von Mediendiensteanbietern, Video-Sharing-Plattform-Anbietern oder Organisationen, die solche Anbieter vertreten, erforderlichenfalls in Zusammenarbeit mit anderen Sektoren wie Industrie-, Handels-, Berufs- und Verbraucherverbänden oder -organisationen aufgestellt werden. Solche Kodizes müssen derart gestaltet sein, dass sie von den Hauptbeteiligten auf Unionsebene allgemein anerkannt werden und mit Absatz 1 Buchstaben b bis d in Einklang stehen. Die nationalen Verhaltenskodizes bleiben von den Verhaltenskodizes der Union unberührt.

In Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten erleichtert die Kommission im Einklang mit den Grundsätzen der Subsidiarität und der Verhältnismäßigkeit gegebenenfalls die Erstellung von Verhaltenskodizes der Union.

Die Unterzeichner der Verhaltenskodizes der Union übermitteln die Entwürfe dieser Kodizes sowie Änderungen daran der Kommission. Die Kommission konsultiert den Kontaktausschuss zu den Entwürfen dieser Kodizes oder Änderungen daran.

Die Kommission macht die Verhaltenskodizes der Union öffentlich zugänglich und kann für sie in angemessener Weise Öffentlichkeitsarbeit betreiben.

(3) Es steht den Mitgliedstaaten weiterhin frei, ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbieter zu verpflichten, ausführlicheren oder strengeren Bestimmungen nachzukommen, die mit dieser Richtlinie und dem Unionsrecht in Einklang stehen, einschließlich wenn ihre unabhängigen nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen zu dem Schluss gelangen, dass sich ein Verhaltenskodex oder Teile desselben als nicht wirksam genug erwiesen haben. Die Mitgliedsstaaten melden solche Vorschriften ohne unangemessene Verzögerung der Kommission.“

7. Die Überschrift des Kapitels III erhält folgende Fassung:

„BESTIMMUNGEN FÜR AUDIOVISUELLE MEDIEDIENSTE“.

8. Artikel 5 erhält folgende Fassung:

„Artikel 5

(1) Jeder Mitgliedstaat stellt sicher, dass ein seiner Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbieter den Empfängern eines Dienstes mindestens die nachstehend aufgeführten Informationen leicht, unmittelbar und ständig zugänglich macht:

- a) seinen Namen;
- b) die geografische Anschrift, unter der er niedergelassen ist;
- c) Angaben, die es ermöglichen, schnell Kontakt mit ihm aufzunehmen und unmittelbar und wirksam mit ihm zu kommunizieren, einschließlich seiner E-Mail-Adresse oder seiner Webseite;
- d) den Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit er unterworfen ist, und die zuständigen Regulierungsbehörden oder -stellen oder Aufsichtsstellen.

(2) Die Mitgliedstaaten können Gesetzgebungsmaßnahmen erlassen, nach denen ihrer Rechtshoheit unterliegende Mediendiensteanbieter zusätzlich zu den in Absatz 1 genannten Angaben auch Informationen über ihre Eigentümerstruktur einschließlich der wirtschaftlichen Eigentümer zugänglich machen müssen. Bei solchen Maßnahmen müssen die betreffenden Grundrechte, wie etwa das Privat- und Familienleben der wirtschaftlichen Eigentümer, gewahrt werden. Solche Maßnahmen müssen notwendig und verhältnismäßig sein und einem Ziel von allgemeinem Interesse dienen.“

9. Artikel 6 erhält folgende Fassung:

„Artikel 6

(1) Unbeschadet der Verpflichtung der Mitgliedstaaten, die Menschenwürde zu achten und zu schützen, sorgen die Mitgliedstaaten mit angemessenen Mitteln dafür, dass die audiovisuellen Mediendienste, die von den ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbietern bereitgestellt werden,

- a) keine Aufstachelung zu Gewalt oder Hass gegen eine Gruppe von Personen oder gegen ein Mitglied einer Gruppe aus einem der in Artikel 21 der Charta genannten Gründe enthalten;
- b) keine öffentliche Aufforderung zur Begehung einer terroristischen Straftat gemäß Artikel 5 der Richtlinie (EU) 2017/541 enthalten.

(2) Die für die Zwecke dieses Artikels ergriffenen Maßnahmen müssen notwendig und verhältnismäßig sein und im Einklang mit den in der Charta niedergelegten Rechten und Grundsätzen stehen.“

10. Folgender Artikel wird eingefügt:

„Artikel 6a

(1) Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass audiovisuelle Mediendienste, die von ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbietern 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, Mittel zur Altersverifikation oder andere technische Maßnahmen. Sie müssen in einem angemessenen Verhältnis zu der potenziellen Schädigung durch die Sendung stehen.

Die schädlichsten Inhalte wie grundlose Gewalttätigkeiten und Pornografie müssen den strengsten Maßnahmen unterliegen.

(2) Personenbezogene Daten von Minderjährigen, die von Mediendienstanbietern nach Absatz 1 erhoben oder anderweitig gewonnen werden, dürfen nicht für kommerzielle Zwecke wie etwa Direktwerbung, Profiling und auf das Nutzungsverhalten abgestimmte Werbung verwendet werden.

(3) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass Mediendienstanbieter den Zuschauern ausreichende Informationen über Inhalte geben, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können. Hierzu nutzen die Mediendienstanbieter ein System, mit dem die potenzielle Schädlichkeit des Inhalts eines audiovisuellen Mediendienstes beschrieben wird.

Zur Umsetzung dieses Absatzes unterstützen die Mitgliedstaaten die Nutzung der Koregulierung gemäß Artikel 4a Absatz 1.

(4) Die Kommission ermutigt die Mediendienstanbieter, bewährte Verfahren bezüglich auf Koregulierung beruhender Verhaltenskodizes auszutauschen. Die Mitgliedstaaten und die Kommission können für die Zwecke dieses Artikels die Selbstregulierung mithilfe von Verhaltenskodizes der Union gemäß Artikel 4a Absatz 2 fördern.“

11. Artikel 7 erhält folgende Fassung:

„Artikel 7

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen ohne unangemessene Verzögerung dafür, dass der Zugang zu Diensten, die von ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbietern bereitgestellt werden, für Menschen mit Behinderungen durch geeignete Maßnahmen stetig und schrittweise verbessert wird.

(2) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass Mediendienstanbieter den nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen regelmäßig über die Umsetzung der in Absatz 1 genannten Maßnahmen Bericht erstatten. Bis zum 19. Dezember 2022 und anschließend alle drei Jahre berichten die Mitgliedstaaten der Kommission über die Durchführung des Absatzes 1.

(3) Die Mitgliedstaaten ermutigen die Mediendienstanbieter, Aktionspläne für Barrierefreiheit zu erarbeiten, die auf eine stetige und schrittweise Verbesserung des Zugangs zu ihren Diensten für Menschen mit Behinderungen ausgerichtet sind. Jeder derartige Aktionsplan wird den nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen übermittelt.

(4) Jeder Mitgliedstaat legt eine einzige, auch für Menschen mit Behinderungen leicht zugängliche und öffentlich verfügbare Online-Anlaufstelle fest, über die Informationen bereitgestellt und Beschwerden entgegengenommen werden, die die in diesem Artikel genannten Fragen der Barrierefreiheit betreffen.

(5) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass Notfallinformationen, einschließlich öffentlicher Mitteilungen und Bekanntmachungen im Fall von Naturkatastrophen, die der Öffentlichkeit mittels audiovisueller Mediendienste zugänglich gemacht werden, so bereitgestellt werden, dass sie für Menschen mit Behinderungen zugänglich sind.“

12. Folgende Artikel werden eingefügt:

„Artikel 7a

Die Mitgliedstaaten können Maßnahmen ergreifen, um eine angemessene Herausstellung audiovisueller Mediendienste von allgemeinem Interesse sicherzustellen.

Artikel 7b

Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene und verhältnismäßige Maßnahmen, um sicherzustellen, dass von Mediendienstanbietern bereitgestellte audiovisuelle Mediendienste nicht ohne die ausdrückliche Zustimmung dieser Anbieter zu kommerziellen Zwecken überblendet oder verändert werden.

Für die Zwecke dieses Artikels bestimmen die Mitgliedstaaten die genauen rechtlichen Bedingungen einschließlich Ausnahmen — insbesondere zur Wahrung der berechtigten Interessen der Nutzer —, wobei sie die berechtigten Interessen der Mediendienstanbieter berücksichtigen, die die audiovisuellen Mediendienste ursprünglich bereitgestellt haben.“

13. Artikel 9 erhält folgende Fassung:

„Artikel 9

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von den ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbietern bereitgestellt wird, folgenden Anforderungen genügt:

- a) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation muss leicht als solche zu erkennen sein; audiovisuelle kommerzielle Kommunikation in Form von Schleichwerbung ist verboten;
- b) in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation dürfen keine Techniken der unterschweligen Beeinflussung eingesetzt werden;

- c) audiovisuelle kommerzielle Kommunikation darf nicht
 - i) die Menschenwürde verletzen;
 - ii) eine Diskriminierung aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Staatsangehörigkeit, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung beinhalten oder fördern;
 - iii) Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden;
 - iv) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt in hohem Maße gefährden;
- d) jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation für Zigaretten und andere Tabakerzeugnissen sowie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter ist untersagt;
- e) audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke darf nicht speziell an Minderjährige gerichtet sein und darf nicht den übermäßigen Genuss solcher Getränke fördern;
- f) audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Arzneimittel und medizinische Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind, ist untersagt;
- g) audiovisuelle kommerzielle Kommunikation darf nicht zur körperlichen, geistigen oder sittlichen Beeinträchtigung Minderjähriger führen, daher darf sie keine direkten Aufrufe zum Kauf oder zur Miete von Waren oder Dienstleistungen an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen, Minderjährige nicht unmittelbar dazu anregen, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Waren oder Dienstleistungen zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen Minderjähriger zu Eltern, Lehrern und anderen Personen ausnutzen, oder Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

(2) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke in audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf — mit Ausnahme von Sponsoring und Produktplatzierung — muss die in Artikel 22 genannten Kriterien erfüllen.

(3) Die Mitgliedstaaten unterstützen die Nutzung der Koregulierung und die Förderung der Selbstregulierung mithilfe von Verhaltenskodizes gemäß Artikel 4a Absatz 1, in Bezug auf unangebrachte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke. Diese Kodizes zielen darauf ab, die Einwirkung audiovisueller kommerzieller Kommunikation für alkoholische Getränke auf Minderjährige wirkungsvoll zu verringern.

(4) Die Mitgliedstaaten unterstützen die Nutzung der Koregulierung und die Förderung der Selbstregulierung mithilfe von Verhaltenskodizes gemäß Artikel 4a Absatz 1, in Bezug auf unangebrachte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die Kindersendungen begleitet oder darin enthalten ist und Lebensmittel und Getränke betrifft, die Nährstoffe oder Substanzen mit ernährungsbezogener oder physiologischer Wirkung enthalten, insbesondere Fett, Transfettsäuren, Salz oder Natrium, sowie Zucker, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird.

Diese Kodizes zielen darauf ab, die Einwirkung audiovisueller kommerzieller Kommunikation für solche Lebensmittel und Getränke auf Kinder wirkungsvoll zu verringern. Sie sehen vor, dass die positiven Ernährungseigenschaften solcher Lebensmittel und Getränke durch diese audiovisuelle kommerzielle Kommunikation nicht hervorgehoben werden.

(5) Die Mitgliedstaaten und die Kommission können die Selbstregulierung für die Zwecke dieses Artikels mithilfe von Verhaltenskodizes der Union gemäß Artikel 4a Absatz 2 fördern.“

14. Artikel 10 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 2 erhält folgende Fassung:

„(2) Audiovisuelle Mediendienste oder Sendungen dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen sowie von elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern ist.“

b) Absatz 4 erhält folgende Fassung:

„(4) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden. Die Mitgliedstaaten können das Sponsoring von Kindersendungen untersagen. Die Mitgliedstaaten können sich dafür entscheiden, das Zeigen von Sponsorenlogos in Kindersendungen, Dokumentationen und Sendungen religiösen Inhalts zu untersagen.“

15. Artikel 11 erhält folgende Fassung:

„Artikel 11

(1) Dieser Artikel gilt nur für Sendungen, die nach dem 19. Dezember 2009 produziert werden.

(2) Produktplatzierung ist in allen audiovisuellen Mediendiensten gestattet, außer in Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts und Kindersendungen.

- (3) Sendungen, die Produktplatzierung enthalten, müssen folgende Anforderungen erfüllen:
- Ihr Inhalt und ihre Platzierung im Sendeplan, bei Fernsehsendungen, oder in einem Katalog, im Fall von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf, dürfen keinesfalls so beeinflusst werden, dass die Verantwortung und redaktionelle Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigt wird;
 - sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen anregen, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen;
 - sie dürfen das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen;
 - die Zuschauer müssen zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung durch eine angemessene Kennzeichnung eindeutig auf das Bestehen einer Produktplatzierung hingewiesen werden, damit jede Irreführung des Zuschauers verhindert wird.

Die Mitgliedstaaten können von den Anforderungen des Buchstabens d absehen; dies gilt nicht für Sendungen, die von einem Mediendienstanbieter oder von einem mit diesem Mediendienstanbieter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurden.

- (4) Sendungen dürfen unter keinen Umständen die folgenden Produktplatzierungen enthalten:
- Produktplatzierung zugunsten von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen sowie von elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern oder zugunsten von Unternehmen, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf dieser Erzeugnisse ist;
 - Produktplatzierung zugunsten bestimmter Arzneimittel oder medizinischer Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendienstanbieter unterworfen ist, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.“

16. Die Überschrift des Kapitels IV wird gestrichen.

17. Artikel 12 wird gestrichen.

18. Artikel 13 erhält folgende Fassung:

„Artikel 13

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf sicherstellen, dass ihre Kataloge einen Mindestanteil europäischer Werke von 30 % enthalten und solche Werke herausgestellt werden.

(2) Verpflichten die Mitgliedstaaten die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbieter dazu, finanziell zur Produktion europäischer Werke beizutragen, auch durch Direktinvestitionen in Inhalte und durch Beiträge zu nationalen Fonds, können sie auch Mediendienstanbieter, die auf Zuschauer in ihrem Gebiet abzielen, aber in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen sind, zur Leistung solcher Beiträge verpflichten, die verhältnismäßig und diskriminierungsfrei sein müssen.

(3) Im Falle von Absatz 2 beruht der finanzielle Beitrag nur auf den Einnahmen, die in den betreffenden Zielmitgliedstaaten erzielt werden. Erlegt der Mitgliedstaat, in dem der Anbieter niedergelassen ist, einen solchen finanziellen Beitrag auf, berücksichtigt er etwaige von Zielmitgliedstaaten auferlegte finanzielle Verpflichtungen. Jeder finanzielle Beitrag muss mit dem Unionsrecht und insbesondere mit den Vorschriften für staatliche Beihilfen vereinbar sein.

(4) Die Mitgliedstaaten berichten der Kommission bis zum 19. Dezember 2021 und anschließend alle zwei Jahre über die Durchführung der Absätze 1 und 2.

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

(6) Die gemäß Absatz 1 auferlegte Verpflichtung und die Anforderung gemäß Absatz 2 an Mediendienstanbieter, die auf Zuschauer im Gebiet eines anderen Mitgliedstaats abzielen, gelten nicht für Mediendienstanbieter mit geringen Umsätzen oder geringen Zuschauerzahlen. Die Mitgliedstaaten können von diesen Verpflichtungen oder Anforderungen auch dann absehen, wenn diese wegen der Art oder des Themas der audiovisuellen Mediendienste undurchführbar oder ungerechtfertigt wären.

(7) Die Kommission gibt nach Konsultation des Kontaktausschusses Leitlinien für die Berechnung des Anteils europäischer Werke gemäß Absatz 1 und für die Definition einer geringen Zuschauerzahl und eines geringen Umsatzes gemäß Absatz 6 heraus.“

19. Artikel 19 Absatz 2 erhält folgende Fassung:

„(2) Einzelne gesendete Fernsehwerbe- und Teleshoppingspots sind im Rahmen von Sportveranstaltungen zulässig. Einzelne gesendete Fernsehwerbe- und Teleshoppingspots müssen, außer bei der Übertragung von Sportveranstaltungen, die Ausnahme bilden.“

20. Artikel 20 Absatz 2 erhält folgende Fassung:

„(2) Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentationen), Kinospielefilmen und Nachrichtensendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden. Die Übertragung von Kindersendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung unterbrochen werden, sofern die Gesamtdauer der Sendung nach dem Sendeplan mehr als 30 Minuten beträgt. Die Übertragung von Teleshopping ist während Kindersendungen untersagt. Die Übertragung von Gottesdiensten darf nicht durch Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden.“

21. Artikel 23 erhält folgende Fassung:

„Artikel 23

(1) Der Sendezeitanteil von Fernsehwerbespots und Teleshoppingspots darf im Zeitraum von 6.00 Uhr bis 18.00 Uhr 20 % dieses Zeitraums nicht überschreiten. Der Sendezeitanteil von Fernsehwerbespots und Teleshoppingspots darf im Zeitraum von 18.00 Uhr bis 24.00 Uhr 20 % dieses Zeitraums 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 und audiovisuelle Mediendienste anderer Teile derselben Sendergruppe;
- b) Sponsorenhinweise;
- c) Produktplatzierungen;
- d) neutrale Einzelbilder zwischen redaktionellen Inhalten und Fernsehwerbe- oder Teleshoppingspots sowie zwischen einzelnen Spots.“

22. Kapitel VIII wird gestrichen.

23. Folgendes Kapitel wird eingefügt:

„KAPITEL IXA

BESTIMMUNGEN FÜR VIDEO-SHARING-PLATTFORM-DIENSTE

Artikel 28a

(1) Für die Zwecke dieser Richtlinie unterliegt ein Video-Sharing-Plattform-Anbieter, der im Sinne des Artikels 3 Absatz 1 der Richtlinie 2000/31/EG im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats niedergelassen ist, der Rechtshoheit dieses Mitgliedstaats.

(2) Ein Video-Sharing-Plattform-Anbieter, der nicht gemäß Absatz 1 im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats niedergelassen ist, gilt für die Zwecke dieser Richtlinie als im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats niedergelassen, wenn dieser Video-Sharing-Plattform-Anbieter

- a) ein Mutterunternehmen oder ein Tochterunternehmen hat, das im Hoheitsgebiet dieses Mitgliedstaats niedergelassen ist, oder
- b) Teil einer Gruppe ist und ein anderes Unternehmen dieser Gruppe im Hoheitsgebiet dieses Mitgliedstaats niedergelassen ist.

Für die Zwecke dieses Artikels bezeichnet der Ausdruck

- a) ‚Mutterunternehmen‘ ein Unternehmen, das ein oder mehrere Tochterunternehmen kontrolliert;
- b) ‚Tochterunternehmen‘ ein von einem Mutterunternehmen kontrolliertes Unternehmen, einschließlich jedes mittelbar kontrollierten Tochterunternehmens eines Mutterunternehmens;
- c) ‚Gruppe‘ ein Mutterunternehmen, alle seine Tochterunternehmen und alle anderen mit ihnen wirtschaftlich und rechtlich verbundenen Unternehmen.

(3) Sind das Mutterunternehmen, das Tochterunternehmen oder die anderen Unternehmen der Gruppe jeweils in verschiedenen Mitgliedstaaten niedergelassen, so gilt der Video-Sharing-Plattform-Anbieter für die Zwecke der Anwendung des Absatzes 2 als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem sein Mutterunternehmen niedergelassen ist, oder — mangels einer solchen Niederlassung — als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem sein Tochterunternehmen niedergelassen ist, oder — mangels einer solchen Niederlassung — als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem das andere Unternehmen der Gruppe niedergelassen ist.

(4) Gibt es mehrere Tochterunternehmen und ist jedes dieser Tochterunternehmen in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen, so gilt der Video-Sharing-Plattform-Anbieter für die Zwecke der Anwendung des Absatzes 3 als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem eines der Tochterunternehmen zuerst seine Tätigkeit aufgenommen hat, sofern eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der Wirtschaft dieses Mitgliedstaats besteht.

Gibt es mehrere andere Unternehmen, die Teil der Gruppe sind und von denen jedes in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen ist, so gilt der Video-Sharing-Plattform-Anbieter als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem eines dieser Unternehmen zuerst seine Tätigkeit aufgenommen hat, sofern eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der Wirtschaft dieses Mitgliedstaats besteht.

(5) Für die Zwecke dieser Richtlinie gelten Artikel 3 und die Artikel 12 bis 15 der Richtlinie 2000/31/EG für Video-Sharing-Plattform-Anbieter, die gemäß Absatz 2 dieses Artikels als im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats niedergelassen gelten.

(6) Die Mitgliedstaaten erstellen eine Liste der in ihrem Hoheitsgebiet niedergelassenen oder als niedergelassen geltenden Video-Sharing-Plattform-Anbieter, halten sie auf dem neuesten Stand und geben an, auf welchen der in den Absätzen 1 bis 4 genannten Kriterien ihre Rechtshoheit beruht. Die Mitgliedstaaten übermitteln diese Liste sowie alle Aktualisierungen dieser Liste der Kommission.

Die Kommission stellt sicher, dass solche Listen in einer zentralen Datenbank bereitgestellt werden. Im Fall von Unstimmigkeiten zwischen den Listen wendet sich die Kommission an die betreffenden Mitgliedstaaten, um eine Lösung zu finden. Die Kommission stellt sicher, dass die nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen auf diese Datenbank zugreifen können. Die Kommission macht die Informationen in der Datenbank öffentlich zugänglich.

(7) Können sich die betreffenden Mitgliedstaaten bei der Anwendung dieses Artikels nicht darüber einigen, welcher Mitgliedstaat die Rechtshoheit ausübt, bringen sie diese Angelegenheit ohne unangemessene Verzögerung der Kommission zur Kenntnis. Die Kommission kann die ERGA auffordern, gemäß Artikel 30b Absatz 3 Buchstabe d zu der Angelegenheit Stellung zu nehmen. ERGA nimmt innerhalb von 15 Arbeitstagen nach der Anfrage der Kommission zu der Angelegenheit Stellung. Die Kommission hält den Kontaktausschuss ordnungsgemäß informiert.

Artikel 28b

(1) Unbeschadet der Artikel 12 bis 15 der Richtlinie 2000/31/EG sorgen die Mitgliedstaaten dafür, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende Video-Sharing-Plattform-Anbieter angemessene Maßnahmen treffen, um

- a) Minderjährige gemäß Artikel 6a Absatz 1 vor Sendungen, nutzergenerierten Videos und audiovisueller kommerzieller Kommunikation zu schützen, die ihre körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung beeinträchtigen können;
- b) die Allgemeinheit vor Sendungen, nutzergenerierten Videos und audiovisueller kommerzieller Kommunikation zu schützen, in denen zu Gewalt oder Hass gegen eine Gruppe von Personen oder gegen ein Mitglied einer Gruppe aus einem der in Artikel 21 der Charta genannten Gründe aufgestachelt wird;
- c) die Allgemeinheit vor Sendungen, nutzergenerierten Videos und audiovisueller kommerzieller Kommunikation mit Inhalten zu schützen, deren Verbreitung gemäß Unionsrecht eine Straftat darstellt, nämlich die öffentliche Aufforderung zur Begehung einer terroristischen Straftat im Sinne des Artikels 5 der Richtlinie (EU) 2017/541, Straftaten im Zusammenhang mit Kinderpornografie im Sinne des Artikels 5 Absatz 4 der Richtlinie 2011/93/EU des Europäischen Parlaments und des Rates (*) und rassistische und fremdenfeindliche Straftaten im Sinne des Artikels 1 des Rahmenbeschlusses 2008/913/JI.

(2) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Video-Sharing-Plattform-Anbieter die Anforderungen des Artikels 9 Absatz 1 in Bezug auf audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von diesen Video-Sharing-Plattform-Anbietern vermarktet, verkauft oder zusammengestellt wird, erfüllen.

Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Video-Sharing-Plattform-Anbieter angemessene Maßnahmen ergreifen, um die Anforderungen nach Artikel 9 Absatz 1 in Bezug auf audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die nicht von diesen Video-Sharing-Plattform-Anbietern vermarktet, verkauft oder zusammengestellt wird, zu erfüllen, wobei der Tatsache, dass die Video-Sharing-Plattform-Anbieter nur eine begrenzte Kontrolle über eine solche audiovisuelle kommerzielle Kommunikation ausüben, Rechnung zu tragen ist.

Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass Video-Sharing-Plattform-Anbieter ihre Nutzer eindeutig auf Sendungen und nutzergenerierte Videos hinweisen, die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation enthalten, vorausgesetzt, dass eine solche Kommunikation gemäß Absatz 3 Unterabsatz 3 Buchstabe c erklärt wurde oder der Anbieter Kenntnis davon hat.

Die Mitgliedstaaten unterstützen die Nutzung der Koregulierung und die Förderung der Selbstregulierung mithilfe von Verhaltenskodizes gemäß Artikel 4a Absatz 1, um die Einwirkung audiovisueller kommerzieller Kommunikation für Lebensmittel und Getränke, die Nährstoffe und Substanzen mit ernährungsbezogener oder physiologischer Wirkung enthalten — insbesondere Fett, Transfettsäuren, Salz oder Natrium, sowie Zucker —, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird, auf Kinder wirkungsvoll zu verringern. Diese Kodizes sehen möglichst vor, dass die positiven Ernährungseigenschaften solcher Lebensmittel und Getränke durch diese audiovisuelle kommerzielle Kommunikation nicht hervorgehoben werden.

(3) Für die Zwecke der Absätze 1 und 2 werden die angemessenen Maßnahmen in Anbetracht der Art der fraglichen Inhalte, des Schadens, den sie anrichten können, der Merkmale der zu schützenden Personenkategorie sowie der betroffenen Rechte und berechtigten Interessen, einschließlich derer der Video-Sharing-Plattform-Anbieter und der Nutzer, die die Inhalte erstellt oder hochgeladen haben, sowie des öffentlichen Interesses bestimmt.

Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass alle ihrer Rechtshoheit unterworfenen Video-Sharing-Plattform-Anbieter solche Maßnahmen anwenden. Diese Maßnahmen müssen durchführbar und verhältnismäßig sein und der Größe des Video-Sharing-Plattform-Dienstes und der Art des angebotenen Dienstes Rechnung tragen. Solche Maßnahmen dürfen weder zu Ex-ante-Kontrollmaßnahmen noch zur Filterung von Inhalten beim Hochladen, die nicht mit Artikel 15 der Richtlinie 2000/31/EG im Einklang stehen, führen. Zum Schutz Minderjähriger gemäß Absatz 1 Buchstabe a dieses Artikels unterliegen die schädlichsten Inhalte den strengsten Maßnahmen der Zugangskontrolle.

Solche Maßnahmen beinhalten, soweit zweckmäßig:

- a) die Aufnahme der Anforderungen gemäß Absatz 1 in die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Video-Sharing-Plattform-Dienste und die Anwendung dieser Anforderungen;
- b) die Aufnahme der Anforderungen des Artikels 9 Absatz 1 für audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die nicht von den Video-Sharing-Plattform-Anbietern vermarktet, verkauft oder zusammengestellt wird, in die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Video-Sharing-Plattform-Dienste und die Anwendung dieser Anforderungen;
- c) die Bereitstellung einer Funktion für Nutzer, die nutzergenerierte Videos hochladen, mit der sie erklären können, ob diese Videos audiovisuelle kommerzielle Kommunikation enthalten, soweit sie davon Kenntnis haben oder eine solche Kenntnis nach vernünftigem Ermessen erwartet werden kann;
- d) die Einrichtung und den Betrieb von transparenten und nutzerfreundlichen Mechanismen, mit denen Video-Sharing-Plattform-Nutzer dem betreffenden Video-Sharing-Plattform-Anbieter die in Absatz 1 genannten Inhalte, die auf seiner Plattform bereitgestellt werden, melden oder anzeigen können;
- e) die Einrichtung und den Betrieb von Systemen, mit denen Video-Sharing-Plattform-Anbieter den Video-Sharing-Plattform-Nutzern erklären, wie den Meldungen oder Anzeigen gemäß Buchstabe d Folge geleistet wurde;
- f) die Einrichtung und den Betrieb von Systemen zur Altersverifikation für Video-Sharing-Plattform-Nutzer in Bezug auf Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können;
- g) die Einrichtung und den Betrieb von leicht zu handhabenden Systemen, mit denen Video-Sharing-Plattform-Nutzer die in Absatz 1 genannten Inhalte bewerten können;
- h) die Bereitstellung von Systemen zur Kontrolle durch Eltern, die der Kontrolle der Endnutzer unterliegen, in Bezug auf Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können;
- i) die Einrichtung und den Betrieb von transparenten, leicht zu handhabenden und wirksamen Verfahren für den Umgang mit und die Beilegung von Beschwerden des Nutzers gegenüber dem Video-Sharing-Plattform-Anbieter in Bezug auf die Umsetzung der in den Buchstaben d bis h genannten Maßnahmen;
- j) das Angebot wirksamer Maßnahmen und Instrumente für Medienkompetenz und die Sensibilisierung der Nutzer für diese Maßnahmen und Instrumente.

Personenbezogene Daten von Minderjährigen, die von Video-Sharing-Plattform-Anbietern gemäß Unterabsatz 3 Buchstaben f und h erhoben oder anderweitig gewonnen werden, dürfen nicht für kommerzielle Zwecke wie etwa Direktwerbung, Profiling und auf das Nutzungsverhalten abgestimmte Werbung verwendet werden.

(4) Zur Umsetzung der in den Absätzen 1 und 3 dieses Artikels genannten Maßnahmen unterstützen die Mitgliedstaaten die Nutzung der Koregulierung gemäß Artikel 4a Absatz 1.

(5) Die Mitgliedstaaten schaffen die erforderlichen Mechanismen zur Beurteilung der Angemessenheit der in Absatz 3 genannten Maßnahmen der Video-Sharing-Plattform-Anbieter. Die Mitgliedstaaten betrauen die nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen mit der Beurteilung dieser Maßnahmen.

(6) Die Mitgliedstaaten können Video-Sharing-Plattform-Anbietern Maßnahmen auferlegen, die ausführlicher oder strenger sind als die in Absatz 3 dieses Artikels genannten Maßnahmen. Erlassen sie solche Maßnahmen, halten die Mitgliedstaaten die im geltenden Unionsrecht festgelegten Anforderungen ein, darunter die Vorgaben der Artikel 12 bis 15 der Richtlinie 2000/31/EG oder des Artikels 25 der Richtlinie 2011/93/EU.

(7) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass zur Beilegung von Streitigkeiten zwischen Nutzern und Video-Sharing-Plattform-Anbietern bezüglich der Anwendung der Absätze 1 und 3 außergerichtliche Rechtsbehelfsverfahren zur Verfügung stehen. Diese Verfahren ermöglichen eine unparteiische Streitbeilegung und entziehen dem Nutzer nicht seinen Rechtsschutz nach nationalem Recht.

(8) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass Nutzer ihre Rechte gegenüber Video-Sharing-Plattform-Anbietern gemäß Absatz 1 und 3 vor Gericht geltend machen können.

(9) Die Kommission ermutigt die Video-Sharing-Plattform-Anbieter, bewährte Verfahren bezüglich auf Koregulierung beruhender Verhaltenskodizes gemäß Absatz 4 auszutauschen.

(10) Die Mitgliedstaaten und die Kommission können die Selbstregulierung mithilfe von Verhaltenskodizes der Union gemäß Artikel 4a Absatz 2 fördern.

(*) 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).“

24. Die Überschrift des Kapitels XI erhält folgende Fassung:

„REGULIERUNGSBEHÖRDEN UND-STELLEN DER MITGLIEDSTAATEN“.

25. Artikel 30 erhält folgende Fassung:

„Artikel 30

(1) Jeder Mitgliedstaat benennt eine oder mehrere nationale Regulierungsbehörde oder -stelle. Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass diese rechtlich von Regierungsstellen getrennt und funktionell unabhängig von ihren jeweiligen Regierungen und 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 Regulierungsbehörden oder -stellen ihre Befugnisse unparteiisch und transparent und im Einklang mit den Zielen dieser Richtlinie — insbesondere Medienpluralismus, kulturelle und sprachliche Vielfalt, Verbraucherschutz, Barrierefreiheit, Diskriminierungsfreiheit, das reibungslose Funktionieren des Binnenmarktes und Förderung eines fairen Wettbewerbs — ausüben.

Die nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen holen im Zusammenhang mit der Erfüllung der ihnen nach nationalem Recht 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 Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die Zuständigkeiten und Befugnisse der nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen sowie die Art und Weise, wie diese zur Rechenschaft gezogen werden, eindeutig gesetzlich geregelt sind.

(4) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen angemessene finanzielle und personelle Mittel und Durchsetzungsbefugnisse haben, um ihre Aufgaben wirksam wahrzunehmen und zur Arbeit der ERGA beizutragen. Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen über eigene jährliche Haushaltspläne verfügen, die veröffentlicht werden.

(5) Die Mitgliedstaaten regeln in ihrem nationalen Recht die Bedingungen und Verfahren für die Ernennung und die Entlassung sowie die Dauer der Mandate der Leiter nationaler Regulierungsbehörden und -stellen oder der Mitglieder des Kollegiums, das diese Funktion ausübt. Die Verfahren müssen transparent und diskriminierungsfrei sein, und das erforderliche Maß an Unabhängigkeit muss sichergestellt sein. Der Leiter einer nationalen Regulierungsbehörde oder -stelle oder die Mitglieder des Kollegiums, das diese Funktion innerhalb einer nationalen Regulierungsbehörde oder -stelle ausübt, dürfen entlassen werden, wenn sie die zuvor auf nationaler Ebene festgelegten Voraussetzungen für die Wahrnehmung ihrer Aufgaben nicht mehr erfüllen. Eine Entlassungsentcheidung muss ausreichend begründet, vorab mitgeteilt und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden.

(6) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass es auf nationaler Ebene wirksame Beschwerdeverfahren gibt. Die Beschwerdestelle, bei der es sich um ein Gericht handeln kann, muss von den an der Beschwerde beteiligten Parteien unabhängig sein.

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

26. Folgende Artikel werden eingefügt:

„Artikel 30a

(1) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass nationale Regulierungsbehörden oder -stellen angemessene Maßnahmen ergreifen, um einander und der Kommission die Informationen zu übermitteln, die für die Anwendung dieser Richtlinie und insbesondere der Artikel 2, 3 und 4 notwendig sind.

(2) Werden nationale Regulierungsbehörden oder -stellen im Zuge des Informationsaustauschs nach Absatz 1 von einem ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbieter darüber unterrichtet, dass er einen Dienst erbringen wird, der ganz oder vorwiegend auf Zuschauer eines anderen Mitgliedstaats ausgerichtet ist, so unterrichtet die nationale Regulierungsbehörde oder -stelle in dem die Rechtshoheit innehabenden Mitgliedstaat die nationale Regulierungsbehörde oder -stelle des Zielmitgliedstaats.

(3) Richtet die Regulierungsbehörde oder -stelle eines Mitgliedstaats, auf dessen Hoheitsgebiet ein der Rechtshoheit eines anderen Mitgliedstaats unterworfenen Mediendienstanbieter abzielt, ein Ersuchen betreffend die Tätigkeiten dieses Anbieters an die Regulierungsbehörde oder -stelle des Mitgliedstaats, der die Rechtshoheit über diesen Anbieter ausübt, so unternimmt die letztgenannte Regulierungsbehörde oder -stelle alles in ihrer Macht Stehende, um dem Ersuchen innerhalb von zwei Monaten — unbeschadet strengerer Fristen, die nach dieser Richtlinie anwendbar sind — nachzukommen. Die Regulierungsbehörde oder -stelle des Zielmitgliedstaats stellt der Regulierungsbehörde oder -stelle des die Rechtshoheit innehabenden Mitgliedstaats auf Ersuchen alle Informationen zur Verfügung, die sie dabei unterstützen können, dem Ersuchen nachzukommen.

Artikel 30b

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

(2) Sie setzt sich zusammen aus Vertretern nationaler Regulierungsbehörden oder -stellen für den Bereich der audiovisuellen Mediendienste mit Hauptzuständigkeit für die Aufsicht über audiovisuelle Mediendienste oder — wenn es keine nationale Regulierungsbehörde oder -stelle gibt — aus anderen Vertretern, die im Wege der dafür vorgesehenen Verfahren ausgewählt werden. Ein Vertreter der Kommission nimmt an den Sitzungen der ERGA teil.

(3) Die ERGA hat folgende Aufgaben:

a) Bereitstellung von technischem Sachverstand für die Kommission in Bezug auf

- ihre Aufgabe, eine kohärente Umsetzung dieser Richtlinie in allen Mitgliedstaaten sicherzustellen, sowie
- Angelegenheiten, die audiovisuelle Mediendienste betreffen und in ihre Zuständigkeit fallen;

b) den Austausch von Erfahrungen und bewährten Verfahren in Bezug auf die Anwendung des Rechtsrahmens für audiovisuelle Mediendienste, einschließlich Barrierefreiheit und Medienkompetenz;

c) Zusammenarbeit und Versorgung ihrer Mitglieder mit den erforderlichen Informationen für die Anwendung dieser Richtlinie, insbesondere bezüglich der Artikel 3, 4 und 7;

d) auf Anfrage der Kommission — Abgabe von Stellungnahmen zu den technischen und faktischen Aspekten der Fragen gemäß Artikel 2 Absatz 5c, Artikel 3 Absätze 2 und 3, Artikel 4 Absatz 4 Buchstabe c und Artikel 28a Absatz 7.

(4) Die ERGA gibt sich eine Geschäftsordnung.“

27. Artikel 33 erhält folgende Fassung:

„Artikel 33

Die Kommission überwacht die Anwendung dieser Richtlinie durch die Mitgliedstaaten.

Spätestens am 19. Dezember 2022 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 19. Dezember 2026 übermittelt die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat eine Ex-post-Bewertung, gegebenenfalls mit Vorschlägen für die Überarbeitung der Richtlinie, um die Wirkung dieser Richtlinie und ihren Mehrwert zu ermitteln.

Die Kommission hält den Kontaktausschuss und die ERGA ordnungsgemäß über die Arbeiten und Tätigkeiten des jeweils anderen informiert.

Die Kommission sorgt dafür, dass Informationen, die sie von den Mitgliedstaaten in Bezug auf eine von diesen erlassene Maßnahme in den von dieser Richtlinie koordinierten Bereichen erhält, dem Kontaktausschuss und der ERGA übermittelt werden.“

28. Folgender Artikel wird eingefügt:

„Artikel 33a

(1) Die Mitgliedstaaten fördern die Entwicklung von Medienkompetenz und ergreifen entsprechende Maßnahmen.

(2) Bis zum 19. Dezember 2022 und anschließend alle drei Jahre berichten die Mitgliedstaaten der Kommission über die Durchführung des Absatzes 1.

(3) Die Kommission gibt nach Konsultation des Kontaktausschusses Leitlinien zum Umfang solcher Berichte heraus.“

Artikel 2

(1) Die Mitgliedstaaten setzen die Rechts- und Verwaltungsvorschriften in Kraft, die erforderlich sind, um dieser Richtlinie bis zum 19. September 2020 nachzukommen. Sie teilen der Kommission umgehend 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 ihrer Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Union* in Kraft.

Artikel 4

Diese Richtlinie ist an die Mitgliedstaaten gerichtet.

Geschehen zu Straßburg am 14. November 2018.

Im Namen des Europäischen Parlaments

Der Präsident

A. TAJANI

Im Namen des Rates

Die Präsidentin

K. EDTSTADLER
