

## INTERNATIONAL

### EUROPARAT

Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte:  
Rechtssache Glas Nadezhda EOOD und Elenkov  
gegen Bulgarien 3

### EUROPÄISCHE UNION

Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften:  
Sind Gewinnspiele im Fernsehen Teleshopping  
oder Fernsehwerbung? 4

Rat der Europäischen Union/Europäisches Parlament:  
Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste  
verabschiedet 5

Europäische Kommission:  
Sechster Bericht zur Anwendung  
der Fernsehrichtlinie 6

Europäische Kommission:  
DVB-T-Finanzierung in Nordrhein-Westfalen  
verstößt gegen EG-Beihilferecht 7

## NATIONAL

**AM–Armenien:**  
Änderungen am Rundfunkgesetz verabschiedet 7

**AT–Österreich:**  
Schrittweise Abschaltung der analogen  
Verbreitung des Fernsehsignals 8

**BG–Bulgarien:**  
Irreführende Werbung im Rundfunk verboten 8

**CH–Schweiz:**  
Erneuerung des MEDIA-Abkommen  
mit der Europäischen Union 9

**CZ–Tschechische Republik:**  
Novelle des Urheberrechtsgesetzes 9

Umsetzung der EG-Richtlinie  
über unlautere Geschäftspraktiken 10

**DE–Deutschland:**  
Anforderungen an Verlinkung  
pornografischer Seiten 10

Mobilfunkkonzerne verpflichten  
sich zu Jugendschutz 11

**FR–Frankreich:**  
Recht auf Gegendarstellung  
im Internet nun umsetzbar 11

Unterzeichnung eines Abkommens  
über das kulturelle Angebot und die  
Bekämpfung der Internetpiraterie 12

Erweiterung der Regeln zum „Call-TV“ 13

**GB–Vereinigtes Königreich:**  
Filmplakate von der ASA verboten 13

Regulierer weist Beschwerde der Polizei  
gegen Berichterstattung über islamischen  
Extremismus zurück 13

**GR–Griechenland:**  
Zwei rechtliche Bestimmungen zum Betrieb  
von Fernsehstationen ohne Lizenz  
für verfassungswidrig befunden 14

Beschränkte Anwendung des Gesetzes  
über die Unvereinbarkeit von Eigentum an  
Mediengesellschaften und dem Abschluss  
von Verträgen über öffentliche Aufträge 15

**LT–Litauen:**  
Durchführungsbestimmungen zu den  
Anforderungen an Werbung und Sponsoring  
im Rundfunk verabschiedet 15

**MK–Ehemalige jugoslawische  
Republik Mazedonien:**  
Rundfunkrat erweitert Zusammenarbeit  
mit der Agentur für elektronische  
Kommunikation und der Kommission  
zum Schutz des Wettbewerbs 16

Strategie für die Entwicklung  
des Rundfunks 2007–2012 16

**MT–Malta:**  
Konsultationspapier zur Definition  
von Zielen von allgemeinem Interesse 17

**RO–Rumänien:**  
Abänderung des CNA-Beschlusses  
zur Regelung audiovisueller Inhalte 17

CNA-Empfehlung zu Sportübertragungen  
im Fernsehen 18

**RS–Republik Serbien:**  
Rundfunkbehörde stuft Anweisung  
zur Direktübertragung von  
Parlamentssitzungen zur Empfehlung herab 18

Lokalfernsehlizenzen vergeben 19

**SK–Slowakische Republik:**  
Neue Standards für Internetwerbung 19

VERÖFFENTLICHUNGEN 20



Liebe IRIS Leser,

zum vierzehnten Mal beginnen wir ein IRIS Jahr, in dessen Verlauf wir Sie wie immer zuverlässig und aktuell über die wichtigsten Entwicklungen der Gesetzgebung, Rechtsprechung und Verwaltungspraxis im audiovisuellen Sektor informieren werden. Dank der Vermittlung von Alexandros Economou, unseres IRIS Korrespondenten für Griechenland, wird uns bei dieser Aufgabe erstmalig auch unser neues Partnermagazin „ΔιΜΕΕ“ unterstützen. ΔιΜΕΕ ist eine juristische Zeitschrift, die für den griechischen Markt vierteljährig über zentrale Themen des Medien- und Kommunikationsrechts berichtet.

Gemeinsam mit dieser ersten Ausgabe 2008 erhalten Sie eine in zweierlei Hinsicht außerordentliche IRIS *plus* zum europäischen Steuerrecht. Erstens bieten wir Ihnen diese Beilage – als erste IRIS Veröffentlichung überhaupt zum Thema Steuerrecht – zusätzlich zu den regulär im Abonnement enthaltenen IRIS *plus*-Ausgaben an, sozusagen als doppeltes „Plus“. Zweitens behandelt er ein außerordentlich wichtiges Rechtsgebiet von großer Bedeutung für die Finanzierung des audiovisuellen Sektors, dem sich die Europäische Audiovisu-

elle Informationsstelle in Zukunft intensiver widmen möchte. Insoweit weisen wir Sie gern auf unsere Ausschreibung hin, mit der wir unseren zukünftigen Partner auf diesem Gebiet finden wollen ([http://www.obs.coe.int/about/tender\\_taxlawcoopagreement.html](http://www.obs.coe.int/about/tender_taxlawcoopagreement.html)).

Auch dieses Jahr werden wir neben dem IRIS Newsletter und den IRIS *plus*-Beiträgen sowohl die IRIS Merlin Datenbank als auch die IRIS Spezial-Serie fortführen. Soeben ist die „IRIS Spezial: Rechtliche Aspekte von Video-on-Demand“ erschienen und kann von der Informationsstelle bezogen werden (siehe Seite 20 dieser IRIS). In Kürze werden wir außerdem eine Online Studie zum Thema „Rechtliche Vorschriften zur Regulierung der an Kinder adressierten Werbung“ auf unsere Website einstellen. Wir freuen uns, Ihnen diese Informationen zur Verfügung stellen zu können und sind sicher, dass diese und alle im Laufe des Jahres folgenden Veröffentlichungen für Sie nützlich und oder gar richtungsweisend sein können.

Im Namen aller Kollegen der Informationsstelle wünsche ich Ihnen ein frohes und erfolgreiches Jahr! ■

**Susanne Nikoltchev**  
IRIS Koordinatorin  
Leiterin der Abteilung  
juristische Information  
Europäische Audiovisuelle  
Informationsstelle

Das Ziel von IRIS ist die Veröffentlichung von Informationen über rechtliche und rechtspolitische Entwicklungen, die für den europäischen audiovisuellen Sektor von Bedeutung sind. Obwohl wir uns darum bemühen, eine akkurate Berichterstattung zu gewährleisten, verbleibt die Verantwortung für die Richtigkeit der Fakten, über die wir berichten, letztlich bei den Autoren der Artikel. Jegliche in den Artikeln geäußerten Meinungen sind persönlich und sollten in keiner Weise dahingehend verstanden werden, daß sie die Auffassung der in der Redaktion vertretenen Organisationen wiedergeben.

- **Herausgeber:** Europäische Audiovisuelle Informationsstelle  
76, allée de la Robertsau  
F-67000 STRASBOURG  
Tel.: +33 (0) 3 88 14 44 00  
Fax: +33 (0) 3 88 14 44 19  
E-mail: [obs@obs.coe.int](mailto:obs@obs.coe.int)  
<http://www.obs.coe.int/>
- **Beiträge und Kommentare an:** [iris@obs.coe.int](mailto:iris@obs.coe.int)
- **Geschäftsführender Direktor:** Wolfgang Closs
- **Redaktion:** Susanne Nikoltchev,

Koordinatorin – Michael Botein, *The Media Center at the New York Law School* (USA) – Harald Trettenbrein, Generaldirektion EAC-C-1 (Abt. Politik im audiovisuellen Bereich) der Europäischen Kommission, Brüssel (Belgien) – Alexander Scheuer, Institut für Europäisches Medienrecht (EMR), Saarbrücken (Deutschland) – Nico A.N.M. van Eijk, Institut für Informationsrecht (IViR) der Universität Amsterdam (die Niederlande) – Jan Malinowski, Medienreferat der Menschenrechtsabteilung des Europarats in Straßburg (Frankreich) – Andrei Richter, Moskauer Zentrum für Medienrecht und Medienpolitik (MZMM) (Russische Föderation)

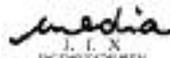
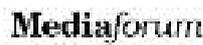
- **Redaktionelle Berater:** Amélie Blocman, *Victoires Éditions*
- **Dokumentation:** Alison Hindhaugh
- **Übersetzungen:** Michelle Ganter (Koordination) – Brigitte Auel – Véronique Campillo – Michael Finn – Marco Polo Säril – Manuella Martins – Katherine Parsons – Stefan Pooth – Erwin Rohwer Nathalie-Anne Sturlèse
- **Korrektur:** Michelle Ganter, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Koordination) – Francisco Javier Cabrera Blázquez & Susanne Nikoltchev, Europäische Audiovisuelle Informa-

tionsstelle – Géraldine Pilard-Murray, Inhaberin des Diploms DESS (*diplôme d'études supérieures spécialisées*) – *Droit du Multimédia et des Systèmes d'Information*, Universität R. Schuman, Straßburg (Frankreich) – Caroline Bletterer, Inhaberin des Diploms DEA (*diplôme d'études approfondies*) – Geistiges Eigentum, *Centre d'Etudes Internationales de la Propriété Intellectuelle*, Straßbourg (Frankreich) – Deirdre Kevin, Medienwissenschaftlerin, Düsseldorf, Deutschland – Mara Rossini, Institut für Informationsrecht (IViR) der Universität Amsterdam (die Niederlande) – Nicola Lamprecht-Weißborn, Institut für Europäisches Medienrecht (EMR), Saarbrücken (Deutschland) – Britta Probol, Logoskop media, Hamburg (Deutschland)

- **Marketing Leiter:** Christian Kamradt
- **Satz:** Pointillés, Hoenheim (Frankreich)
- **Druck:** NOMOS Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, D-76520 Baden-Baden
- **Layout:** Victoires Éditions  
ISSN 1023-8573  
© 2008, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg (Frankreich)



MOSKAUER ZENTRUM FÜR MEDIENRECHT  
UND MEDIENPOLITIK, MZMM



## INTERNATIONAL

### EUROPARAT

#### Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte: Rechtssache Glas Nadezhda EOOD und Elenkov gegen Bulgarien

Im Jahr 2000 bewarb sich die Firma Glas Nadezhda EOOD unter der Leitung von Anatoli Elenkov bei der bulgarischen *Комисия за регулиране на съобщенията* (Telekommunikationskommission – CRC) um eine Lizenz zur Gründung eines Radiosenders zur Ausstrahlung christlicher Sendungen in Sofia und Umgebung. Die CRC verweigerte die Lizenz und begründete ihren Beschluss mit der Entscheidung des Nationalen Hörfunk- und Fernsehausschusses, der anhand der von Glas Nadezhda EOOD vorgelegten Unterlagen befunden hatte, dass der geplante Radiosender nicht die Bedingungen erfüllen würde, nach denen ein Sender Gesellschafts- oder Wirtschaftssendungen ausstrahlen oder sich an ein regionales Publikum richten muss. Auch die Anforderungen, nach denen ein Sender Originalsendungen produzieren, die Zufriedenheit des Publikums gewährleisten und die nötigen professionellen und technologischen Ressourcen bereitstellen müsse, habe die Bewerbung nicht vollständig erfüllt.

Glas Nadezhda EOOD klagte gegen die Entscheidungen der CRC und des Ausschusses vor dem Obersten Verwaltungsgericht, das jedoch rechtskräftig urteilte, der Ausschuss habe bei der Beurteilung der Frage, ob ein Antrag auf eine Sendelizenz bestimmte Kriterien erfülle, in freiem Ermessen entscheiden können, und eine gerichtliche Überprüfung dieses Ermessens sei nicht möglich. In der Zwischenzeit versuchte Elenkov, eine Kopie des Protokolls der Beratungen des Ausschusses zu erhalten, die der Öffentlichkeit nach dem Gesetz über den Zugang zu öffentlichen Informationen von 2000 zur Verfügung stehen sollte. Trotz seiner Anträge und eines Gerichtsbeschlusses wurde Elenkov der Zugang zu dem Protokoll nicht ermöglicht.

Aufgrund von Art. 9 (Gedanken-, Gewissens- und Religionsfreiheit) und 10 (Freiheit der Meinungsäußerung) der Europäischen Menschenrechtskonvention klagten die Antragsteller dagegen, dass ihnen eine Sendelizenz verweigert worden war. Darüber hinaus klagten sie gemäß Art. 13 (Recht auf wirksame Beschwerde) gegen die anschließenden Gerichtsverfahren.

Der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte (EGMR) ist der Auffassung, dass der Eingriff in die Freiheit der Meinungsäußerung der Antragsteller nicht nach Art. 10 Abs. 2 gerechtfertigt sei. Der Nationale Hörfunk-

und Fernsehausschuss habe keinerlei öffentliche Anhörung durchgeführt, und seine Beratungen seien geheim gehalten worden, obwohl der Ausschuss per Gerichtsbeschluss verpflichtet war, den Antragstellern eine Kopie des Protokolls zur Verfügung zu stellen. Außerdem habe der Ausschuss in seinem Beschluss lediglich erklärt, Glas Nadezhda EOOD habe verschiedene Kriterien nicht oder nur teilweise erfüllt. Eine Begründung für diese Schlussfolgerung habe er jedoch nicht genannt. Darüber hinaus habe das anschließende Gerichtsverfahren keine Abhilfe hinsichtlich der mangelnden Begründung geschaffen, da das Gericht die Auffassung vertreten habe, das Ermessen des Ausschusses unterliege keiner gerichtlichen Überprüfung. Dies habe, gemeinsam mit den unklaren Aussagen des Ausschusses in Bezug auf bestimmte Kriterien für Sendungen, dazu geführt, dass den Antragstellern der rechtliche Schutz gegen willkürliche Eingriffe in ihr Recht auf freie Meinungsäußerung verwehrt worden sei. Der EGMR weist darauf hin, dass die vom Ministerkomitee des Europarats verabschiedeten Leitlinien im Bereich der Rundfunkregulierung eine offene und transparente Anwendung der Bestimmungen für das Lizenzierungsverfahren verlangen und konkret empfehlen, dass alle Entscheidungen der Regulierungsbehörden ausreichend zu begründen seien und einer Überprüfung durch die zuständigen Gerichte zugänglich sein müssten (Empfehlung Rec (2000) 23 zur Unabhängigkeit und den Funktionen von Regulierungsbehörden für den Rundfunksektor). Daher kommt der EGMR zu dem Schluss, dass der Eingriff in die Freiheit der Meinungsäußerung der Antragsteller nicht rechtmäßig war und ein Verstoß gegen Art. 10 vorliegt.

Aufgrund seiner Ergebnisse in Bezug auf Art. 10 befindet der EGMR, es müsse nicht zusätzlich geprüft werden, ob auch gegen Art. 9 verstoßen worden sei. Er stellt jedoch fest, dass ein Verstoß gegen Art. 13 vorliegt. Der Oberste Verwaltungsgerichtshof habe erklärt, er könne nicht überprüfen, auf welche Weise der Nationale Hörfunk- und Fernsehausschuss beurteilt habe, ob die Programmunterlagen von Glas Nadezhda EOOD die einschlägigen Kriterien erfüllen, da diese Beurteilung im freien Ermessen des Ausschusses liege. Der Oberste Verwaltungsgerichtshof habe sich also geweigert, die materiellen Grundlagen der Ermessensentscheidung des Ausschusses zu untersuchen, und die Fragen, die für die Beschwerde der Antragsteller nach Art. 10 in der Sache relevant waren, nicht geprüft. Unter Verweis auf seine Rechtsprechung in ähnlichen Fällen gelangt der EGMR zu dem Schluss, dass der Ansatz des Obersten Verwaltungsgerichtshofs – nämlich dessen Weigerung, die Ermessensentscheidung des Ausschusses auf Fehler zu prüfen, – den Anforderungen von Art. 13 EMRK nicht genügt. ■

**Dirk Voorhoof**  
Universität Gent (Belgien)  
& Universität Kopenhagen  
(Dänemark) & Mitglied  
der flämischen  
Medienregulierungsbehörde

● Urteil des Europäischen Menschenrechtsgerichtshofs (Fünfte Sektion), Rechtssache Glas Nadezhda EOOD und Elenkov gegen Bulgarien, Antrag Nr. 14134/02 vom 11. Oktober 2007, abrufbar unter:  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=9237>

EN

## EUROPÄISCHE UNION

### Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften: Sind Gewinnspiele im Fernsehen Teleshopping oder Fernsehwerbung?

In seinem Urteil in der Rechtssache C-195/06 Komm-Austria gegen ORF vom 18. Oktober 2007 legte der Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften (EuGH) eine Reihe von Kriterien fest zu der Frage, ob ein Gewinnspiel während der Ausstrahlung eines Fernsehprogramms als Teleshopping oder Fernsehwerbung im Sinne von Art. 1 der Richtlinie 89/552/EWG (Fernsehen ohne Grenzen) einzustufen ist.

Das vorliegende Urteil erging auf Ersuchen des österreichischen Bundeskommunikationssenats (BKS) im Zuge eines Rechtsstreits zwischen der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) und dem Österreichischen Rundfunk (ORF) über ein im Rahmen der ORF-Sendung „Quiz-Express“ veranstaltetes Gewinnspiel. Während der Sendung forderte der Moderator die Zuschauer auf, über eine auf dem Bildschirm eingeblendete Mehrwert-Telefonnummer an einem Gewinnspiel teilzunehmen. Einige der Anrufer wurden dann gebeten, eine Frage zur Sendung zu beantworten, andere, die nicht in die Sendung durchgestellt wurden, nahmen an der Verlosung eines „Wochenpreises“ teil. Da die anwendbaren nationalen Vorschriften auf die Richtlinie 89/552/EWG zurückgehen, entschied der Bundeskommunikationssenat, das Verfahren auszusetzen und die folgenden Fragen für eine Vorabentscheidung an den EuGH zu verweisen: (1) Ist Art. 1 lit. f der Richtlinie 89/552/EWG so auszulegen, dass als „Teleshopping“ auch Sendungen oder Sendungsteile zu verstehen sind, in denen den Zuschauern vom Fernsehveranstalter die Möglichkeit angeboten wird, sich durch die unmittelbare Anwahl von Mehrwert-Telefonnummern und damit entgeltlich an einem Gewinnspiel eben dieses Fernsehveranstalters zu beteiligen? (2) Sind Äußerungen in Sendungen oder Sendungsteilen wie den oben genannten als „Fernsehwerbung“ im Sinne von Art. 1 lit. c der besagten Richtlinie zu verstehen?

Einleitend stellte der Gerichtshof fest, die Definitionen von „Fernsehwerbung“ und „Teleshopping“ müssten unter Berücksichtigung des von der Richtlinie 89/552/EWG verfolgten Ziels überall in der Gemeinschaft autonom und einheitlich ausgelegt werden. Gestützt auf sein Urteil im RTL-Fall betonte der EuGH, ein wesentlicher Aspekt der Richtlinie sei der „Schutz der Verbraucher als Zuschauer gegen übermäßige Werbung“, womit er sich deutlich von seiner früheren Einstellung im ARD-Fall entfernte, in dem er der Auffassung war: „Unterwirft eine Bestimmung der Richtlinie 89/552 die Ausstrahlung und Verbreitung von Fernsehsendungen einer Beschränkung, ohne dass der Gemeinschaftsgesetzgeber die Beschränkung klar und eindeutig formuliert hat, ist sie [...] eng auszulegen“ (sogenanntes *In-dubio-pro-libertate*-Prinzip).

Was die erste der vom österreichischen Gericht vorgelegten Fragen anbelangt, so wird „Teleshopping“ in Art. 1 lit. f der Richtlinie 89/552/EWG als „Sendungen direkter Angebote an die Öffentlichkeit für den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen,

[...] gegen Entgelt“ definiert. In dieser Hinsicht deutete der Gerichtshof zunächst an, dass im vorliegenden Fall der ORF dem Zuschauer wohl durchaus gegen Entgelt eine Dienstleistung zur Verfügung stellt, indem er ihm die Teilnahme an einem Gewinnspiel ermöglicht. Tatsächlich nimmt der Zuschauer durch das Anwählen der auf dem Bildschirm eingeblendeten Mehrwert-Telefonnummer gegen Entgelt an der vom Rundfunkveranstalter angebotenen Aktion teil, und es ist in der geltenden Rechtsprechung des EuGH gängig, dass eine Aktion, bei der den Nutzern die entgeltliche Teilnahme an einem Gewinnspiel ermöglicht wird, eine Dienstleistung darstellen kann. Der Gerichtshof machte jedoch deutlich, dass es für eine Einstufung des fraglichen Spiels als „Teleshopping“ einer faktischen Würdigung durch das vorlegende Gericht bedürfe, ob die Sendung bzw. dieser Teil der Sendung „ein tatsächliches Dienstleistungsangebot“ sei. Dies wäre zum Beispiel nicht der Fall, wenn wie im Fall *Familiapress* entschieden würde, dass das Spiel lediglich ein Unterhaltungsangebot im Rahmen der Sendung darstellt. Der EuGH entschied weiter, es sei somit Sache des vorlegenden Gerichts, im Rahmen dieser Würdigung den Zweck der Sendung zu berücksichtigen, in der das Spiel stattfindet, die Bedeutung des Spiels innerhalb der Sendung insgesamt – bezogen auf die Zeit und die erhofften wirtschaftlichen Ergebnisse im Verhältnis zu dem von der Sendung erwarteten wirtschaftlichen Nutzen – sowie die Ausrichtung der den Kandidaten gestellten Fragen.

Der EuGH argumentierte ähnlich hinsichtlich der zweiten vom österreichischen Gericht vorgelegten Frage, ob die Aufforderung an die Zuschauer, eine Mehrwert-Telefonnummer anzuwählen, um gegen Entgelt an einem Gewinnspiel teilzunehmen, eine Form von Äußerung darstellt oder eine Sendung zur Eigenwerbung eines Unternehmens mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern, und ob sie somit als „Fernsehwerbung“ betrachtet werden kann. In diesem Zusammenhang wies der Gerichtshof darauf hin, der Fernsehveranstalter habe zweifelsohne durch diese Äußerung und das begleitende Gewinnspiel beabsichtigt, seine Sendung zu fördern, indem er Zuschauer zum Zuschauen animierte. Nach Ansicht des EuGH folgt daraus jedoch nicht, dass jede Form von Äußerung, um die Sendung attraktiver zu machen, Fernsehwerbung darstellt.

Umgekehrt stellte der EuGH fest, das Gewinnspiel könne indirekt für die Vorzüge der Sendungen des Rundfunkveranstalters insgesamt werben, und somit könnte die Äußerung in dieser Sendung als „Fernsehwerbung“ in Form von Eigenwerbung betrachtet werden. Dies wäre insbesondere der Fall, wenn die dem Kandidaten gestellten Fragen Kenntnisse bezüglich anderer Sendungen dieses Veranstalters verlangen oder wenn die zu gewinnenden Preise aus der Sendung stammende Produkte wie etwa Videoaufzeichnungen wären, die der Werbung für diese Programme dienen. Somit schloss der EuGH, es sei wiederum Sache des vorlegenden Gerichts zu entscheiden, ob das fragliche Gewinnspiel unter die in Art. 1 lit. c angeführte Definition für „Fernsehwerbung“ fällt.

Roberto Mastroianni  
& Amedeo Arena  
Universität Neapel  
„Federico II“

Dies wäre insbesondere dann der Fall, wenn sich aufgrund des Ziels und des Inhalts des Spiels sowie der

• Urteil des Gerichtshofs (Vierte Kammer) vom 18. Oktober 2007, Rechtssache C-195/06, Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) gegen den Österreichischen Rundfunk (ORF), abrufbar unter:

<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11038>

BG-CS-DA-DE-EL-EN-ES-ET-FI-FR-HU-IT-NL-LT-LV-MT-PL-PT-SK-SL-SW-RO

## Rat der Europäischen Union/Europäisches Parlament: Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste verabschiedet

Am 29. November 2007 billigte das Europäische Parlament ohne Änderungen den Gemeinsamen Standpunkt des Rats zur vorgeschlagenen neuen Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste ohne Grenzen. Mit dem am 15. Oktober 2007 verabschiedeten Gemeinsamen Standpunkt wurde ein Wortlaut offiziell, der während des gesamten legislativen Verfahrens Gegenstand interinstitutioneller Verhandlungen war: Die informellen Kontakte zwischen dem Parlament, der Kommission und dem Rat gipfelten in einem endgültigen Text, welcher ohne Änderungen vom Parlament gebilligt wurde.

Die Kommission hatte ursprünglich ein Regulierungswerk vorgeschlagen, das aus einem Kern an Vorschriften mit Gültigkeit für alle audiovisuellen Mediendienste und einem Zusatzpaket an Verpflichtungen mit ausschließlicher Gültigkeit für das Fernsehen bestand. Dieser Ansatz wurde als beste Alternative betrachtet, da es in Erwägung 42 der Richtlinie heißt: „Audiovisuelle Mediendienste auf Abruf unterscheiden sich von Fernsehprogrammen darin, welche Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer hat und welche Auswirkungen sie auf die Gesellschaft haben. Deshalb ist es gerechtfertigt, für audiovisuelle Mediendienste auf Abruf weniger strenge Vorschriften zu erlassen, sodass sie nur den Grundvorschriften dieser Richtlinie unterliegen sollten.“ Dieser Ansatz wurde auch beibehalten, wengleich einige strukturelle Änderungen in den ursprünglichen Text eingebracht wurden (Erstellung neuer Kapitel und Umstellung bestimmter Artikel). Hinsichtlich weiterreichender Änderungen durch den Text des Rates erklärte die Kommission, der Text stehe im Einklang mit den Zielen der ursprünglichen und abgeänderten Vorschläge der Kommission. Folgende Punkte sind hervorzuheben:

- Die Richtlinie verdeutlicht den weiteren Wirkungsbereich der von der Kommission vorgeschlagenen Richtlinie: Wie der Rat darlegt, steht der Gedanke dahinter, dass die nunmehr mit einbezogenen Abrufdienste um dieselben Zuschauer wie Fernsehsendungen konkurrieren. Das Parlament hatte bereits in erster Lesung die Definition von „audiovisuellen Mediendiensten“ klargestellt und unterstrichen, dass darunter weder Dienste, bei denen die Lieferung von audiovisuellem Inhalt lediglich eine Nebenerscheinung und nicht der grundsätzliche Zweck ist, noch Presse in gedruckter oder elektronischer Form fallen. Die Richtlinie beginnt mit einer Liste von Begriffsbestimmungen. „Audiovisueller Mediendienst“ bedeutet „eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 49 und 50 des Vertrags, für die ein Mediendienstanbieter die redaktionelle

Bedingungen, unter denen die Gewinne präsentiert werden, sagen ließe, das Spiel enthalte eine Äußerung, die die Zuschauer darin bestärken soll, die als Gewinne präsentierte Waren und Dienstleistungen zu erwerben, oder die die Vorzüge der Programme des betreffenden Veranstalters mittelbar in Form der Eigenwerbung bewerben soll. ■

Verantwortung trägt und deren Hauptzweck die Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne des Artikels 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG ist. Bei diesen audiovisuellen Mediendiensten handelt es sich entweder um Fernsehprogramme gemäß der Definition unter Buchstabe e des vorliegenden Artikels oder um audiovisuelle Mediendienste auf Abruf gemäß der Definition unter Buchstabe g des vorliegenden Artikels; und/oder die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation“. Buchstabe e bzw. g besagen: Unter „Fernsehprogramm“ oder „Fernsehsendung“ (also einem lineareren audiovisuellen Mediendienst) ist ein audiovisueller Mediendienst zu verstehen, der von einem Mediendienstanbieter für den zeitgleichen Empfang von Sendungen auf der Grundlage eines Sendepplans erstellt wird, und „audiovisueller Mediendienst auf Abruf“ (also ein nicht-linearer audiovisueller Mediendienst) bezeichnet einen audiovisuellen Mediendienst, der von einem Mediendienstanbieter für den Empfang zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf hin aus einem vom Mediendienstanbieter festgelegten Programm katalog bereitgestellt wird. Neben der Definition im Art. 1 lit. a findet sich in den Erwägungen 16 bis 23 eine Erklärung der Wesensmerkmale von audiovisuellen Mediendiensten. In den Erwägungen heißt es zum Beispiel, dass der Begriff der „Sendung“ gemäß der Definition in Art. 1 lit. b unter Berücksichtigung der Entwicklungen auf dem Gebiet des Fernsehens dynamisch auszulegen sei. In Erwägung 18 werden aus der Definition für „audiovisuelle Mediendienste“ alle Dienste ausgenommen, „deren Hauptzweck nicht die Bereitstellung von Programmen ist, bei denen also audiovisuelle Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellen und nicht Hauptzweck sind“. Damit werden Internetseiten, die lediglich zu Ergänzungszwecken audiovisuelle Elemente enthalten – animierte Grafiken, kurze Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nicht-audiovisuelle Dienste – genauso vom Geltungsbereich der Richtlinie ausgenommen wie Glücksspiele, Lotterien, Wett- und andere Gewinnspiele sowie Online-Spiele und Suchmaschinen.

- Die Rechtshoheit bleibt an den Sitz des Dienstanbieters geknüpft (Herkunftslandprinzip); ein neues Verfahren wird jedoch bei Fällen zur Anwendung kommen, in denen eine Fernsehsendung insgesamt oder überwiegend auf einen Mitgliedstaat gerichtet ist, der nicht Sitz des Rundfunkveranstalters ist (beispielsweise in Fällen, in denen strengere Vorschriften umgangen werden). Die Kommission zeigte sich zufrieden, dass die Regelungen zur Definition des Sitzes eines Medien-

diensteanbieters nicht geändert wurden, was ihrer Meinung nach eine Bestätigung des Rechts von Rundfunkveranstaltern bedeutet, ihre Dienste von einem Niederlassungsland ihrer Wahl aus auf dem Binnenmarkt anzubieten. In Bezug auf strengere nationale Regelungen entwickelt der Text der Richtlinie den von der Kommission vorgeschlagenen Mechanismus fort: Zuerst soll eine unverbindliche „Kooperationsphase“ stattfinden, während derer zwischen den betroffenen Mitgliedstaaten nach gegenseitig annehmbaren Lösungen gesucht wird; es folgt eine zweite formale Phase, in der die Europäische Kommission die Vereinbarkeit der von einem Mitgliedstaat vorgeschlagenen Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht prüft. Sollte die Kommission sie für mit dem Gemeinschaftsrecht unvereinbar halten, muss der betreffende Mitgliedstaat auf diese Maßnahmen verzichten (Art. 2a).

- Was kommerzielle Kommunikation anbelangt, so muss diese in erster Linie „als solche leicht erkennbar und vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein“ (Art. 3e lit. a). Das Diskriminierungsverbot in audiovisueller kommerzieller Kommunikation umfasst alle Kategorien von Diskriminierung, die in Art. 13 EG-Vertrag aufgelistet sind; dies war eine spezielle Forderung des Parlaments und findet in der Richtlinie gebührende Berücksichtigung (Art. 3e lit. c). Der Text beinhaltet einen Kern an „qualitativen“ Regelungen, die für alle audiovisuellen Dienste gelten, während „quantitative“ Regelungen lediglich auf Fernsehsendungen anzuwenden sind. Die Mitgliedstaaten und die Kommission werden aufgefordert, die Erarbeitung von Verhaltenskodizes für an Kinder gerichtete „Junk Food“-Werbung zu fördern; auch sind die mengenmäßigen Regelungen für Werbeunterbrechung bei Kindersendungen strenger.

Mara Rossini  
Institut für  
Informationsrecht (IViR),  
Universität Amsterdam

● 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, Amtsblatt der Europäischen Union L 332/27 vom 18. Dezember 2007, abrufbar unter:  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11053>

## Europäische Kommission: Sechster Bericht zur Anwendung der Fernsehrichtlinie

Die Europäische Kommission verabschiedete ihren sechsten Bericht zur Anwendung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ (Fernsehrichtlinie) am 24. Oktober 2007. Die Kommission ist nach Art. 26 der Fernsehrichtlinie zur Verabschiedung solcher zweijährlichen Berichte verpflichtet. Der sechste Bericht umfasst die Jahre 2005 und 2006 und dient hauptsächlich der Darstellung und Analyse der wichtigsten Aspekte der Anwendung der Richtlinie in diesem Zeitraum.

Der Bericht beginnt mit einer Übersicht über die jüngeren Entwicklungen auf dem Fernsehmarkt in Europa. Der Erläuterung der Entwicklungen folgt eine Erörterung der Verordnung zum Verbot ausländischer Satellitensender in Bezug auf Extasi TV (siehe IRIS 2005-3: 12), in der das Vereinigte Königreich abweichend vom Herkunftslandprinzip nach Art. 2a Abs. 1 der Fernsehrichtlinie Art. 2a Abs. 2 der Fernsehrichtlinie anwandte. Am 11. Juli 2005 entschied die Kommission, dass die vom

- Es gilt ein generelles Verbot für Produktplatzierung, Ausnahmen sind jedoch für bestimmte Arten von Sendungen (Filme, Serien, Sport und leichte Unterhaltung) unter bestimmten Bedingungen möglich (Art. 3g). Diese Ausnahmen gelten automatisch, wenn ein Mitgliedstaat sich nicht ausdrücklich dagegen entscheidet. Angefügt wurden das Erfordernis, Produktplatzierung kenntlich zu machen, sobald eine Sendung nach einer Werbepause fortgesetzt wird, und der Sonderfall der „Themenplatzierung“ wurden dessen ungeachtet in Erwägung 63 angesprochen.
- Die Kommission schlug eine Bestimmung vor, die eine diskriminierungsfreie Anwendung nationaler Systeme sicherstellen sollte, die darauf abzielen, Rundfunkveranstaltern den Zugang zu Ereignissen von großem öffentlichem Interesse zu garantieren. Die Richtlinie sieht hingegen eine Verpflichtung der Mitgliedstaaten vor, ein solches System einzurichten, und schafft damit ein gemeinschaftsweites Recht. Die Grundzüge dieses Rechts werden im Richtlinienentwurf harmonisiert, wohingegen die Modalitäten und Bedingungen seiner Anwendung der Entscheidung der Mitgliedstaaten überlassen bleiben (Art. 3k).
- Die Rolle von Regulierungsbehörden wird in einem neuen Artikel betrachtet, der sich mit Zusammenarbeit und Informationsaustausch befasst (Art. 23b). Ein Hinweis auf die Unabhängigkeit solcher Behörden von nationalen Regierungen wie auch von Betreibern findet sich in einer Erwägung.
- Die Richtlinie sieht eine Verpflichtung der Mitgliedstaaten vor, Diensteanbieter darin zu bestärken, dass sie ihre Dienste schrittweise Menschen mit Seh- oder Hörbehinderungen zugänglich machen (Art. 3c).

Die Stellungnahme des Europäischen Parlaments wurde dem Rat und der Kommission zugestellt, und die Richtlinie wurde am 11. Dezember 2007 erlassen. Die Mitgliedsstaaten haben nun 24 Monate, um sie in nationales Recht umzusetzen. ■

Vereinigten Königreich getroffenen Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind und im Einklang mit Artikel 2a Abs. 2 Fernsehrichtlinie stehen (siehe C[2005] 2335 endg.). Vergleichbare Probleme gab es mit den Anbietern RTL-TVi, Club RTL und Plug TV (siehe IRIS 2006-3: 10).

Darüber hinaus enthält der Bericht aktuelle Angaben zu Ereignissen von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung (Art. 3a der Fernsehrichtlinie) sowie eine Darstellung des Infront-Falls (siehe IRIS 2006-2: 5). Als Reaktion auf dieses Urteil hat die Kommission alle ihre Überprüfungen der zuvor von den Mitgliedstaaten mitgeteilten Maßnahmen in Einklang mit den gerichtlichen Leitlinien aus dem Infront-Fall gebracht und entsprechende Entscheidungen verabschiedet, die zusammen mit den nationalen Maßnahmen gemäß Artikel 3a Abs. 2 der Richtlinie im Amtsblatt veröffentlicht werden. Diesem Teil des Berichts folgt ein Abschnitt mit aktuellen Informationen über die Förderung der Verbreitung und Produktion von europäischen Werken (Art. 4 und 5 der Fernsehrichtlinie). Diese Informationen stammen

überwiegend aus der siebten Mitteilung der Kommission über die Anwendung der Art. 4 und 5 (C[2006] 459 endg.) und beinhaltet im Allgemeinen zufriedenstellende Ergebnisse.

Darüber hinaus findet sich auch Neues zur Überwachung der Werbevorschriften in der Richtlinie durch die Kommission. Die Kommission merkt an, dass sie im Bezugszeitraum verschiedene Vertragsverletzungsverfahren insbesondere im Zusammenhang mit Verstößen gegen Werbevorschriften betrieben hat (Art. 10 bis 20 der Fernsehrichtlinie). Besondere Aufmerksamkeit wird dem Königreich Belgien und hier vor allem Flandern zuteil: Die Kommission „führte ausführliche Gespräche mit der belgischen Regierung“. Doch angesichts der Verbesserungen, welche die belgische Regulierungsbehörde bei der Überwachung der Tätigkeit von Rundfunkveranstaltern in ihrem Zuständigkeitsbereich erzielt hat (beispielsweise eine neue flämische Medienbehörde, siehe IRIS 2006-4: 8), beschloss die Kommission, das Verfahren einzustellen. In Bezug auf den Schutz Jugendlicher und der öffentlichen Ordnung (Art. 2a, 22 und 22a der

**Stefan Kulk**  
Institut für  
Informationsrecht (IViR),  
Universität Amsterdam

● **Sechster Bericht der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen über die Anwendung der Richtlinie 89/552/EWG „Fernsehen ohne Grenzen“, KOM(2007) 452 endg., 24. Oktober 2007, abrufbar unter:**  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11041>

**BG-ES-CS-DA-DE-ET-EL-EN-FR-IT-LV-LT-HU-MT-NL-PL-PT-RO-SK-SL-FI-SV**

## Europäische Kommission: DVB-T-Finanzierung in Nordrhein-Westfalen verstößt gegen EG-Beihilferecht

Die Europäische Kommission hat staatliche Finanzierungshilfen der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) an private Rundfunkanbieter für die Umstellung auf digitales terrestrisches Fernsehen aufgrund fehlender Vereinbarkeit mit dem EG-Beihilferecht untersagt. Die Anstalt hatte geplant, einen Teil der Entgelte, die private Rundfunkanbieter für die digitale Signalübertragung bezahlen müssen, zu übernehmen, und hatte dafür insgesamt EUR 6,8 Mio. bereit gestellt, die über fünf Jahre verteilt ausgezahlt werden sollten. Schon im November 2005 hatte die Kommission eine sehr ähnlich strukturierte DVB-T-Fördermaßnahme der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) für gemeinschaftsrechtswidrig erklärt und verboten (siehe IRIS 2006-3: 5).

Die Kommission begründete ihre Entscheidung im nun vorliegenden Fall damit, dass die Beihilfe nicht

**Sebastian Schweda**  
Institut für Europäisches  
Medienrecht (EMR),  
Saarbrücken/Brüssel

● **Pressemitteilung der Kommission vom 24. Oktober 2007, abrufbar unter:**  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11010>

**EN-FR-DE**

Fernsehrichtlinie) weist der Bericht darauf hin, dass das Europäische Parlament und der Rat eine Empfehlung über den Jugendschutz und den Schutz der Menschenwürde verabschiedet haben.

Der Bericht verweist zudem darauf, dass ein Legislativvorschlag für eine modernisierte Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste im Dezember 2005 angenommen wurde. Er beschreibt den Fortschritt bis zur politischen Einigung über einen Gemeinsamen Standpunkt, der am 24. Mai 2007 verabschiedet wurde. In der Zwischenzeit wurde die Richtlinie vom Rat und Parlament angenommen (siehe IRIS 2008-1: 5). Nach einer Erörterung der internationalen Dimensionen der Richtlinie – wie der Ratifizierung des Übereinkommens zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen durch die Gemeinschaft (siehe IRIS 2005-10: 2 und IRIS 2007-2: 2) und der Zusammenarbeit mit dem Europarat – folgen die Schlussfolgerungen des Berichts. Die Richtlinie entfaltet weiterhin ihre Wirkung, und die Kommission überwacht auch weiterhin die effektive Umsetzung der Richtlinie und ergreift gegebenenfalls Maßnahmen, um deren Anwendung sicherzustellen. Gleichzeitig zeigt die Entwicklung der Technologien und Märkte die Notwendigkeit einer Modernisierung des EG-Rechtsrahmens oder, mit anderen Worten, der Verabschiedung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste. ■

angemessen zur Lösung der Probleme im Zusammenhang mit der Digitalisierung sei. Sie sei außerdem nicht erforderlich für den Digitalumstieg: Deutschland habe nicht nachgewiesen, dass die Finanzhilfen zu einer Verhaltensänderung bei den privaten Rundfunkveranstaltern führten; ein Anreizeffekt sei nicht zu erkennen. Schließlich sei die Förderung eines einzelnen der drei Übertragungswege – Terrestrik, Kabel und Satellit – nicht mit dem Grundsatz der Technologieneutralität in Einklang zu bringen und würde zu Wettbewerbsverzerrungen führen.

Die LfM hielt dagegen eine unterschiedliche Betrachtung der Übertragungswege für angezeigt und verwies auf die einst weit höheren Staatssubventionen für das Kabelnetz. Man habe beim terrestrischen Fernsehen Handlungsbedarf gesehen, um die Marktdurchdringung auch in der Fläche voranzutreiben, hieß es in einer ersten Reaktion auf die Entscheidung. Da die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ihren Digitalumstieg durch Gebühren finanzierten, müssten auch die privaten Anbieter aus Gründen der Wettbewerbsgleichheit in die Lage versetzt werden, digitales Antennenfernsehen anzubieten. Die LfM prüft nun eine Klage gegen das Verbot. ■

## NATIONAL

### AM – Änderungen am Rundfunkgesetz verabschiedet

Am 16. Oktober 2007 wurde bei einer außerordentlichen Sitzung der Nationalversammlung (Parlament) ein

Gesetzespaket verabschiedet, das unter anderem Änderungen des Wahl- und des Rundfunkgesetzes umfasst. Die Gesetze wurden am selben Tag vom Staatspräsidenten unterzeichnet. Am 19. November 2007 wurden sie

im Amtsblatt der Republik Armenien veröffentlicht und traten damit in Kraft.

Die Änderungen und Zusätze brachten Vorschriften des Rundfunkrechts in Übereinstimmung mit dem Wahlgesetz. Insbesondere wurde Art. 11 („Sendungen während Wahl- und Referendumskampagnen“) des Rundfunkgesetzes um die Klausel des Wahlgesetzes ergänzt, die sich auf die Aktivitäten von Rundfunkgesellschaften in Wahl- und Referendumszeiten bezog und geändert

**Andrei Richter**

Zentrum für  
Medienrecht und  
Medienpolitik, Moskau

• Der volle Text der Änderungen ist abrufbar unter:  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11023>

**AM**

• Gesetz „Über Fernsehen und Hörfunk“ vom 9. Oktober 2000 (vor den Änderungen), abrufbar unter:  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11025>

**EN**

## AT – Schrittweise Abschaltung der analogen Verbreitung des Fernsehsignals

In den vergangenen Jahren wurde beginnend vom Westen des Bundesgebiets die analoge terrestrische Verbreitung der Fernsehsignale in den Ballungsräumen abgeschaltet. Am 22. Oktober 2007 stellte die Österreichische Rundfunksender GmbH & Co KG schließlich in den ostösterreichischen Ballungsräumen die analoge terrestrische Verbreitung ein. Die Programme sind in diesem Gebiet nunmehr ausschließlich digital empfangbar. Damit ging die erste Welle der Digitalisierung der terrestrischen Verbreitung des Fernsehsignals zu Ende; nunmehr können 70 Prozent der österreichischen Haushalte DVB-T empfangen. In den ländlichen Gebieten wird das analoge Signal nur noch so lange verbreitet, bis das digitale Antennenfernsehen auch dort voll verfügbar sein wird.

Seit Oktober 2007 sind in den Ballungsräumen zusätz-

wurde. In Wahlkampfzeiten müssen Nachrichtensendungen des Fernsehens und des Hörfunks, die über Wahlkampagnen der Kandidaten berichten, dem geänderten Artikel zufolge den Anforderungen von Gleichheit und Fairness entsprechen sowie objektiv und kommentarfrei sein. Am Wahltag selbst und am Tag vor der Wahl ist die Ausstrahlung von Nachrichten-, redaktionellen, dokumentarischen oder sogenannten verfassten Sendungen werblicher Art sowie jede Art von Wahlwerbung verboten.

Der Zusatz, der in Art. 37 („Nationale Radio- und Fernsehkommission“) des Gesetzes aufgenommen wurde, verleiht diesem Aufsichtsorgan die Funktion, die Einhaltung des festgelegten Wahlkampfverfahrens zu kontrollieren, und berechtigt es, bei Beobachtung von Verstößen zu klagen. ■

lich zu den Programmen ORF 1, ORF 2 und ATV auch 3sat, Sport Plus und Puls TV über Antenne empfangbar. Die Aufnahme des Programms Puls TV entspricht dem Ziel des Digitalisierungskonzepts 2007 (siehe IRIS 2007-10: 5), Regionalprogramme terrestrisch digital empfangbar zu machen.

Der Digitalisierungsfonds unterstützte schon bisher den Erwerb von DVB-T- und DVB-C-Empfangsgeräten mit MHP-Funktionalität finanziell. Die Europäische Kommission betonte in ihrer Genehmigung dieser Beihilfe, dass Förderungen unabhängig von der Art der Verbreitung gewährt werden müssen. Die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) schließt daher nicht aus, künftig auch die Digitalisierung des Fernsehens über Satellit zu fördern, sofern die konkrete Ausgestaltung der Fördermaßnahmen mit den Richtlinien über die Förderung von Projekten durch den Digitalisierungsfonds vereinbar ist. ■

**Robert Rittler**  
Gassauer-Fleissner  
Rechtsanwälte, Wien

## BG – Irreführende Werbung im Rundfunk verboten

Am 7. November 2007 verbot die Verbraucherschutzkommission die Ausstrahlung einer Werbung der Firma HILD Bulgaria. Zur Begründung führte die Kommission an, die Werbung sei irreführend im Sinne von Art. 38 Abs. 1 des Verbraucherschutzgesetzes.

Die Werbung besteht aus einem Dialog zwischen vier berühmten bulgarischen Schauspielern, die über 65 Jahre alt sind, und dem Geschäftsführer von HILD Bulgaria. Sie enthält folgende Botschaft: „HILD bietet allen älteren Menschen über 65 die Möglichkeit, ihre Wohnung dafür zu nutzen, um Komfort für sich und ihre Familie zu gewährleisten. Nachdem Sie so viele Jahre gearbeitet haben, um ein Wohnobjekt zu kaufen, ist jetzt die Zeit gekommen, dass dieses Objekt für Sie arbeitet. HILD kauft Ihr Objekt, und Sie erhalten sofort einen Teil Ihres Geldes. Sie leben weiter in Ihrer Wohnung und erhalten jeden Monat eine garantierte Zahlung. So gewährleisten wir Ihnen und Ihrer Familie finanzielle Unabhängigkeit. Wie Sie diese Unabhängigkeit nutzen, entscheiden Sie.“

Die Kommission erklärte in ihrer Entscheidung: „Komfort bedeutet einen Status des Wohlstands sowie reale familiäre und zwischenmenschliche Beziehungen,

die für Menschen über 65 Jahre sehr wichtig sind. Für diese Menschen kann bei Isolierung von ihrer Familie und ihren Lieben solch ein Komfort nicht gewährleistet sein.“

Die von HILD angebotenen Verträge enthalten für die Verbraucher folgende Verpflichtungen:

- Während der Vertragslaufzeit darf allein der Verbraucher in dem Objekt wohnen.
- Der Verbraucher darf niemand anders in dem Objekt wohnen lassen.
- Keine andere Person außer dem Verbraucher darf an der Adresse des Objekts vorübergehend oder dauerhaft gemeldet sein.

HILD ist als Eigentümer des Objekts berechtigt, alle denkbaren rechtlichen Schritte zu unternehmen, um Personen zu entfernen, die unter Verstoß gegen die obigen Verpflichtungen in dem Objekt wohnen. Der Verbraucher muss also in seinem Objekt wohnen, ohne es mit seinen Kindern, anderen Angehörigen oder Freunden teilen zu dürfen. Außerdem kann der Verbraucher nicht die Dienste einer Person in Anspruch nehmen, die ihn ständig medizinisch oder auf sonstige Weise betreut, selbst wenn eine solche medizinische Betreuung absolut notwendig ist.

Rayna Nikolova  
Rat für elektronische  
Medien, Sofia

Diese Verpflichtungen stehen der Kommission zufolge in unmittelbarem Widerspruch zu der Aussage, HILD biete seinen Verbrauchern Komfort. Ferner erklärte die Kommission, die Mitwirkung berühmter Schauspieler, die über 65 Jahre sind (an diese Altersgruppe richtet sich die Werbung), verstärke die Botschaft, dass HILD ein loyaler und vertrauenswürdiger Partner sei.

● **Zakon za zashhita na potrebitelite (Verbraucherschutzgesetz), veröffentlicht im Staatsanzeiger, Ausgabe Nr. 99 vom 9. Dezember 2005, abrufbar unter:**  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11026>

**BG**

## CH – Erneuerung des MEDIA-Abkommen mit der Europäischen Union

Das am 26. Oktober 2004 zwischen der Schweiz und der Europäischen Union (EU) im Rahmen der bilateralen Verhandlungen II geschlossene Abkommen über die Teilnahme der Schweiz am MEDIA-Programm war am 31. Dezember 2006 ausgelaufen (siehe IRIS 2006-5: 9). Nach Verhandlungen, die im März 2007 aufgenommen worden waren, haben die Schweizerische Eidgenossenschaft und die EU am 11. Oktober 2007 eine Erneuerung dieses Abkommens unterzeichnet, sodass die Schweiz in vollem Umfang am Programm MEDIA 2007 teilnehmen kann.

Der Text des neuen Abkommens enthält nur geringfügige Änderungen im Vergleich zum Abkommen von 2004. Die Schweiz bleibt somit an allen Aktionen des MEDIA-Programms beteiligt. Schweizerische Filmschaffende erhalten somit die gleichen Unterstützungen wie ihre Kollegen aus der EU. Der finanzielle Beitrag der Schweiz am Programm MEDIA 2007 beläuft sich insgesamt auf etwa EUR 41 Millionen.

Im Gegenzug zur Teilnahme der Schweiz am Programm MEDIA 2007 fordert die EU mit Blick auf den Bereich der Werbung, dass die Schweiz in ihrem Hoheitsgebiet den Empfang und die Weiterverbreitung von Fern-

Patrice Aubry  
Télévision Suisse  
Romande (Genf)

● **Abkommen zwischen der Europäischen Gemeinschaft und der Schweizerischen Eidgenossenschaft im audiovisuellen Bereich zur Festlegung der Voraussetzungen und Bedingungen für die Beteiligung der Schweizerischen Eidgenossenschaft am Gemeinschaftsprogramm MEDIA 2007 – Schlussakte – Erklärungen. Amtsblatt der Europäischen Union Nr. L 303 vom 21. November 2007, S. 11-23; abrufbar unter:**  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11022>

**BG-ES-CS-DA-DE-ET-EL-EN-FR-IT-LV-LT-HU-MT-NL-PL-PT-RO-SK-SL-FI-SV**

## CZ – Novelle des Urheberrechtsgesetzes

Im Parlament der Tschechischen Republik wird derzeit eine Novelle des Urheberrechtsgesetzes diskutiert. Diese betrifft die urheberrechtliche Natur von Rundfunksendungen in Hotels und die Dienstleistungsfreiheit.

Die urheberrechtliche Natur von Rundfunkübertragungen in Hotels ist in der Tschechischen Republik schon seit vielen Jahren ein umstrittenes Thema. Auch der Europäische Gerichtshof befasste sich vor einiger Zeit mit der Frage der Übertragung von Rundfunksendungen in Hotelanlagen (C-306/05, SGAE v. Rafael Hotels; siehe IRIS 2007-2: 3). In seinem Urteil vom 7. Dezember 2006 stufte er die Verbreitung von Signalen über Fernsehgeräte in Hotelzimmern als öffentliche Wiedergabe ein.

Des Weiteren enthalte der von HILD angebotene Vertrag eine Verpflichtung, die es HILD erlaube, das Objekt ohne Benachrichtigung des Verbrauchers an Dritte zu übertragen. Der Kommission zufolge widerspricht diese Verpflichtung der Aussage, HILD sei „ein vertrauenswürdiger Partner fürs Leben“, denn der Verbraucher könne große Probleme haben, seine Rechte gegenüber einem Dritten wahrzunehmen, der womöglich gar im Ausland lebe. Ein Dritter, der ständig im Ausland lebt, könne seine Verpflichtungen aus dem Vertrag nicht effektiv erfüllen. ■

sehsendungen nach Maßgabe der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ gewährleistet. Die Schweiz erklärt sich somit damit einverstanden, dass Werbung, die von ausländischen Sendern in der Schweiz ausgestrahlt wird, nicht schweizerischem Recht unterworfen ist, sondern ausschließlich den nationalen Vorschriften des Landes, in dem der ausstrahlende Sender beheimatet ist. Diese Bedingung, die ab November 2009 in Kraft tritt, erfordert eine Änderung des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG) durch das eidgenössische Parlament (Bundesversammlung).

Gemäß dem neuen MEDIA-Abkommen wird die Anwendung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ nunmehr verpflichtend in den Beziehungen zwischen der Schweiz und den EU-Mitgliedstaaten sein. Folglich wird die Schweiz gegenüber den EU-Mitgliedstaaten, die das Europäische Übereinkommen vom 5. Mai 1989 über das grenzüberschreitende Fernsehen unterzeichnet haben, nicht mehr Art. 16 besagten Übereinkommens für sich in Anspruch nehmen können, laut dem ausländische Werbung den schweizerischen Gesetzesvorschriften im Fernsehwerbesektor unterworfen ist. So finden beispielsweise die in der Schweiz geltenden Fernsehwerbverbote für Alkohol oder politische und religiöse Werbung keine Anwendung mehr für ausländische Fernsehsender, deren Programme in der Schweiz ausgestrahlt werden.

Das Abkommen MEDIA muss von der Bundesversammlung genehmigt werden. Bis dahin gelten ab dem 1. September 2007 Übergangsbestimmungen, damit die schweizerischen Filmschaffenden bereits 2007 in den Genuss der im Programm vorgesehenen Fördermaßnahmen kommen können. ■

Somit sah sich die tschechische Regierung gehalten, das tschechische Urheberrechtsgesetz entsprechend zu modifizieren.

Weitere Änderungsvorschläge beruhen auf einer Mahnung der Europäischen Kommission vom März 2007, die die Tschechische Republik im Rahmen eines Vertragsverletzungsverfahrens – betreffend Art. 43 und 49 EG-Vertrag – erhielt. Das tschechische Urheberrechtsgesetz sei mit der im EG-Vertrag niedergelegten Niederlassungs- und Dienstleistungsfreiheit unvereinbar. Dem Gesetz zufolge kann nur eine juristische Person mit Sitz in der Tschechischen Republik das Recht auf Wahrnehmung ihrer Urheber- und verwandten Schutzrechte ausüben. Dies stehe, so die Kommission, in Widerspruch mit der Dienstleistungsfreiheit, denn Personen mit Sitz in

anderen Mitgliedstaaten würde die Ausübung ihrer Dienstleistung in der Tschechischen Republik vereitelt. Auch hier bestand daher Modifizierungsbedarf, da andernfalls ein gerichtliches Verfahren und etwaige Geldstrafen drohten.

Jan Fučík

Rundfunkrat, Prag

● *Návrh novely autorského zákona (Vorschlag der Novelle des Urheberrechtsgesetzes)*, abrufbar unter:

<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11011>

CS

## CZ – Umsetzung der EG-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken

Die Rundfunkregulierungsbehörde der Tschechischen Republik, der Rundfunkrat, ist auch für die Regulierung der Werbung im Rundfunk zuständig. Diese Zuständigkeit ist sowohl im Rundfunkgesetz als auch im Werberregulierungsgesetz, das irreführende Werbung verbietet, geregelt. Der Rundfunkrat hat in der Vergangenheit bereits mehrfach Geldstrafen wegen irreführender Werbung verhängt.

Im Parlament der Tschechischen Republik wird derzeit eine Novelle des Verbraucherschutzgesetzes diskutiert. Die Novelle, die auch eine Änderung des Werberregulierungsgesetzes beinhaltet, dient der Umsetzung

Jan Fučík

Rundfunkrat, Prag

● *Tisk 305 - Vládní návrh na vydání zákona, kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy (Vorschlag eines Gesetzes, mit dem das Gesetz Nr. 634/1992 S., Verbraucherschutzgesetz, und das Gesetz Nr. 40/1995 S., Werberregulierungsgesetz, geändert werden)*, abrufbar unter:

<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11012>

CS

## DE – Anforderungen an Verlinkung pornografischer Seiten

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat am 18. Oktober 2007 (Az. I ZR 102/05) entschieden, dass die Zugänglichmachung pornografischer Internet-Angebote nach bloßer Eingabe einer Personal- oder Reisepassnummer nicht den jugendschutzrechtlichen Anforderungen genügt; auch das zusätzliche Erfordernis einer Kontobewegung oder die Abfrage einer Postleitzahl sei hierfür nicht ausreichend.

Die Parteien des Rechtsstreits sind beide Anbieter von Altersverifikationssystemen (AVS) für Betreiber von Internetseiten mit pornografischen Inhalten, die den Zugang Minderjähriger zu diesen Angeboten ausschließen sollen. Die Beklagte entwickelte Systemversionen, bei denen die Zugangsgewährung von der Angabe einer Personal- oder Reisepassnummer und der Postleitzahl des Ausstellungsortes abhängig ist bzw. von der Eingabe eines Namens, einer Adresse und einer Kreditkartennummer oder Bankverbindung. Zusätzlich verlinkte sie ihre Homepage mit den pornografischen Internet-Angeboten ihrer Kunden. Die Klägerin, von der ein sogenanntes „Post-Ident“-Verfahren entwickelt wurde, nahm die Beklagte wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens auf Unterlassung in Anspruch, da sie mit ihren Systemen gegen Jugendschutzbestimmungen und das Strafgesetz-

Nach der Novelle wird das Zugänglichmachen von Rundfunksendungen in Unterkunftseinrichtungen nicht mehr von der Erlaubnis- und Vergütungspflicht ausgeschlossen. Die Novelle streicht dazu den zweiten Satz des Art. 23 Urhebergesetz, der diese Ausnahme bisher vorsah. Im Art. 97 Abs. 2, der die Voraussetzungen für die Wahrnehmung des Urheberrechts und verwandter Schutzrechte regelt, werden die Worte „mit Sitz in der Tschechischen Republik“ gestrichen. ■

der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken (siehe IRIS 2005-6: 3). Geregelt werden soll das Verbot unlauterer Geschäftspraktiken, die das Wirtschaftsverhalten von Verbrauchern stören und Entscheidungen des Verbrauchers direkt beeinflussen. Der Gesetzesvorschlag definiert zwei Arten unlauterer Geschäftspraktiken: irreführende und aggressive. Teil des Vorschlages ist eine Anlage zum Verbraucherschutzgesetz, das ein Verzeichnis derartiger Praktiken enthält. Das Verbot der irreführenden Werbung soll durch das Verbot der Werbung, die eine unlautere Geschäftshandlung darstellt, ersetzt werden. Eine Definition unlauterer Praktiken ist im Verbraucherschutzgesetz enthalten. Die bestehende Regelung soll derart ergänzt werden, dass sie zukünftig auch Werbung, die eine unlautere Geschäftspraktik darstellt, umfasst.

Im Sinne der Richtlinie 2005/29/EG fallen unter unlautere auch irreführende Geschäftspraktiken (Art. 6 und 7 der Richtlinie); hierzu zählt auch irreführende Werbung. Irreführende Werbung als Teil des unlauteren Wettbewerbs ist durch das Handelsgesetzbuch gere-

gelt. ■

buch (§§ 184a bis 184c) verstoße.

Das Oberlandesgericht Düsseldorf hatte der Klage stattgegeben. Diese Verurteilung der Beklagten bestätigte der Bundesgerichtshof sowohl hinsichtlich deren Beteiligung an den unzulässigen Angeboten ihrer Kunden als auch aufgrund der Verlinkung ihrer Homepage zu diesen Angeboten.

Nach § 4 Abs. 2 Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) sind Angebote sogenannter weicher Pornografie in Telemedien zulässig, sofern der Anbieter sicherstellt, dass sie nur Erwachsenen zugänglich gemacht werden. Die von der Beklagten entwickelten Systeme stellen, laut BGH, jedoch keine solche „effektive Barriere“ für den Zugang Minderjähriger zu Telemedien dar. Einfache und naheliegende Umgehungsmöglichkeiten seien nicht ausgeschlossen. Entsprechende Daten wie Ausweisnummern könnten sich Jugendliche leicht von Familienangehörigen oder erwachsenen Bekannten besorgen. Der BGH betonte, dass dieses Urteil keine zu hohen Anforderungen stelle und der Zugang für Erwachsene nicht unverhältnismäßig eingeschränkt würde, da zahlreiche andere Möglichkeiten zur Ausgestaltung zuverlässig arbeitender AVS existierten. Dies seien beispielsweise die einmalige persönliche Identifizierung der Nutzer etwa durch einen Postzusteller und eine Authentifizierung bei jedem Abruf von Inhalten. Der BGH verneinte ebenfalls eine Diskriminierung inländischer Anbieter pornografischer Inhalte

Anne Baranowski  
Institut für Europäisches  
Medienrecht (EMR),  
Saarbrücken/Brüssel

gegenüber ausländischen, da für diese auch das deutsche Recht gelte. Dass dessen Durchsetzung bei Angeboten aus dem Ausland eventuell erschwert sei, führe nicht zu einem Verstoß gegen das Gleichheitsgebot.

● **Pressemitteilung Nr. 149/2007 des Bundesgerichtshofs vom 19. Oktober 2007, abrufbar unter:**  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11013>

● **Pressemitteilung der Niedersächsischen Landesmedienanstalt vom 18. Oktober 2007, abrufbar unter:**  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11014>

DE

## DE – Mobilfunkkonzerne verpflichten sich zu Jugendschutz

Die führenden deutschen Mobilfunkunternehmen wollen gemeinsam mit der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia (FSM), einer von Medienverbänden und Unternehmen der Online-Wirtschaft 1997 gegründeten Selbstkontrollorganisation, gegen Gewalt- und Pornovideos auf den Handys von Kindern und Jugendlichen vorgehen. Auf Initiative des rheinland-pfälzischen Jugendministeriums unterzeichneten die Unternehmen dazu eine freiwillige Selbstverpflichtung. Demnach sperren die Netzbetreiber Debitel, E-Plus, Mobilcom, Talkline, T-Mobile, O2 und Vodafone den Internetzugang bei den Handys von Kindern und Jugendlichen, wenn die Eltern das wünschen. So könne zumindest ein Schutz vor jugendgefährdenden

Anne Baranowski  
Institut für Europäisches  
Medienrecht (EMR),  
Saarbrücken/Brüssel

● **Pressemitteilung des rheinland-pfälzischen Ministeriums für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur vom 17. Oktober 2007, abrufbar unter:**  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11015>

● **Selbstverpflichtungserklärung der Mobilfunkanbieter, abrufbar unter:**  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11016>

DE

## FR – Recht auf Gegendarstellung im Internet nun umsetzbar

Das Recht auf Gegendarstellung „einer in einem Online-Kommunikationsdienst benannten oder bezeichneten Person“ ist in Art. 6 IV der *Loi pour la confiance dans l'économie numérique* (Gesetz für Vertrauen in die digitale Wirtschaft) vom 21. Juni 2004 verankert; die genauen Anwendungsmodalitäten waren noch per Verordnung zu regeln. Eine solche Rechtsverordnung wurde nun am 24. Oktober 2007 verabschiedet.

Die Verordnung regelt zunächst den Antrag auf Ausübung des Rechts auf Gegendarstellung. So muss der Antragsteller die Verweise auf die Internetnachricht sowie die Zugangsbedingungen zum Online-Kommunikationsdienst und, falls erwähnt, den Namen des Autors angeben. Der Antrag hat zudem die beanstandeten Textpassagen sowie den Inhalt der geforderten Gegendarstellung zu beinhalten (Art. 2). Im Text wird darauf hingewiesen, dass für sämtliche Formen der Online-Information ein Recht auf Gegendarstellung besteht, so bei Texten, Tönen und Bildern. Die geforderte Gegendarstellung kann hingegen nur in schriftlicher Form erfolgen, egal welcher Natur die Nachricht ist, auf die sie Bezug nimmt. Im Umfang darf sie höchstens so lang sein wie die ursprüng-

Der Betrieb einer Internetseite kann von den Landesmedienanstalten untersagt werden, wenn die Seite auf Anbieter pornografischer Inhalte verweist, die wiederum die Volljährigkeit ihrer Nutzer nicht oder nur mangelhaft prüfen. Dies hat das Verwaltungsgericht Lüneburg mit Beschluss vom 16. Oktober 2007 im Eilverfahren bezüglich einer Untersagungsverfügung der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM) bestätigt. Letztere hatte ein Zwangsgeld in Höhe von EUR 10.000 angedroht, wenn die Link-Seite in der beanstandeten Form weiter betrieben werden sollte. ■

Inhalten aus dem Internet sichergestellt werden. Dazu gehörten auch der Versand und der Empfang von MMS, durch die beispielsweise pornografische oder gewaltverherrlichende Bilddateien vermittelt würden.

Auch die direkte Datenübertragung von Handy zu Handy per Bluetooth soll für Minderjährige blockiert werden. Ein Austausch bleibt dennoch über die vorhandenen Speicherkarten-Slots sowie USB-Schnittstellen möglich.

Des Weiteren wollen die Mobilfunkunternehmer den Gefahren bei der Handynutzung durch die Entwicklung eines besseren Beratungsangebots für Erziehungsberechtigte vorbeugen. Die Anbieter wollen kostenlose Telefonhotlines und Informationsportale im Internet einrichten, um die Medienkompetenz der Eltern zu erweitern und sie über potenzielle Gefahren aufzuklären. Technisch sollen die Internetsperren so konzipiert werden, dass sie von den Jugendlichen nicht ohne die Hilfe ihrer Eltern umgangen werden können. Daneben werden spezielle Kinder-Handys angeboten, die Jugendschutzoptionen beinhalten und über keine Bluetooth-Funktionalität verfügen. ■

liche Nachricht und nicht über 200 Zeilen hinausgehen (Art. 3). Laut Verordnung kann das Verfahren nur angestrengt werden, wenn die jeweilige Internetseite keine Möglichkeit zur direkten Erwidern anbietet: Chatrooms, Foren etc. (Art. 1 Abs. 2). Die Verordnung legt zudem die Modalitäten der Veröffentlichung fest; so muss die Gegendarstellung unter ähnlichen Bedingungen wie die betroffene Nachricht zugänglich sein, und es muss erkennbar sein, dass hier vom Recht auf Gegendarstellung Gebrauch gemacht wurde. Die Gegendarstellung muss für die gleiche Zeitspanne wie der Artikel oder die Nachricht, auf den sie sich bezieht, online bleiben, mindestens jedoch einen Tag lang.

Die lang erwartete Verordnung wurde rasch Gegenstand einer ersten Gerichtsentscheidung. Auf der Internetseite des Verbraucherschutzverbands UFC-Que Choisir waren zwei Artikel über Versicherungen von Liegenschaftskrediten veröffentlicht worden (in einem Artikel wurde auf eine andere Internetseite verwiesen und von dort aus den Rechtsweg einzuschlagen). In diesem Rahmen wurden zwei Versicherungsgesellschaften namentlich genannt. Ihrem Antrag auf Gegendarstellung war der Verband nicht gefolgt, sodass die beiden Versicherungen gemäß der Verordnung vom 24. Oktober 2007 den für einstweiligen Rechtsschutz zuständigen Richter am

*Tribunal de grande instance* von Paris anriefen. Die Beklagten trugen vor, die Internetseite mit den strittigen Veröffentlichungen enthalte ein Diskussionsforum, auf dem sich jeder Internetnutzer frei äußern könne, sodass gemäß Art. 1 Abs. 2 der Verordnung kein Recht auf Gegendarstellung geltend gemacht werden könne. Der zuständige Richter hingegen erklärte, diese Einschränkung sei eng auszulegen. Die strittigen Texte seien im redaktionellen Teil der Internetseite veröffentlicht, sodass ein simpler Beitrag im Diskussionsforum für die klagende Partei kein angemessenes Mittel zum Aus-

Amélie Blocman  
Légipresse

• Verordnung Nr. 2007-1527 vom 24. Oktober 2007, Amtsblatt vom 26. Oktober 2007, abrufbar unter:

<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11035>

FR

## FR – Unterzeichnung eines Abkommens über das kulturelle Angebot und die Bekämpfung der Internetpiraterie

Die Rechteinhaber aus dem audiovisuellen, Kino- und Musiksektor, die Internetprovider und die öffentliche Hand haben am 23. November 2007 ein Abkommen über das kulturelle Angebot und die Bekämpfung der Internetpiraterie unterzeichnet. Das Abkommen ist das Ergebnis des Auftrags, den der französische Präsident Nicolas Sarkozy Denis Olivennes im vergangenen September übertragen hatte (siehe IRIS 2007-9: 14 und IRIS 2007-10: 14); in diesem Rahmen einigten sich erstmalig 42 Organe und Unternehmen auf gemeinsame Vorschläge. Die Kulturministerin nannte dieses Treffen „historisch“. Im Abkommen verpflichtet sich die öffentliche Hand, die notwendigen gesetzgeberischen und regulatorischen Maßnahmen zu treffen, um – mithilfe der Internetprovider – ein Warn- und Sanktionssystem gegen illegales Herunterladen aus dem Internet einzurichten. Die Maßnahmen könnten bis zur Sperrung des Internetzugangs und zur Kündigung des Vertragsverhältnisses führen. Das System soll auf dem Grundsatz der Haftung des Kunden für die illegale Nutzung seines Internetzugangs beruhen, so wie derzeit in Art. L. 335-12 des *Code de la propriété intellectuelle* (Gesetz über das geistige Eigentum – CPI) geregelt. Eine unabhängige Verwaltungsbehörde (etwa die im Rahmen der *Loi DADVSI* vom 1. August 2006 eingesetzte *Autorité de Régulation des Mesures Techniques de Protection* [Regulierungsbehörde für technische Schutzmaßnahmen]) soll für die Umsetzung dieser Maßnahmen sorgen. Sie erhält eine Sanktionsbefugnis gegenüber den Internet Providern, die ihren Weisungen nicht ordnungsgemäß nachkommen, und wird im Rahmen einer monatlich zu veröffentlichen Statistik über ihre Tätigkeit Auskunft geben. Die Hosting- und Portalanbieter verpflichten sich ihrerseits, in Zusammenarbeit mit den Rechteinhabern Systeme zur Identifizierung der Inhalte (durch digitale

Amélie Blocman  
Légipresse

• *Accord pour le développement et la protection des œuvres et programmes culturels sur les nouveaux réseaux* (Abkommen über die Entwicklung und den Schutz von Kulturwerken und -programmen in den neuen Netzen), 23. November 2007, abrufbar unter:

<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11029>

FR

druck ihrer Position dargestellt hätte. Weiter brachten die Beklagten vor, weder im Antrag auf Gegendarstellung noch in der Gegendarstellung selbst seien die beanstandeten Passagen explizit aufgeführt. Der Richter vertrat die Auffassung, gemäß Art. 2 der Verordnung müsse der Antragsteller für das Recht auf Gegendarstellung im Internet die genauen Textstellen beziehungsweise Auszüge aus dem strittigen Text vorlegen – entweder durch ausführliche Wiedergabe oder ausreichend genauen Nachweis im Text. Der Richter kam somit zu dem Schluss, der Antrag auf Gegendarstellung entspreche nicht den Anforderungen der Verordnung, sodass die Verweigerung der Veröffentlichung dieser Gegendarstellung innerhalb der drei Tage nach Eingang keine eindeutig rechtswidrige Handlung darstellte. ■

„Fingerabdrücke“ oder Wasserzeichen) zu prüfen, auszuwählen und zu fördern. Zum anderen ist im Abkommen vorgesehen, das Zeitfenster für die Verwertung der Werke (Medienchronologie) zu ändern, um die Frist für VoD (die derzeit bei siebeneinhalb Monaten nach der Erstaufführung im Kino liegt) auf sechs Monate zu reduzieren und die Werke im legalen Online-Angebot schneller verfügbar zu machen. Dies soll auch für ein möglichst großes Musikangebot durchgesetzt werden, und zwar durch Aufhebung der DRM-Maßnahmen, sofern sie ein Hindernis für die Interoperabilität darstellen. Die Internetprovider ihrerseits erklären sich bereit, bei der Umsetzung der Warn- und Sanktionssysteme, vor allem beim umfassenden Ausbau der Webfilterung, mit den Rechteinhabern zusammenzuarbeiten.

Mehrere die Interessen der Musikindustrie vertretende Organisationen äußerten sich zufrieden. So begrüßten die Schallplattenindustrie-Verbände *Syndicat National de l'Édition Phonographique* und die *Société Civile des Producteurs Phonographiques* die Einsetzung einer unabhängigen Aufsichtsbehörde, die beauftragt ist, Maßnahmen gegen Online-Piraterie zu treffen und eine monatliche Aufstellung der Ergebnisse ihrer Arbeit zu veröffentlichen. „Vorbehaltlich der Wirksamkeit dieser Einrichtung“ verpflichten sie sich im Gegenzug dazu, ihre Kataloge von in Frankreich hergestellten musikalischen Werken „ohne technische Schutzmaßnahmen, die Interoperabilität verhindern“, zur Verfügung zu stellen. Die Video-Portale *Dailymotion* und *Kewego* erklärten, sie seien bereit für eine Zusammenarbeit mit den Rechteinhabern, auch wenn man weiterhin ein Abkommen anstrebe, das den spezifischen Besonderheiten der Tätigkeit als Webhoster Rechnung trage. Der Verbraucherschutzverband *UFC-Que choisir* beanstandete das „repressive Sich-Überbieten“, das sehr hart, potenziell freiheitsberaubend und antiwirtschaftlich sei und im völligen Gegensatz zur digitalen Geschichte sei. Der französische Präsident forderte die Unterzeichner des Abkommens auf, nach sechs Monaten Bilanz zu ziehen, und erklärte, es würden – sollte die Angelegenheit nicht befriedigend laufen – „zielführende Maßnahmen“ getroffen. Die Gesetzes- und Regelungstexte zur Umsetzung der erarbeiteten Lösungen sollen Anfang 2008 verabschiedet werden. ■

## FR – Erweiterung der Regeln zum „Call-TV“

Seit einigen Monaten steht das sogenannte Mitmachfernsehen (Call-TV) im Visier des *Conseil supérieur de l'audiovisuel* (franz. Rundfunkaufsichtsbehörde – CSA). Bei den Anrufsendungen werden die Fernsehzuschauer aufgefordert, zur Erzielung möglicher Gewinne telefonische Mehrwertdienste anzurufen oder SMS zu schicken. Bereits 2002 hatte die Aufsichtsbehörde eine Empfehlung mit Regeln für diese Mitmach-Aufrufe abgegeben: Sie gelten als legal, wenn sie „punktuell und unaufdringlich“ und im Rahmen einer in Ausstrahlung befindlichen Sendung erfolgen. Das Mitmachfernsehen entspricht jedoch einem anderen Modell, da die Anrufe auf einer Mehrwertnummer der eigentliche Zweck der Sendung sind. Die Problematik für den CSA besteht darin, den Status entsprechender Sendungen festzulegen und festzustellen, ob es sich hier um Teleshopping oder Schleichwerbung handelt. Die Ausbreitung des Mitmachfernsehens in Frankreich, insbesondere auf dem Sender M6 (mit „Star6Music“ und „Club“) sowie auf dem digitalen Sender NT1 mit „La nuit est à vous“, hat den CSA dazu veranlasst, am 4. Dezember 2007 eine neue Empfehlung zu verabschieden, die die von 2002 ersetzt. Ziel dieser Empfehlung ist ein größerer Schutz der Fern-

Amélie Blocman  
Légipresse

● **Délibération du CSA relative aux renvois, dans les programmes de télévision, à des services téléphoniques ou SMS surtaxés (« télé-tirelire »)** (Beschluss des CSA hinsichtlich Aufrufen zur Nutzung von Mehrwertdiensten über Telefon und SMS im Rahmen von Fernsehsendungen („Call-TV“), 4. Dezember 2007, abrufbar unter: <http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11028>

FR

## GB – Filmplakate von der ASA verboten

Die britische *Advertising Standards Authority* (Behörde für Werbestandards – ASA) hat die Verwendung von zwei Werbeplakaten für den Film „Shoot Em Up“ verboten. Zuvor waren 55 Beschwerden mit verschiedenen Begründungen eingegangen. Unter anderem hieß es darin, die Plakate (a) verklärten und verherrlichten bewaffnete Kriminalität, (b) seien taktlos gegenüber den Familien von Opfern bewaffneter Kriminalität, (c) seien

David Goldberg  
deeJgee  
Research/Consultancy

● **ASA Adjudication (ASA-Beschluss): Entertainment Film Distributors Ltd, 21. November 2007, abrufbar unter:** <http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11030>

● **Code of Advertising Practice (Kodex der Werbepaxis), abrufbar unter:** <http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11031>

● **ASA Seminar, Violence in advertising (including violent imagery) [Gewalt in der Werbung (einschließlich brutaler Bilder)], 21. November 2007, abrufbar unter:** <http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11032>

EN

## GB – Regulierer weist Beschwerde der Polizei gegen Berichterstattung über islamischen Extremismus zurück

Das Ofcom, die britische Regulierungsbehörde für den Kommunikationsbereich, hat eine Beschwerde der West Midlands Police gegen die Ausstrahlung der Sendung „Dispatches“ am 15. Januar 2007 auf Channel 4

sehzuschauer, insbesondere durch eine bessere Information über Möglichkeiten zur Erstattung von Zahlungen, die im Rahmen der Gewinn-Spiele geleistet wurden. So muss diese Information dem Zuschauer in gleicher Weise zur Kenntnis gebracht werden wie die Angabe der SMS- oder Telefonnummer. Erscheint sie etwa auf dem Bildschirm, muss sie in der gleichen Schriftart wie die Telefonnummer erscheinen. Zudem muss die Information erfolgen, sobald eine Verbindung zum Mehrwertdienst hergestellt ist, noch vor jeglicher tatsächlichen Teilnahme am Spiel. Im Rahmen der neuen Empfehlung werden außerdem die Voraussetzungen präzisiert, im Rahmen derer Fernsehsender Zuschauer dazu auffordern dürfen, SMS- oder telefonbasierte Mehrwertdienste in Anspruch zu nehmen, ohne dass dies als Schleichwerbung zu werten ist. Der Mitmach-Aufruf muss im Rahmen der laufenden Sendung erfolgen und darf hierbei lediglich punktuell und unaufdringlich erscheinen. Der Mehrwertdienst muss zudem in direktem Bezug zur Sendung, die den Telefon-Aufruf startet, stehen und eine Ergänzung zu dieser Sendung darstellen. Der CSA kündigte an, dass er jede Sendung, im Rahmen derer Fernsehzuschauer zur Nutzung von Telefon- oder SMS-Diensten aufgefordert werden, überprüfen werde, um zu beurteilen, ob es sich hierbei um Schleichwerbung handelt. Sollte dies der Fall sein, werde der Sender aufgefordert, die Sendung einzustellen. Eines aber ist sicher: Der Sender RTL9, bei dem viele Mitmach-Sendungen laufen, hat nichts zu befürchten, da er von Luxemburg aus gesendet wird und somit nicht französischem Recht unterworfen ist! ■

anstößig und übermäßig bedrohlich und (d) könnten Kindern Leid bereiten.

Die ASA beriet über die Angelegenheit unter Berücksichtigung verschiedener Regeln (2.2, 5.1, 5.2, 9.1 und 11.1) des *Code on Advertising Practice* (Kodex für die Werbepaxis). Zwei Plakate wurden aufgrund der Hervorhebung der Waffe, des Gesichtsausdrucks des Schauspielers und der aktionsgeladenen Aufnahme als Verherrlichung von Waffen – im Gegensatz zu einer einfachen Darstellung des Filminhalts – eingestuft. In ihnen wurde ein Verstoß gegen die Regeln 2.2 (soziale Verantwortung) und 11.1 (Gewalt) gesehen. Verstöße gegen die Regeln zu Anstößigkeit und Takt wurden dagegen nicht bestätigt. Mit dem Beschluss wurde angeordnet, dass die beiden Plakate nicht mehr zur Schau gestellt werden dürfen.

Am 21. November veranstaltete die ASA ein Seminar, um über das Thema Gewalt in der Werbung zu diskutieren. ■

zurückgewiesen. Die Sendung hatte über die Beobachtungen eines getarnten Reporters berichtet, der Moscheen und islamische Organisationen in Großbritannien besucht und Beispiele für extremistische Predigten gefunden hatte. In der Sendung hieß es, man habe „eine Ideologie der Bigotterie und Intoleranz gefunden, die sich über Großbritannien ausbreitet und ihre Wurzeln in Saudi-Arabien hat“. Die Sendung enthielt heimlich

gefilmte Szenen und Mitschnitte von Reden, die als homosexuellenfeindlich, antisemitisch, sexistisch und als Verdammung von Nichtmuslimen bezeichnet wurden, sowie Auszüge aus Büchern und Websites, die mit den Moscheen zusammenhängen.

Das Ofcom erhielt 364 Zuschauerbeschwerden (und erklärte, diese seien offenbar Teil einer Kampagne gewesen). Besonders ungewöhnlich war, dass eine Beschwerde von der West Midlands Police stammte, die unmittelbar nach der Sendung eine Untersuchung darüber eingeleitet hatte, ob Personen, die in den Moscheen gepredigt hatten oder mit diesen verbunden waren, Straftaten verübt hätten. Man gelangte zu dem Schluss, dass die Beweise nicht für eine Strafanzeige gegen in der Sendung gezeigte Personen ausreichten. Daraufhin beschwerte sich die Polizei bei der Ofcom, die Sendung sei so intensiv bearbeitet worden, dass die gezeigten Personen falsch dargestellt worden seien; das ausgestrahlte Filmmaterial sei in einer Weise bearbeitet worden, dass es ausreiche, „den Zusammenhalt der Gemeinschaft zu untergraben“, und die Sendung erschüttere „mit hoher Wahrscheinlichkeit das Gefühl der öffentlichen Sicherheit jener Gemeinschaften in den West Midlands, für die der *Chief Constable* eine Verantwortung hat“. Die Polizei führte zudem an, es habe durch die Bearbeitung mehrere gezielte Verzerrungen gegeben, der Kommentar habe vorgefasste Meinungen dazu geliefert, was ein Sprecher zu vermitteln versucht habe, und die Sendung habe den Alltag in einer der besuchten Moscheen möglicherweise nicht korrekt wiedergegeben. Der Sender antwortete selbstbewusst, die Behauptungen der Polizei „entbehrten

jeglicher Grundlage“, zeugten von einer „erschütternden Naivität“ und stellten eine grundsätzliche Fehleinschätzung des Bearbeitungsprozesses dar, mit dem Fernsehsendungen gemacht werden.

Das Ofcom wies sämtliche Beschwerden von Zuschauern und Polizei zurück. Investigativer Journalismus spiele im öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine wesentliche Rolle und liege klar im öffentlichen Interesse. Die große Mehrheit des Publikums verstehe, dass Dokumentarsendungen durch das Zusammenschneiden von vielen Stunden Filmmaterial entstehen und dass dies eine akzeptable Praxis ist, sofern die gezeigten Personen nicht unfair behandelt und die Zuschauer nicht grundlegend irreführt werden. Die Sendung habe nicht unterstellt, dass die extremen Ansichten von allen Muslimen geteilt würden, und habe auch Beiträge gemäßiger muslimischer Organisationen enthalten, in denen die extremen Ansichten verurteilt worden seien. Die Ansichten der gezeigten Sprecher seien durch die Bearbeitung nicht falsch dargestellt worden. Die Auswahl des Materials, das gezeigt werden soll, sei eine redaktionelle Entscheidung des Senders, in die Ofcom nicht eingreifen dürfe, sofern kein Verstoß gegen den *Broadcast Code* (die Rundfunkordnung) vorliege. Die Sendung habe aber nichts enthalten, was den Eindruck vermittelt hätte, es solle das Alltagsleben in der Moschee dargestellt werden. Die Sendung stelle also eine legitime Untersuchung dar, die Angelegenheiten von großem öffentlichem Interesse aufgedeckt habe, und es gebe keinen Hinweis darauf, dass der Sender das Publikum irreführt habe oder dass die Sendung dazu angetan sei, zu kriminellen Aktivitäten zu ermuntern oder anzuregen. Unabhängig davon wies das Ofcom auch Beschwerden des Königreichs Saudi-Arabien, des Islamischen Kulturzentrums und der Londoner Zentralmoschee gegen die Sendung zurück. ■

**Tony Prosser**  
Juristische Fakultät,  
Universität Bristol

• „*Dispatches: ‚Undercover Mosque‘*“, *Ofcom Broadcast Bulletin*, Ausgabe 97, 19. November 2007, S. 9–20, 44–67, abrufbar unter:  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11033>

EN

## GR – Zwei rechtliche Bestimmungen zum Betrieb von Fernsehstationen ohne Lizenz für verfassungswidrig befunden

Eine neue Ausschreibung, die letztendlich zur Vergabe von Hörfunk- und Fernsehlicenzen führen wird, ist nach einer Entscheidung des Staatsrats vom 2. Oktober 2007 mehr denn je geboten. Mit dieser Entscheidung wurden zwei rechtliche Bestimmungen für verfassungswidrig befunden, da sie allen regionalen Fernsehstationen, die an der Ausschreibung im Jahr 1998 teilgenommen haben, erlauben, sogar über eine „vernünftige“ Frist nach Veröffentlichung der Ausschreibung hinaus zu arbeiten, was *de facto* zu Rundfunkaktivitäten ohne einen eindeutigen offiziellen Rahmen führte, innerhalb dessen in bestimmter Hinsicht zu handeln ist. Nach der Entscheidung widersprechen diese Bestimmungen den Grundsätzen der Rechtstaatlichkeit, der Menschenwürde (und der daraus folgenden Verpflichtung des Staates, die Durchsetzung von Recht zu garantieren) sowie dem Gleichheitsgrundsatz.

Sollte die Plenarsitzung des Staatsrats (die für end-

gültige Entscheidungen in Verfassungsangelegenheiten zuständig ist) die oben genannte Entscheidung bestätigen, können diese Stationen keine Entscheidungen des griechischen Nationalen Hörfunk- und Fernsehrat (ESR) zu ihrer Tätigkeit mehr vor Gericht anfechten. Voraussetzung für eine solche Klage wäre ein rechtlich anerkanntes Interesse, welches nicht gegeben ist, wenn sie sich auf verfassungswidrige Bestimmungen stützt.

Die für die Auflage einer neuen Ausschreibung zuständige unabhängige Behörde ist der ESR. Eine Ausschreibung kann aber erst erfolgen, wenn zwei Ministerialentscheidungen getroffen sind: zum Frequenzplan und zur Art der Hörfunk- und Fernsehdienste, die die Antragsteller anbieten (Rundfunknachrichten oder andere).

Ende September 2007 legten der Staats- und der Kommunikationsminister (zuständig für Hörfunk und Fernsehen) einen Übergangsfrequenzplan vor, der neue Frequenzen für analoges und digitales terrestrisches Fernsehen beinhaltet und auf der Arbeit einer Forschungsgruppe der Polytechnischen Universität Athen gründet. Diese Arbeit soll die Grundlage für die zukünftige Ministerialentscheidung über den Frequenzplan sein, die in den nächsten Monaten erwartet wird. ■

**Alexandros Economou**  
Nationaler Hörfunk-  
und Fernsehrat

• Staatsratsbeschluss, StE 2784/2007, 2. Oktober 2007

EL

## GR – Beschränkte Anwendung des Gesetzes über die Unvereinbarkeit von Eigentum an Mediengesellschaften und dem Abschluss von Verträgen über öffentliche Aufträge

Am 9. Oktober 2007 beschloss der Nationale Hörfunk- und Fernsehrat (ESR), die Ausstellung von Bestätigungen einzustellen, die die Unvereinbarkeit zwischen Eigentum an Medienunternehmen und dem Abschluss von Verträgen mit öffentlichen Einrichtungen feststellen. Die Zuständigkeit des ESR ist tatsächlich beschränkt auf die Ausstellung von Bestätigungen über das Vorliegen einer derartigen Unvereinbarkeit, unter der ausschließlichen Bedingung, dass ihr ein endgültiger gerichtlicher Schuldspruch in Bezug auf den Tatbestand aktiver Bestechung von dem interessierten Unternehmen oder von der für die Ausschreibung verantwortlichen Behörde angezeigt wurde.

In ihrer Stellungnahme berücksichtigt die unabhängige Behörde eine frühere Ministerialentscheidung (einen

Alexandros Economou  
Nationaler Hörfunk-  
und Fernsehrat

## LT – Durchführungsbestimmungen zu den Anforderungen an Werbung und Sponsoring im Rundfunk verabschiedet

Am 1. September 2007 traten die Durchführungsbestimmungen zu den Anforderungen an Werbung und Sponsoring im Rundfunk in Kraft. Die Bestimmungen wurden am 1. August 2007 durch Beschluss der *Lietuvos radijo ir televizijos komisija* (Radio- und Fernsehkommission Litauens) verabschiedet.

Ausschlaggebend für die Abfassung dieser Durchführungsbestimmungen waren die Durchführungsanforderungen aus dem Gesetz über die Bereitstellung von Informationen für die Öffentlichkeit, das lediglich allgemeine Regelungen für die Ausstrahlung von Werbung und Sponsorenhinweisen enthielt. Das Gesetz legte die Umsetzung der obigen Regelungen nicht im Einzelnen fest, verpflichtete die Radio- und Fernsehkommission aber zur Festlegung eines Verfahrens zur Umsetzung der Anforderungen, die in den innerstaatlichen Gesetzen und im EG-Recht niedergelegt sind. Die Durchführungsbestimmungen wurden nun in enger Zusammenarbeit mit den Rundfunkveranstaltern entwickelt.

Sie sehen unter anderem vor, dass bei der Zählung der Gesamtwerbezeit (zum Beispiel Werbespots, Teleshopping, Split-Screen-Werbung und Markeneinblendungen) grundsätzlich das Prinzip der vollen Stunde gilt. Diesem Prinzip zufolge wird die Gesamtmenge der Werbung immer vom Beginn einer vollen Stunde an gezählt.

Ferner enthalten die Durchführungsbestimmungen genauere Regelungen zur Trennung der Werbeblöcke vom Hauptinhalt der Sendung. Danach muss in dem Jingle am Beginn der Werbung während der gesamten Ausstrahlungsdauer das Wort „Werbung“ gezeigt werden. Ist ein Werbespot nicht ohne Weiteres als solcher erkennbar, muss das Wort „Werbung“ während der gesamten Dauer des Spots gezeigt werden.

Die Dauer des Jingles am Beginn der Werbung ist nicht festgelegt. Seine Dauer ist jedoch nicht in die

Monat zuvor veröffentlicht), in der die Nachweise für die Registrierung all dieser Unternehmen in einem vom ESR geführten Verzeichnis aufgeführt sind. Die griechische Regierung hat in der Tat endgültig alle Anmerkungen akzeptiert, die die Europäische Kommission in Bezug auf die Durchsetzung von drei aufeinander folgenden Gesetzen (3021/2002, 3310/2005 and 3414/2005) gemacht hatte, die mit diesem Thema in Zusammenhang stehen. Angesichts dieser Entwicklungen kündigte die Europäische Kommission am 17. Oktober 2005 die Einstellung des in dieser Angelegenheit laufenden Vertragsverletzungsverfahrens gegen Griechenland vor dem Europäischen Gerichtshof an (siehe IRIS 2005-6: 6).

Zwischenzeitlich ist jedoch die Prüfung zweier präjudizieller Fragen der Plenarsitzung des *Symvoulion tis Epikratias* (oberstes griechisches Verwaltungsgericht) im Zusammenhang mit der Vereinbarkeit einiger Bestimmungen des ersten Gesetzes (3021/2002) mit dem europäischen Recht noch vor dem Europäischen Gerichtshof anhängig. ■

zulässige Werbezeit je voller Stunde Sendezeit einzubeziehen.

Die Durchführungsbestimmungen enthalten darüber hinaus spezielle Vorschriften für die Ausstrahlung von Teleshopping-Fenstern: Der Einführungs-Jingle muss am Beginn und am Ende des Fensters ausgestrahlt werden, und während seiner gesamten Dauer muss deutlich das Wort „Teleshopping-Fenster“ zu sehen sein.

Teleshopping-Fenster haben eine Dauer von 15 Minuten und dürfen nicht durch Werbung, Teleshopping-Spots, Ankündigungen oder andere Einschübe unterbrochen werden.

Ferner enthalten die Durchführungsbestimmungen Regelungen zur Rundfunkwerbung auf Basis neuer Technologien und deren Trennung von anderen Teilen des Hauptprogramms. Der Rundfunkveranstalter muss danach sicherstellen, dass Split-Screen-Werbung als solche erkennbar ist und entweder akustisch und/oder optisch von anderen Programmteilen abgesetzt oder durch das Wort „Werbung“ gekennzeichnet wird. Da Laufschriften im Rahmen von Split-Screen-Werbung in Litauen weit verbreitet sind, sehen die Bestimmungen vor, dass Split-Screen-Werbung durch einen kontrastierenden Hintergrund vom Inhalt des Hauptprogramms abgesetzt sein muss. Außerdem darf die Laufschrift im Rahmen der Split-Screen-Werbung nicht mehr als 20 Prozent des Bildschirms einnehmen.

Da es in der Praxis zu vielen Diskussionen über die Interpretation einiger Begriffe kam, geben die Durchführungsbestimmungen folgende Definitionen vor:

- „Natürliche Unterbrechung innerhalb des Ereignisses“ bezeichnet eine Pause, die direkt mit der Struktur des Ereignisses zusammenhängt und unabhängig vom Willen des Rundfunkveranstalters stattfindet;
- „Dauer der Sendung“ bezeichnet ein zeitliches Intervall vom Beginn bis zum Ende der Sendung unter Ausschluss von Einschüben (Werbespots, Ankündigungen usw.);
- „Dauer des audiovisuellen Werks (Films)“ bezeichnet die Originaldauer des audiovisuellen Werks, also das

**Jurgita Iešmantaitė**  
Radio- und  
Fernsehkommission,  
Litauen

zeitliche Intervall vom Anfang (erste Bilder, Vorspann) bis zum Ende (Abspann) des Werks.

Außerdem enthalten die Durchführungsbestimmungen nähere Ausführungen zur Präsentation des Namens

• Lietuvos radijo ir televizijos komisijos sprendimas „Dėl reikalavimų reklamos transliavimui ir programų (laidų) rėmimui įgyvendinimo tvarkos patvirtinimo“ (Entscheidung der Radio- und Fernsehkommission Litauens über die Verabschiedung der Durchführungsbestimmungen zu den Anforderungen an Werbung und Sponsoring im Rundfunk) vom 1. August 2007, abrufbar unter:  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11027>

LT

## MK – Rundfunkrat erweitert Zusammenarbeit mit der Agentur für elektronische Kommunikation und der Kommission zum Schutz des Wettbewerbs

Aufgrund der Bestimmungen des *Закон за радиодифузната дејност* (Rundfunkgesetz), Art. 39 und 40, hat der Rundfunkrat Mazedoniens seine Zusammenarbeit mit zwei anderen mazedonischen Regulierungsstellen, der *Агенција за електронски комуникации* (Agentur für elektronische Kommunikation) und der *Комисија за заштита на конкуренцијата* (Kommission zum Schutz des Wettbewerbs), im Rundfunkbereich ausgeweitet.

Die am 31. Oktober 2007 unterzeichnete Kooperationsvereinbarung zwischen dem Rundfunkrat und der Agentur für elektronische Kommunikation formalisiert und erweitert die schon vorher begründete Zusammenarbeit zwischen den beiden Regulierern in den Bereichen Rundfunk und elektronische Kommunikation. Ziel der

**Sašo Bogdanovski**  
Rundfunkrat der Republik  
Mazedonien, Skopje

• Закон за радиодифузната дејност, Службен весник на Република Македонија бр. 100/05 (Rundfunkgesetz, Amtsblatt der Republik Mazedonien Nr. 100/05), abrufbar unter:  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=10738>

MK-EN

## MK – Strategie für die Entwicklung des Rundfunks 2007–2012

Der Rundfunkrat der Republik Mazedonien hat bei seiner öffentlichen Sitzung vom 27. November 2007 die Strategie für die Entwicklung des Rundfunks in der Republik Mazedonien für den Zeitraum 2007–2012 verabschiedet. Die Verabschiedung erfolgte damit innerhalb der vom Gesetz vorgeschriebenen Frist. Zur Ausarbeitung und Verabschiedung der Strategie war der Rundfunkrat gemäß Art. 22 des Rundfunkgesetzes verpflichtet.

An der Ausarbeitung der Strategie waren alle zuständigen Institutionen aus den Bereichen Rundfunk, elektronische Kommunikation und Informationsgesellschaft beteiligt, ebenso wie nichtstaatliche Organisationen und andere Akteure aus der Rundfunkbranche. Anlässlich dieses Prozesses führte der Rundfunkrat mehrere Forschungsprojekte und Analysen durch, unter anderem zu Themen wie Medienmarkt und Publikum. Zeitgleich damit vollendete der Rundfunkrat die Verabschiedung aller erforderlichen Satzungen und die Umwandlung bereits vergebener Rundfunkkonzessionen

des Programmsponsors. Der Name des Sponsors muss so deutlich und so lange präsentiert werden, dass der Zuschauer den Namen oder das Logo des Sponsors deutlich hören und sehen kann. Die Präsentation von Sponsoren darf bei einem Sponsor nicht länger als 15 Sekunden dauern, bei mehreren Sponsoren in Folge nicht länger als insgesamt 40 Sekunden.

Die obigen Bestimmungen gelten für alle Rundfunkveranstalter im Zuständigkeitsbereich der Republik Litauen. ■

Vereinbarung ist eine effektivere Umsetzung des Rundfunkgesetzes und des Gesetzes über elektronische Kommunikation sowie die Umsetzung von zwei nationalen Strategiepapieren: der „Strategie für die Entwicklung des Rundfunks in der Republik Mazedonien für den Zeitraum 2007–2012“ (siehe IRIS 2008-1: 16) und der „Nationalen Strategie für die Entwicklung im Bereich der elektronischen Kommunikations- und Informationstechnologien“. Es wird erwartet, dass diese Vereinbarung effektiv sein wird, insbesondere dann, wenn der Digitalisierungsprozess eingeleitet wird.

Die Kooperationsvereinbarung zwischen dem Rundfunkrat und der Kommission zum Schutz des Wettbewerbs vom 15. Oktober 2007 zielt auf den Schutz des Wettbewerbs und die effektivere Anwendung der Wettbewerbsvorschriften im Rundfunkbereich.

Mit beiden Vereinbarungen wurden Gemeinsame Kooperationsausschüsse eingerichtet, deren Befugnisse und Aufgaben sich nach den jeweiligen Bereichen richten. Die Mitglieder der Gemeinsamen Kooperationsausschüsse sind bereits ernannt, und die Gremien sind voll einsatzbereit, sodass der praktischen Umsetzung der vereinbarten Verfahren nichts mehr im Wege steht. ■

in Lizenzen. Der Entwurf des Strategiepapiers war Gegenstand einer öffentlichen Konsultation vom 3. September bis 18. Oktober 2007.

Die Hauptpfeiler der Strategie sind: „Gemeinwohlziele im Rundfunk“, „Entwicklung des Rundfunks als Wirtschaftszweig“, „Pluralismus und Vielfalt des Programminhalts“, „Digitalisierung des Rundfunks“, „Audiovisuelle Dienste über neue Technologien“ und „Aufsichtsrechtlicher Rahmen“.

Im Dezember wird der Rundfunkrat einen speziellen Aktionsplan für die Umsetzung der Strategie in den nächsten fünf Jahren verabschieden. Die Strategie fordert, dass die Digitalisierung des terrestrischen Rundfunks im Jahr 2008 beginnt. Der Rundfunkrat und die Agentur für elektronische Kommunikation haben ein gemeinsames Gremium gebildet, das das Vergabeverfahren für die ersten Multiplexe planen soll. Der Prozess der Regionalisierung, also die Lizenzvergabe an regionale Rundfunkveranstalter, zu der der Rundfunkrat gesetzlich verpflichtet ist, soll parallel zur Digitalisierung und entsprechend den technischen Bedingungen erfolgen. Die Regionalisierung ist wichtig, weil eine gewisse Medienkonzentration erforderlich ist. Bisher ist der

Markt nämlich so stark zersplittert, dass die Rundfunkveranstalter, insbesondere Fernsehsender, nicht profitabel arbeiten können.

Darüber hinaus plant der Rat für 2008 die Vergabe der ersten Lizenzen zur Ausstrahlung von Programmen über andere Plattformen – über Satellit und Kabelnetze.

Die Strategie hat bestimmte Defizite im aktuellen

Rundfunkgesetz aufgedeckt, insbesondere den unklar definierten Auftrag an den Rundfunkrat, die Umsetzung des Gesetzes zu überwachen und Sanktionen zu verhängen. Das Rundfunkgesetz muss besser mit dem Ordnungswidrigkeitengesetz abgestimmt werden, dann kann der Rundfunkrat es effizienter umsetzen. Die Strategie erfasst zudem auch das Thema der Weiterentwicklung der Gesetzgebung als notwendigen Teil der Harmonisierung mit der neuen Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste, aber auch als Voraussetzung für die technologische Weiterentwicklung der Rundfunkwirtschaft. ■

Sašo Bogdanovski  
Rundfunkrat der Republik  
Mazedonien, Skopje

● *Стратегија за развој на радиодифузната дејност во Република Македонија 2007-2012 (Strategie für die Entwicklung des Rundfunks in der Republik Mazedonien für den Zeitraum 2007-2012), abrufbar unter:*  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11050>

MK

## MT – Konsultationspapier zur Definition von Zielen von allgemeinem Interesse

Die *Broadcasting Authority* (Rundfunkbehörde) und die *Malta Communications Authority* (Maltesische Kommunikationsbehörde) haben ein Konsultationspapier mit dem Titel „*A Policy and Strategy for Digital Broadcasting that meets General Interest Objectives*“ (Politik und Strategien für einen digitalen Rundfunk, der Zielen von allgemeinem Interesse Rechnung trägt) vorgestellt. Im Jahr 2005 hatte die Regierung Maltas drei Frequenzen für Fernsehkanäle reserviert, die sich Zielen von allgemeinem Interesse widmen. Das Konsultationspapier versucht, die Kriterien zu ermitteln, anhand derer solche Ziele identifiziert werden können, da sie die Grundlage für die Geltung der Übertragungspflicht für Netzbetreiber darstellen sollen. Das Konsultationspapier schlägt ferner eine geänderte Vergaberegulierung für Sendelizenzen vor, um die derzeitige abnorme Situation zwischen traditionellen Rundfunkveranstaltern und Mehrkanalnetzbetreibern zu beseitigen. Zu guter Letzt behandelt das Konsultationspapier die Auswirkungen des digitalen Radios auf den Hörfunksektor.

In Art. 31 Abs. 1 der Universaldienstrichtlinie 2002/22/EG heißt es: „Die Mitgliedstaaten können [...] Unternehmen [...] zumutbare Übertragungspflichten auferlegen, wenn eine erhebliche Zahl von Endnutzern diese Netze als Hauptmittel zum Empfang von Hörfunk- und Fernsehsendungen nutzen. Solche Verpflichtungen dürfen jedoch nur auferlegt werden, soweit sie zur Erreichung klar umrissener Ziele von allgemeinem Interesse

erforderlich sind; sie müssen verhältnismäßig und transparent sein.“ Diese Bestimmung wurde mit § 51 Abs. 1 der *Electronic Communications Networks and Services (General) Regulations* [(Allgemeine) Bestimmungen über elektronische Kommunikationsnetze und -dienste] von 2004 in maltesisches Recht umgesetzt.

Um als Sender anerkannt zu werden, der Ziele von allgemeinem Interesse befriedigt, muss ein Fernsehsender dem Konsultationspapier zufolge die kulturelle Vielfalt fördern, erzieherische oder bildende Programme anbieten, die Öffentlichkeit auf objektive Weise informieren sowie die Meinungsvielfalt sichern. Diese Kriterien stützen sich auf Abs. 7 der Mitteilung der Kommission über die Anwendung der Vorschriften über staatliche Beihilfen auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk (2001/C 320/04). Diese Mitteilung erkennt in Abs. 14 zudem an, dass – neben dem öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter – auch kommerzielle Senderunternehmen gemeinwirtschaftlichen Verpflichtungen unterliegen können und zur Erreichung von Zielen von allgemeinem Interesse beitragen, indem sie helfen, den Pluralismus zu sichern, die kulturelle und politische Debatte bereichern und die Programmauswahl vergrößern. Andererseits können Fernsehkanäle, die keine Ziele von allgemeinem Interesse erfüllen, zwar lizenziert und als kommerzielle Sender betrieben werden; für sie gibt es jedoch keinen Anspruch auf Übertragung in digitalen terrestrischen Netzen und im Kabelsystem.

Die Konsultationsperiode endete am 7. Dezember 2007. Nun muss die Regierung ihre politische Position bis April 2008 offiziell verabschieden. Die entsprechende Gesetzgebung müsste formuliert und dem Parlament zusammen mit der Nennung des zur Übertragung verpflichteten Betreibers vorgelegt werden. Sobald all dies erreicht ist, werden die Fernsehsender ausgewählt, die Ziele von allgemeinem Interesse befriedigen; sie erhalten dann Platz auf den entsprechend reservierten Frequenzen der Netzbetreiber. ■

Kevin Aquilina  
Malta Broadcasting  
Authority

● *Making Digital Broadcasting Available to All - A Consultation Document relative to: A Policy and Strategy for Digital Broadcasting that meets General Interest Objectives (Digitaler Rundfunk für alle – ein Konsultationspapier: Politik und Strategien für einen digitalen Rundfunk, der Zielen von allgemeinem Interesse Rechnung trägt), abrufbar unter:*  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11034>

EN-MT

## RO – Abänderung des CNA-Beschlusses zur Regelung audiovisueller Inhalte

Die Regulierungsbehörde für elektronische Medien in Rumänien, der *Consiliul Național al Audiovizualului* (Landesrat für Audiovisuelles – CNA), hat durch Beschluss Nr. 762 vom 11. September 2007 Änderungen am Regelungskodex für audiovisuelle Inhalte verabschiedet (zur

vorhergehenden Änderung siehe IRIS 2007-4: 19). Nach den Änderungen ist es in Werbung und Teleshopping untersagt, Ärzte bzw. Arztpraxen zu zeigen, deren Identität genannt wird bzw. erkennbar ist (Art. 109 Abs. 3).

Außerdem erhält Art. II des Beschlusses Nr. 194/2007 zur Abänderung des Beschlusses Nr. 187/2006 betreffend den Regelungskodex audiovisueller Inhalte mit den darauffolgenden Änderungen (veröffentlicht im

Amtsblatt Rumäniens, 1. Teil, Nr. 152 vom 2. März 2007) den folgenden neu gefassten Wortlaut: „Vorliegender Beschluss tritt einen Monat nach seiner Veröffentlichung im Amtsblatt Rumäniens, 1. Teil, in Kraft, mit Ausnahme der Bestimmungen von Art. 101 Abs. 6, die am 15. September 2007 in Kraft treten, und der Bestimmungen von Art. 109 Abs. 3 sowie Art. 138 Abs. 3 und 4, die am 1. Januar 2008 in Kraft treten.“

Mariana Stoican  
Journalistin, Bukarest

● **Decizia Nr. 762 din 11 septembrie 2007 pentru modificarea deciziei C.N.A. Nr. 187/2006 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual (Beschluss Nr. 762 vom 11. September zur Änderung des Regelungskodex für audiovisuelle Inhalte), abrufbar unter:**

<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11019>

● **Decizia Nr. 194 din 22 februarie 2007 pentru modificarea Deciziei Nr. 187 din 3 aprilie 2006 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual (Monitorul Oficial al României, Partea I, Nr. 152 din 2 martie 2007) (Beschluss Nr. 194/2007 zur Abänderung des Beschlusses Nr. 187/2006 betreffend den Regelungskodex audiovisueller Inhalte mit den darauffolgenden Änderungen, veröffentlicht im Amtsblatt Rumäniens, 1. Teil, Nr. 152 vom 2. März 2007)**

RO

## RO – CNA-Empfehlung zu Sportübertragungen im Fernsehen

In einer Empfehlung vom 22. August 2007 hat die rumänische Regulierungsbehörde für elektronische Medien, der *Consiliul Național al Audiovizualului* (Landesrat für Audiovisuelles – CNA), seine Besorgnis darüber geäußert, dass die Sportnachrichten innerhalb der rumänischen Fernsehprogramme, einschließlich des Programms des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, häufig Berichte über Gewalttätigkeiten in den Fußballstadien, aggressive Äußerungen und vulgäres Verhalten der Fans enthalten.

Mariana Stoican  
Journalistin, Bukarest

„Eine exzessive Mediatisierung solch seltener, aber bedauerlicher Ereignisse führt dazu, die für Sport-

● **Recomandarea CNA din 22 august 2007 (Empfehlung des CNA vom 22. August 2007), abrufbar unter:**

<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=11018>

RO

## RS – Rundfunkbehörde stuft Anweisung zur Direktübertragung von Parlamentssitzungen zur Empfehlung herab

In seiner Sitzung vom 20. November 2007 beschloss der Rat der *Republička radiodifuzna agencija* (Rundfunkbehörde – RRA), die verbindliche Anweisung an den öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter RTS zur Übertragung aller Sitzungen des serbischen Parlaments (siehe IRIS 2007-10: 19) zurückzunehmen und stattdessen lediglich zu empfehlen, dass RTS die Parlamentsitzungen live ausstrahlen soll.

Die Entscheidung erfolgte, nachdem Vertreter von der RTS und anderen Medien sowie Nichtregierungsorganisationen, die sich mit Fragen der Medienfreiheit beschäftigen, gegen die verbindliche Anweisung protestiert hatten. Ihnen zufolge verletzte diese Anweisung die redaktionelle Unabhängigkeit, die das serbische Rundfunkgesetz von 2002 dem öffentlich-rechtlichen Sender garantiert (siehe IRIS 2007-10: 19).

Miloš Živković  
Universität Belgrad,  
juristische Fakultät  
Kanzlei  
Živković & Samardžić

Damit gilt gemäß Art. 101 Abs. 6 seit dem 15. September 2007, dass die mit Geldprämien ausgestatteten interaktiven Fernsehspiele und -wettbewerbe, bei denen die Beteiligung des Publikums aufgrund elektronischer Kommunikationsmittel ermöglicht wird, nur noch als „Live-Sendungen“ und ihre Ausstrahlung allein in der Zeit zwischen 22 Uhr und 6 Uhr gestattet sind.

Der am 1. Januar 2008 in Kraft tretende Art. 138 des CNA-Beschlusses Nr. 194 sieht vor, dass zur Bewerbung von Lebensmitteln, die für Kinder bestimmt sind, keine den Kindern vertraute Persönlichkeiten oder namhafte Ärzte (Ausnahmen gelten für Naturprodukte) auftreten sowie keine Figuren aus beliebigen Zeichentrickfilmen oder Märchengestalten verwendet werden dürfen (Abs. 3). Auch darf keine Verbindung zwischen diesen Lebensmitteln und anderen Kinderartikeln, die nicht zum Verzehr bestimmt sind (etwa Spielzeug, Abziehbildern und Ähnlichem) hergestellt werden (Abs. 4). ■

meldungen insgesamt zur Verfügung stehende Sendezeit zu dominieren.“ Der CNA erinnert daher in seiner Empfehlung vom 22. August 2007 daran, „dass die Nachrichtenprogramme und aktuellen Meldungen die Bestimmungen des Art. 27 Abs. 1 aus dem *Codul de reglementare a conținutului în audiovizual* (CNA-Kodex zur Regelung audiovisueller Inhalte, siehe IRIS 2007-4: 19) einzuhalten haben, die dem Schutz Minderjähriger dienen. Der CNA weist in dieser Empfehlung auf den großen Einfluss hin, den erfolgreiche Fußballer und namhafte Sportler durch ihr Benehmen auf Kinder ausüben können, da Minderjährige dazu neigten, das Verhalten ihrer Idole nachzuahmen. Demzufolge empfiehlt der CNA den Rundfunkanbietern, Zurückhaltung bei der Darstellung von Konflikten der Sportwelt in den Medien zu zeigen. Auch seien bei der Übertragung von Sportnachrichten die Zeitfenster einzuhalten, die in entsprechenden Regelungen zum Schutz Minderjähriger vorgesehen sind. ■

Ebenfalls eine Rolle spielte, dass der Geschäftsführer von RTS während der Sitzung des für Medienfragen zuständigen Parlamentarischen Ausschusses für Kultur und Information am 14. November 2007 bekannt gegeben hatte, dass RTS beim Obersten Gerichtshof Serbiens offiziell gegen die verbindliche Anweisung geklagt habe. Einen gewissen Einfluss könnte zudem gehabt haben, dass über 700.000 Bürgerinnen und Bürger eine Petition unterzeichnet hatten, in der RTS aufgefordert wurde, den Anfang November begonnenen Prozess vor dem Internationalen Strafgerichtshof für das ehemalige Jugoslawien gegen den wegen Kriegsverbrechen angeklagten Vojislav Šešelj zu übertragen, den Führer der größten Partei Serbiens, die konservative Nationalisten anspricht. Das Programm von RTS wäre in der Tat überfrachtet, wenn beide Ereignisse live übertragen würden.

Da die RRA ihre Entscheidung rückgängig gemacht hat, hat die RTS seinerseits die Klage vor dem Obersten Gerichtshof zurückgezogen. ■

## RS – Lokalfernsehlizenzen vergeben

Die *Republička radiodifuzna agencija* (Rundfunkbehörde – RRA) gab am 19. November eine Liste mit 88 Fernsehsendern bekannt, die eine lokale Sendelizenz erhalten haben.

Die Besonderheit dieser Ausschreibung liegt darin, dass erstmals auch die sogenannten Fernsehsender des zivilen Sektors (von gemeinnützigen Organisationen finanzierte Sender, deren rechtliche Stellung jener der öffentlich-rechtlichen Sender ähnelt) Sendelizenzen erhalten haben. Die Lizenzen wurden für einen Zeitraum von acht Jahren vergeben. Von den 147 ausgeschriebenen Lokalfernsehlizenzen konnten allerdings nur 88 ver-

geben werden, weil das Interesse in manchen Gebieten zu gering war.

Die Entscheidung wird rechtskräftig, wenn die RRA über mögliche Einsprüche entschieden hat, die innerhalb von 15 Tagen nach der Veröffentlichung der Entscheidung erhoben werden können.

Die RRA teilte mit, dass mit dem Abschluss dieser Ausschreibung die erste Vergaberunde für Fernseh-lizenzen nach dem neuen Gesetzesrahmen (Rundfunkgesetz von 2002, siehe IRIS 2006-10: 18) auf allen Ebenen (national, regional und lokal) abgeschlossen sei und es in der kommenden Periode keine großen Ausschreibungen für Fernseh-lizenzen geben werde. ■

Miloš Živković  
Universität Belgrad,  
juristische Fakultät  
Kanzlei  
Živković & Samaržić

## SK – Neue Standards für Internetwerbung

Die *Asociácia internetových médií* (Vereinigung der Internetmedien – AIM) in der Slowakischen Republik hat das Dokument *Odporúčania pre internetovú reklamu* (Standards für Internetwerbung) verabschiedet, dem bestehende Standards und die Empfehlung des Interactive Advertising Bureau (IAB) zugrunde gelegt wurden. Es tritt am 1. Januar 2008 in Kraft. Mitglieder der AIM sind die größten Internet-Diensteanbieter der Slowakei.

Hauptzweck des Dokuments ist die Vermeidung negativer Reaktionen der Empfänger von Internetwerbung, zum Beispiel wegen aufdringlicher Werbeformate, der hohen Frequenz von aufdringlicher Werbung und mangelnder Möglichkeiten zur Steuerung von Werbung und deren Akustik.

Die verabschiedeten Standards enthalten folgende Punkte:

- Aufdringliche Werbung umfasst Formate wie seitenüberlagernde Rich-Media-Anwendungen, Pop-ups, Pop-unders und „Out of Banner“-Formate.
- Alle Video-Werbeformate (auch die seitenüberlagernden) müssen bestimmte Standardschaltflächen zur Steuerung aufweisen, darunter „Abspielen“, „Pause“ und „Stopp“. Alle Werbeformate mit Ton (insbesondere in die Seite eingebettete und Rich-Media-Formate)

müssen bestimmte Standardschaltflächen zur Steuerung aufweisen, darunter „Ton an“ und „Ton aus“.

- Jegliche Unterbrecherwerbung im Rich-Media-Format (insbesondere seitenüberlagernde Formate) muss oben rechts eine Schaltfläche zum Schließen aufweisen.

- Alle Werbeformate mit Ton müssen benutzerinitiiert sein, sofern der Ton nicht Teil eines vom Benutzer angeforderten Audio-Streams ist. Interaktivität muss real sein und darf die Betrachter nicht irreführen.

- Als Faustregel sollten Betrachter innerhalb eines halbstündigen Besuchs auf einer Website nicht mehr als drei Unterbrechungen hinzunehmen haben.

- Icons und Design von Windows-Schaltflächen und anderen gängigen Rechneroberflächen-Tools dürfen in der Werbung niemals verwendet werden, um Betrachter vorsätzlich zu verwirren und zum Antworten oder Klicken zu verleiten.

- Nur der Medieneigentümer darf festlegen können, ob auf einer Seite zuerst der Inhalt oder zuerst die Werbung geladen wird und in welcher Reihenfolge verschiedene Seitenelemente geladen werden. Empfohlen wird, dass zuerst der eingebettete Inhalt und erst dann die eingebettete Werbung geladen wird, doch bleibt dies dem Ermessen des Medieneigentümers anheimgestellt.

Die verabschiedeten Standards stellen Empfehlungen dar und sind rechtlich nicht bindend. Die Einhaltung der Standards wird von der AIM sichergestellt. Maßnahmen bei möglichen Verstößen sind Konsultationen, Tadel und die Offenlegung der Verstöße. ■

Jana Markechová  
Anwaltskanzlei  
Markechova, Bratislava

• *Odporúčania pre internetovú reklamu* (Standards für Internetwerbung)

SK

Vorschau auf den nächsten Monat:

**iris** *plus* 2008-2

## Urheberrecht in der Russischen Föderation

von Dmitri Golowanow

Moskauer Zentrum für Medienrecht und Medienpolitik (MZMM)



## IRIS *Spezial*

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

### Rechtliche Aspekte von Video-on-Demand

- Welche Rechte braucht ein VoD-Anbieter?
- Gibt es schon Vertragsstandards?
- Welche Rolle spielen Verwertungsfenster?
- Welche Regeln bestimmen das Verhältnis der Wettbewerber untereinander?
- Welche Erfahrungen aus der Musikindustrie sind nutzbar?
- Welchen Schutz genießt der VoD-Kunde?
- Was folgt aus der neu entstandenen Doppelrolle des Konsument-Produzenten?



Antworten in dieser jüngsten  
IRIS Spezial!

ISBN 978-92-871-6392-9,  
97 Seiten, 89 €

Weitere Informationen sowie  
Bestellmöglichkeiten unter  
<http://www.obs.coe.int/vod>

## VERÖFFENTLICHUNGEN

Harrison, J., Woods, L.,  
*European Broadcasting Law and Policy*  
GB, Cambridge,  
2007, Cambridge University Press  
ISBN 978-0521613309

Akester, P.,  
*A Practical Guide to Digital Copyright*  
GB, London  
2007, Sweet & Maxwell  
ISBN 978-1-847-03334-5

Eckström, K. M., Tufte, B.,  
*Children, Media and Consumption*  
SE, Gothenburg  
2007, Nordicom

Mazziotti, G.,  
*EU Digital Copyright Law and the End-User*  
2008, Springer  
ISBN 978-3540759843

Franceschini, L.,  
*La régulation audiovisuelle en France*  
FR, Paris  
2007, Presses Universitaires de France  
(PUF)  
ISBN 978-2130473138

Jadoul, P., Strowel, A.,  
*Nouveautés en matière d'expertise  
et de propriété intellectuelle*  
BE : Bruxelles  
2007, Larcier  
ISBN 978-2-8044-2799-3

Enders, Th.,  
*Beratung im Urheber- und Medienrecht  
(Anwaltspraxis)*  
2007, Deutscher Anwaltverlag  
ISBN 978-3824009756

Fink, U., Cole, M. D., Keber, T.,  
*Europäisches und Internationales  
Medienrecht*  
DE, Heidelberg  
2008, Müller (C.F.Jur.)  
ISBN 978-3811440647

Paschke, M.,  
*Medienrecht*  
DE, Berlin  
2008, Springer  
ISBN 978-3540490876

### IRIS on-line

Über unsere Homepage haben Sie als Abonnenten Zugang zu allen drei Sprachversionen aller seit 1995 erschienenen Ausgaben von IRIS: [http://obs.coe.int/iris\\_online/](http://obs.coe.int/iris_online/)  
Passwort und Benutzernamen für diesen Service werden jeweils nach Abschluss Ihres Jahresabonnements mitgeteilt. Sollten Sie Ihr Passwort oder Ihren Benutzernamen noch nicht erhalten haben, so wenden Sie sich bitte an [orders@obs.coe.int](mailto:orders@obs.coe.int)

Information über alle weiteren Publikationen der Informationsstelle finden Sie unter  
[http://www.obs.coe.int/oea\\_publ/](http://www.obs.coe.int/oea_publ/)

### IRIS Merlin Datenbank

Mit Hilfe von IRIS Merlin können Sie individuell gestaltete Recherchen über juristische Ereignisse mit Relevanz für den audiovisuellen Sektor durchführen. Sie haben Zugriff auf alle seit 1995 im IRIS Newsletter veröffentlichten Artikel in allen drei Sprachversionen. Durchsuchen Sie diesen Fundus entweder mit Hilfe der angebotenen thematischen Klassifizierungen oder anhand von Ihnen gewählter zeitlicher oder geographischer Vorgaben oder einfach durch von Ihnen bestimmte Schlüsselwörter.

In vielen Fällen führt Sie diese Suche nicht nur zu einem (oder sogar mehreren) Artikel(n) über das jeweilige Ereignis, sondern auch zum Text des maßgeblichen Gesetzes, zur zugrunde liegenden Gerichts- bzw. Verwaltungsentscheidung oder zu einem anderen maßgeblichen Dokument.

IRIS Merlin wird monatlich aktualisiert und enthält auch Beiträge, die nicht im IRIS Newsletter abgedruckt sind.

Als IRIS Abonnent haben Sie auch zu den aktuellsten Informationen kostenlos Zugang. Verwenden Sie das Ihnen für IRIS on-line (siehe oben) gegebene Passwort und den entsprechenden Benutzernamen.

Testen Sie die Datenbank selbst: <http://merlin.obs.coe.int>

### Abonnements

IRIS erscheint monatlich. Das Abonnement (10 Ausgaben pro Kalenderjahr und 5 Ausgaben IRIS plus sowie Jahresindex und Einbanddeckel) kostet EUR 210,- zzgl. Vertrieb (30,-) / Direktbeorderungsgebühren (EUR 5,-) zzgl. MWSt, Inland, jährlich. Das Einzelheft ist für EUR 25,- auf Anfrage erhältlich!

#### Abonnentenservice:

NOMOS Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG - 76520 Baden-Baden - Deutschland

Tel.: +49 (0) 7221 21 04 39 - Fax: +49 (0) 7221 21 04 43 - E-Mail: [hohmann@nomos.de](mailto:hohmann@nomos.de)

Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Kalenderjahr, wenn nicht mit vierteljährlicher Frist zum Kalenderjahresende schriftlich beim Verlag gekündigt wird.