

2013-4

Was ist ein Abrufdienst?

LEITBEITRAG

Abrufdienste: Zur Fernsehähnlichkeit erschaffen?

- Der Geltungsbereich der AVMD-Richtlinie
- Umsetzung der AVMD-RL
- Die ungeklärten Grenzen der AVMD-RL
- Aktuelle Entscheidungen nationaler Regulierungsbehörden
 - Videobereitstellende Zeitungswebsites
 - Professionelle Kanäle auf UGC-Plattformen
- Fernsehähnlich?

BERICHTERSTATTUNG

Die Umsetzung der Regeln

- Vereinigtes Königreich
- Schweden
- Slowakei

ZOOM

Audiovisuelle Abrufdienste in Europa



IRIS plus 2013-4 **Was ist ein Abrufdienst?**

ISBN (Druckausgabe): 978-92-871-7716-2

Preis: EUR 25,50

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg 2013

ISBN (PDF-elektronische Ausgabe): 978-92-871-7719-3

Preis: EUR 34,50

IRIS plus Publikationsreihe 2013

ISSN (Druckausgabe): 2078-9467

Preis: EUR 100

ISSN (PDF-elektronische Ausgabe): 2079-1089

Preis: EUR 130

Verlagsleitung:

Dr. Susanne Nikoltchev, Geschäftsführende Direktorin der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle

E-mail: susanne.nikoltchev@coe.int

Wissenschaftliche Betreuung und Koordination:

Dr. Susanne Nikoltchev

Verlagsassistentin:

Michelle Ganter

E-mail: michelle.ganter@coe.int

Marketing:

Markus Booms

E-mail: markus.booms@coe.int

Satz:

Pointillés, Hoenheim (Frankreich)

Druck:

Pointillés, Hoenheim (Frankreich)

Europarat, Straßburg (Frankreich)

Umschlaggestaltung:

Acom Europe, Paris (Frankreich)

Herausgeber:

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

76 Allée de la Robertsau

F-67000 Strasbourg

Tel.: +33 (0)3 90 21 60 00

Fax: +33 (0)3 90 21 60 19

E-mail: obs@obs.coe.int

www.obs.coe.int



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSSTELLE



COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

Beitragende Partnerorganisationen:

Institut für Europäisches Medienrecht (EMR)

Franz-Mai-Straße 6

D-66121 Saarbrücken

Tel.: +49 (0) 681 99 275 11

Fax: +49 (0) 681 99 275 12

E-mail: emr@emr-sb.de

www.emr-sb.de



Institut für Informationsrecht (IViR)

Kloveniersburgwal 48

NL-1012 CX Amsterdam

Tel.: +31 (0) 20 525 34 06

Fax: +31 (0) 20 525 30 33

E-mail: website@ivir.nl

www.ivir.nl



Moskauer Zentrum für Medienrecht und Medienpolitik

Moscow State University

ul. Mokhovaya, 9 - Room 338

125009 Moscow

Russische Föderation

Tel.: +7 495 629 3804

Fax: +7 495 629 3804

www.medialaw.ru



Bitte zitieren Sie diese Publikation wie folgt:

IRIS plus 2013-4, Was ist ein Abrufdienst?, Susanne Nikoltchev (Hrsg.), Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg 2013

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, 2013.

Jegliche in dieser Publikation geäußerten Meinungen sind persönlicher Natur und sollten in keiner Weise dahingehend verstanden werden, dass sie die Auffassung der Informationsstelle, ihrer Mitglieder oder des Europarats wiedergeben.

Was ist ein Abrufdienst?

Vorwort

*The slow one now
Will later be fast
As the present now
Will later be past
The order is rapidly fadin'
And the first one now will later be last
For the times they are a-changin'*

Wenige Liedermacher haben die Vorahnung eines Wandels so genau erfasst wie Bob Dylan in „The Times They Are A-Changin'“. Und auch wenn dieser Song in einer ganz speziellen Phase des 20. Jahrhunderts entstand, so ist seine Botschaft universal und kann folglich für praktisch jeden beliebigen Zeitpunkt gelten. Tatsächlich ist der Kampf zwischen Alt und Neu eine Konstante der Menschheitsgeschichte. In diesem Sinne passt Dylans Song perfekt ins Internetzeitalter: Während alte Mediengiganten mit rasanten technologischen Entwicklungen zu kämpfen haben, erobern neue Onlinefirmen, von Teenagern in Garagen oder an Universitäten gegründet, die Welt im Sturm. Auch der von Dylan beschriebene Graben zwischen den Generationen liegt hier auf der Hand, denn viele Eltern haben – wollte man den Songtext paraphrasieren – das Gefühl, die Onlineaktivitäten ihrer Kinder lägen „beyond their command“.

Abrufdienste haben die Art, wie Menschen kommunizieren, sich informieren oder sich amüsieren, radikal verändert. Wie bei allen wichtigen Veränderungen möchte manch einer den Status quo bewahren, während andere an die absolute Freiheit glauben und Dritte mehr Regulierung zum Schutz verschiedener Interessen fordern. In Europa fanden die ersten Diskussionen über den richtigen Umgang mit neuen audiovisuellen Abrufdiensten zu Beginn des letzten Jahrzehnts statt. Damals behandelte die EU-Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ nur das traditionelle Fernsehen, doch mit der Entstehung neuer Dienste, die ähnliche Inhalte wie das Fernsehen boten, wurde die Notwendigkeit einer Überarbeitung des Rechtsrahmens greifbar. Sie führte 2007 zur Verabschiedung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie), die eine Reihe spezifischer Regeln sowohl für den traditionellen Rundfunk als auch für Abrufdienste enthält, die als Konkurrenz zum traditionellen Fernsehen gelten.

Der fernsehzentrierte Ansatz der AVMD-Richtlinie zielt nicht darauf ab, sämtliche online verfügbaren audiovisuellen Inhalte zu regulieren. Mit der rasanten Entwicklung von Videoangeboten im Internet und deren wachsendem Einfluss auf Minderjährige und die gesamte Öffentlichkeit (YouTube ist hier das deutlichste Beispiel) ist es nun en vogue, den Sinn einer derart eng gefassten Regulierung von Abrufdiensten in Frage zu stellen.

Diese IRIS *plus* stellt den Begriff des audiovisuellen Dienstes auf Abruf zur Diskussion. Der Leitbeitrag analysiert, ob ein AVMD auf Abruf tatsächlich dem traditionellen Fernsehen ähnlich ist und inwieweit diese beiden Angebotsformen in Konkurrenz zueinander stehen. Er erläutert den Geltungsbereich der AVMD-Richtlinie und zeigt Beispiele für ihre Umsetzung in die nationale Gesetzgebung einiger EU-Mitgliedstaaten auf. Ferner erörtert er Fälle, in denen der Geltungsbereich der AVMD-Richtlinie unklar erscheint, und beschreibt einschlägige Entscheidungen nationaler Regulierungsbehörden. In diesem Sinne ergänzt der Berichterstattungsteil den Leitbeitrag, indem er auf einige weitere Entscheidungen nationaler Regulierungsbehörden in Bezug auf die Definition von AVMD auf Abruf eingeht.

Der ZOOM liefert einen Überblick über den Markt für audiovisuelle Abrufdienste. Hierbei wird eine Definition für audiovisuelle Abrufdienste zugrunde gelegt, die breiter gefasst ist als die Definition in der AVMD-Richtlinie. Dies geht auf eine methodologische Entscheidung zurück, die die Abteilung für Informationen über Märkte und Finanzierungen der Informationsstelle zum einen aus pragmatischen Gründen und zum anderen dazu getroffen hat, einen Überblick über die strategischen Optionen zu vermitteln, die die Marktteilnehmer in Europa gewählt haben.

Straßburg, August 2013

Susanne Nikoltchev
Geschäftsführende Direktorin
Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

INHALTSVERZEICHNIS

LEITBEITRAG

Abrufdienste: Zur Fernsehähnlichkeit erschaffen?

<i>von Francisco Javier Cabrera Blázquez, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle</i>	7
• Einführung	7
• Der Geltungsbereich der AVMD-Richtlinie	8
• Umsetzung der AVMD-RL	11
• Die ungeklärten Grenzen der AVMD-RL	20
• Aktuelle Entscheidungen nationaler Regulierungsbehörden.	21
• Fernsehähnlich?	26
• Fazit	28

BERICHTERSTATTUNG

Die Umsetzung der Regeln

<i>von Julian Wilkins (BluePencilSet, London), David Goldberg (deeJgee research/Consultancy), Tony Prosser (School of Law, University of Bristol), Erik Ullberg und Michael Plogell (Wistrand Advokatbyrå, Göteborg), Juraj Polák (Rechts- und Lizenzabteilung, Büro des Rates für Rundfunk und Weiterverbreitung)</i>	30
• Vereinigtes Königreich	30
• Schweden.	36
• Slowakei.	37

ZOOM

Audiovisuelle Abrufdienste in Europa

<i>von Europäische Audiovisuelle Informationsstelle</i>	39
• Probleme bei der Ermittlung der Diensteanbieter und des Niederlassungslandes	40
• Analyse	41
• Probleme bei der Erfassung aller verfügbaren Dienste in einem bestimmten Markt.	42

Abrufdienste: Zur Fernseh-ähnlichkeit erschaffen?

Francisco Javier Cabrera Blázquez*
Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Einführung

Musikvideos sind ein wesentlicher Bestandteil der heutigen Popkultur. Von einem einfachen Werbeinstrument für Songs haben sie sich zu einer eigenständigen Kunstform entwickelt. Musikfirmen investieren in jedes Musikvideo hohe Summen, und berühmte Regisseure finden Gefallen an diesem Medium.¹ Musikvideos werden von Künstlern häufig genutzt, um auf politische oder soziale Probleme aufmerksam zu machen. Manche lösen Skandale aus oder werden sogar zensiert.²

Viele Jahre lang waren Musikvideos nur im Fernsehen zu sehen, einem stark regulierten und für Eltern relativ leicht kontrollierbaren Medium. Heute dagegen sind Musikvideos wie alle anderen audiovisuellen Inhalte auch im Internet verfügbar. Im Online-Umfeld ist die Kontrolle des Zugangs zu Inhalten, die die Entwicklung Minderjähriger beeinträchtigen oder zum Hass aufstacheln könnten, für Regulierer und Eltern weitaus schwieriger. Derlei schädliche Inhalte dürften im Internet in den meisten Fällen wohl uneingeschränkt verfügbar sein, und Kinder können darauf über ihren eigenen PC, ihr Smartphone oder Tablet zugreifen.

Wie sich audiovisuelle Inhalte dem Zugriff audiovisueller Regulierer entziehen, zeigte zuletzt das Musikvideo „College boy“, das der Regisseur Xavier Dolan für die französische Band Indochine gedreht hat. In dem Clip wird explizit gezeigt, wie ein Schüler von seinen Klassenkameraden schwer misshandelt wird. Am Ende wird der Junge gekreuzigt und erschossen, während die Umstehenden wegsehen. In einer im Mai 2013 veröffentlichten Pressemitteilung erklärte der französische CSA, er würde einschreiten, wenn Gewaltszenen aus dem Clip ausgestrahlt würden.³ Allerdings erinnerte der CSA auch daran, dass er nur für die Regulierung von Inhalten zuständig ist, die in Fernsehprogrammen verbreitet oder über audiovisuelle Abrufmediendienste zur Verfügung gestellt werden. Daher ist nicht verwunderlich, dass das Video zurzeit auf diversen Internetplattformen ohne Altersbeschränkung verfügbar ist.⁴

* Der Autor dankt Emmanuelle Machet (EPRA), Jean-François Furnémont (CSA, Belgien), Tony Prosser (University of Bristol, UK), Maja Cappello (Agcom, Italien), Juraj Polák (Rada pre vysielanie a retransmisiu, Slowakei), Marcel Betzel (Commissariaat voor de Media, Niederlande), Peter Matzneller (Institut für Europäisches Medienrecht (EMR), Saarbrücken/Brüssel) sowie seinen Kolleginnen und Kollegen bei der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle für ihre Hilfe beim Abfassen dieses Artikels.

- 1) Man denke an Michael Jacksons „Thriller“, bei dem John Landis Regie führte und dessen Budget sich auf USD 500.000 belief – und das im Jahr 1983!
- 2) Das bekannteste Beispiel hierfür ist wohl Madonnas Video zu ihrem Song „Like a prayer“. Siehe http://en.wikipedia.org/wiki/Like_a_Prayer_%28song%29
- 3) *Le CSA débat de la diffusion de la vidéomusique « College Boy » du groupe Indochine. Communiqué du mardi 7 mai 2013*, abrufbar unter: www.csa.fr/Espace-Presse/Communiqués-de-presse/Le-CSA-debat-de-la-diffusion-de-la-vidéomusique-College-Boy-du-groupe-Indochine
- 4) Siehe z. B. www.vevo.com/watch/indochine/college-boy/FRA081300480

Die Pressemitteilung des CSA löste einen Streit über explizite Gewaltszenen in Musikvideos aus. Die für das Video verantwortlichen Künstler erklärten in ihrer Antwort an den CSA, die Gewaltszenen in dem Video hätten einen pädagogischen Wert und sollten auf das Problem der Gewalt an Schulen und in der Gesellschaft insgesamt aufmerksam machen. Zudem wurde argumentiert, dieses provozierende Musikvideo sei lediglich ein Werbegag, der das Interesse der jüngeren Generation an der Musik von Indochine wecken solle.⁵ Man könnte sogar behaupten, die Entscheidung des CSA sei kontraproduktiv gewesen, weil sie die Neugier auf diesen Clip erst geweckt habe. Da jüngere Nutzer als „Digital Natives“ gewohnt sind, über Internetplattformen auf audiovisuelle Inhalte zuzugreifen, kann man die Wirksamkeit der CSA-Entscheidung durchaus hinterfragen.

Dieser Fall zeigt beispielhaft, wie schwierig die Regulierung audiovisueller Inhalte jenseits der Grenzen des traditionellen Rundfunks ist. Auf EU-Ebene enthält die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-RL)⁶ ein Regelwerk für den klassischen Rundfunk und für bestimmte Abrufdienste, die als „fernsehähnlich“ betrachtet werden. Dieser Ansatz schließt die meisten audiovisuellen Inhalte, die zurzeit im Internet verfügbar sind, vom Geltungsbereich der Richtlinie aus. Der vorliegende Artikel geht der Frage nach, warum dies so ist. Zugleich zeigt er damit auch auf, wie die einzelnen EU-Mitgliedstaaten mittlerweile festgelegt haben, auf welche Dienste die AVMD-RL in der Praxis angewandt wird oder werden soll.

Zunächst erläutert der Beitrag die Vorschriften der AVMD-RL, in denen geregelt wird, welche Dienste in ihren Geltungsbereich fallen (I.). Es folgen einige Beispiele für die innerstaatliche Umsetzung dieser Vorschriften (II.). Im Anschluss werden drei Fälle erläutert, in denen der Geltungsbereich der AVMD-RL unklar erscheint (III.), und anschließend die einschlägigen Entscheidungen der nationalen Regulierungsbehörden beschrieben (IV.). Den Abschluss bildet eine Erörterung des Begriffs der Fernsehähnlichkeit und seiner Anwendung auf audiovisuelle Abrufmediendienste (V.).⁷

I. Der Geltungsbereich der AVMD-Richtlinie

Die AVMD-RL regelt die EU-weite Koordination der nationalen Gesetzgebung für das traditionelle Fernsehen wie auch für audiovisuelle Abrufdienste. Sie soll sicherstellen, dass Grundprinzipien des Binnenmarktes wie freier Wettbewerb und Gleichbehandlung eingehalten werden, um Transparenz und Berechenbarkeit in den Märkten für audiovisuelle Mediendienste zu sichern und niedrige Zutrittsschranken zu erreichen. Dazu führt die AVMD-RL eine grundlegende Reihe koordinierter Vorschriften ein, die für alle audiovisuellen Mediendienste gelten.⁸ Diese allgemeingültigen Vorschriften werden als notwendig erachtet, um Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden, die Rechtssicherheit zu erhöhen sowie die Vollendung des Binnenmarkts und das Entstehen eines einheitlichen Informationsraums zu befördern. Darüber hinaus führt die AVMD-RL eine Reihe strengerer Vorschriften für das Fernsehen bzw. für „lineare Dienste“ in der Terminologie der Richtlinie ein. Daher ist es wichtig, die von der Richtlinie erfassten Dienste weiter zu klassifizieren.

Die allgemeingültigen Vorschriften für alle AVMD finden sich in Kapitel III AVMD-RL und betreffen die Pflicht von Mediendienstanbietern, sich zu identifizieren (Artikel 5), ein Verbot jeglicher Aufstachelung zu Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Religion oder Staatsangehörigkeit (Artikel 6), eine Bestärkung der Mediendienstanbieter, ihre Dienste für Hörgeschädigte und Sehbehinderte zugänglich zu machen (Artikel 7), ein Verbot, Kinospielefilme zu anderen als den mit den Rechteinhabern vereinbarten Zeiten zu übertragen (Artikel 8) sowie allgemeine Vorschriften

5) Siehe z. B. www.lexpress.fr/culture/musique/college-boy-le-nouveau-clip-d-indochine-est-il-trop-violent_1245847.html

6) Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste), abrufbar unter: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32010L0013:DE:NOT>

7) Die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle hat eine große Zahl von Publikationen veröffentlicht, die sich mit der Regulierung von Abruf-AVMD beschäftigen. Eine vollständige Liste ist auf der Website obs.coe.int zu finden; einige werden auch in diesem Artikel zitiert.

8) Erwägungsgrund 11 AVMD-RL.

zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation (Artikel 9), zum Sponsoring (Artikel 10) und zur Produktplatzierung (Artikel 11).

Fernsehsendungen⁹ müssen strengere Vorschriften zum Jugendschutz (Kapitel VIII) und zur Förderung und Verbreitung europäischer Fernsehprogramme (Kapitel VI) erfüllen, während für Abruf-AVMD zu diesen beiden Aspekten abgeschwächte Vorschriften gelten (Kapitel IV). Ferner müssen Fernsehsendungen zeitliche Grenzen für Fernsehwerbung und Teleshopping¹⁰ sowie Maßgaben zu Ereignissen von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung, zur Kurzberichterstattung¹¹ und zum Recht auf Gegendarstellung¹² beachten. Der gelockerte Ansatz für Abruf-AVMD wird mit den vom linearen Fernsehen abweichenden Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer und den anders gearteten Auswirkungen auf die Gesellschaft begründet.¹³

Die AVMD-RL enthält in Artikel 1 eine Liste von Begriffsbestimmungen, die in gewissem Maße den Geltungsbereich der Richtlinie klarstellen. Die Erwägungsgründe der Richtlinie geben weiteren Aufschluss über die Bedeutung der Definition von AVMD. Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe a AVMD-RL führt für den Begriff „audiovisueller Mediendienst“ zwei Bedeutungen an:

- „i) eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, für die ein Mediendiensteanbieter die redaktionelle 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 Absatzes oder um audiovisuelle Mediendienste auf Abruf gemäß der Definition unter Buchstabe g des vorliegenden Absatzes,
- ii) die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation;“

Gemäß Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe g AVMD-RL werden Abruf-AVMD (d. h. nichtlineare AVMD) „von einem Mediendiensteanbieter für den Empfang zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf hin aus einem vom Mediendiensteanbieter festgelegten Programm katalog bereitgestellt“. Die AVMD-RL enthält keine weiteren Hinweise darauf, was ein Katalog ist oder was mit der Formulierung „zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf hin“ gemeint ist.

Die Definition eines Abruf-AVMD enthält die folgenden sieben kumulativen Kriterien:

1. Dienstleistung,
2. redaktionelle Verantwortung eines Mediendiensteanbieters,
3. Hauptzweck,
4. Bereitstellung von Sendungen,
5. Information, Unterhaltung oder Bildung,
6. allgemeine Öffentlichkeit,
7. elektronische Kommunikationsnetze.

1. Dienstleistung

Artikel 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) definiert „Dienstleistungen“ als „Leistungen, die in der Regel gegen Entgelt erbracht werden“.

9) „Fernsehsendungen“ bzw. „Fernsehprogramme“ sind audiovisuelle Mediendienste, die „von einem Mediendiensteanbieter für den zeitgleichen Empfang von Sendungen auf der Grundlage eines Sendeplans bereitgestellt“ werden (Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe e AVMD-RL).

10) Kapitel VII AVMD-RL.

11) Kapitel V AVMD-RL.

12) Kapitel IX AVMD-RL.

13) Erwägungsgrund 58 AVMD-RL.

Erwägungsgrund 21 AVMD-RL erinnert daran, dass diese Definition alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten erfasst, auch die öffentlich-rechtlicher Unternehmen, sich jedoch nicht auf vorwiegend nichtwirtschaftliche Tätigkeiten erstreckt, die nicht mit Fernsehsendungen im Wettbewerb stehen. Ausgeschlossen sind damit private Abrufangebote ohne kommerzielle Bedeutung, so etwa private Internetseiten und Blogs sowie nutzergenerierte Inhalte, die auf speziellen Plattformen wie YouTube gehostet werden.

2. Redaktionelle Verantwortung¹⁴

Nach Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe c AVMD-RL bedeutet „redaktionelle Verantwortung“ im Falle audiovisueller Mediendienste auf Abruf die Ausübung einer wirksamen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Sendungen als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung mittels eines Katalogs. Ein „Mediendiensteanbieter“ ist die natürliche oder juristische Person, die die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese gestaltet werden (Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe d AVMD-RL). Diese Definition schließt natürliche oder juristische Personen aus, die lediglich Sendungen bzw. Programme übertragen, für die die redaktionelle Verantwortung bei Dritten liegt, so z. B. Plattformen für nutzergenerierte Inhalte (User-Generated Content, UGC).¹⁵

3. Hauptzweck

Erwägungsgrund 22 AVMD-RL erläutert den Begriff der „Bereitstellung von Programmen als Hauptzweck“ durch Ausschluss aller Dienste, bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellen und nicht Hauptzweck der Dienste sind. Dazu zählen etwa Internetseiten, die animierte graphische Elemente, kurze Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nichtaudiovisuelle Dienste enthalten. Von der Definition ausgenommen sind Glücksspiele mit einem eine Geldsumme darstellenden Einsatz sowie Online-Spiele und Suchmaschinen, nicht aber Sendungen mit Gewinnspielen oder Glücksspielen. Ebenfalls ausgenommen ist jede Form der privaten Korrespondenz wie etwa E-Mails, die an eine begrenzte Zahl von Empfängern geschickt werden.

4. Bereitstellung von Sendungen

Gemäß Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe b AVMD-RL bezeichnet der Ausdruck „Sendung“ eine Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die Einzelbestandteil eines von einem Mediendiensteanbieter erstellten Sendepfades oder Katalogs ist und deren Form und Inhalt mit der Form und dem Inhalt von Fernsehprogrammen vergleichbar sind“. Als Beispiele für Sendungen werden „Spielfilme, Sportberichte, Fernsehkomödien, Dokumentarfilme, Kindersendungen und Originalfernsehspiele“ genannt. Der Begriff „audiovisuell“ schließt nach Erwägungsgrund 23 AVMD-RL Stummfilme ein, nicht aber Hörfunkdienste oder andere Arten von Tonübertragungen. Die Definition erfasst auch textgestützte Inhalte, die diese Sendungen begleiten, so etwa Untertitel oder EPGs, nicht aber eigenständige textgestützte Dienste wie Videotext.

Ein wichtiger Aspekt der Definition von Abruf-AVMD findet sich in Erwägungsgrund 24 AVMD-RL, wonach Abrufdienste „fernsehähnlich“ sind, „d. h. dass sie auf das gleiche Publikum wie Fernsehsendungen ausgerichtet sind und der Nutzer aufgrund der Art und Weise des Zugangs zu diesen Diensten vernünftigerweise einen Regelungsschutz im Rahmen dieser Richtlinie erwarten kann“. Nach Erwägungsgrund 24 AVMD-RL muss zur Vermeidung von Diskrepanzen bei der Dienstleistungsfreiheit und beim Wettbewerb der Begriff „Sendung“ unter Berücksichtigung der Entwicklungen auf dem Gebiet des Fernsehens dynamisch ausgelegt werden.

14) Für weitere Informationen zum Begriff der „redaktionellen Verantwortung“ im Rahmen der AVMD-RL siehe Susanne Nikoltchev, Hrsg., *IRIS Spezial*, Redaktionelle Verantwortung (Straßburg, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, 2008).

15) Erwägungsgrund 26 AVMD-RL.

5. Information, Unterhaltung oder Bildung

Die AVMD-RL enthält keine Hinweise zur Definition dieser Begriffe. Sie sind so vage und allgemein, dass sie praktisch für jede Art von audiovisuellen Inhalten gelten können.

6. Allgemeine Öffentlichkeit

Gemäß Erwägungsgrund 21 AVMD-RL erfasst die Richtlinie (als Fernsehprogramm oder auf Abruf bereitgestellte) audiovisuelle Mediendienste, bei denen es sich um „Massenmedien“ handelt, die also für den Empfang durch einen wesentlichen Teil der Allgemeinheit bestimmt sind und dort eine deutliche Wirkung entfalten können.

7. Elektronische Kommunikationsnetze

Artikel 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG¹⁶ definiert elektronische Kommunikationsnetze als „Übertragungssysteme und gegebenenfalls Vermittlungs- und Leitweeinrichtungen sowie anderweitige Ressourcen, die die Übertragung von Signalen über Kabel, Funk, optische oder andere elektromagnetische Einrichtungen ermöglichen, einschließlich Satellitennetze, feste (leitungs- und paketvermittelte, einschließlich Internet) und mobile terrestrische Netze, Stromleitungssysteme, soweit sie zur Signalübertragung genutzt werden, Netze für Hör- und Fernsehfunk sowie Kabelfernsehnetze, unabhängig von der Art der übertragenen Informationen“. Diese Definition schließt bestimmte traditionelle Vertriebsformen für audiovisuelle Werke aus, so etwa die Aufführung in Kinos sowie den Verkauf und die Vermietung von DVDs oder BluRays, selbst bei Verkauf oder Vermietung über eine Website.

II. Umsetzung der AVMD-RL

Die angeführten, relativ vagen Bestimmungen veranlassten die Mitgliedstaaten, bei der Umsetzung der AVMD-RL in innerstaatliches Recht für viele ungelöste Fragen individuelle Lösungen zu entwickeln.¹⁷ Darüber hinaus hielten es einige nationale Regulierungsbehörden für erforderlich, Regelungen zu treffen und Leitlinien und Empfehlungen herauszugeben, mit denen sie erläutern, wie sie die Vorschriften in ihrer innerstaatlichen Gesetzgebung interpretieren. In vielen Fällen stützten sie sich dabei auf die Hinweise in den Erwägungsgründen der AVMD-RL, die sie teilweise wörtlich übernahmen, auch wenn Erwägungsgründe von EU-Richtlinien rechtlich nicht verbindlich sind.

Der vorliegende Abschnitt präsentiert sechs Beispiele (Großbritannien, Italien, die französischsprachige Gemeinschaft Belgiens, Slowakei, Niederlande und Österreich) für die innerstaatliche Umsetzung der Vorschriften zum Geltungsbereich der AVMD-RL unter besonderer Berücksichtigung der Regelungen, Leitlinien und Empfehlungen der jeweiligen nationalen Regulierungsbehörden. Diese Beispiele zeigen, wie zu den allgemeinen, unspezifischen Bestimmungen der AVMD-RL vielfältige und fantasievolle Lösungen auf nationaler Ebene entwickelt wurden. Im Fall Großbritanniens, Österreichs und der Slowakei liefern sie zudem den Hintergrund zum besseren Verständnis der in Abschnitt IV erläuterten Entscheidungen der nationalen Regulierungsbehörden.

16) Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über einen gemeinsamen Rechtsrahmen für elektronische Kommunikationsnetze und -dienste (Rahmenrichtlinie), abrufbar unter: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32002L0021:DE:NOT>

17) Eine Liste der innerstaatlichen Maßnahmen zur Umsetzung der AVMD-RL findet sich unter: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:72007L0065:DE:NOT>

1. Beispiele für innerstaatliche Umsetzung

1. Großbritannien

In Section 368A(1) des Communications Act 2003¹⁸ ist ein „Abrufprogrammdienst“ (On-Demand Programme Service – ODPS) als Dienst mit folgenden Merkmalen definiert:

- a) Hauptzweck eines ODPS ist die Bereitstellung von Programmen, deren Form und Inhalt mit der Form und dem Inhalt von Programmen vergleichbar ist, die üblicherweise in Fernsehprogrammdiensten enthalten sind.
- b) Der Zugang erfolgt auf Abruf.
- c) Es gibt eine Person, die die redaktionelle Verantwortung für ihn trägt.
- d) Er wird von dieser Person der Allgemeinheit zugänglich gemacht.
- e) Für die Zwecke der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste untersteht diese Person der Rechtshoheit Großbritanniens.

Großbritannien verfügt über ein interessantes Koregulierungssystem für nichtlineare AVMD. Der Communications Act 2003 überträgt der Regulierungsbehörde Ofcom (Office of Communications) die Regulierungsbefugnis für ODPS, ermächtigt sie jedoch, eine geeignete Aufsichtsinstanz mit bestimmten Befugnissen zu betrauen. Am 18. März 2010 übertrug die Ofcom einige ihrer Aufgaben und Befugnisse im Zusammenhang mit der Regulierung von ODPS auf die Authority for Television On Demand (ATVOD),¹⁹ die seither als unabhängiger Koregulierer für den redaktionellen Inhalt britischer VoD-Dienste fungiert, die unter die gesetzliche Definition von ODPS fallen.²⁰

Grundsätzlich obliegt die Feststellung, ob ein Dienst die Kriterien für einen ODPS erfüllt, der ATVOD; allerdings hat die Ofcom diesbezüglich Letztentscheidungsbefugnis, nach der bei ihr gegen Entscheidungen der ATVOD Einspruch eingelegt werden kann.

Die ATVOD hat Leitlinien²¹ veröffentlicht, um die Interpretation der Dienstarten zu erleichtern, die als ODPS definiert werden können. Zudem enthalten sie Hinweise für die Ermittlung, wer der Erbringer eines entsprechenden Dienstes ist. Die Leitlinien haben keine Gesetzeskraft, sondern bieten lediglich unverbindliche interpretierende Hinweise zu der Frage, wie die ATVOD die Gesetzgebung in diesem Bereich wohl anwendet. Sie sind zu überprüfen und können von Zeit zu Zeit im Lichte der Erfahrungen geändert werden. In den Leitlinien sind Hinweise zu folgenden Fragen enthalten:

- a) Ist der Dienst ein „Abrufprogrammdienst“ (ODPS) im Sinne von Section 368A des Gesetzes? (Abschnitt 2)
- b) Wer hat die „redaktionelle Verantwortung“ für den Dienst im Sinne von Section 368A(4) des Communication Act? (Abschnitt 4)
- c) Untersteht die Person für diese Zwecke der Rechtshoheit Großbritanniens? (Abschnitt 6)

Der Dienst ist ein ODPS, wenn er die folgenden vier Kriterien erfüllt:

- a) Er umfasst fernsehähnliche Programme.
- b) Er ist ein VoD-Dienst.

18) Communications Act 2003, geändert durch die Audiovisual Media Services Regulations 2009 und die Audiovisual Media Services Regulations 2010, die am 19. Dezember 2009 bzw. am 18. März 2010 in Kraft traten. Abrufbar unter: www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21

19) www.atvod.co.uk/

20) Die Aufgabenstellung der ATVOD sah eine Überprüfung der Regelungen nach zwei Jahren vor. Nach einer 2012 durchgeführten Überprüfung bestätigte die Ofcom am 15. August 2012 die Aufgabenstellung der ATVOD mit Änderungen, die der ATVOD etwas mehr Handlungsfreiheit einräumen. Die geänderte Aufgabenstellung trat am 14. September 2012 in Kraft, siehe: www.atvod.co.uk/uploads/files/amended-designation140912.pdf

21) ATVOD Guidance on who needs to notify – Application and Scope of the Regulations for Video On Demand (VOD) services. Edition 3.3. Veröffentlicht am 23. Mai 2013, abrufbar unter: http://atvod.co.uk/uploads/files/Guidance_on_who_needs_to_notify_Ed_3.3_May_2013.pdf

- c) Es gibt eine redaktionelle Verantwortung.
- d) Er wird der Allgemeinheit zugänglich gemacht.

Die ATVOD muss bei der Entscheidung, ob ein Programm fernsehähnlich ist, alle relevanten Informationen berücksichtigen, so etwa die Verfügbarkeit vergleichbarer Programme in linearen Rundfunkdiensten und die Art des Dienstes insgesamt. Ein Programm wird nicht als fernsehähnlich betrachtet, wenn es klar von jenen zu unterscheiden ist, die normalerweise in Fernsehsendungen enthalten sind.

Ein Programm, das im linearen Fernsehen gezeigt wurde, wird gewöhnlich als „fernsehähnlich“ gelten, sofern seine Ausstrahlung nicht vollkommen ungewöhnlich war; eine vorherige Ausstrahlung ist jedoch keine Voraussetzung für Fernsehähnlichkeit. Programme, die nicht im linearen Fernsehen ausgestrahlt wurden, aber in Form und Inhalt den im linearen Fernsehen gezeigten Programmen entsprechen, werden als fernsehähnlich betrachtet, sofern solche linearen Ausstrahlungen nicht vollkommen ungewöhnlich sind. Die Dauer eines audiovisuellen Inhalts in einem Dienst sollte für sich genommen nicht als Entscheidungskriterium dafür dienen, ob der betreffende Inhalt fernsehähnlich ist (kurze Musikvideos könnten dieses Kriterium beispielsweise erfüllen).

Hinsichtlich des Abrufaspekts des Dienstes berücksichtigt die ATVOD alle verfügbaren relevanten Daten, darunter beispielsweise die Vermarktung und Präsentation des Dienstes gegenüber den Nutzern. Von grundlegender Bedeutung ist hierbei der „Hauptzweck“ des Dienstes, insbesondere wenn Dienste Bestandteil eines breiteren Angebots für die Nutzer ist. Diese Dienste können als ein einzelner Abrufdienst betrachtet werden, wenn sie „in einem eigenen Bereich zusammengefasst und als Katalog mit Betrachtungsoptionen präsentiert“ werden (z. B. bei einer Online-Zeitung, die auf ihrer Website in einem eigenen Bereich fernsehähnliche Programme anbietet, die keinen klaren und direkten Bezug zu der Zeitung haben). Dies wird nicht der Fall sein, wenn der audiovisuelle Inhalt ein „integrales und untergeordnetes Element des breiteren Angebots“ ist (z. B. ein Video zur Bereitstellung von zusätzlichem Material, das für einen textbasierten Nachrichtenartikel relevant ist).

Ein weiterer Aspekt des Abrufkriteriums ist der Bereitstellungsweg. So würde eine online bestellte und per Post verschickte DVD nicht als ODPS gelten, wohl dagegen das Auswählen, Herunterladen und Ansehen eines Films per Internet, der mit einem im Laden gekauften Gutschein bezahlt wird.

Die ATVOD schließt UGC-Plattformen von der ODPS-Definition aus, da sie keine redaktionelle Verantwortung für die Programmauswahl wahrnehmen. Wenn jedoch UGC-Plattformen von kommerziellen Einrichtungen als Mittel zum Vertrieb entsprechender Inhalte genutzt werden, können diese Inhalte unter die ODPS-Definition fallen.²²

Das Kriterium der „Allgemeinheit“ erstreckt sich auch auf Abonnementdienste, sofern das Abonnement der Allgemeinheit offen steht, sowie auf Dienste, die nur der Allgemeinheit in einer bestimmten Region zugänglich gemacht werden.

Die ATVOD hat eine nicht abschließende Liste mit Dienstarten erstellt, die als ODPS zu betrachten sein dürften:

- a) „Catch-up-Dienste“ für ein Fernsehprogramm, wobei es keine Rolle spielt, ob Sendungen über die eigene Website, einen aggregierten Online-Media-Player-Dienst oder über eine „Fernsehplattform“ auf eine an das Fernsehgerät angeschlossene Set-Top-Box zugänglich gemacht werden (sei es mittels „Push“- [Rundfunk] oder mittels „Pull“-Technologie [VoD])
- b) Archivdienste für Fernsehsendungen, die länger zurückliegende Fernsehsendungen verschiedener Fernsehveranstalter und/oder Produktionsfirmen umfassen und von einem Aggregierer von Inhalten (Content Aggregator), der die „redaktionelle Verantwortung“ für alle Sendungen wahrnimmt, über eine spezielle Website, einen aggregierten Online-Media-Player-Dienst oder eine Fernsehplattform zugänglich gemacht werden;

22) Zu den entsprechenden Entscheidungen nationaler Regulierungsbehörden siehe unten, Abschnitt IV.

- c) Filmabrufdienste, die von einem Anbieter, der die „redaktionelle Verantwortung“ für die Inhalte wahrnimmt, online über eine Website oder mittels einer anderen Übertragungstechnologie bereitgestellt werden.

Gleichzeitig fasst die ATVOD Dienstarten, die wohl nicht als ODPS einzustufen sind, zusammen wie folgt:

- a) Dienste überwiegend nicht-wirtschaftlicher Natur, die daher nicht mit dem Fernsehen konkurrieren. Der Begriff „wirtschaftlich“ wird in diesem Zusammenhang im weitesten Sinne ausgelegt und umfasst alle Formen wirtschaftlicher Aktivitäten unabhängig von deren Finanzierung, beispielsweise auch öffentlich-rechtliches Material, frei empfangbare Inhalte sowie werbefinanzierte, Abonnements-, Pay-per-View- und andere transaktionsbezogene Geschäftsmodelle;
- b) Dienste, die Abrufinhalte umfassen und keine „Massenmedien in ihrer Funktion der Information, Unterhaltung und Bildung der Allgemeinheit“ sind;
- c) „Glücksspiele mit einem einen Geldwert darstellenden Einsatz, einschließlich Lotterien, Wetten und anderer Gewinnspiele“, „Online-Spiele“ und „Suchmaschinen“, da deren Hauptzweck nicht in der Bereitstellung „fernsehähnlicher“ Programme besteht;
- d) elektronische Versionen von Zeitungen und Zeitschriften (ausgeschlossen von Zeitungen und Zeitschriften angebotene ODPS).

Abschließend listet die ATVOD Dienste auf, die in Abhängigkeit von den jeweiligen Umständen nicht als ODPS zu betrachten sind:

- a) Videoinhalte, die von Privatpersonen auf Video-Sharing-Sites eingestellt werden, sofern die Personen die Inhalte selbst generiert haben und mit der Einstellung keinen „wirtschaftlichen“ Zweck verfolgen;
- b) Videoinhalte, die von Berufsverbänden, Gewerkschaften, Parteien oder religiösen Organisationen produziert werden, sofern die Inhalte sehr eng begrenzt sind und vorwiegend der Verbreitung von Informationen über die Organisation gegenüber ihren Mitgliedern dienen und nicht dem Konsum durch die Allgemeinheit;
- c) Videoinhalte, die in einen textbasierten redaktionellen Artikel eingebettet sind, wie etwa schriftliche Nachrichtenartikel auf einer Website, die einen erläuternden Videoclip enthalten;
- d) Videoinhalte auf Unternehmenswebsites, bei denen der Zweck darin besteht, Informationen über die Tätigkeiten, die Produkte oder die finanzielle Performance des Unternehmens zu verbreiten, so etwa ein Video einer Aktionärsversammlung, jedoch unter Ausschlusseigenschaft der Dienste, die auf kommerzieller Basis Zugang zu Videos von Aktionärsversammlungen vieler Unternehmen bieten und daher als ODPS betrachtet werden können.

2. Italien

In Italien wurde die AVMD-RL durch das Gesetzesdekret Nr. 44/2010 (nachstehend „das Dekret“) in innerstaatliches Recht umgesetzt.²³ Das Dekret gibt die in der AVMD-RL enthaltene Definition von Abruf-AVMD wörtlich wieder. Am 25. November 2010 erließ die *Autorità per le garanzie nelle comunicazioni* (italienische Kommunikationsbehörde – AGCOM) eine Verordnung über die Genehmigung nichtlinearer audiovisueller Mediendienste (Beschluss Nr. 607/10/CONS), die näher erläutert, wie die AGCOM das Dekret interpretiert.²⁴

23) Decreto Legislativo 15 marzo 2010, n. 44 „Attuazione della direttiva 2007/65/CE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive“ pubblicato nella Gazzetta Ufficiale del 29 marzo 2010, n. 73, abrufbar unter: www.camera.it/parlam/leggi/deleghe/10044dl.htm

24) Delibera N. 607/10/CONS, Regolamento in materia di fornitura di servizi di media audiovisivi a richiesta ai sensi dell'articolo 22-bis del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, abrufbar unter: www.agcom.it/default.aspx?DocID=5417

Die Definition von Abruf-AVMD beschränkt sich der Verordnung zufolge auf Kataloge, die der Allgemeinheit zugänglich sind, wobei Catch-up-Fernsehen oder Archivdienste mit Inhalten, die bereits linear gesendet wurden, ausgeschlossen sind; sie werden als Nebendienste der linearen Dienste betrachtet. Ferner gelten nur Dienste mit jährlichen Einnahmen über EUR 100.000 als Abruf-AVMD. Diese Schwelle wurde eingeführt, um pauschal festzulegen, welche wirtschaftliche Aktivität tatsächlich in Konkurrenz zum Rundfunk steht. Berücksichtigt werden nur Einnahmen aus typischen Fernsehaktivitäten. Hierbei handelt es sich um:

- alle Einnahmen aus kommerzieller Kommunikation, darunter Werbung, Sponsoring, Tele-shopping und Produktplatzierung, ausgeschlossen Rabatte und Vermittlungsgebühren;
- Einnahmen aus der öffentlich-rechtlichen Rundfunkgebühr;
- Einnahmen aus Pay-TV-Abonnements oder Pay-per-View-Angeboten.

Anbieter von Abrufmediendiensten haben nach Aufnahme ihrer Tätigkeit ein Jahr Zeit, um zu belegen, ob ihre Jahreseinnahmen EUR 100.000 übersteigen.

Der AGCOM zufolge sind folgende Dienste vom Geltungsbereich der Vorgaben ausgeschlossen

- jede Form der privaten Korrespondenz wie beispielsweise E-Mails, die an eine begrenzte Zahl von Empfängern geschickt werden;
- alle Dienste, deren Hauptzweck nicht in der Bereitstellung von Programmen besteht, d. h. bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellen und nicht Hauptzweck der Dienste sind;
- alle Tätigkeiten, die vorwiegend nicht wirtschaftlich sind und nicht mit dem Fernsehen konkurrieren;
- Dienste, die darauf basieren, dass private Nutzer audiovisuelle Inhalte hochladen, solange der Mediendienstanbieter keine redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der Inhalte ausübt, sondern nur die Inhalte aggregiert, die von privaten Nutzern hochgeladen werden, um sie innerhalb von Interessengemeinschaften weiterzugeben und auszutauschen;
- On-Demand-Kataloge, die nur aus Programmen bestehen, die bereits linear angeboten wurden, etwa Catch-up-Fernsehen oder Archivdienste, sowie Kataloge, die für die Allgemeinheit nicht unmittelbar zugänglich sind, etwa solche, die innerhalb eines Katalogs eingefügt werden, der nur über ein von einem anderen Anbieter angebotenes Bouquet zugänglich ist;
- Online- und elektronische Versionen von Zeitungen und Zeitschriften, Websites, die nur als Randerscheinung audiovisuelle Elemente enthalten, so etwa animierte graphische Elemente, kurze Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nichtaudiovisuelle Dienste, Glücksspiele mit einem einen Geldwert darstellenden Einsatz, einschließlich Lotterien, Wetten und anderer Gewinnspiele, sowie Online-Spiele und Suchmaschinen, jedoch nicht Sendungen mit Gewinnspielen oder Glücksspielen.

3. Belgien (Föderation Wallonien-Brüssel)

In der französischsprachigen Gemeinschaft Belgiens wurde die AVMD-RL durch das *Décret coordonné sur les services de médias audiovisuels* („das Dekret“) umgesetzt.²⁵ Im März 2012 veröffentlichte der belgische *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (CSA) als für die Regulierung des audiovisuellen Sektors in der Föderation Wallonien-Brüssel zuständige nationale Regulierungsbehörde eine Empfehlung zur Definition von AVMD.²⁶

Eine der interessantesten regulatorischen Innovationen, die das Dekret einführt, ist die Unterscheidung zwischen Abruf-AVMD, die auf einer offenen Plattform (*plateforme ouverte*) bereitgestellt werden, und solchen, die auf einer geschlossenen Plattform (*plateforme fermée*) bereitgestellt werden. Eine offene Plattform ist frei zugänglich (etwa das Internet), während

25) Eine konsolidierte Fassung ist abrufbar unter: www.csa.be/documents/1440

26) *Recommandation relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels*, abrufbar unter: <http://csa.be/documents/1713>

eine geschlossene Plattform nur mit Erlaubnis ihres Verbreiters zugänglich ist (z. B. Kabelnetze). Dienste, die über eine offene Plattform angeboten werden, werden von dem Dekret weniger streng reguliert als solche, die auf geschlossenen Plattformen angeboten werden. Begründet wird dies damit, dass die Auswahl an Diensten auf offenen Plattformen wesentlich größer ist als auf geschlossenen Plattformen. Mit einem Mehr an Pluralismus sinkt die Notwendigkeit der Kontrolle.

Die Empfehlung enthält Hinweise dazu, welche Tätigkeiten als Aktivitäten wirtschaftlicher Art gelten. Der Begriff „Entgelt“ wird breit ausgelegt (*contrepartie*) und nicht auf Geldzahlungen beschränkt; auch die Bereitstellung eines Dienstes kommt als Entgelt in Frage. Die Empfehlung nennt folgende Gruppen (natürlicher und juristischer) Personen, die dieses Entgelt entrichten können:

- Die Allgemeinheit: bezahlt ein Abonnement über ein Pay-per-View-System oder durch Bereitstellung persönlicher Daten, die vom Diensteanbieter wiederverwendet werden können;
- Werbetreibende: bezahlen Werbefläche (Werbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung);
- Spender und Fans: stellen Mittel für die Produktion oder Übertragung eines audiovisuellen Werks bereit;
- Staat: stellt Mittel für öffentlich-rechtliche Medien bereit.

In Fällen, in denen dieses Entgelt nicht erkennbar ist, kann der Dienst als AVMD betrachtet werden, wenn er den Anspruch vermittelt, er konkurriere mit anderen AVMD.

Hinsichtlich der redaktionellen Verantwortung enthält die Empfehlung eine Liste von Diensten, bei denen der CSA grundsätzlich davon ausgeht, dass diese Verantwortung fehlt und sie somit nicht unter die AVMD-RL fallen. Dabei handelt es sich um folgende Dienste:

- UGC-Plattformen (z. B. YouTube, Dailymotion), da dort nur eine nachträgliche Kontrolle stattfindet. Allerdings bietet eine Plattform nicht unbedingt einen einheitlichen Dienst, und wenn sie Dienste bereitstellt, die einen kohärenten und unabhängigen Katalog mit Inhalten darstellen, die vom Herausgeber ausgewählt und gestaltet werden (etwa „Branded Channels“ auf YouTube), können diese Dienste als Abruf-AVMD betrachtet werden;
- Dienste, die eine VoD-Datenbank über eine Suchmaschine bereitstellen (etwa Google Video);
- Dienste, die eine gleichzeitige und unveränderte Video- und/oder Audio-Weiterübertragung ohne redaktionellen Eingriff bieten (Ausstrahlung der Aufnahmen von Überwachungskameras).

Bei „hybriden“ Diensten, bei denen sowohl audiovisuelle als auch nicht audiovisuelle Inhalte verfügbar sind, berücksichtigt der CSA folgende Kriterien:

- den Anteil der audiovisuellen Inhalte: Eine Berücksichtigung erfolgt nur, wenn die audiovisuellen Inhalte offensichtlich überwiegen (und umgekehrt).
- die Ergonomie des Dienstes: Wie wird der Inhalt präsentiert? Werden einige Inhalte bei der Präsentation bevorzugt?
- den Zweck, das Geschäftsmodell oder das „Kerngeschäft“ des Dienstes

Hinsichtlich des Kriteriums „Massenmedien“ erklärt der CSA, die Zahl der realen Nutzer eines Dienstes habe keinen Einfluss auf seine Klassifizierung als AVMD; entscheidend seien vielmehr die Zahl der potenziellen Nutzer, die Absicht des Anbieters, den Dienst der Allgemeinheit anzubieten, und sein Anspruch, mit anderen AVMD zu konkurrieren. Ob davon auszugehen ist, dass sich ein Dienst an die Allgemeinheit richtet, hängt von seinen Inhalten und von seiner Verbreitungsweise ab (z. B. Dienste, zu denen über einen Code/Decoder Zugang möglich ist, den jeder Nutzer durch eine Registrierung und/oder Bezahlung erhalten kann).

Der CSA legt den Begriff „Programm“ breit aus. Wenn sich Inhalte nicht an die Allgemeinheit richten (etwa Videos von einem privaten Urlaub oder Videos für Schulungszwecke eines Unternehmens), werden sie möglicherweise nicht als Programm betrachtet.

In Bezug auf Anbieter, die ähnliche Inhalte über andere Übertragungswege anbieten, legt die Empfehlung folgende Regeln fest:

- Wird der Inhalt sowohl linear als auch nichtlinear bereitgestellt, handelt es sich um zwei getrennte Dienste.
- Wird der Inhalt sowohl auf einer offenen als auch auf einer geschlossenen Plattform bereitgestellt, handelt es sich um zwei getrennte Dienste.
- Ist die Essenz des Dienstes dieselbe und besteht der einzige Unterschied in der Übertragungsweise, kann es sich um einen einzigen Dienst handeln (etwa eine App für Smartphones und eine App für Tablets).

4. Slowakei

In der Slowakei wurde die AVMD-RL durch eine Änderung (Nr. 498/2009 Slg.)²⁷ des Gesetzes Nr. 308/2000 Slg. über Rundfunk und Weiterverbreitung („das Gesetz“) in innerstaatliches Recht umgesetzt.²⁸

Die Definitionen sind sehr ähnlich wie in der AVMD-RL. Allerdings enthält das Gesetz keine Definition für AVMD, sondern stattdessen zwei gesonderte Begriffe: „Abruf-AVMD“ und „Programmdienst“, wobei letzterer einen linearen AVMD bezeichnet. Das Gesetz definiert einen Abruf-AVMD in § 3 Absatz b als „Dienst vorwiegend wirtschaftlicher Natur zur Betrachtung von Sendungen zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf hin, der über elektronische Kommunikationsnetze aus einem vom Diensteanbieter festgelegten Programm-katalog bereitgestellt wird und dessen Hauptzweck die Bereitstellung von Programmen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit ist; die Bereitstellung von Tonaufnahmen gilt nicht als audiovisueller Mediendienst auf Abruf“.

Der Rat für Rundfunk und Weiterverbreitung der Slowakischen Republik („der Rat“) hat zur Definition von AVMD Leitlinien herausgegeben.²⁹ Zunächst sei darauf hingewiesen, dass die Formulierung „vorwiegend wirtschaftlicher Natur“ von der Europäischen Kommission bei der Überprüfung der Umsetzung der AVMD-RL durch die Slowakei in Frage gestellt wurde. In seiner Antwort erklärte der Rat der Kommission, diese Formulierung reflektiere lediglich die Interpretation einer „Dienstleistung im Sinne der Artikel 56 und 57 ...“ in der Rechtsprechung des EuGH. Zudem spiegelte er Erwägungsgrund 21 der AVMD-RL wider. Das Adverb „vorwiegend“ erlaube dem Rat lediglich den Ausschluss von Diensten, bei denen die wirtschaftliche Tätigkeit nur unwesentlich und untergeordnet ist. Allerdings betrachte der Rat beispielsweise Dienste, die kommerzielle Kommunikation enthalten oder Werbeflächen bieten, als Dienste vorwiegend wirtschaftlicher Natur. Dienste, die eindeutig an einen breiteren Dienst angeschlossen sind, der eindeutig wirtschaftlicher Natur ist (etwa ein spezifischer Fernsehbereich oder Internetarchive linearer Dienste), würden ebenfalls als Dienste vorwiegend wirtschaftlicher Natur eingestuft. Die Kommission akzeptierte diese Erklärung und verfolgte die Angelegenheit nicht weiter.

Der Rat ist der Auffassung, dass das Kriterium der redaktionellen Verantwortung bei UGC-Diensten schwer anzuwenden ist. Derlei Dienste lägen außerhalb des Geltungsbereichs der AVMD-RL, sofern kein sehr deutlicher Hinweis darauf vorliege, dass ein erheblicher Teil (mindestens die Hälfte) des Inhalts vom Diensteanbieter selbst hinzugefügt wird.

In der Frage, bei wem die redaktionelle Verantwortung im Fall einer Aufgabenteilung (zwischen Auswahl und Gestaltung der Inhalte) liegt, gibt der Rat dem Auswahlaspekt den Vorrang vor dem

27) Zákon č. 498/2009 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách v znení neskorších predpisov a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

28) Zákon č. 308 zo 14. septembra 2000 o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách. Eine konsolidierte Fassung ist abrufbar unter: www.culture.gov.sk/legdoc/11/

29) Rozsah posobnosti zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti so zmenami zákona účinnými od 15. decembra 2009, abrufbar unter: <http://tinyurl.com/3egura2>

Gestaltungsaspekt. Der Rat ist der Auffassung, dass sich ohne Inhalt auch die Gestaltung erübrigt. Ohne richtige Gestaltung dagegen sei ein Abrufdienst möglich.

Die bisher größte Herausforderung für den Rat betraf die Videobereiche der Internetversion von Zeitungen.³⁰ Bei der Beurteilung dieser Dienste berücksichtigt der Rat folgende Fragen:

- Wie ist der Bereich gestaltet? Wird er vom Anbieter selbst als unabhängiger Dienst präsentiert oder beworben, oder erscheint er dem Nutzer als fester Bestandteil der gesamten elektronischen Version der Zeitung?
- Welche Korrelation besteht zwischen dem Video und dem schriftlichen Text? Begleitet das Video einen schriftlichen Artikel, oder handelt es sich um ein eigenständiges Video? Zeigt es einfach die Fakten, die im schriftlichen Artikel berichtet werden, oder enthält es neue Fakten, die der Nutzer nur aus dem Video erfahren kann?
- Welcher Natur sind die Videos? Betrifft der Inhalt gängige journalistische Themen? Wie professionell wirken die Videos für den Zuschauer? (Versuchen sich die Schöpfer und Moderatoren – z. B. durch Logos, gekennzeichnete Mikrofone, Ausrüstung – mit dem Dienst zu identifizieren?)
- Gibt es einen besonderen Bereich für die Videos? Wenn ja, werden dort einfach alle Videos aus allen Bereichen gesammelt, oder sind alle Videos ausschließlich in diesem Bereich verfügbar?

5. Niederlande

In den Niederlanden wurde die AVMD-RL durch das Gesetz vom 10. Dezember 2009 zur Änderung des Mediengesetzes 2008 und des Tabakgesetzes und zur Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste in innerstaatliches Recht umgesetzt.³¹

§ 1.1 Absatz 1 des Mediengesetzes 2008 definiert einen Abruf-AVMD als „Mediendienst, der aus einem Medienangebot besteht, das auf individuelle Anforderung bereitgestellt wird und zu einem vom Nutzer frei gewählten Zeitpunkt angesehen werden kann“. Ein Abruf-AVMD muss folgende Kriterien erfüllen:

- Er wird über ein öffentliches elektronisches Kommunikationsnetz verbreitet.
- Er basiert auf einem Katalog.
- Er besteht aus Videos und hat als Hauptzweck das Anbieten von Videos.
- Er fällt unter die redaktionelle Verantwortung des Anbieters in Bezug auf Auswahl und Gestaltung der Videoinhalte.
- Er hat den Charakter eines Massenmediums.
- Er kann als wirtschaftlicher Dienst betrachtet werden.

Im September 2011 veröffentlichte das niederländische *Commissariaat voor de Media* (Medienbehörde – CvdM) eine Verordnung mit Leitlinien zur Definition „kommerzieller Mediendienste auf Abruf“ im Rahmen des niederländischen Mediengesetzes.³² Das CvdM befasst sich nicht mit der „Fernsehähnlichkeit“ eines Abrufdienstes und verwendet anstelle des Begriffs „Programm“ den Begriff „Video“, da mit dem Begriff „Programm“ im Mediengesetz 2008 Fernsehsendungen bezeichnet werde. Der Hauptunterschied zwischen „Video“ und „Programm“ besteht darin, dass Videos mittels eines Katalogs bereitgestellt werden, Programme dagegen anhand eines Sendeplans. Beim Kriterium „Hauptzweck“ berücksichtigt das CvdM die Funktionalität und Präsentation eines Dienstes, bei hybriden Diensten auch seine Bedeutung. So stuft das CvdM einen eigenständigen Videodienst einer Zeitung oder Zeitschrift als Abruf-AVMD ein, wenn er alle Kriterien der Definition erfüllt. Zudem deutet das CvdM an, dass von Privatpersonen angebotene audiovisuelle Dienste nicht

30) Eine Erläuterung der Entscheidungen nationaler Regulierungsbehörden zu diesem Thema ist in Abschnitt IV enthalten.
31) Wet van 10 december 2009 tot wijziging van de Mediawet 2008 en de Tabakwet ter implementatie van de richtlijn Audiovisuele mediadiensten, abrufbar unter: <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2009-552.html>

32) Regeling van het Commissariaat voor de Media van 22 september 2011 houdende beleidsregels omtrent de classificatie van commerciële mediadiensten op aanvraag zoals bedoeld in artikel 1.1, eerste lid, van de Mediawet 2008 (Beleidsregels classificatie commerciële mediadiensten op aanvraag 2011), abrufbar unter: www.cvdM.nl/dsresource?objectid=12335&type=org. Informationen in englischer Sprache abrufbar unter: www.cvdM.nl/dsresource?objectid=11318&type=org

als wirtschaftlicher Dienst betrachtet werden, wenn sie nicht gegen Entgelt angeboten werden oder eindeutig kommerzieller Natur sind.³³ Üben mehrere Anbieter eine wirksame Kontrolle über die Auswahl und Gestaltung der Videoinhalte aus, betrachtet das CvdM die Auswahl der Programme als das entscheidendste Kriterium zur Feststellung des redaktionell Verantwortlichen.

6. Österreich

In Österreich werden AVMD durch das Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G)³⁴ geregelt. Im Wesentlichen wiederholt dieses Gesetz die Definitionen der AVMD-RL. Eine AVMD ist demnach „eine Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendienstanbieters, deren Hauptzweck die Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze (§ 3 Z 11 TKG 2003) ist. Darunter fallen Fernsehprogramme und audiovisuelle Mediendienste auf Abruf.“ Ein Abruf-AVMD ist definiert als „ein audiovisueller 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 (Abrufdienst)“. Eine Sendung ist „ein einzelner, in sich geschlossener Teil eines Fernsehprogramms oder eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf, der aus einer Abfolge bewegter Bilder mit oder ohne Ton besteht und Bestandteil eines von einem Mediendienstanbieter erstellten Sendeplans oder Katalogs ist“. Ein Mediendienstanbieter wiederum ist „die natürliche oder juristische Person, die die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese gestaltet werden“.

Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) ist der österreichische Regulierer für audiovisuelle Mediendienste, sie wird operativ durch die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR) unterstützt.³⁵ Die KommAustria hat ein Merkblatt veröffentlicht, in dem die Grundzüge der AVMD-Regulierung erläutert werden.³⁶

Berufung gegen Entscheidungen der KommAustria kann beim Bundeskommunikationssenat (BKS), einer unabhängigen Stelle mit justizähnlichen Funktionen, eingelegt werden.³⁷ Gegen Entscheidungen des BKS steht die Beschwerde an den Verfassungsgerichtshof (VfGH) und den Verwaltungsgerichtshof (VwGH) offen.

2. Überblick

Not macht erfinderisch, wie wir seit Platons Zeiten wissen. So mussten nationale Gesetzgeber und Regulierer Möglichkeiten finden, die allgemeinen Vorschriften der AVMD-RL zu kompensieren. Und tatsächlich zeugen einige der oben dargestellten Beispiele von enormer gesetzgeberischer Kreativität. Ein solcher Fall ist die in Italien geltende Lösung, für die Einstufung von Diensten als Abruf-AVMD eine Schwelle von EUR 100.000 einzuführen. Man könnte diese Schwelle als sehr subjektiv einstufen (wieso EUR 100.000 und nicht EUR 75.000 oder EUR 150.000 ?), doch wird damit zumindest eine klare Grenze zwischen Diensten, bei denen von einer Konkurrenz zum traditionellen Rundfunk auszugehen ist, und Diensten gezogen, bei denen dies nicht der Fall ist. Ein weiteres Beispiel für eine kreative Auslegung der Vorschriften der AVMD-RL ist das in Belgien entwickelte Kriterium der Bereitstellung von Abrufdiensten auf einer offenen oder einer geschlossenen Plattform. Auch andere Entscheidungen können überraschen, etwa die Regelung in Italien, wonach Catch-up-Fernsehen oder Archivdienste mit bereits ausgestrahlten Inhalten aus dem Geltungsbereich der

33) Das CvdM veröffentlicht auf seiner Website ein Online-Register gemeldeter und registrierter kommerzieller Mediendienste auf Abruf.

34) Bundesgesetz über audiovisuelle Mediendienste (Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz - AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 in der Fassung BGBl. I Nr. 50/2010, abrufbar unter: www.rtr.at/de/m/AMDG

35) <https://www.rtr.at/de/rtr/OrganeKommAustria>

36) Informationen für audiovisuelle Mediendienste auf Abruf (Version 03/2013), abrufbar unter: www.rtr.at/de/m/InfoMDA/Merkblatt_Abrufdienste_03-2013.pdf

37) Siehe <https://www.rtr.at/de/m/BKS>

AVMD-RL ausgeschlossen sind. Gleiches gilt für die Festlegung einiger Regulierer in Bezug auf bestimmte Aspekte der Definition von AVMD (so etwa Fernsehähnlichkeit in Großbritannien und der Slowakei). Doch trotz all dieser „bunten“ Lösungen bleiben in den Vorschriften der AVMD-RL Graubereiche, die problematisch erscheinen. Welche Bereiche dies sind und wie mit ihnen in konkreten Fällen umgegangen wird, wird in den nächsten Abschnitten dargelegt.

III. Die ungeklärten Grenzen der AVMD-RL

Schon Albert Einstein wusste: „In der Theorie sind Theorie und Praxis gleich. In der Praxis nicht.“ Tatsächlich entstehen die eigentlichen Probleme dann, wenn die Gesetzgebung auf konkrete Fälle angewandt wird. Nationale Regulierungsbehörden werden nämlich häufig mit audiovisuellen Angeboten konfrontiert, die schwer einzustufen sind. Daher hat die Europäische Plattform der Regulierungsbehörden (EPRA)³⁸ großes Interesse an der Klärung der Frage nach dem Geltungsbereich der AVMD-RL. In ihrem Hintergrunddokument zu ihrer 35. Tagung in Portorož (30. Mai – 1. Juni 2012)³⁹ wurde eine Reihe von Diensten aufgelistet, die für nationale Regulierungsbehörden besonders schwer einzustufen sind. Bei den Abruf-AVMD⁴⁰ scheinen die folgenden Arten von Diensten Klassifikationsprobleme zu bereiten:

1. Zeitungswebsites, die Videos bereitstellen

Die meisten Zeitungen bieten ihren Lesern elektronische Versionen an, die online zur Verfügung stehen (entweder werbefinanziert oder im Abonnement). Zusätzlich zu den normalen textbasierten journalistischen Berichten und Kommentaren werden diese Dienste oft mit audiovisuellen Inhalten angereichert. Die Schwierigkeit liegt in diesen Fällen in der Feststellung, ob die Bereitstellung derartiger audiovisueller Inhalte der Hauptzweck der Dienste ist oder nicht und ob der Videobereich einer Zeitung einen anderen Dienst darstellt als der textbasierte Dienst, den die Zeitung anbietet.

2. UGC-Plattformen / Professionelle Kanäle auf UGC-Plattformen

Es besteht allgemein Konsens, dass Plattformen für nutzergenerierte Inhalte (UGC) als Hosting-Anbieter anzusehen sind und daher nicht in den Geltungsbereich der AVMD-RL fallen sollten.⁴¹ Die meisten Nutzerseiten können nicht als Dienste bezeichnet werden, da sie nicht gegen Entgelt angeboten werden, und werden folglich auch nicht durch die AVMD-RL reguliert. Professionelle Kanäle auf UGC-Plattformen können jedoch in einigen Fällen alle Kriterien für eine Einstufung als Abruf-AVMD erfüllen.

3. Download-to-Own-/Download-to-Rent-Dienste

Diese Dienste (z. B. iTunes, Canalplay) bieten normalerweise die Möglichkeit, eine digitale audiovisuelle Datei herunterzuladen, die dann für einen befristeten oder unbefristeten Zeitraum

38) Die im April 1995 in Malta gegründete Europäische Plattform der Regulierungsbehörden (EPRA) ist ein Forum der informellen Diskussion und Meinungs austauschs zwischen den Regulierungsbehörden im Rundfunkbereich, des Informationsaustauschs über allgemeine Themen der nationalen und europäischen Rundfunkregulierung und der Erörterung praktikabler Lösungen für rechtliche Probleme bei der Auslegung und Anwendung der Rundfunkregulierung. Weitere Informationen über die EPRA und ihre Aktivitäten unter: www.epra.org/

39) Vergleichendes Hintergrundpapier (EPRA/2012/02a), vorbereitet von Emmanuelle Machet, EPRA-Sekretariat für die Plenarsitzung: „New Services and Scope: What’s in, What’s out Revisited“, 35th EPRA Meeting, Portorož, 30 May – 1 June 2012. (öffentliche Version), abrufbar unter: epra3-production.s3.amazonaws.com/attachments/files/2011/original/Plenary_1_overview_responses_questionnaire_publicversion.pdf

40) Weitere Dienste, die von den Regulierungsbehörden als schwer klassifizierbar betrachtet werden, sind OTT-Fernsehanwendungen, „kleine“ Dienste und elektronische Publikationen (Webportale).

41) Weitere Informationen über die Einstufung der UGC als Inhaltenanbieter unter Francisco Javier Cabrera Blázquez, User-Generated Content Services and Copyright, IRIS *plus* 2008-5.

angesehen werden kann. Das Hintergrundpapier der EPRA verweist auf die Meinungsverschiedenheiten zwischen den Regulierungsbehörden in Bezug auf die rechtliche Einstufung dieser beiden Modelle, insbesondere im Hinblick auf Download-to-Own-Dienste. Lediglich die Regulierungsbehörden in Zypern, Tschechien, Ungarn, Luxemburg, den Niederlanden, Norwegen und der Slowakei sowie der belgische CSA erklärten, sie würden solche Dienste tendenziell als Abruf-AVMD einstufen. Dies bedeutet jedoch nicht notwendigerweise, dass andere Regulierungsbehörden solche Dienste in bestimmten Fällen nicht ebenfalls als Abruf-AVMD einstufen würden. Es zeigt lediglich, dass sie sich in dieser Frage noch kein Urteil gebildet haben. In dem Hintergrundpapier heißt es weiter, der italienische Regulierer würde Download-to-Rent-Dienste wohl als Abruf-AVMD bezeichnen, Download-to-Own-Dienste jedoch aus dieser Kategorie ausschließen. Tatsächlich könnte man argumentieren, dass zwischen dem Bezug einer Filmkopie via Download und dem Kauf einer DVD oder BluRay kein wesentlicher Unterschied besteht. Die AVMD-RL stellt bei der Definition eines AVMD jedoch nicht auf die Übertragungsart oder darauf ab, ob der Dienst im Rahmen einer Vermietung oder auf Download-to-Own-Basis bereitgestellt wird. Man könnte also auch argumentieren, dass Download-to-Own-Dienste nicht fernesehähnlich sind. Dieses eher subjektive Konzept, das den Regulierern einigen Interpretationsspielraum lässt, wird in Abschnitt V erörtert.

IV. Aktuelle Entscheidungen nationaler Regulierungsbehörden

Pablo Picasso sagte einmal: „Malt man ein Bild wegen eines einzigen Pfirsichs, denken die Leute aber, der Pfirsich sei nur ein Detail“. Ein Urteil ist zum großen Teil eine Frage der subjektiven Wahrnehmung, insbesondere in unklaren Fällen, in denen es wenig Hilfestellung gibt, wie im Fall von Abruf-AVMD. Der folgende Abschnitt befasst sich mit einigen aktuellen Entscheidungen nationaler Regulierungsbehörden zu zwei der oben genannten Arten von Diensten: Zeitungswebsites, die Videos bereitstellen, sowie professionelle Kanäle auf UGC-Plattformen. Diese Entscheidungen zeigen nicht nur, wie subjektiv eine Klassifizierung sein kann, sondern auch, dass der Teufel auch hier im Detail steckt.

1. Zeitungswebsites, die Videos bereitstellen

Österreich

Am 9. Oktober 2012 entschied die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria),⁴² dass der Internet-Videobereich⁴³ der Tiroler Tageszeitung⁴⁴ alle Kriterien eines Abrufdienstes im Sinne von § 2 Ziffer 4 in Verbindung mit Ziffer 3 des Audiovisuellen Mediendienste-Gesetzes (AMD-G) erfüllt und daher gemäß § 9 AMD-G der Regulierungsbehörde angezeigt werden musste.

Die Eigentümerin der Tiroler Tageszeitung legte beim Bundeskommunikationssenat (BKS) Berufung gegen diese Entscheidung ein. Am 13. Dezember 2012 bestätigte der BKS⁴⁵ die Entscheidung der KommAustria, da der fragliche Dienst (video.tt.com) die sechs im AMD-G enthaltenen Kriterien erfülle.

Die KommAustria stellte fest, dass video.tt.com genauso aussieht wie andere Teile der Website und dieselben allgemeinen Navigationselemente aufweist. Das Angebot zeige das neueste Video oder ein vom Nutzer gewähltes Video zusammen mit einer kurzen Inhaltsbeschreibung. Dieselbe Seite enthalte eine Liste der aktuellsten Videos und der meistgesehenen Videos mit VorschauBild und Titel. Der Abschnitt „Kategorien“ ermögliche den Zugriff auf den gesamten Katalog der verfügbaren Videos. In diesem Katalog könne auf drei Arten gesucht werden: Volltextsuche, nach Kategorien oder chronologisch.

42) KommAustria, Bescheid vom 9. Oktober 2012, abrufbar unter: www.rtr.at/de/m/KOA195012048/KOA_1.950-12-048.pdf

43) <http://video.tt.com/>

44) www.tt.com/

45) Entscheidung des BKS vom 13. Dezember 2012 (GZ 611.191/0005-BKS/2012), abrufbar unter: www.bundeskanzleramt.at/DocView.axd?CobId=49930

Die Antragstellerin argumentierte, die Videos stellten lediglich eine Ergänzung zur Website der Zeitung dar. Video.tt.com könne nicht als nichtlinearer AVMD betrachtet werden, da die gezeigten Videos nicht Hauptzweck der Zeitungswebsite seien. Ferner könnten die gezeigten Videos wegen ihrer kurzen Dauer nicht als fernsehähnlich angesehen werden. Da diese beiden Kriterien nicht zuträfen, sei video.tt.com nicht als nichtlinearer AVMD einzustufen.

Der BKS widersprach der Antragstellerin und urteilte, dass video.tt.com als nichtlinearer AVMD einzustufen ist. Hinsichtlich der Fernsehähnlichkeit der Videos im Katalog von video.tt.com sah der BKS keinen Unterschied zwischen den auf video.tt.com gezeigten Videos und Sendungen, die im linearen Fernsehen gezeigt werden. Zur kurzen Dauer der Videos, die der fragliche Dienst anbietet, erklärte der BKS, die einschlägige Gesetzgebung sehe keine „Mindestdauer“ für eine Fernsehsendung vor.

Zu dem Argument, die gezeigten Videos seien nicht Hauptzweck der Zeitungswebsite, entschied der BKS, video.tt.com könne, obwohl es sich um eine Subdomain von tt.com handele, nicht als deren audiovisuelles „Nebenprodukt“ bezeichnet werden. Die Videos auf video.tt.com seien Teil eines unabhängigen, separaten Angebots ausschließlich audiovisueller Inhalte, das nicht als Zusatz zu einer textbasierten Zeitung zu betrachten sei.

Slowakei

Am 10. Juli 2012 entschied der Rat für Rundfunk und Weiterverbreitung der Slowakischen Republik („der Rat“), dass der Dienst tvsme, der einen separaten Bereich auf der Homepage der elektronischen Version der slowakischen Zeitung sme belegt, einen Abruf-AVMD darstellt.⁴⁶

In einer früheren Beurteilung vom April 2010 hatte der Rat diesen Dienst nicht als AVMD eingestuft. Damals umfasste er alle audiovisuellen Inhalte auf der Homepage der Zeitung.⁴⁷ Die textbasierten journalistischen Artikel wurden von entsprechenden audiovisuellen Inhalten (Interviews und kurzen Videoclips) begleitet, aber der Dienst enthielt auch separate journalistische Videos (Kurznachrichten / Sendungen zum Zeitgeschehen) und sogar einige von der BBC lizenzierte Programme. Bei der Beurteilung des Dienstes im Jahr 2010 konnte der Rat nicht eindeutig feststellen, ob der Videoinhalt einen integralen Bestandteil der elektronischen Version von sme oder einen separaten Dienst mit dem Hauptzweck der Bereitstellung audiovisueller Programme darstellt. Da diese Art von Diensten eine neue Erscheinung sei und es weder einen gemeinsamen Ansatz der anderen EU-Staaten noch Hinweise des Europäischen Gerichtshofs gebe, entschied der Rat nach dem Grundsatz *in dubio mitius* („im Zweifel das Günstigere“) und entschied, dass der Dienst nicht unter die AVMD-RL fällt.

Nachdem der Diensteanbieter angekündigt hatte, dass der Dienst auch auf vernetzten Samsung-Fernsehgeräten („Smart TV“) zur Verfügung gestellt werde, entschied der Rat im Mai 2012, den Sachverhalt erneut zu prüfen. Bei der neuerlichen Beurteilung des Dienstes stellte der Rat fest, dass sich die von tvsme angebotenen Inhalte verändert hatten. Es handelte sich nun ausnahmslos um professionell anmutende audiovisuelle Inhalte (unterschiedliche Kameraeinstellungen, eigenes Logo, eigene Mikrofone, Unterhaltungsshow/Nachrichten/Zeitgeschehen/Dokumentationen mit eigenen Moderatoren usw.) ohne Begleittext. Der Rat befand, dass sich tvsme durch diese Änderungen in einen gesonderten Dienst mit dem Hauptzweck der Bereitstellung fernsehähnlicher audiovisueller Inhalte verwandelt habe. Auch die Tatsache, dass der Dienst auf vernetzten Fernsehgeräten angeboten werde, unterstütze diesen Schluss.

Der Rat folgerte zudem, dass die tvsme-App für vernetzte Fernsehgeräte einen Abruf-AVMD darstellt, obwohl die App eine Einführung bereitstellt, in der die sieben neuesten Videos automatisch abgespielt wurden, wobei die Nutzer jedoch innerhalb eines Videos vor- und zurückspulen und sogar zum nächsten Video springen konnten.⁴⁸

46) Siehe *Rada pre vysielanie a retransmisiu, Uznesenie č. 12-14/43.680, 10.07.2012* (Entscheidung des Rats für Rundfunk und Weiterverbreitung der Slowakischen Republik, Nr. 12-14/43.680, 10. Juli 2012).

47) www.sme.sk/

48) Ein ähnlicher Fall aus Schweden findet sich in: Hörfunk- und Fernsehgesetz gilt für Web-TV-Dienste von Zeitungen, IRIS 2013-1/35, abrufbar unter: <http://merlin.obs.coe.int/iris/2013/1/article35.de.html>

2. Professionelle Kanäle auf UGC-Plattformen

Großbritannien

Großbritannien kann bei der Regulierung von Fällen, in denen es um Inhalte geht, die von professionellen Anbietern auf UGC-Plattformen bereitgestellt werden, als Vorreiter gelten. Vor kurzem hat die Ofcom einige interessante Berufungsentscheidungen getroffen, mit denen sie die ursprünglichen Feststellungen der ATVOD aufhob.⁴⁹ In diesem Abschnitt werden zwei dieser Entscheidungen erläutert. Der erste Fall betrifft die britische Fernsehshow Top Gear und ihre offizielle YouTube-Seite, der zweite einen Abrufdienst von Playboy TV.⁵⁰

1. Top Gear

Top Gear⁵¹ ist eine von der BBC produzierte Fernsehsendung über Autos. Als weltweit meistgesehene Fernsehsendung im Non-Fiction-Genre, die mittlerweile in 212 Ländern ausgestrahlt wurde, kam sie 2013 ins Guinness-Buch der Rekorde. Unter anderem stellt Top Gear eine YouTube-Seite bereit – laut Eigenbeschreibung „die umfassendste Sammlung offizieller Top-Gear-Clips, die überhaupt zu finden ist“.⁵²

Am 3. Mai 2011 entschied die ATVOD,⁵³ dass die BBC gegen den Communications Act 2003 verstieß oder verstoßen hatte, da sie weder den Top-Gear-Dienst auf YouTube als Abrufprogrammdienst (ODPS) gemeldet noch die entsprechenden Gebühren entrichtet hatte. Nach Auffassung der ATVOD traf auf den Top-Gear-Dienst die ODPS-Definition in Section 368A(1) des Communications Act zu.

Die BBC legte gegen die Entscheidung der ATVOD Berufung bei der Ofcom, der unabhängigen Regulierungs- und Wettbewerbsbehörde für die britische Kommunikationsindustrie, ein. In ihrer Entscheidung vom 18. Januar 2013⁵⁴ vertrat die Ofcom die Auffassung, der Top-Gear-Dienst habe die ODPS-Definition in Section 368A(1) des Communications Act zur fraglichen Zeit nicht erfüllt. Daher habe die BBC als Anbieter des Top-Gear-Dienstes weder gegen die Anzeigepflicht gemäß Section 368BA des Gesetzes noch gegen die Pflicht zur Gebührenzahlung gemäß Section 368D(3)(za) verstoßen.

In ihrer Entscheidung verweist die Ofcom darauf, dass das Regulierungsziel sowohl der AVMD-RL als auch des Communications Act die Sicherstellung eines fairen Wettbewerbs zwischen Fernsehen und Abrufdiensten sei, die im Wesentlichen gleich oder ausreichend ähnlich seien und um Zuschauer und Werbetreibende konkurrierten. Ziel beider Instrumente sei ferner ein gewisser Schutz, wie ihn Konsumenten von Abrufdiensten erwarten könnten.

Nach Auffassung der Ofcom beinhaltet die gesetzliche Definition in Section 368A(1)(a) des Communications Act⁵⁵ einen zweiteiligen Test:

- „Hauptzweck“: Der Hauptzweck eines Abrufdienstes muss die Bereitstellung audiovisuellen Materials sein.

49) Siehe Vereinigtes Königreich: Entscheidungen der ATVOD über Definition von „Video-On-Demand“ aufgehoben, IRIS 2013-4/14, abrufbar unter: <http://merlin.obs.coe.int/iris/2013/4/article14.de.html> und Entscheidung der Koregulierungsbehörde über die Definition von On-Demand-Programmdiensten aufgehoben, IRIS 2013-2/27, abrufbar unter: <http://merlin.obs.coe.int/iris/2013/2/article27.de.html>

50) Ein ähnlicher Fall, der einen anderen Playboy-Dienst betraf, wurde ebenfalls von der Ofcom behandelt, siehe Vereinigtes Königreich: Sollten Form und Inhalt von auf Websites zugänglichen „Hardcore“-Sex-Videos als „fernsehähnlich“ eingestuft werden?, IRIS 2011-7/24, abrufbar unter: <http://merlin.obs.coe.int/iris/2011/7/article24.de.html>

51) Siehe www.topgear.com/ und www.bbc.co.uk/programmes/b006mj59

52) www.youtube.com/TopGear

53) ATVOD Scope Determination, 3. Mai 2011, abrufbar unter: www.atvod.co.uk/regulated-services/scope-determinations/top-gear-youtube

54) Berufungsentscheidung der Ofcom vom 18. Januar 2013, abrufbar unter: www.atvod.co.uk/uploads/files/Top_Gear_Appeal_Decision.pdf

55) Die Erfüllung der Merkmale (b) bis (e) war im vorliegenden Fall nicht strittig.

- „Vergleichbarkeit“: Angebote eines ODPS müssen in Form und Inhalt mit Programmen vergleichbar sein, die normalerweise in linearen Fernsehdiensten enthalten sind.

Dass der Hauptzweck des Top-Gear-Dienstes in der Bereitstellung audiovisuellen Materials bestand, war unstrittig, doch beim Vergleichbarkeitstest verhielt es sich völlig anders. Die ATVOD war in ihrer Entscheidung zu dem Schluss gekommen, dass die vom Top-Gear-Dienst bereitgestellten Angebote trotz ihrer Kürze (etwa zwei bis acht Minuten) fernsehähnlich seien. Die ATVOD stellte eine bedeutende Anzahl von Kurzsendungen im Fernsehen fest, die als „normalerweise enthalten“ bezeichnet werden könne, da dies bei den fünf wichtigsten Programmen fast jede 30. Sendung betreffe. Form und Inhalt der Angebote des Top-Gear-Dienstes erinnerten laut ATVOD ebenfalls an lineares Fernsehen, wie zwei Beispiele aus dem Top-Gear-Dienst zeigten. Das erste Beispiel („Collection of Lancias“) hat eine Länge von acht Minuten und fünf Sekunden nach einer kurzen Werbung zu Beginn. Zu seinen fernsehähnlichen Merkmalen zählen ein Thema, das aus Autosenlungen wie Top Gear bekannt ist; eine spezielle Eröffnungssequenz über gefilterten Bildern von Lancias, zu der Jeremy Clarkson eine Einführung spricht; Clarkson als Moderator, der gemeinsam mit Richard Hammond verschiedene Modelle dieses Autos vorstellt; die Untermaung ihrer Unterhaltung mit Aufnahmen der fahrenden Autos und Musik; die Trennung verschiedener Programmabschnitte durch schnell geschnittene Bilder sowie als Höhepunkt ein Rennen zwischen Clarkson und Hammond, bei dem am Ende ein Auto liegen bleibt und ein Klavier darauffällt. Das zweite Beispiel („David Tennant Interview & Speed Lap“) hat eine Länge von acht Minuten und 53 Sekunden; zu seinen fernsehähnlichen Merkmalen zählen eine Einführung („Meine Damen und Herren, David Tennant“); ein Interview (Jeremy Clarkson interviewt David Tennant) vor Studiopublikum; Zwischeneinblendungen mit David Tennant beim Autofahren auf einer Rennstrecke einschließlich Teleaufnahmen des Autos auf der Strecke sowie Aufnahmen mit einer Kamera im Inneren und ein Ende mit Zuschauerapplaus im Studio.

Die Ofcom widersprach der Ansicht der ATVOD, der Top-Gear-Dienst ähnele linearem Fernsehen. Die Kürze der Sendungen könne zwar typisch für einige Fernsehgenres sein (etwa Cartoons oder Unterhaltung für Erwachsene), die Dauer der Videos des Top-Gear-Dienstes sei jedoch nicht direkt mit Fernsehsendungen des Genres Auto- oder allgemeine Magazinsendung vergleichbar. Im Kontext dieses Genres schlieÙe die Kürze der Videos, die der Top-Gear-Dienst bereitstellt, zusammen mit dem Bearbeitungsstil in vielen Fällen eine umfassende Erzählung aus, sodass die Nutzer zum Verständnis auf den Text unterhalb des audiovisuellen Materials angewiesen seien. Die Verwendung automatisch abgespielter Playlisten im Autoplay-Modus verlängere das Zuschauen zwar deutlich, verbinde die Elemente aber nicht so wie eine längere Fernsehsendung.

Im Hinblick auf die Qualität der audiovisuellen Inhalte bewertete die Ofcom die Form insoweit als relevant, als Produktionselemente wie Vor- und Abspann fehlten, die gewöhnlich zu Fernsehformaten gehören, obwohl viele Inhalte des Top-Gear-Dienstes aus Material bestanden, das bereits in der Fernsehsendung „Top Gear“ ausgestrahlt worden war. Aufgrund der Darstellung in Form einzelner Clips seien die Inhalte, die der Top-Gear-Dienst anbiete, in Form und Inhalt nicht mit Fernsehsendungen vergleichbar, die im linearen Fernsehen üblicherweise zu finden sind. Auch die Tatsache, dass viele der audiovisuellen Inhalte zuvor im linearen Fernsehen im Rahmen längerer Sendungen gezeigt worden waren, ändere daran nichts.

Die Ofcom hielt es zudem für erforderlich, unter Berücksichtigung aller Umstände folgende Fragen zu untersuchen:

- Ist es wahrscheinlich, dass das fragliche audiovisuelle Material auf dieselben Zuschauer ausgerichtet ist wie lineare Fernsehsendungen?
- Können Nutzer aufgrund der Art und Weise des Zugangs zu diesen Diensten vernünftigerweise einen Regelungsschutz im Rahmen der AVMD-Richtlinie erwarten?

Nach Auffassung der Ofcom würden Nutzer den Top-Gear-Dienst wohl nicht als zur Wahl stehende Option betrachten, wenn sie eine Fernsehsendung schauen wollten. Diese Einschätzung würde wohl die Erwartungen der Zuschauer im Hinblick auf den Regelungsschutz reflektieren. Die Ofcom stützte diese Einschätzung auf eine in ihrer Entscheidung aufgeführte Zuschauerumfrage.

2. Climax Uncut

Die ATVOD beschreibt den Dienst Climax Uncut 3 / Climax 3 Mobile Downloads (Climax Uncut)⁵⁶ von Playboy TV als einen Dienst mit „Sendungen für Erwachsene“, die online oder nach Download auf einem Mobiltelefon gesehen werden können. Obwohl die Website auch als Werbeträger für entsprechende lineare Fernsehkanäle diene, seien die Videos kein integrales und untergeordnetes Element des breiteren Angebots. Die Abrufprogramme seien in Gruppen zusammengefasst und würden als Katalog mit eigenständigen Betrachtungsoptionen präsentiert.⁵⁷

Am 21. Dezember 2010 entschied die ATVOD, dass Climax Uncut einen ODPS gemäß Section 368A des Communications Act darstellt und dass Playboy TV gegen die Anzeigepflicht gemäß Section 368BA verstoßen habe.⁵⁸

In ihrer Entscheidung erklärte die ATVOD, die von Climax Uncut angebotenen Sendungen seien in Form und Inhalt mit Programmen für Erwachsene vergleichbar, die üblicherweise in Fernsehprogrammen enthalten sind. Obwohl sie explizitere Szenen enthielten als derzeit im linearen Fernsehen in Großbritannien zulässig, seien sie in Form und Inhalt dennoch mit Angeboten für Erwachsene vergleichbar, die häufig auf linearen Fernsehkanälen anderer EU-Staaten ausgestrahlt würden.

Playboy TV legte gegen diese Entscheidung bei der Ofcom Berufung ein und verwies dabei insbesondere auf das erste Kriterium in Section 368A(1)(a), den Hauptzweck des Dienstes und die Fernsehähnlichkeit der angebotenen Programme. Playboy TV erklärte, die Inhalte dieses Dienstes könnten nicht als „üblicherweise in Fernsehprogrammdiensten enthalten“ bezeichnet werden, da sie alle als R18 (ab 18) klassifiziert und daher für das Fernsehen absolut unzulässig seien. Zudem könne „mit Fug und Recht festgestellt werden, dass die entschärften Inhalte, die im britischen Fernsehen gezeigt werden, keinesfalls mit R18-Inhalten auf einer Webseite konkurrieren könnten.“ Interessanterweise argumentierte Playboy TV auch, dass die Nutzer bei einem nur über das Internet zugänglichen Dienst keinen Regelungsschutz erwarteten, da „das Internet eine Fülle unregulierter Inhalte enthält und Nutzer nicht erwarten, dass Sites wie unsere reguliert werden.“

In ihrer Berufungsentscheidung vom 13. Mai 2011⁵⁹ erklärte die Ofcom, der Hauptzweck von Climax Uncut sei die Bereitstellung sehr expliziter pornographischer Videoinhalte. Das eigentliche Problem bestehe wiederum in der Fernsehähnlichkeit derartiger Inhalte. Die Ofcom rief in Erinnerung, dass nach dem Wortlaut von Section 368A(1)(a) des Communication Act Form und Inhalt fraglicher Programme vergleichbar, aber nicht gleich sein müssen. Die Form des auf Climax Uncut verfügbaren Videomaterials sei eindeutig mit der Form von Sendungen vergleichbar, die normalerweise in allgemeinen Fernsehprogrammen enthalten sind: Es werde in Form eigenständiger Elemente angeboten, die unter einzelnen Titeln ausgewählt werden können und im Gegensatz zu kurzen Clips eine längere Dauer haben. Die Elemente seien in Programmplänen angeordnet und ferner in sogenannten „Kanälen“ erfasst. Der Inhalt enthalte einen Vorspann, oft mit Musik, sowie einen Abspann. Zudem gebe es episodische Inhalte und Material mit szenischer/fiktionaler Handlung.

Im Hinblick auf die R18-Einstufung des von Climax Uncut angebotenen Inhalts beharrte die Ofcom auf dem Standpunkt, dass die Videoinhalte mit sexuellen Inhalten für Erwachsene vergleichbar seien, die im britischen Fernsehen zulässig sind, und dass sich die von Climax Uncut angebotenen stärkeren und expliziteren Inhalte lediglich „graduell“ von diesen unterschieden. Section 368A(1)(a) beziehe sich auf den generellen Typus von Sendungen, die üblicherweise im Spektrum der

56) www.climax3.co.uk/uncut

57) Die Ofcom-Entscheidung (siehe unten) enthält eine ausführliche Beschreibung des Dienstes.

58) Notice of Determination that the provider of the service named below has contravened Section 368ba of the Communications Act 2003: Re: Climax 3 : Climax 3 Uncut / Climax 3 Mobile Downloads, abrufbar unter: www.atvod.co.uk/regulated-services/scope-determinations/climax-3

59) Berufungsentscheidung der Ofcom vom 13. Mai 2011, abrufbar unter: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/enforcement/vod-services/Climax3Uncut.pdf>

Fernsehprogramme enthalten seien, schließe jedoch nicht notwendigerweise die Anwendung auf Angebote aus, die ohne R18-Einstufung „üblicherweise“ im britischen Fernsehen zu finden seien oder sein könnten. Weiter heißt es in der Entscheidung: „Wäre dies nicht die richtige Auslegung, könnten Diensteanbieter, die ansonsten von den Kriterien in Section 368A(1) erfasst würden, einfach versuchen, Bestimmungen zur Regulierung ihres Programmmaterials zu umgehen, indem sie die Extremität (z. B. von Sex und Gewalt) ihrer Videoinhalte maximieren.“

In seinem Antrag hatte sich Playboy TV auf den Wortlaut der AVMD-RL berufen. Daher verwies die Ofcom im letzten Abschnitt ihrer Entscheidung ausdrücklich auf die Richtlinie. Der britische Regulierer betrachtet Climax Uncut in Anbetracht von Erwägungsgrund 24 der AVMD-RL als fernsehähnlich, da die Bereitstellung von Hardcore-Inhalten wohl den Zuschauertyp anspreche und um ihn konkurriere, der gern Sexmaterial sieht (und bezahlt), das auf britischen Fernsehkanälen ausgestrahlt wird. Die von Climax Uncut angebotenen Inhalte seien tatsächlich dazu geeignet, diesen Zuschauertyp anzusprechen, da hier explizitere Inhalte angeboten würden. Darüber hinaus sei die Bereitstellung von Hardcore-Inhalten geeignet, um denselben Zuschauertyp zu konkurrieren, der pornographische Sendungen im Fernsehen präferiere, die in anderen Ländern ausgestrahlt werden, die Hardcore-Inhalte im Fernsehen nicht untersagen. Daher ermögliche es die Richtlinie den Mitgliedstaaten, in ihrer eigenen Gesetzgebung strengere Regelungen einzuführen. Der Nutzer könne daher vernünftigerweise zumindest den grundlegenden „Regelungsschutz“ erwarten, den die AVMD-Richtlinie biete, speziell (beispielsweise) in Bezug auf Material, das zu Hass aufgrund des Geschlechts oder der Rasse aufstachelt (Artikel 6 / Section 368E(1)), und insbesondere auf die Verfügbarkeit von Inhalten, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen könnten (Artikel 12 / Section 368E(2)).

V. Fernsehähnlich?

Der Regulierungsansatz für Abruf-AVMD in der AVMD-RL basiert auf der Einstufung des traditionellen Rundfunks, wie sie im 20. Jahrhundert galt. Er lebt fort in der in der AVMD-RL enthaltenen Vorstellung, Form und Inhalt einer Sendung müssten mit Form und Inhalt des Fernsehens generell vergleichbar sein, was angesichts des Stands der Technik zur Zeit der Verhandlungen über die Richtlinie in gewisser Weise auch nachvollziehbar ist. Zudem sollte der Begriff „Sendung“ unter Berücksichtigung der Entwicklungen auf dem Gebiet des Fernsehens dynamisch ausgelegt werden. Die Regulierung eines Mediums des 21. Jahrhunderts hängt also davon ab, wie sich ein Medium des 20. Jahrhunderts entwickelt! Theoretisch könnte dieser Ansatz dazu führen, dass Dienste mit der Zeit unterschiedlich klassifiziert werden, was nach Valcke, Lefever und Ausloos der Rechtssicherheit nicht zuträglich ist.⁶⁰

Im oben beschriebenen Fall Top Gear erklärte die Ofcom beispielsweise, die kurze Dauer von Fernsehsendungen könne im Kontext einiger Genres typisch sein (z. B. Cartoons oder Unterhaltung für Erwachsene), aber nicht direkt vergleichbar mit Autosendungen oder allgemeinen Fernsehmagazinen. Folgt man dieser Logik, könnte eine Fernsehfilmreihe, die aus Episoden von sehr kurzer Dauer besteht, in bestimmten Fällen oder in bestimmten Mitgliedstaaten als nicht fernsehähnlich bewertet werden. Offen ist die Frage, ob dies zum Beispiel ein Abrufangebot der sehr treffend betitelten französischen Fernsehserie „Bref“⁶¹ („kurz“ auf französisch) ausschließen würde, deren Episoden etwa zwei Minuten lang sind. Solange diese Frage nicht gerichtlich geklärt wird, besteht insoweit weiterhin Unklarheit.

Die Unklarheit des Begriffs der Fernsehähnlichkeit bietet den Regulierern die Möglichkeit, ein ganzes Bündel von Diensten aus praktischen Gründen aus- oder einzuschließen. Beim Vergleich der Entscheidung über Climax Uncut mit der Entscheidung im Fall Top Gear wird deutlich, dass die Ofcom einerseits erkennbare Anstrengungen unternimmt, einen Dienst als fernsehähnlich einzu-

60) Siehe Valcke, P., Lefever, K., Ausloos, J. (2012) „Audiovisual Media Services 2.0: (Re)Defining the Scope of European Broadcasting Law in a Converging and Connected Media Environment.“ In: Donders, K., Pauwels, C., Loisen, J., Palgrave Handbook on European Media Policy (erscheint demnächst).

61) <http://en.wikipedia.org/wiki/Bref>

stufen, der im britischen Fernsehen aufgrund seines Hardcore-Inhalts nicht ausgestrahlt werden darf, und andererseits diese Einstufung einem anderen Dienst (entgegen der Auffassung der ATVOD) verweigert, obwohl dieser im Grunde nur kleinere Häppchen eines Gerichts anbietet, das ursprünglich für Fernsehzuschauer zubereitet wurde. Tatsächlich herrscht bei beiden Entscheidungen der Ofcom ein hoher Grad an Pragmatismus: Nach Auffassung des Regulierers ist es sicherlich dringlicher, einen Hardcore-Pornodienst zu regulieren, als sich um den neuesten Witz von Jeremy Clarkson zu kümmern.⁶² Diese unterschiedliche Behandlung könnte jedoch zu ungewünschten Schlussfolgerungen führen: In der Entscheidung zu Climax Uncut heißt es: „Wäre dies nicht die richtige Auslegung, könnten Diensteanbieter, die ansonsten von den Kriterien in Section 368A(1) erfasst würden, einfach versuchen, Bestimmungen zur Regulierung ihres Programmmaterials zu umgehen, indem sie die Extremität (z. B. von Sex und Gewalt) ihrer Videoinhalte maximieren.“ Anders ausgedrückt, könnten die Anbieter einfach versuchen, jegliche Regulierung zu umgehen, indem sie ihre Videoangebote so verändern, wie Top Gear seine YouTube-Seite gestaltet. Offen bleibt jedoch die Frage, ob eine solche Änderung des Formats etwas am Regulierungsbedarf für derartige Dienste oder an der vernünftigen Erwartung der Nutzer an den Schutz, den Regulierung bietet, ändert.

Aber sind Abrufdienste tatsächlich „fernsehähnlich“ oder doch eher „videothekenähnlich“? Gemäß Erwägungsgrund 24 der AVMD-RL sind Abrufdienste auf das gleiche Publikum wie Fernsehsendungen ausgerichtet. Der eigentliche Wettbewerb findet bisher jedoch zwischen dem Onlinevertrieb und dem physischen Vertrieb audiovisueller Werke statt. Videotheken sind von diesem Wettbewerb am stärksten betroffen und verschwinden allmählich aus unserem Stadtbild.⁶³ Gleichzeitig ist der Marktanteil von VoD im Vergleich zum traditionellen Rundfunk noch relativ klein.⁶⁴ Auch die Nutzererfahrung ähnelt eher dem Ausleihen einer DVD, die man (möglicherweise mehrmals) zu einem selbst gewählten Zeitpunkt ansieht, und weniger dem Konsum einer Fernsehsendung. Eine der wichtigsten Eigenschaften einer Fernsehsendung ist die Tatsache, dass der Nutzer nicht wählen kann, wann er sie sehen will. Zwar besteht immer die Möglichkeit, eine Sendung aufzunehmen, um sie später anzusehen, doch dies ist eher die Ausnahme als die Regel. Dies führt zu einer gewissen Standardisierung der Sehgewohnheiten. Auch wenn es bei der wachsenden Zahl von Fernsehkanälen immer seltener wird, ist es bislang nicht ungewöhnlich, dieselbe Fernsehshow zur selben Zeit gesehen zu haben wie die Arbeitskollegen, sodass man am nächsten Tag in der Frühstückspause darüber reden kann. Bei einem Film aus einer Videothek oder aus einem VoD-Dienst ist dies dagegen üblicherweise nicht der Fall.

Abrufdienste sind aber nicht einfach nur „videothekenähnlich“. Der interaktive Charakter von Webtechnologien und die technischen Möglichkeiten, die Millionen von Menschen über digitale Geräte und Software zur Verfügung stehen, bieten eine große Flexibilität bei der Art, wie audiovisuelle Inhalte veröffentlicht werden, sodass die Grenzen zwischen kommerziellen und privaten Inhalten immer mehr verschwimmen. Die neuen Möglichkeiten, private Inhalte zu monetarisieren, machen die Unterscheidung zwischen kommerziellen und privaten Inhalten noch schwieriger.

Der Begriff „Fernsehähnlichkeit“, was immer das sein mag, ist jedenfalls sehr vage und wird sich zwangsläufig weiterentwickeln. Es ist ein Begriff mit starken subjektiven Elementen, der von jeder nationalen Regulierungsbehörde völlig anders ausgelegt werden kann. Während etwa die Leitlinien der ATVOD dem Begriff besondere Bedeutung beimessen, hat die Ofcom einigen wichtigen Entscheidungen der ATVOD wegen der Fernsehähnlichkeit des fraglichen Dienstes (siehe oben) widersprochen. In anderen Ländern, etwa in den Niederlanden, betrachtet die Regulierungsbehörde diesen Begriff als zu vage und misst ihm nicht allzu viel Bedeutung bei.⁶⁵ Die Erwartung der Nutzer an den Regelungsschutz ist ebenfalls schwer messbar, und die meisten Eltern werden kaum

62) Jeremy Clarkson ist einer der Moderatoren von Top Gear, siehe: http://de.wikipedia.org/wiki/Jeremy_Clarkson

63) Siehe z. B. „Blockbuster joins UK retail casualty list and calls in the administrators“, abrufbar unter: www.guardian.co.uk/business/2013/jan/16/video-chain-blockbuster-falls-into-administration

64) Weitere Informationen zum Markt für VoD sind im Abschnitt ZOOM in dieser Veröffentlichung enthalten.

65) Siehe z. B. Marcel Betzel, „Feinabstimmung der Klassifizierungskriterien für audiovisuelle Abrufmediendienste: Der niederländische Ansatz“, in Susanne Nikoltchev, Hrsg., IRIS Spezial, Die Regulierung audiovisueller Abrufdienste: Chaos oder Kohärenz? (Straßburg, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, 2011).

einen Unterschied zwischen den Diensten machen, wenn sie ihre Kinder bei Hardcore-Pornos oder Gewaltfilmen erwischen.

Fazit

Reed Hastings, CEO von Netflix, schrieb kürzlich in einem Essay: „In den kommenden Jahrzehnten wird das Internetfernsehen das lineare Fernsehen weltweit ersetzen. Kanäle werden durch Apps ersetzt, Fernbedienungen werden verschwinden, und die Zahl der Bildschirme wird immer mehr zunehmen.“⁶⁶ Da diese Äußerung von einem großen VoD-Anbieter kommt, könnte man von einer interessengeleiteten Sicht der Zukunft ausgehen. Dennoch scheinen sich die meisten Menschen heute dieser Prognose anzuschließen, und das aus gutem Grund. Die Konvergenz ist endlich Realität geworden: Abrufdienste nehmen langsam aber sicher Fahrt auf, und vernetzte Geräte verwischen zunehmend die Trennlinien zwischen traditionellem Rundfunk und „neuen“ Medien.

Diese laufende Entwicklung hat für die Regulierung zahlreiche Konsequenzen.⁶⁷ Um hierzu Erkenntnisse zu gewinnen, hat die Europäische Kommission vor kurzem eine öffentliche Konsultation zu den Herausforderungen einer konvergenten audiovisuellen Welt eingeleitet.⁶⁸ In einem als Hintergrunddokument veröffentlichten Grünbuch⁶⁹ fragt die Kommission u. a. nach dem Vorhandensein von Marktverzerrungen, die auf die Unterscheidung zwischen linearen und nichtlinearen Diensten im Rechtsrahmen zurückzuführen sind, und nach Möglichkeiten, diese Verzerrungen zu beheben, ohne zugrunde liegende Werte zu verletzen. Ferner wirft die Kommission die Frage auf, ob die Definition des Anbieters von audiovisuellen Medien und/oder der Geltungsbereich der AVMD-RL angepasst werden muss, um die Verpflichtungen der AVMD-RL teilweise oder ganz auch auf diejenigen auszuweiten, die gegenwärtig nicht unter die Richtlinie fallen. Als weiteres wird die Frage aufgeworfen, was die Menschen von der Regulierung von Fernsehsendungen und Internetinhalten erwarten.

Veränderung ist ein zentrales Element des Lebens und muss bereitwillig angenommen werden. Doch manche Dinge ändern sich nie. Auf die Frage, wie sich aktuelle und künftige Entwicklungen von Markt und Technik auf die Unterhaltungsindustrie auswirken würden, antwortete der StarWars-Schöpfer George Lucas: „Man muss immer noch Geschichten erzählen. Manche Menschen wollen ein Spiel spielen ... und manche Menschen wollen eine Geschichte erzählt bekommen. Das ist zweierlei. Doch die Inhalte bleiben immer gleich. Die Inhalte haben sich in 10.000 Jahren nicht verändert.“⁷⁰ Und auf die Inhalte kommt es am Ende doch eigentlich an.

66) R. Hastings, Netflix Long Term View, abrufbar unter: www.scribd.com/doc/137803318/Netflix-Ir-Letter

67) Siehe A. Scheuer, Konvergente Endgeräte, Plattformen, Dienste für audiovisuelle Medien - durch vernetztes Fernsehen (connected TV) aufgeworfene Herausforderungen an den EU-Rechtsrahmen, IRIS plus 2013-3.

68) Alle Interessenträger und die breite Öffentlichkeit sind eingeladen, bis Ende August 2013 ihre Meinungen und Standpunkte zu äußern. Siehe http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-358_de.htm

69) Grünbuch über die Vorbereitung auf die vollständige Konvergenz der audiovisuellen Welt: Wachstum, Schöpfung und Werte, KOM(2013) endgültig, 24. April 2013, abrufbar unter: https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/convergence_green_paper_de_0.pdf

70) George Lucas & Steven Spielberg: Studios Will Implode; VOD Is the Future, abrufbar unter: <http://variety.com/2013/digital/news/lucas-spielberg-on-future-of-entertainment-1200496241/>

Anwendung der Regelungen

Dieses Kapitel ergänzt den Leitbeitrag und stellt Entscheidungen nationaler Regulierungsbehörden zur Definition eines audiovisuellen Mediendienstes (AVMD) auf Abruf vor. Dass die meisten Artikel Großbritannien betreffen, zeigt exemplarisch, dass sowohl die Authority for Television On Demand (ATVOD) als auch das Office of Communications (Ofcom) bei der Regulierung von Abrufdiensten als Vorreiter zu betrachten sind. In jüngster Zeit hatten beide Behörden wiederholt zu klären, ob diverse audiovisuelle Abruf-Angebote (vom Fernsehbereich der Website eines Fußballclubs über die YouTube-Kanäle populärer Fernsehsendungen bis hin zu online angebotenen Hardcore-Pornodiensten) nach den Regelungen der AVMD-Richtlinie als AVMD auf Abruf einzustufen sind. Hier wird deutlich, dass die Einstufung eines Dienstes als Abruf-AVMD tatsächlich eine heikle Angelegenheit sein kann. Dies zeigen auch vier Entscheidungen der schwedischen Rundfunkkommission zur Einstufung audiovisueller Inhalte von Tageszeitungen auf deren Websites. Die im letzten Artikel erläuterte Entscheidung des Rats für Rundfunk und Weiterverbreitung der Slowakischen Republik verdeutlicht, wie schwer bei manchen Konstellationen auch die Frage zu beantworten sein kann, wer eigentlich der Anbieter eines Abruf-AVMD ist.

Vereinigtes Königreich

Everton TV ist kein Abrufprogrammdienst

*Julian Wilkins
BluePencilSet, London*

Am 26. Juni 2013 hat die Ofcom (britische audiovisuelle Regulierungsbehörde) entschieden, dass der Bereich „Everton TV“ auf der Website des Fußballclubs Everton F.C. kein *On Demand Programme Service* (Abrufprogrammdienst – ODPS) sei. Everton hatte beim Ofcom Berufung gegen das Urteil der ATVOD (Koregulierer für VoD-Dienste) eingelegt, nachdem die ATVOD am 11. April 2012 entschieden hatte, dass der Bereich „Everton TV“ keinen ODPS darstelle.

Bei der Feststellung, ob eine bestimmte Website oder ein Bereich einer Website einen ODPS darstellt, müssen nach Section 368A des Communications Act (Kommunikationsgesetz) zwei Kernkriterien erfüllt sein:

- Hauptzweck ist die Bereitstellung audiovisuellen Materials.
- Die Programme, aus denen der Dienst besteht, sind in Form und Inhalt mit Programmen vergleichbar, die gewöhnlich in linearen (traditionellen) Fernsehdiensten enthalten sind.

Die ATVOD hatte entschieden, dass der Hauptzweck von Everton TV die Bereitstellung von audiovisuellem Material für seine Zuschauer sei. Everton TV sei eine eigene Marke und stelle einen eigenständigen Dienst bereit. Auch das zweite Kriterium treffe auf Everton TV zu, da Form und Inhalt des Materials auf der Website mit traditionellem Fernsehen vergleichbar seien.

Die Ofcom widersprach dieser Ansicht jedoch und stützte sich dabei auf zwei Referenzentscheidungen: Sun Video und Viva TV. In diesen Entscheidungen werden Faktoren genannt, die darüber bestimmen, ob der Hauptzweck die Bereitstellung audiovisuellen Materials ist und ob die Inhalte mit normalen Fernsehsendungen vergleichbar sind. Zu solchen Faktoren zählen das Vorhandensein einer eigenen Homepage für die Fernseh-Website, Präsentation und Stil des Materials sowie die Frage, ob das audiovisuelle Material bei einer Gesamtbetrachtung als in einen anderen Dienst integriert oder diesem untergeordnet bezeichnet werden kann. Diese Analyse steht in Einklang mit leitenden Erwägungsgründen wie Erwägungsgrund 22 der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste, der in Großbritannien durch den Communications Act umgesetzt ist.

Die Ofcom vertrat die Ansicht, das Material von Everton sei dem Zweck untergeordnet, eine Website bzw. ein „Fanzine“ (umgangssprachlich für eine Zeitschrift für Fans einer bestimmten Aktivität) für die Unterstützer von Everton bereitzustellen. Bei dem Material handle es sich zwar um audiovisuelles Material, doch nach Lage der Dinge sei der Inhalt den weiteren Funktionen der Everton-Website untergeordnet. Das Ofcom prüfte mehr Programme von Everton TV als die ATVOD und räumte ein, dass die Bereitstellung audiovisuellen Materials nahezu als Hauptzweck anzusehen sei, doch die kumulative Wirkung des Materials von Everton sei einem breiteren Zweck untergeordnet.

Die Ofcom analysierte den zweiten Teil des Tests, nämlich ob die Website in Form und Inhalt mit konventionellem Fernsehen vergleichbar sei. So berücksichtigte sie etwa Erwägungsgrund 24 der Richtlinie: „Ein typisches Merkmal der Abrufdienste ist, dass sie „fernsehähnlich“ sind, d. h. dass sie auf das gleiche Publikum wie Fernsehsendungen ausgerichtet sind ...“. Im Vergleich zu etablierten Fernsehprogrammen wie den BBC-Sendungen „Match of the Day“ oder „Football Focus“ habe das Material von Everton TV weder einen einheitlichen Stil noch ein einheitliches Format. Dem Material von Everton fehle es an der Kohärenz und Konsistenz etwa von MUTV (Manchester United Television), das Programme mit Moderatoren und ähnliche Formate wie eine konventionelle Fernsehpräsentation anbiete.

Thema und Zuschauerzahl seien nicht relevant. Auch Faktoren, die über den Hauptzweck und die Vergleichbarkeit mit dem linearen Fernsehen entscheiden, seien weder erschöpfend noch maßgeblich. Allerdings könne sich audiovisuelles Material von etwas, das einem anderen Zweck untergeordnet und somit kein ODPS ist, in einen ODPS entwickeln, und in diesem Fall stehe der ATVOD eine Gebühr zu.

- *Decision of Ofcom, Everton TV, 26 June 2013* (Entscheidung des Ofcom, Everton TV, 26. Juni 2013)
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=16576>
- *ATVOD's notice of determination, Everton TV, 11 April 2012* (Feststellungsbescheid der ATVOD, Everton TV, 11. April 2012)
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=16577>

IRIS 2013-7/13

Entscheidungen der ATVOD über Definition von „Video-on-Demand“ aufgehoben

*David Goldberg
deeJgee research/Consultancy*

Wird ein Angebot im Vereinigten Königreich als „Video-on-Demand-Dienst“ betrieben, muss der Betreiber dies der Authority for Television on Demand (Behörde für Video-on-Demand – ATVOD) mitteilen, damit er unter deren Zuständigkeit für redaktionelle Inhalte fällt, und eine jährliche Gebühr entrichten.

Die Auslegung der Kriterien in konkreten Fällen liegt zunächst in der Verantwortung der ATVOD. Letztlich hat jedoch die britische Regulierungsbehörde Ofcom die endgültige rechtliche Verantwortung; an sie sind Beschwerden somit auch zu richten.

Die Kriterien für VOD (im Rahmen der Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) wurden durch die Regelungen über audiovisuelle Medien von 2009 und die Regelungen über audiovisuelle Mediendienste von 2010 als Abschnitt 368A in den Communications Act von 2003 eingefügt. Das Gesetz enthält eine Definition für On-Demand-Programmdienste, wobei ein Hauptmerkmal darin besteht, dass dessen „Hauptzweck die Bereitstellung von Programmen ist, deren Form und Inhalt mit Form und Inhalt von Programmen vergleichbar sind, die normalerweise in Fernsehprogrammdiensten enthalten sind“ (Abschnitt 368A(a)).

Zwei Fälle betrafen BBC Worldwide in Bezug auf zwei YouTube-Kanäle, und zwar „Top Gear YouTube“ bzw. „BBC Food YouTube“. Tatsächlich gab es noch einen dritten Fall mit On-Demand-Programmdiensten von Channel Flip Media Limited, bei dem die Ofcom die Entscheidung der ATVOD ebenfalls aufhob (siehe IRIS 2013-2/27).

Bei der Feststellung, ob ein VOD einen On-Demand-Programmdienst darstellt, legt die Ofcom zwei Kriterien an: (i) Hauptzweck (Besteht der Hauptzweck in der Bereitstellung von Programmdiensten?) und (ii) Vergleichbarkeit (Ist das Material in ausreichendem Umfang mit Fernsehprogrammdiensten vergleichbar?).

BBC Worldwide argumentierte, der betreffende Inhalt sei einem Fernsehprogrammdienst ähnlich, liege aber „in Form von Programmclips und nicht von Programmen selbst“ vor. Die Clips dauerten zwischen fünf und acht Minuten (maximal 15 Minuten), während z. B. BBC iPlayer (durch die ATVOD reguliert) Programme „in voller Länge“ biete.

Ofcom unterstrich jedoch, ihre Entscheidung mit Schwerpunkt auf Dauer und Produktionsqualität

sei faktenpezifisch; jeder Dienst müsse anhand seiner einschlägigen Merkmale und aller einschlägigen Hinweise beurteilt werden.

- *Ofcom BBC Food Youtube decision, published on 18 January 2013* (Ofcom-Entscheidung über BBC Food Youtube, 18. Januar 2013)
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=16357>
- *Ofcom BBC Top Gear decision, published on 18 January 2013* (Ofcom-Entscheidung über BBC Top Gear YouTube, 18. Januar 2013)
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=16358>

IRIS 2013-4/14

Entscheidung der Koregulierungsbehörde über die Definition von On-Demand-Programmdiensten aufgehoben

Tony Prosser
School of Law, University of Bristol

Der britische Kommunikationsregulierer Ofcom hat eine Entscheidung der *Authority for Television on Demand* (Behörde für Fernsehen auf Abruf – ATVOD) aufgehoben, wonach das Angebot *Channel Flip* ein „On-Demand-Programmdienst“ im Sinne von Teil 4A des Kommunikationsgesetzes von 2003 ist. Nach der Entscheidung der ATVOD musste Channel Flip sein Angebot bei der ATVOD anzeigen, eine Gebühr zahlen und eine begrenzte Anzahl rechtlicher Vorschriften erfüllen. Dieser Abschnitt war zur Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste in den Communications Act aufgenommen worden. Ofcom hatte die ATVOD als zuständige Regulierungsbehörde benannt, die die Aufgaben nach diesem Abschnitt wahrnimmt. Gegen ihre Entscheidungen ist jedoch eine Berufung bei der Ofcom möglich, die dann anstelle der ATVOD selbst entscheiden kann.

Das Gesetz definiert Dienste als „On-Demand-Programmdienste“, wenn ihr „Hauptzweck in der Bereitstellung von Programmen besteht, deren Form und Inhalt mit der Form und dem Inhalt von Programmen vergleichbar ist, die normalerweise in Fernsehsendungen enthalten sind“. Channel Flip war ein kleines Unternehmen mit 15 Angestellten. Die ATVOD entschied, dass der Inhalt einiger seiner audiovisuellen Inhalte mit Comedy-Fernsehsendungen vergleichbar ist, insbesondere weil die Beiträge generische Anfangssequenzen sowie eine Musikuntermalung, eine lineare Erzählung und Handlung sowie einen Abspann oder ein bildhaftes Logo hatten.

Zur Unterstützung der Bearbeitung dieser und anderer Berufungen gab die Ofcom eine Untersuchung über die Einstellung der Verbraucher gegenüber verschiedenen Diensten in Auftrag. Channel Flip vermarktete sich selbst als „die besten Videoshows Großbritanniens“ und sendete kurze Beiträge, die normalerweise drei bis vier, teilweise aber auch zehn Minuten lang sind. Manche wurden von Persönlichkeiten aus dem Fernsehen präsentiert, und einige Beiträge wurden zu einer Serie zusammengefasst. Der Stil war nicht „amateurhaft“, sondern die Beiträge wurden mit begrenztem Budget professionell erstellt. Die Untersuchung ergab, dass Channel Flip nach Meinung der Verbraucher am unteren Ende des Spektrums der Vergleichbarkeit mit dem linearen Fernsehen angesiedelt war und wie ein Mittel zur Vermarktung bestimmter Fernsehpersönlichkeiten wirkte. Ofcom vertrat die Ansicht, dass die Beiträge trotz gewisser Gemeinsamkeiten mit einem etablierten Genre linearer Fernsehprogramme nicht so ähnlich gewesen seien, dass sie mit ihnen um Zuschauer konkurrieren können. Für die Nutzer seien sie weder mit Fernsehsendungen verbunden noch eine Alternative zu ihnen gewesen. Ihre kurze Dauer habe eher an einen Vergleich mit Videoclips auf Websites wie YouTube denken lassen. Einige Beiträge seien zwar eher Fernsehsendungen vergleichbar gewesen, doch diese seien für die Produktion insgesamt nicht

typisch gewesen. Ofcom entschied, dass der Dienst keinen „Fernsehdienst auf Abruf“ darstellt, und gab der Berufung statt.

- *Ofcom: Appeal by ChannelFlip Media Limited, 14 December 2012* (Ofcom: Berufung von ChannelFlip Media Limited, 14. Dezember 2012)
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=16259>

IRIS 2013-2/27

Regulierer klärt Bedeutung der redaktionellen Verantwortung für Programmdienste auf Abruf

Tony Prosser
School of Law, University of Bristol

Der britische Kommunikationsregulierer Ofcom hat die *Authority for Television on Demand* (Behörde für Fernsehen auf Abruf – ATVOD) als Koregulierungsbehörde aufgefordert, eine Entscheidung zur redaktionellen Verantwortung für Programmdienste auf Abruf zu überprüfen. Der Communications Act (Kommunikationsgesetz) von 2003 in der geänderten Fassung zur Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste legt fest, dass eine Person die redaktionelle Verantwortung für Abrufdienste tragen muss, die ATVOD informieren und eine Gebühr zahlen muss. Redaktionelle Verantwortung ist definiert als „allgemeine Kontrolle“ über die in dem Dienst enthaltenen Programme und über die Art und Weise, in der diese Programme organisiert sind, wobei eine Kontrolle über den Inhalt individueller Programme oder über die Ausstrahlung und Verbreitung des Dienstes nicht erforderlich ist.

Die ATVOD wurde von der Ofcom als geeignete Regulierungsbehörde berufen und hatte entschieden, dass British Sky Broadcasting Ltd (BSkyB) die redaktionelle Kontrolle über Dienste von MTV, Nickelodeon und Comedy Central habe und deren Anbieter sei. Laut Gesetz kann die redaktionelle Verantwortung eindeutig nur bei einer Person liegen. BSKyB hatte bei der Programmauswahl das letzte Wort über die Aufnahme in den Dienst, und die Programme, die der Dienst umfasste, waren lediglich durch die Platzierung organisiert, die ihnen von BSKyB innerhalb des Dienstes zugewiesen wurden.

BSkyB legte bei der Ofcom Einspruch gegen die Entscheidung ein, weil die ATVOD die Absichten der Parteien nicht ausreichend beachtet habe und die Entscheidung fehlerhaft sei. Die Ofcom führte andere aktuelle Entscheidungen an, die sie getroffen hatte, und erklärte, es sei absolut angemessen, wenn die Parteien Unklarheiten über die redaktionelle Verantwortung selbst vertraglich regeln, solange dies den Zielen des Gesetzes oder der Richtlinie nicht entgegenstehe. In diesem Fall habe die ATVOD nicht ausreichend untersucht, ob vertragliche Bestimmungen, die regulatorische Verantwortlichkeiten zwischen den Parteien regeln sollen, die Unklarheiten über die Zuweisung der redaktionellen Verantwortung beseitigen. Zudem habe sie die eigene Leitlinie nicht korrekt angewandt, die lediglich einen Anhaltspunkt für den Ansatz bietet, den sie voraussichtlich wählen wird, aber rechtlich nicht bindend ist. Die Ofcom entschied jedoch, die Entscheidung erneut an die ATVOD zu verweisen, statt sie einfach durch eine eigene Entscheidung zu ersetzen, da die ATVOD die richtige Behörde sei, die im Licht früherer Ofcom-Entscheidungen zu entscheiden habe.

- *Ofcom, 'Appeal by BSKyB Against a Notice of Determination by ATVOD', published on 12 July 2012* (Ofcom, Einspruch von BSKyB gegen einen Feststellungsbescheid der ATVOD, 12. Juli 2012)
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=16093>

IRIS 2012-9/24

Ofcom bestätigt Entscheidungen der ATVOD

David Goldberg
deeJgee Research/Consultancy

Am 18. Januar 2012 hat der britische Regulierer Ofcom die Beschlüsse der ATVOD bestätigt, denen zufolge drei Viacom-Unternehmen (Nickelodeon UK Limited, The Paramount Partnership und MTV Networks Europe) für Videoabrufdienste, die ihren Inhalt auf der Virgin Media-Plattform darbieten, verantwortlich seien.

Der Fall betrifft § 368A des Kommunikationsgesetzes von 2003. Dieser definiert die redaktionelle Verantwortung, die wiederum die regulative Verantwortung nach sich zieht.

Ein Dienst ist nur dann ein Abruf-Programmdienst, wenn er die Definitionskriterien von § 368A des Gesetzes erfüllt. Für Berufungen ist in § 368A (1) (c) und (d) insbesondere hervorgehoben, dass

„ein Dienst ein Abruf -Programmdienst ist, wenn (...) (c) es eine Person gibt, die die redaktionelle Verantwortung dafür trägt; [und] (d) er von dieser Person für die Nutzung durch die Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt wurde“.

Der Begriff der redaktionellen Verantwortung wird im Sinne einer allgemeinen Kontrolle durch § 368A (4) definiert, wonach „eine Person die redaktionelle Verantwortung für einen Dienst trägt, wenn sie über eine allgemeine Kontrolle verfügt, (a) welche Sendungen das den Nutzern zur Verfügung gestellte Programmangebot beinhaltet; und (b) über die Art und Weise, in der die Sendungen innerhalb dieses Angebots organisiert sind; die Person muss nicht die Kontrolle über den Inhalt einzelner Sendungen oder über die Übertragung oder den Vertrieb des Dienstes haben“.

Die ATVOD hatte die jeweilige Vereinbarung zwischen den einzelnen Unternehmen und Virgin Media untersucht, worin jedes einzelne Unternehmen (...) zugestimmt hatte, Anbieter des Abruf-Programmdienstes, einschließlich des Inhalts des Berufungsklägers, gemäß der Vereinbarung zu sein und die ‚redaktionelle Verantwortung‘ für selbigen zu tragen, vorbehaltlich von durch Virgin Media in oder um den Inhalt platzierte Einschübe oder Werbung.

Des Weiteren wies die ATVOD in Bezug auf die Organisation von Material im Besonderen darauf hin, dass der Berufungskläger in jedem Fall die Metadaten bereitstelle, die zu den Sendungen gehören.

- *Ofcom Appeal Decision, 18 January 2012* (Berufungsentscheidung der Ofcom, 18. Januar 2012)
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=15659>

IRIS 2012-3/25

Nicht jugendfreies Abrufangebot zensiert

David Goldberg
deeJgee Research/Consultancy

Am 1. Februar 2012 hat die *Authority for Television On Demand* (britischer Koregulierer für Fernsehen auf Abruf – ATVOD) ihre Entscheidung bekanntgegeben, derzufolge der webbasierte Abrufdienst für nicht jugendfreie Programme *Boobybox.tv* gegen gesetzliche Regelungen verstoßen habe, denen zufolge Anbieter von Abrufangeboten gewährleisten müssen, dass Jugendliche unter 18 Jahren normalerweise keinen Zugriff auf harte pornographische Inhalte haben. *Boobybox.tv* wurde der ATVOD als seit November 2010 verfügbar gemeldet. Der Anbieter des Dienstes beschrieb seinen Inhalt als „allgemeine und größtenteils BBFC-konforme, online verfügbare britische Pornographie“.

Am 26. Juni 2011 beschwerte sich ein Vater, dass sein Sohn diesen Dienst sowie andere webbasierte Dienste genutzt habe, um auf pornographische Videos zuzugreifen, „(...) die keiner elterlichen Kontrolle unterliegen und bei weitem zu hart sind, um selbst nach britischem Recht zulässig zu sein (...)“.

Der Sachverhalt unterfällt § 368E (2) des Kommunikationsgesetzes aus dem Jahr 2003. Danach muss ein Abrufdienst, der Material beinhaltet, das die körperliche, geistige oder moralische Entwicklung von Personen unter 18 Jahren ernsthaft beeinträchtigen könnte, dieses Material in einer Weise zugänglich machen, die gewährleistet, dass diese Personen es normalerweise nicht sehen oder hören“. Diese Bestimmung spiegelt sich in Vorschrift 11 der *ATVOD Rules & Guidance* (Vorschriften und Leitlinien der ATVOD) wider.

Die ATVOD stellte fest, dass die Website die gesetzlichen Vorschriften in zweierlei Hinsicht verletze. Erstens ermöglichte sie jedem Besucher der Website uneingeschränkten Zugang zu einer Auswahl an harten pornographischen Werbevideos/Trailer, die reale Sexszenen explizit und im Detail zur Schau stellen, und zeigte auf der Homepage ein großes Standbild einer eindeutigen sexuellen Darstellung. Zweitens war der Zugang zu den vollständigen Videos für jeden Besucher frei, der eine Gebühr gezahlt hatte. Da der Abrufdienst Zahlungsarten wie beispielsweise Geldkarten und Prepaid-Gutscheine akzeptierte, die von unter 18-Jährigen genutzt werden können, entschied die ATVOD, dass der Dienst zudem versäumt habe, wirksame Zugangskontrollen in Hinblick auf die vollständigen Videos einzurichten.

Auf ihre Entscheidung ließ die ATVOD eine Ankündigung der Durchsetzung folgen, die den Anbieter von *Boobybox.tv* aufforderte, entweder den Hardcore-Porno-Inhalt vom Abrufdienst zu entfernen oder sämtliche Inhalte durch wirksame Zugangskontrollen zu sperren, die garantieren, dass lediglich Erwachsene sie sehen können.

Der Dienst wurde mittlerweile eingestellt.

- *ATVOD, Determination that the provider of the on demand programme service "boobybox.tv" was in breach of rule 11* (Entscheidung der ATVOD – Boobybox.tv), 1. Februar 2012
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=15660>

IRIS 2012-3/23

Sollten Form und Inhalt von auf Websites zugänglichen „Hardcore“-Sex-Videos als „fernsehähnlich“ eingestuft werden?

David Goldberg
deeJgee Research/Consultancy

Der britische Kommunikationsregulierer Ofcom (Office of Communications) hat am 13. Mai 2011 im Vereinigten Königreich erstmals Entscheidungen über Berufungsklagen gegen Beschlüsse der *Authority for Television On Demand* (Behörde für Fernsehen auf Abruf – ATVOD) getroffen.

In den beiden vorliegenden Fällen ging es um die Frage, ob zwei „Websites mit sexuellen Inhalten“ in den Anwendungsbereich der Vorschriften für audiovisuelle Mediendienste aus dem Jahr 2009 fielen, da es sich hierbei um einer Fernsehsendung vergleichbare Programme auf Abruf handele.

Die ATVOD schlussfolgerte, dass beide Dienste die gesetzlichen Vorgaben erfüllten und auch dass ihr „Hauptzweck die Bereitstellung von Programmen sei, deren Form und Inhalt mit denen von Sendungen vergleichbar sei, die normalerweise im Fernsehprogramm inbegriffen sind“, und sie daher als Programme auf Abruf angesehen werden sollten.

In diesem Punkt legte Playboy TV Berufung bei der Ofcom ein.

Playboy machte geltend, dass es sich nicht um fernsehähnliche Dienste handele und sie folglich nicht den neuen ATVOD-Vorschriften zum Schutz von Kindern vor Video-on-Demand-Inhalten, die ihnen schweren Schaden zufügen können, unterworfen seien, da die Videoinhalte auf den beiden Websites absolut eindeutige sexuelle Darstellungen zeigten und somit zu freizügig seien, um im britischen Fernsehen ausgestrahlt zu werden.

Die ATVOD hatte entschieden, dass der Inhalt der Videos expliziter sei als die Erotikprogramme, die von britischen Fernsehdiensten gezeigt werden. Allerdings seien die Videos (a) „mit solchen Programmen vergleichbar“ und (b) „im Wesentlichen identisch mit den ‚Erotikprogrammen‘, die in anderen EU-Rechtssystemen häufig bei linearen TV-Sendern ausgestrahlt würden“. Als solche seien sie der ATVOD zufolge den zum Schutz von Kindern bestimmten Vorschriften unterworfen.

Die Ofcom bestätigte die Entscheidungen der ATVOD. Sie war der Ansicht, dass „Form (und Format) des auf dem Dienst zur Verfügung gestellten Videomaterials eindeutig mit der Form von Sendungen ‚vergleichbar‘ sind, die normalerweise in Fernsehprogrammen und im Fernsehgrundfunk im Allgemeinen enthalten sind“. Des Weiteren sei der Inhalt, obwohl nicht identisch, mit dem Angebot im britischen Fernsehen „vergleichbar und somit den Bestimmungen zum Schutz von Kindern unterworfen“.

- *Ofcom decision - "Climax 3 Uncut"* (Entscheidung der Ofcom - "Climax 3 Uncut"), 13. Mai 2011
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=13315>
- *Ofcom decision - "Demand Adult"* (Entscheidung der Ofcom - "Demand Adult"), 13. Mai 2011
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=13316>

IRIS 2011-7/24

Schweden

Hörfunk- und Fernsehgesetz gilt für Web-TV-Dienste von Zeitungen

*Erik Ullberg und Michael Plogell
Wistrand Advokatbyrå, Göteborg*

Am 29. Oktober 2012 hat die *Granskningsnämnden för radio och TV* (schwedische Rundfunkkommission – SRK) vier Beschlüsse zur Anwendung des *Radio- och TV-lagen* (Hörfunk- und Fernsehgesetz – HFG) in Bezug auf Web-TV-Dienste auf den Websites von Zeitungen gefasst, die mehr oder weniger vergleichbare Gegebenheiten für die Websites der Zeitungen *Aftonbladet*, *Dagens Nyheter*, *Helsingborgs Dagblad* und *Norran* betreffen.

Zunächst hatte die SRK zu entscheiden, ob das HFG auf Web-TV-Dienste als solche anzuwenden sei. Nach den *travaux préparatoires* des HFG, die auf die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste 13/2010/EU verweisen, muss das vorrangige Ziel eines Dienstes darin bestehen, ein Programm bereitzustellen, damit der fragliche Dienst unter die Definition eines audiovisuellen Dienstes fällt. Die SRK befand, die Fernsehprogramme auf den Websites stellten von anderen Inhalten der Zeitungs-Websites getrennte Dienste dar. Darüber hinaus würden die Programme auf Anforderung und zu einer vom Nutzer gewählten Zeit öffentlich verfügbar gemacht, und die Programme seien zudem in Katalogen wie „Sport“ oder „Nachrichten“ geordnet. Angesichts dieser Tatsachen stufte die SRK die Web-TV-Dienste auf den Websites der Zeitungen als Fernsehen auf Abruf (nichtlineare Mediendienste) ein, die mithin unter das HFG fallen.

Folglich müssten die Zeitungen daher die Vorschriften gegen die unlautere Förderung kommerzieller Interessen und Werbung nach dem HFG beachten. In dieser Hinsicht konnten alle vier Zeitungen erfolgreich den Vorwurf widerlegen, sie hätten gegen die Vorschriften gegen unlautere Förderung kommerzieller Interessen verstoßen.

Die SRK war jedoch der Ansicht, *Aftonbladet* habe keine hinreichenden Kennzeichnungen zur klaren Trennung zwischen Werbung und sonstigen Inhalte vorgenommen und somit gegen das HRG verstoßen. Eine Sanktionierung von *Aftonbladet* hielt die SRK im vorliegenden Fall allerdings nicht für veranlasst.

Diese Fälle sind insofern interessant, als sie verdeutlichen, dass der Geltungsbereich des HRG Web-TV-Dienste von Zeitungen in vielen Fällen erfasst. Zeitungen müssen daher die Vorschriften des HRG zur Förderung kommerzieller Interessen und Werbung berücksichtigen und einhalten.

- *Granskningsnämnden för radio och tvs beslut i Dnr 12/00777 av den 29 oktober 2012* (Beschlüsse der schwedischen Rundfunkkommission in der Rechtssache 12/00777 vom 29. Oktober 2012) <http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=16192>
- *Granskningsnämnden för radio och tvs beslut i Dnr 12/00778 av den 29 oktober 2012* (Beschlüsse der schwedischen Rundfunkkommission in der Rechtssache 12/00778 vom 29. Oktober 2012) <http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=16193>
- *Granskningsnämnden för radio och tvs beslut i Dnr 12/00779 av den 29 oktober 2012* (Beschlüsse der schwedischen Rundfunkkommission in der Rechtssache 12/00779 vom 29. Oktober 2012) <http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=16194>
- *Granskningsnämnden för radio och tvs beslut i Dnr 12/00780 av den 29 oktober 2012* (Beschlüsse der schwedischen Rundfunkkommission in der Rechtssache 12/00780 vom 29. Oktober 2012) <http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=16226>

IRIS 2013-1/35

Slowakei

Identifizierung des Mediendienstanbieters

Juraj Polák

Rechts- und Lizenzabteilung, Büro des Rates für Rundfunk und Weiterverbreitung

Am 23. November 2011 hat der Rat der Slowakischen Republik für Rundfunk und Weiterverbreitung („Rat“) einen Beschluss bezüglich einer Beschwerde gegen „Internet TV“ gefasst, das über www.tnityv.weebly.com verbreitet wurde. Dieser Dienst war als „Internet-Fernsehen der Stadt Trencin“ gekennzeichnet und bot eine Auswahl an kurzen Videos auf Abruf an, die sich mehrheitlich mit Themen in Verbindung mit der Stadt Trencin befassen. Nach einer ersten Bewertung dieses Dienstes kam beim Rat der begründete Verdacht auf, dass es sich hier um einen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf handeln könnte; seien Anbieter könnte somit gegen die gesetzliche Auflage verstoßen haben, dem Rat die Bereitstellung eines solchen Dienstes anzuzeigen. Der Rat kann eine Geldbuße von bis zu EUR 1.000 für wiederholte Verstöße gegen diese Verpflichtung verhängen.

Der Dienst selbst benannte den Anbieter nicht eindeutig. Die amtliche Mitteilung über die Einleitung rechtlicher Ermittlungen wurde der juristischen Person („Teilnehmer“) zugestellt, die im Dienst unter „Produktion“ genannt war. In seiner Antwort unterstrich der rechtliche Vertreter des Teilnehmers, der Teilnehmer sei nicht Inhaber der genannten Internet-Domäne, und er empfahl dem Rat, sich an den Inhaber der Domäne „weebly.com“ (einen US-amerikanischen Hostingdienst)

zu wenden. Der Teilnehmer machte geltend, der Anbieter dieses Dienstes sei ein nicht näher spezifiziertes Unternehmen mit Sitz in den USA, und der Dienst ziele auf in den USA lebende Slowaken ab. Der Inhalt des Dienstes (mehrheitlich auf die Stadt Trencin bezogen und ausschließlich in slowakischer Sprache) werde von slowakischen „Freiwilligen“ wie dem Teilnehmer „erstellt und [an das US-Unternehmen] geliefert“. Der Teilnehmer erklärte somit, der Inhalt dieses Dienstes werde außerhalb der Slowakischen Republik (und der EU) „erstellt“, der Dienst werde nicht auf einer slowakischen (oder EU-)Domäne betrieben und der Server für diesen Dienst stehe außerhalb der Slowakischen Republik (und der EU). Daher könne dieser Dienst nicht unter die Rechtshoheit des Rates fallen.

Der Rat forderte den Teilnehmer wiederholt auf, einige zusätzliche Fragen persönlich zu beantworten (insbesondere das US-Unternehmen zu benennen, welches angeblich den Dienst betreibt), jedoch ohne Erfolg. Schließlich erklärte der Teilnehmer in einem Telefongespräch, er sei nicht berechtigt, weitere Erklärungen zum Dienst abzugeben, da er nicht der Anbieter sei und er bereits alle maßgeblichen Tatsachen in seiner schriftlichen Antwort an den Rat dargelegt habe.

Nach Prüfung aller verfügbaren Tatsachen kam der Rat zu dem Schluss, der fragliche Dienst stelle in der Tat einen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf dar. Der Rat machte in seiner Begründung sehr deutlich, dass es völlig irrelevant sei, wo sich der Server für den Dienst befinde bzw. wer der Inhaber der Internet-Domäne des Dienstes sei. Zur Identifizierung des Mediendiensteanbieters sei es erforderlich zu bestimmen, wer für die Auswahl und die Organisation des Dienstinhalts verantwortlich zeichnet, mit anderen Worten, bei wem die redaktionelle Verantwortung dafür liegt. In Bezug auf den fraglichen Dienst erklärte der Rat, der Teilnehmer habe das US-Unternehmen nicht benannt, welches angeblich den Dienstinhalt auswähle und organisiere, obwohl der Teilnehmer selbst wohl mit diesem Unternehmen kommuniziere und auch Videoinhalte an dieses Unternehmen sende. Der Teilnehmer habe darüber hinaus nicht erklären können, warum alle Kontaktangaben (etwa „Produktion“, „Vertrieb und Marketing“, „audiovisuelle Herstellung“) auf Personen mit slowakischen Telefonnummern verweisen und weshalb sich im gesamten Dienst kein Verweis auf das erwähnte US-Unternehmen findet.

Der Rat kam schließlich zu dem Schluss, dass das Angebot entgegen den Behauptungen des Teilnehmers nicht auf in den USA lebende Slowaken abziele, da alle Werbung in dem Dienst auf Unternehmen verweise, die ausschließlich in der Slowakischen Republik tätig seien (mehrheitlich im Gebiet Trencin, zum Beispiel Lokalradio, Cafés usw.). Alle redaktionellen und werblichen Inhalte dieses Dienstes seien daher eindeutig an die Bevölkerung der Slowakischen Republik gerichtet. Der Rat unterstrich, der Teilnehmer selbst sei als „Produktion“ gekennzeichnet, wohingegen der slowakische Begriff „(künstlerische) Schaffung der (künstlerischen) Werke oder Sammlung künstlerischer Werke“ bedeute. Unter diesen Umständen sei mit Sicherheit davon auszugehen, dass „Produktion“ sich tatsächlich auf die Auswahl und Organisation des Inhalts des Angebots beziehe. Der Rat klassifizierte somit den Teilnehmer als Anbieter dieses audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf und verhängte eine Strafe in Form einer Verwarnung wegen Nichtanzeige beim Rat; nachdem es sich um den ersten Verstoß handelte, musste eine Verwarnung erfolgen.

Dieser Beschluss wurde beim Rat nicht angefochten. Die Internet-Site stellte bald darauf ihre Tätigkeit ein. Allerdings wurde vor kurzem festgestellt, dass vermutlich derselbe Dienst („Internet-Fernsehen der Stadt Trencin“) auf einer anderen Website angeboten wird. Die Kontaktangaben verweisen auf ein Unternehmen mit Sitz in Panama, und der Teilnehmer ist eindeutig als Wirtschaftssubjekt gekennzeichnet, das mit diesem Dienst in Fragen der Werbung zusammenarbeitet (etwa Verkauf von Werbung auf diesem Dienst).

- *Rada pre vysielanie a retransmisiu, Rozhodnutie c. RL/98/2011, 23.11.2011* (Beschluss des Rats der Slowakischen Republik für Rundfunk und Weiterverbreitung c. RL/98/2011 vom 23. November 2011)
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=15760>

Audiovisuelle Abrufdienste in Europa

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Das europäische Angebot an audiovisuellen Abrufdiensten erscheint immer komplexer, fragmentierter und in vielerlei Hinsicht intransparent. Um diese komplexe Situation darstellen zu können, hat die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle ihre Datenerfassung perfektioniert, indem sie die Datenbank MAVISE, die bisher auf die Fernsehsender und ihre Verbreitungsarten begrenzt war, erweitert hat. Die Datenbank MAVISE¹ umfasst nun mehr als 10.000 Fernsehsender sowie fast 3.000 audiovisuelle Abrufdienste.

Unsere Definition von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf ist hier weiter gefasst und pragmatischer als die der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste. Unser Ziel ist nicht eine juristische Beurteilung, sondern eine möglichst vollständige Darstellung dieses außerordentlich komplexen Marktes, der sich rasch entwickelt und für den nur wenige zuverlässige Daten vorliegen. Kurz, wir versuchen, die audiovisuellen Mediendienste auf Abruf, so wie sie in der Richtlinie definiert sind, zu erfassen, aber haben zusätzlich Dienste aufgenommen, die eigentlich nicht unter die Definition der Richtlinie fallen: Video-Tauschdienste, Dienste für NVoD und Speicherung auf PVR, die von den Betreibern von Satellitenplattformen oder Bezahlfernsehbouquets in Ermangelung echter VoD-Dienste oder als Ergänzung zu solchen Diensten im digitalen terrestrischen Fernsehen angeboten werden, sowie Dienste, deren Einstufung als audiovisueller Mediendienst auf Abruf nicht eindeutig ist: die „Markenkanäle“ im Katalog von iTunes oder von Xbox Video, Podcasts sowie Apps für Smartphones und Tablet-PCs, mit denen der Zugang zu Abrufkatalogen möglich ist, Apps für Smart TV oder auch die Plattformen für „Video Sharing“ wie YouTube oder Daily-motion.

Mit dieser erweiterten Darstellung wollen wir versuchen, einen Gesamtüberblick über die strategischen Optionen der verschiedenen Akteure zu geben, indem wir aufzeigen, wie sie sich mit Blick auf die diversen technischen Möglichkeiten positionieren. Für die Betreiber sind Fragen des geistigen Eigentums relevanter als die in der Richtlinie gemachte Trennung zwischen Fernsehen und audiovisuellem Mediendienst auf Abruf. Die wichtigste strategische Einteilung stellt die (fast ausschließlich von Fernsehveranstaltern angebotenen) Catch-up-TV-Dienste den VoD-Diensten mit ihren Titelkatalogen und dem viel offeneren Markt gegenüber.

Die hier gezeigten Aufstellungen sind allerdings noch nicht vollständig. Am schwierigsten sind diejenigen Dienste zu erfassen, die im Internet frei zugänglich sind. Wir geben hier für die VoD-Dienste

1) <http://mavise.obs.coe.int>

(mit einem Angebot aus Spielfilmen, TV-Serienkatalogen, Musikvideos, Dokumentationen, Bildungsprogrammen usw.) konservative Zahlen an. Die von uns im Internetauftritt der Rundfunkveranstalter, auf der Homepage ihres Fernsehsenders oder auf einer speziellen Webseite für das zeitversetzte Fernsehen erfassten Online-Mediatheken (Catch-up-TV) sind wahrscheinlich unvollständig und erstrecken sich in den meisten Ländern noch nicht auf die Angebote lokaler Fernsehsender. Und schließlich haben wir keine Angebote erfasst, bei denen es Zweifel an ihrer Gesetzmäßigkeit gibt (Websites mit einem offensichtlich unerlaubten Streaming-Angebot von Spielfilmen, Link-Sammlungen zu Dateien in Peer-to-Peer-Netzen), und auch keine auf Inhalte für Erwachsene spezialisierten Dienste, von denen die populärsten außerdem ihren Standort in den Vereinigten Staaten haben.

Wie bei den Fernsehdiensten ist für eine statistische Beschreibung der audiovisuellen Abrufdienste die Bereitstellung zweier Datenarten erforderlich: die Anzahl der in einem Land niedergelassenen Dienste und die Anzahl der in einem Land verfügbaren Dienste.

Probleme bei der Ermittlung der Diensteanbieter und des Niederlassungslandes

Die Erstellung von Statistiken über die Anzahl der in einem Land niedergelassenen audiovisuellen Abrufdienste setzt voraus, dass die Mitgliedstaaten vollständige und detaillierte Listen vorlegen, was bedeutet, dass auch Name und Standort des Betreiberunternehmens bekannt sein müssen.

Artikel 5 der AVMD-Richtlinie besagt folgendes: „Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Anbieter audiovisueller Mediendienste den Empfängern eines Dienstes mindestens die nachstehend aufgeführten Informationen leicht, unmittelbar und ständig zugänglich machen:

- a) den Namen des Mediendiensteanbieters;
- b) die geografische Anschrift, unter der der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist;
- c) Angaben, die es ermöglichen, mit dem Mediendiensteanbieter schnell Kontakt aufzunehmen und unmittelbar und wirksam mit ihm zu kommunizieren, einschließlich seiner E-Mail-Adresse oder seiner Internetseite;
- d) gegebenenfalls die zuständigen Regulierungs- oder Aufsichtsstellen.“

In der Praxis ist diese Mindesttransparenz jedoch nicht gegeben. Die Onlinediensteanbieter machen auf ihrer Webseite nicht immer genaue Angaben zu dem Unternehmen, das die redaktionelle Verantwortung trägt. In einigen Fällen ist der Betreiber im Internetauftritt des betreffenden Dienstes eindeutig erkennbar, aber es kann vorkommen, dass der Dienst bei der Regulierungseinrichtung eines anderen Landes mit einem anderen Betreiberunternehmen gemeldet ist. Wenn es sich um Internetauftritte handelt, deren Inhalte von den großen internationalen Konzernen mit Sitz in den Vereinigten Staaten stammen, ist die Konzernzugehörigkeit üblicherweise erkennbar; allerdings wird nicht präzisiert, ob das Betreiberunternehmen die Mutter oder eine der europäischen Töchter ist. In einigen Fällen wird in den „Nutzungsbedingungen“ ein Unternehmen genannt, an das sich die Kunden wenden können, das aber nicht unbedingt auch das Betreiberunternehmen sein muss. Noch undurchsichtiger ist die Situation, wenn die Dienste über Plattformen verbreitet werden: Offene Plattformen wie YouTube oder Dailymotion, geschlossene Plattformen wie iTunes, Xbox Video oder die Plattformen von Kabelnetz- oder IPTV-Betreiber. Die einzige Information für den Verbraucher oder den Beobachter ist der Name des Filmstudios oder des Sendeunternehmens, das den Dienst betreibt, aber auch hier ist es nicht möglich in Erfahrung zu bringen, welche Rechtspersönlichkeit dahinter steht. In diesem Fall wäre es grundsätzlich möglich, über die Verbreitungsunternehmen exakte Informationen zu den Diensteanbietern zu erhalten, mit denen sie zusammenarbeiten, aber die Richtlinie enthält keine Verpflichtung für sie, die Identität dieser Anbieter offenzulegen. Die Anfragen der Informationsstelle bei den Plattformbetreibern sind in der Regel unbeantwortet geblieben. Da grenzüberschreitende Aktivitäten hier noch einfacher sind als beim Fernsehen, wissen die nationalen Behörden nicht unbedingt, dass sich auf ihrem Territorium Dienste mit Zielpublikum im Ausland befinden. Nach unserer Schätzung sind etwa 40 % der VoD-Spielfilmdienste in einem anderen Land als dem Empfangsland niedergelassen.

Bei mehr als einem Drittel der von der Informationsstelle in der Datenbank MAVISE erfassten Dienste ist die Nennung des Anbieters rein hypothetischer Natur. Die zugrunde liegenden Annahmen sind folgende:

- Bei den Mediatheken der Fernsehsender und den Markenkanälen der Sendeunternehmen auf den offenen Plattformen gehen wir davon aus, dass der Anbieter dieses Dienstes identisch mit dem Fernsehunternehmen ist;
- Bei den Spielfilm-Abrufdiensten (VoD) auf einer Verbreitungsplattform wie Xbox Video, wo Filmkataloge der amerikanischen Studios in den wichtigsten europäischen Sprachen angeboten werden, gehen wir davon aus, dass die Dienste direkt vom Mutterunternehmen bestückt werden.

Mit der Ausweitung der Datenbank MAVISE auf die Abrufdienste erhoffen wir uns, dass die Bereitstellung dieser von der Informationsstelle erfassten Listen – auch wenn sie unvollständig sind – schrittweise eine Anpassung der Informationsqualität ermöglicht. Nachdem es keinen verbindlichen Rechtsrahmen gibt, ist die freiwillige Zusammenarbeit der Unternehmen die einzige Möglichkeit, nach und nach für mehr Transparenz in diesem Bereich zu sorgen.

Analyse

Im April 2013 waren 2 458 sendefähige Dienste in der Europäischen Union erfasst. Es überrascht nicht, dass in den großen Ländern auch zahlreiche Dienste niedergelassen sind. Vereinigtes Königreich (588 Dienste, was 23,9 % entspricht), Frankreich (358 Dienste bzw. 14,6 %), Deutschland (228 Dienste bzw. 9,3 %) und Italien (145 Dienste bzw. 5,9 %). In vier Ländern gibt es im Vergleich zu ihrer Größe relativ viele Dienste: Bei drei von ihnen, Luxemburg, Schweden und Tschechische Republik, handelt es sich eindeutig um Niederlassungsländer von Diensten, die ihren Zielmarkt im Ausland haben. In Luxemburg befindet sich der Sitz der von iTunes SARL betriebenen iTunes Stores, die nicht nur auf die anderen europäischen Länder abzielen, sondern auch auf zahlreiche Länder Afrikas, des Mittleren Ostens und Asiens (mit Ausnahme von Japan); zudem gibt es dort verschiedene Sprachversionen von Netflix und offensichtlich auch die MSN-Portale von Microsoft. In Schweden haben mehrere Dienste für die nordischen Länder ihren Sitz (SF Anytime, Canal+ Digital, CDON usw.), während die Tschechische Republik die verschiedenen Sprachversionen von HBO OD mit Zielmarkt Mitteleuropa beherbergt. In den Niederlanden haben nicht nur einige Dienste mit europaweitem Zielmarkt, wie Europeana und EU Screen, ihren Sitz, sondern auch eine Vielzahl kleiner Abrufdienste und zahlreiche Online-Mediatheken von Sendeveranstaltern.

Auffallend ist auch die signifikante Anzahl von Diensten, deren Sitz sich vermutlich – auch wenn das juristisch umstritten sein mag – in den Vereinigten Staaten befindet. Einige Dienste, die in verschiedenen Sprachversionen abrufbar sind, wie Google Play Movies, YouTube movies, MUBI und Eurochannel, geben eindeutig an, dass sich der Sitz ihres Anbieters in den Vereinigten Staaten befindet. Weniger klar ist dies bei den Diensten der Filmstudios, die insbesondere auf Xbox Video zu empfangen sind: Da keinerlei Angaben gemacht werden, gehen wir von einem Sitz in den Vereinigten Staaten aus. In der Datenbank MAVISE sind im April 2013 insgesamt 172 Dienste erfasst, die ihren tatsächlichen oder vermuteten Sitz in den Vereinigten Staaten haben und ausdrücklich auf einen oder mehrere europäische Märkte abzielen.

Die Online-Mediatheken der Fernsehsender (Catch-up-TV) machen mehr als ein Drittel des Angebots an audiovisuellen Abrufdiensten mit Sitz in der Europäischen Union aus. Solche Dienste können außerordentlich umfangreich und vielfältig sein (wobei das europäische Modell wahrscheinlich der BBC iPlayer ist, der auf allen vorhandenen Plattformen verbreitet wird) oder sehr viel bescheidener, wenn Spartenkanäle sich damit begnügen, einige Ausschnitte anzubieten. Die Online-Mediatheken der Fernsehsender sind üblicherweise kostenlos abrufbar, einige jedoch sind im Abonnement für eine Gruppe von Spartenkanälen enthalten. Inzwischen gibt es einige Beispiele für kostenpflichtige Mediatheken von Fernsehsendern.

Die zweitwichtigste Kategorie ist die der Markenkanäle auf den offenen Plattformen (YouTube, Dailymotion). Unsere Erfassung dieser Art von Diensten ist sicher bei Weitem nicht erschöpfend. Wir haben versucht, systematisch die Internetauftritte der Fernsehsender zu ermitteln, ohne jedoch

in jedem Fall die Lokalfernsehsender zu berücksichtigen, die in einigen Ländern gezielt diese Plattformen nutzen, um ihr Archiv zugänglich zu machen.

Die dritthäufigste Art von Diensten sind Abrufdienste mit einem Angebot aus Filmkatalogen. In diesem Markt haben sich besonders zahlreiche Akteure positioniert: Unternehmen aus dem Informatik- und Videospielebereich wie Apple (mit nicht weniger als 76 verschiedenen Stores, die einen Filmkatalog im Angebot haben) oder Sony; Verbreitungsplattformen von Fernsehdiensten (Kabel, Satellit, IPTV), Fernsehunternehmen, Videoherausgeber und -einzelhändler, Spielfilmproduzenten und -verleiher und sogar einige Zeitungen.

Probleme bei der Erfassung aller verfügbaren Dienste in einem bestimmten Markt

Die Bezifferung der in einem Markt verfügbaren Dienste ist an sich äußerst problematisch. Eine große Zahl audiovisueller Abrufdienste wird im Internet ohne jegliche territoriale Beschränkung verbreitet. Das gilt insbesondere für die meisten Markenkanäle auf den offenen Plattformen wie YouTube oder Dailymotion, für Internet- oder Nachrichtenportale, für zahlreiche Online-Mediatheken, Internet-Archive und für (relativ wenige) Abrufdienste. So könnte das Angebot verfügbarer Dienste in jedem europäischen Land in die Tausende gehen. Wie bei den Fernsehdiensten haben wir einen restriktiveren Ansatz gewählt. Unsere Zahlen sollen das Angebot für ein bestimmtes Land darstellen: Bei den geolokalisierten Diensten ist es offensichtlich; bei den anderen Diensten erfassen wir lediglich diejenigen, die „natürlicherweise“ auf einen bestimmten Markt abzielen: ein Dienst eines Sendeveranstalters des betreffenden Landes oder die Version einer internationalen Marke in der Sprache des betreffenden Landes. Nur einige klar europaweit ausgerichtete Dienste wurden als in jedem europäischen Land verfügbar betrachtet.

Das Vereinigte Königreich ist führend was die Zahl der verfügbaren Dienste angeht. Das erklärt sich sowohl durch die große Dynamik der Sendeveranstalter (insbesondere der BBC, die neben dem BBC iPlayer zahlreiche Markenkanäle auf YouTube betreibt) als auch durch die Tatsache, dass aufgrund der sprachlichen Gemeinsamkeiten die amerikanischen Dienste eher auf den britischen Markt ausgerichtet sind, dem weiterhin eine Pionierrolle in Europa zukommt. Das gilt ganz besonders für die von Xbox Video (Microsoft Luxembourg SARL) verbreiteten Dienste der amerikanischen Filmstudios.

Anzahl der Spielfilm-Abrufdienste in EU-Ländern (April 2013)

In Einheiten

Ländercode	VoD-Anbieter				Insgesamt
	im Land	in einem anderen EU-Land	in einem Nicht-EU-Land	außerhalb Europas	
AT	10	12	2	21	45
BE (CFR)	29	5	3	23	60
BE (VLG)	29	7	1	24	61
BG	6	5			11
CY	7	3		4	14
CZ	28	4			32
DE	72	13	2	25	112
DK	13	23		19	55
EE	3	3	1	4	11
ES	26	6	1	26	59
FI	14	24		26	64
FR	110	25	3	38	176
GB	115	4	4	59	182
GR	7	3		3	13
HU	6	12			18
IE	6	13	3	40	62
IT	25	6	3	22	56
LT	4	3	1	3	11
LU	5	5	1	5	16
LV	3	3	1	3	10
MT	2	3		3	8
NL	30	9	1	22	62
PL	30	9	1	4	44
PT	9	4		5	18
RO	4	5		4	13
SE	18	9	1	28	56
SI	10	5		4	19
SK	7	6		4	17
Gesamt EU	628	229	29	419	1 305
	48,1%	17,5%	2,2%	32,1%	

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle / Datenbank MAVISE

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle
Jahrbuch Online Premium Service 2012

Anzahl der audiovisuellen Abrufdienste nach Niederlassungsland und Genre (April 2013)

Ländercode	Markenkanäle (1)	Catch-up-TV-Dienste (2)	Nachrichten / Portale (3)	VoD-Vollprogramme (4)	VoD-Musik	VoD-Spielfilme	VoD-Spiel- + Fernsehfilme
AT		37	4		1	6	1
BA						3	
BE	8	20	7	8	2	13	
BG		12		3		4	
CH	3	9		4	3	27	
CY	1	4		1	1	3	
CZ	6	15	10	7	9	5	19
DE	48	91	5	2		23	10
DK	5	11	3	1		10	
EE	1	4				2	
ES		60	2	3	2	16	
FI	3	4		3		5	
FR	49	152	15	19	6	20	3
GB	232	144	9	12	22	39	1
GR	14	16	1			5	
HR	6	2				5	1
HU	9	51	3			6	
IE	10	7		2	2	1	
IT	62	36	13	1	1	8	
LT	6	4				4	
LU	8	3	14			82	3
LV	2	10				3	
MT	1	4				1	
NL	43	32		1		27	
NO	5	5				3	
PL	33	30	1	5	2	14	
PT	8	16		3	1	3	
RO	15	25		6		3	
SE	3	58	4			32	4
SI	4	6				9	
SK	2	12	1			2	
Gesamt EU	573	864	92	77	49	346	41

- (1) "Markenkanäle" von Fernsehveranstaltern auf Dailymotion, YouTube,... die in dem Land niedergelassen sind.
- (2) Catch-up-TV-Dienste oder Trailerseiten von Fernsehveranstaltern des Landes oder mit Zielmarkt in dem betreffenden Land.
- (3) Portale wie MSN, Yahoo! und Videoseiten von Zeitungswebsites.
- (4) VoD-Dienste, die in dem Land zugänglich sind und eine Mischung aus Filmen und unterschiedlichen Kategorien von Fernsehprogrammen anbieten.
- (5) Dienste, die Zugang zu Sportveranstaltungen oder zu Archiven von Sportveranstaltungen anbieten.
- (6) Nur Dienste, die von einer Regulierungsbehörde zugelassen oder Teil des Programmangebots einer Verbreitungsplattform sind.

VoD-Fernseh-filme	VoD-Dokumen-tationen	VoD für Kinder/Animation	Film-/Fernseh-archiv	Film trailer	Sport (5)	VoD-Erwachsenen-programme (6)	Ver-schiedene	Ins-gesamt
1		1			4		10	65
								3
2		3	1		1	1	7	73
								19
			2					48
1		1						12
1		4	1		8	2	10	97
20	5	8	1	11	1		3	228
2				9				41
								7
6			1	3				93
2			1					18
17	8	21	8	11		9	20	358
40	17	21	2	5	18	18	8	588
1	1							38
								14
			1				3	73
		1						23
5	3	2	2	4	2		6	145
								14
								110
								15
1								7
		1	3		1			108
			1					14
3					1	1	3	93
1		2						34
					1			50
			1		5	1	2	110
	1	1				1		22
								17
103	35	66	22	43	42	33	72	2 458

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle / Datenbank MAVISE

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle
Jahrbuch Online Premium Service 2012

Anzahl der audiovisuellen Abrufdienste nach Genre und Land (April 2013)

Nur Anbieter mit eindeutigem Zielmarkt in dem betreffenden Land werden berücksichtigt. Es kann vorkommen, dass ein Anbieter in zwei oder mehr Ländern gezählt wird. Außerhalb Europas niedergelassene Dienste wurden berücksichtigt, wenn ihre Zielmärkte hauptsächlich in einem oder mehreren europäischen Ländern liegen.

Ländercode	Markenkanäle auf offenen Plattformen (1)	Catch-up-TV-Dienste (2)	Nachrichten/Portale (3)	VoD-Vollangebot (4)	VoD-Musik	VoD-Filme
AT	42	46	4	1	2	32
BA	keine Angaben	1				
BE (CFR)	5	23	8	8	4	36
BE (VLG)	6	28	5	8	2	34
BG	keine Angaben	15		3		6
CH	46	24	1	4	3	42
CY	2	4		1	1	6
CZ	5	16	10	7	5	6
DE	44	98	5	5	1	43
DK	6	34	4	2	1	39
EE	3	6				6
ES	7	62	3	3	4	38
FI	4	12	1	4	1	40
FR	44	145	2	21	1	50
GB	172	53	12	11	7	71
GR	14	18	2			8
HR	7	4				6
HU	12	6	3	1	2	9
IE	14	13	1	2	3	43
IT	68	42	13	1	4	29
LT	8	4				8
LU	3	5			3	8
LV	4	11				7
ME	keine Angaben					
MK	keine Angaben	2				
MT	1	4				4
NL	52	27	1	1	1	5
NO	7	19	1	1	1	37
PL	38	39	1	5	4	2
PT	9	22	1	2	2	6
RO	17	3		1		6
SE	7	52	4	1	1	42
SI	4	9				12
SK	2	16	1			6
TR	3	1	1	1		3

- (1) Markenkanäle auf Dailymotion, YouTube usw., die sich auf das Land beziehen (lokale Fernsehsender, Dienste in der Sprache des Landes usw.).
- (2) Catch-up-TV-Dienste oder Trailerseiten von Fernsehveranstaltern des Landes oder von Sendern mit Zielmarkt in dem betreffenden Land.
- (3) Portale wie MSN, Yahoo! und Videoseiten von Zeitungswebsites.
- (4) VoD-Dienste in dem Land, die eine Mischung aus Filmen und unterschiedlichen Kategorien von Fernsehprogrammen anbieten.
- (5) Dienste, die Zugang zu Sportveranstaltungen oder zu Archiven von Sportveranstaltungen anbieten.

VoD-Spiel- und Fernseh- filme	VoD- Fernseh- filme	VoD- Dokumen- tationen	VoD für Kinder/ Animation	Film-/ Fernseh- archive	Film- trailer	Sport (5)	Ver- schiedene	Ins- gesamt
1	3	1	3	2	1	5	9	152
1								2
	3	1	5	1	4	1	1	100
	3	1	5		2	1	6	101
1								25
		1	1	6	4	3	1	136
	1		1					16
2	2		2	1	1	9	5	71
11	23	6	9	2	11	4	6	268
5	3		2		1	1		98
						1		16
	9	1	3	2	4	1	1	138
4	2		2	1	1	2		74
5	28	1	31	4	13	3	20	368
1	34	18	2	4	4	19	11	419
	1	1			1			45
3								20
2	2		2	1			3	43
		3	5	2	1	2		89
	9	4	3	3	5	2	7	190
						1		21
				1	3	2		25
						1		23
1								1
1								3
	1							10
2	3	1	1	2	1	1		98
4				1		1		72
2	3					1	3	98
	1		2					45
1	2					1		31
4			2	1	1	4	2	121
2		1	1					29
2	1					1		29
								9

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle / Datenbank MAVISE

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle
Jahrbuch Online Premium Service 2012



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

Informationen für den audiovisuellen Sektor

Der Auftrag der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle ist die Schaffung von mehr Transparenz im europäischen audiovisuellen Sektor. Die Umsetzung dieses Auftrags erfordert die Sammlung, Bearbeitung und Verbreitung von aktuellen und relevanten Informationen über die verschiedenen audiovisuellen Industrien.

Die Audiovisuelle Informationsstelle hat sich für eine pragmatische Definition des Begriffs des audiovisuellen Sektors entschieden. Die wichtigsten Arbeitsbereiche sind: Film, Fernsehen, Video/DVD, audiovisuelle nicht lineare Mediendienste, staatliche Maßnahmen für Film und Fernsehen. Auf diesen fünf Tätigkeitsfeldern bietet die Audiovisuelle Informationsstelle Informationen im juristischen Bereich sowie Informationen über die Märkte und die Finanzierungsmöglichkeiten an. Die Audiovisuelle Informationsstelle erfasst und analysiert Entwicklungen in ihren Mitgliedstaaten und auf europäischer Ebene. Wenn es angebracht erscheint, werden darüber hinaus auch außereuropäische Länder, die für Europa relevant sind, in die Beobachtung einbezogen. Die verschiedenen Phasen bis zur Informationsbereitstellung umfassen die systematische Sammlung, Analyse und Aufbereitung von Informationen und Daten. Die Weitergabe an die Nutzer erfolgt in Form von Publikationen, Online-Informationen, Datenbanken und Verzeichnissen von Internet-Links sowie Konferenzvorträgen. Die Arbeit der Informationsstelle stützt sich in hohem Maße auf internationale und nationale Quellen, die relevante Informationen bereitstellen. Zu diesem Zweck hat die Informationsstelle ein Netzwerk aus Partnerorganisationen und -institutionen, Informationsdienstleistern und ausgewählten Korrespondenten aufgebaut. Die primären Zielgruppen der Informationsstelle sind Fachleute im audiovisuellen Sektor: Produzenten, Verleiher, Kinobetreiber, Rundfunkveranstalter und Anbieter anderer Mediendienste, Mitarbeiter internationaler Organisationen im audiovisuellen Bereich, Entscheidungsträger innerhalb der verschiedenen Medienbehörden, nationale und europäische Gesetzgeber, Journalisten, Wissenschaftler, Juristen, Investoren und Berater.

Die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle wurde im Dezember 1992 gegründet und ist dem Europarat über ein „Erweitertes Teilabkommen“ angegliedert. Ihr Sitz befindet sich in Straßburg, Frankreich. Die Mitglieder der Informationsstelle sind zurzeit 39 europäische Staaten sowie die Europäische Union, vertreten durch die Europäische Kommission. Jedes Mitglied entsendet einen Vertreter in den Exekutivrat. Das internationale Team der Informationsstelle wird von einem Geschäftsführenden Direktor geleitet.

Die Produkte und Dienstleistungen der Informationsstelle lassen sich in vier Gruppen unterteilen:

- **Publikationen**
- **Online-Informationen**
- **Datenbanken und Verzeichnisse**
- **Konferenzen und Workshops**

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

76 Allée de la Robertsau – F-67000 Strasbourg – France
Tel.: +33 (0) 3 90 21 60 00 – Fax: +33 (0) 3 90 21 60 19
www.obs.coe.int – E-mail: obs@obs.coe.int



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE



COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE



Juristische Informationsdienste der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle

Bestellen Sie:

- unter <http://www.obs.coe.int/about/order>
- per Email: orders-obs@coe.int
- per Fax : +33 (0)3 90 21 60 19

IRIS Newsletter

*Rechtliche Rundschau
der Europäischen Audiovisuellen
Informationsstelle*

Online, kostenlos!

Der IRIS Newsletter ist ein aktueller und zuverlässiger monatlicher Informationsdienst, der alle für den audiovisuellen Sektor rechtlich relevanten Ereignisse in Europa erfasst und aufbereitet. IRIS deckt alle für die audiovisuelle Industrie wichtigen juristischen Bereiche ab. Den Schwerpunkt der IRIS-Beiträge bilden Artikel über die rechtlichen Entwicklungen in den rund 50 Ländern eines erweiterten Europas. IRIS berichtet sowohl über Mediengesetzgebung als auch über wichtige Entwicklungen, Urteile, Verwaltungsentscheidungen und politische Beschlüsse mit möglichen rechtlichen Konsequenzen. IRIS kann kostenlos per Email bezogen und über die IRIS Webseite abgerufen werden: <http://merlin.obs.coe.int/newsletter.php>

IRIS plus

*Brandaktuelle Themen
aus verschiedenen Blickwinkeln*

Durch rechtliche, wirtschaftliche oder technologische Entwicklungen im audiovisuellen Sektor entstehen Themenkomplexe, die einen akuten Informationsbedarf aufwerfen. Diese Themen zu erkennen und den dazugehörigen rechtlichen Hintergrund zu liefern, das ist das Ziel von IRIS plus. Dazu bietet Ihnen IRIS plus eine Kombination aus einem Leitbeitrag, einer Zusammenstellung von Einzelberichterstattungen sowie ein Zoom-Kapitel mit Übersichtstabellen, aktuellen Marktdaten oder anderen praktischen Informationen. Dadurch erhalten Sie das notwendige Wissen, um den aktuellen Diskussionen im und über den audiovisuellen Sektor zu folgen. Weitere Informationen: <http://www.obs.coe.int/irisplus>

IRIS Merlin

*Datenbank für juristische
Informationen von Relevanz für den
audiovisuellen Sektor in Europa*

Die Datenbank IRIS Merlin ermöglicht den Zugang zu mehr als 6.500 Beiträgen über juristische Ereignisse mit Bedeutung für den audiovisuellen Sektor. Darin beschrieben werden maßgebliche Gesetze, Entscheidungen verschiedener Gerichte und Verwaltungsbehörden sowie Strategie-papiere (policy documents) aus über 50 Ländern. Darüber hinaus enthalten sie Informationen über Rechtsinstrumente, Entscheidungen und Strategiepapiere der wichtigsten europäischen und internationalen Institutionen. Freier Zugang unter: <http://merlin.obs.coe.int>

IRIS Spezial

*Umfassende Fakten gepaart
mit detaillierten Analysen*

In den Ausgaben der Reihe IRIS Spezial geht es um aktuelle Fragen aus dem Medienrecht, die aus einer juristischen Perspektive aufbereitet werden. Die Reihe IRIS Spezial bietet einen umfassenden Überblick über die relevanten nationalen Gesetzgebungen und erleichtert so den Vergleich zwischen den jeweiligen Rechtsrahmen verschiedener Länder. Sie befasst sich immer mit hochgradig relevanten Themen und beschreibt den europäischen und internationalen rechtlichen Kontext, der Einfluss auf die jeweilige nationale Gesetzgebung hat. IRIS Spezial vermittelt die juristischen Analysen zudem in einer sehr zugänglichen Art und Weise, die sich auch Nicht-Juristen erschließt! Jede einzelne Ausgabe zeichnet sich gleichermaßen durch einen hohen praktischen Nutzen und eine streng wissenschaftliche Vorgehensweise aus. Eine Liste aller bisherigen IRIS Spezial-Ausgaben finden Sie unter: http://www.obs.coe.int/oea_publ/iris_special/index.html



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSSTELLE



COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

**IRIS plus 2013-4
Was ist ein Abrufdienst?**

25,50 € - ISBN 978-92-871-7716-2