

IRIS 2011-4/28

LU-Luxemburg:Änderung der Verordnungen über europäische Werke und Werbung in audiovisuellen Medien

Am 17. Dezember 2010 wurde in Luxemburg ein medienspezifisches Gesetzespaket verabschiedet. Parallel zu den Änderungen des Gesetzes über elektronische Medien (siehe IRIS 2011-2/31), das die EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-RL) umsetzt, wurden verschiedene andere Verordnungen geändert (siehe IRIS 2011-4/29). Die Änderungen dienen vor allem dazu, die Durchführungsverordnungen an die Neufassung des Gesetzes über elektronische Medien von 2010 (siehe IRIS 2011-2/31) anzupassen. Die beiden Verordnungen über die Förderung europäischer Werke und über kommerzielle Kommunikation wurden allerdings substanzell verändert.

Mit den beiden Verordnungen wurde die Anpassung des luxemburgischen Rechts für audiovisuelle Medien an die Anforderungen der AVMD-Richtlinie abgeschlossen. Die Verordnung vom 17. Dezember 2010 über die Vorschriften zum Anteil europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten in Fernsehprogrammen, die gemäß der europäischen Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ als der luxemburgischen Rechtshoheit unterworfen gelten, und die Verordnung vom 17. Dezember 2010 über Vorschriften zu Werbung, Sponsoring, Teleshopping und Eigenwerbung in Fernsehprogrammen wurden am selben Tag erlassen wie das geänderte Gesetz über elektronische Medien von 2010.

Die Verordnung über europäische Werke und Werke unabhängiger Produzenten gilt zukünftig für audiovisuelle Mediendienste, jedoch nicht für lokale Fernsehdienste und -kanäle, die ausschließlich dem Teleshopping und der Eigenwerbung dienen. Artikel 7 führt einen neuen Artikel 5bis ein, der im ersten Absatz festlegt, dass Anbieter audiovisueller Abruf-Mediendienste die Förderung europäischer Werke und den Zugang zu ihnen sicherstellen müssen. Diensteanbieter müssen alle vier Jahre Bericht erstatten, wobei der erste Bericht bis zum 30. September 2011 fällig ist.

Außerdem wurde im Einklang mit Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe n der AVMD-Richtlinie der Begriff der europäischen Werke auf Werke erweitert, die im Rahmen von Abkommen zwischen Drittländern und EU-Mitgliedstaaten koproduziert wurden. Verschiedene andere Änderungen betreffen die Anpassung der Terminologie an diejenige der AVMD-Richtlinie, wie z. B. die Einführung der Begriffe „Anbieter audiovisueller Mediendienste“, „Sendung“ oder „Förderung“.

Ebenso wurde der Geltungsbereich der Verordnung über Werbung, Sponsoring, Teleshopping und Eigenwerbung auf nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste ausgeweitet. Die im Juni 2008 erfolgte erste Änderung dieser Verordnung aus dem Jahr 2001 hatte bereits die geänderten inhaltlichen Anforderungen an Werbung und die maximal zulässige Werbedauer berücksichtigt, die sich aus der AVMD-Richtlinie ergeben (siehe IRIS 2008-7/103). Die derzeitigen Änderungen betreffen redaktionelle Änderungen und vor allem die Einführung einer Bestimmung zur Produktplatzierung (Artikel 5bis). In Abänderung des neu eingeführten Artikels 26ter des Gesetzes über elektronische Medien ist Produktplatzierung in bestimmten Programmgenres, oder wenn Produkte oder Dienstleistungen kostenlos bereitgestellt werden, zulässig. Die erste Ausnahme gilt nicht für Kinderprogramme. Außerdem wurden die Mindestanforderungen an Programme, die Produktplatzierungen enthalten, kodifiziert. Im Allgemeinen ist der Wortlaut von Artikel 5bis eng an Artikel 11 der AVMD-Richtlinie angelehnt.

• *Règlement grand-ducal du 17 décembre 2010 portant modification du règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de contenu en œuvres européennes et en œuvres de producteurs indépendants des programmes de télévision réputés relever de la compétence du Luxembourg conformément à la Directive européenne Télévision sans frontières, Mémorial A, n°241 du 24 décembre 2010.* (Verordnung über die Vorschriften zum Anteil europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten in Fernsehprogrammen, die gemäß der europäischen Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ als der luxemburgischen Rechtshoheit unterworfen gelten, vom 17. Dezember 2010, Mémorial A, Nr. 241 vom 24. Dezember 2010)

<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=13045>

FR

• *Règlement grand-ducal du 17 décembre 2010 portant modification du règlement grand-ducal modifié du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de publicité, de parrainage, de téléachat et d'autoproduction dans les programmes de télévision, Mémorial A, n°241 du 24 décembre 2010.* (Verordnung über die Vorschriften zu Werbung, Sponsoring, Teleshopping und Eigenwerbung in Fernsehprogrammen vom 17. Dezember 2010, Mémorial A, Nr. 241 vom 24. Dezember 2010)

<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=13046>

FR

Mark D. Cole

Universität Luxemburg

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

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg (Frankreich)