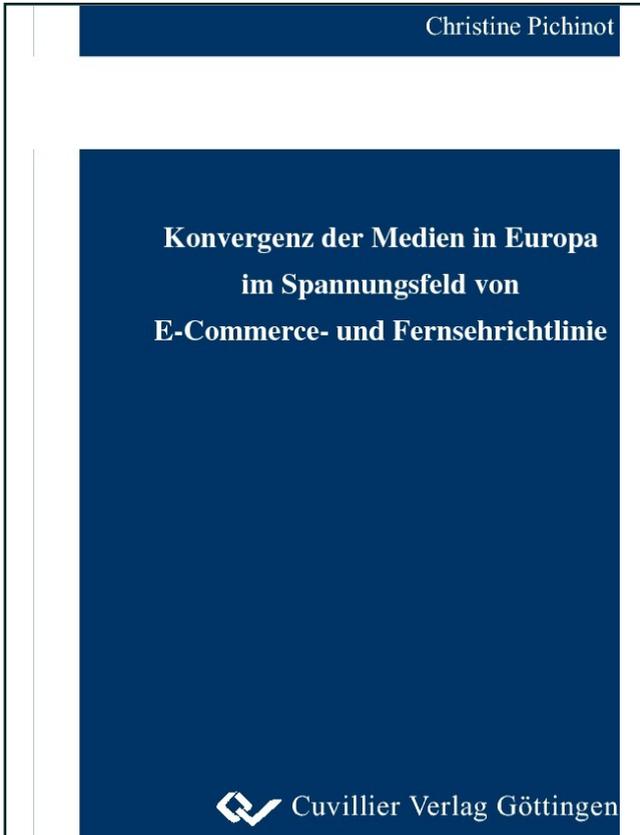




Christine Pichinot (Autor)

Konvergenz der Medien in Europa im Spannungsfeld von E-Commerce- und Fernsehrichtlinie



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/2620>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen,
Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: info@cuvillier.de, Website: <https://cuvillier.de>

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	VII
Abkürzungsverzeichnis.....	XVII
A. Einführung	1
I. Digitalisierung	3
II. Konvergenz	4
1. Technische Konvergenz	5
2. Konvergenz der Angebote.....	6
3. Konvergenz im Nutzungsverhalten.....	7
4. Konvergenz der Regulierung	7
5. Konvergenz in der Europäischen Gemeinschaft.....	8
B. Rechtlicher Rahmen der Medienordnung in Deutschland und Europa	11
I. Medienordnung in Deutschland	11
1. Rundfunkwesen	11
2. Neue Dienste	13
3. Duale Medienordnung.....	15
II. Medienordnung in der Europäischen Gemeinschaft	15
1. Rundfunk	15
2. Dienste der Informationsgesellschaft.....	21
3. Konvergenz der Medien in Europa? – Grünbuch zur Konvergenz und dessen Folgen	25
a) Das Grünbuch zur Konvergenz	26
aa) Der Begriff der Konvergenz	26
bb) Auswirkungen der Konvergenz.....	27
cc) Hindernisse der Konvergenz	27

VIII

dd) Konvergenz und rechtliche Schranken	28
ee) Optionen und Grundsätze einer künftigen Regulierung.....	29
b) Weitere Entwicklungen aus dem Grünbuch zur Konvergenz.....	31
III. Kompetenz der Europäischen Gemeinschaft auf dem Mediensektor.....	32
1. Primärrechtliche Regelungskompetenz	32
a) Rundfunk als Wirtschafts- oder Kulturgut und die Dienstleistungsfreiheit des Artikel 49 EGV	33
b) Kulturklausel Artikel 151 EGV.....	36
c) Weitere Kompetenzgrundlagen für den Medienbereich	39
2. Rundfunk als Dienstleistung im Sinne der Artikel 49 ff. EGV	41
a) Subsidiarität der Dienstleistungsfreiheit.....	41
b) Erfordernis einer Leistung	45
c) Grenzüberschreitender Charakter der Dienstleistung.....	46
d) Entgeltlichkeit der Leistung	48
3. Neue Dienste als Dienstleistung im Sinne der Artikel 49 ff. EGV.....	50
a) Subsidiarität zur Warenverkehrs- und Niederlassungsfreiheit.....	50
b) Leistungseigenschaft der Dienste.....	51
c) Grenzüberschreitende Leistung	51
d) Entgeltlichkeit der Leistung	52
4. Schranken der Dienstleistungsfreiheit aus EGV und Rechtsprechung	52
a) Artikel 45 EGV i.V.m. Artikel 55 EGV	53
b) Ordre-public-Klausel Artikel 46 EGV i.V.m. Artikel 55 EGV	55
c) Beschränkung durch Gründe des Allgemeinwohls	56
d) Artikel 86 II EGV	59

5. Gemeinschaftsgrundrechte	62
a) Kompetenz des EuGH zur Grundrechtsentwicklung	63
b) Artikel 10 EMRK als Quelle der Gemeinschaftsgrundrechte.....	64
aa) Rundfunk als Schutzgut des Artikel 10 EMRK	66
bb) Rechtfertigung eines Eingriffs in den Schutzbereich des Artikel 10 EMRK.....	68
cc) Gemeinschaftsgrundrecht aus Artikel 10 EMRK als mögliche Kompetenzgrenze?	70
c) Grundrechtscharta von Nizza	71
aa) Medien als Schutzgut der Grundrechtscharta.....	73
bb) Schranken der Grundrechtscharta	74
cc) Rechtliche Bedeutung der Charta.....	76
6. Weitere Kompetenzbegrenzung	78
a) Subsidiaritätsprinzip	78
b) Artikel 151 EGV	79
7. Zusammenfassung.....	80
IV. Sekundärrechtliches Tätigwerden der Gemeinschaft	81
1. Maßnahmen auf dem Gebiet des Rundfunks	81
2. Maßnahmen auf dem Gebiet der neuen Medien	82
3. Das Phänomen der Konvergenz in den Rechtsvorschriften der Gemeinschaft	84
C. Synopse von E-Commerce- und Fernsehrichtlinie	87
I. Einleitung	87
1. Regelungsgegenstand der ECRL	88
a) Dienstleistung	89
b) Im Fernabsatz erbrachte Dienstleistung	91
c) Elektronisch erbrachte Dienstleistung	91

d) Individuelle Abrufbarkeit der Dienstleistung.....	91
e) Normativ vorgesehene Ausnahmen.....	93
2. Regelungsgegenstand der Fernsehrichtlinie	93
a) Hörfunk als Regelungsgegenstand der Richtlinie 89/552/EWG.....	94
b) Revision der Fernsehrichtlinie und die neuen Dienste.....	94
aa) Video-on-demand	96
bb) Near-video-on-demand.....	96
cc) Pay-per-view	96
dd) Internet-Dienste – Internet-Radio und Internet-TV	97
c) Anwendungsbereich der Fernsehrichtlinie	97
3. Konvergente Medien im Spannungsfeld von Fernseh- und E-Commerce-Richtlinie	98
II. Fernsehrichtlinie und E-Commerce-Richtlinie im Vergleich	99
1. Verantwortlichkeit der Mitgliedstaaten	99
a) Bestimmungen der Fernsehrichtlinie.....	100
aa) Artikel 2 FSRL - vom Sendestaats- und Niederlassungs- prinzip.....	101
(1) Erste Klarstellungsversuche des EuGH – Rechtssache C-222/94.....	101
(2) Die entscheidenden Kriterien – Rechtssache C-56/96	102
(3) Weitere Anhaltspunkte – Rechtssache C-14/96	103
(4) Die revidierte Fassung der FSRL – normative Präzisierung des Niederlassungskriteriums.....	104
bb) Abweichungen vom Sendestaatsprinzip	105
(1) Ausnahmeregelung des Artikel 2a Abs. 2 FSRL (revidierte Fassung).....	106
(2) Richtlinienimmanente Grenzen des Sendestaatsprinzips.....	107

(3) Umgehungsrechtsprechung des EuGH und Erwägungsgrund 14 FSRL.....	110
cc) Strengere Maßnahmen für inländische Veranstalter	111
b) Bestimmungen der E-Commerce-Richtlinie	113
aa) Artikel 3 ECRL – vom Niederlassungs- und Herkunftslandprinzip.....	114
(1) Der Begriff der Niederlassung.....	114
(2) Der Begriff des koordinierten Bereichs.....	116
bb) Ausnahmen vom Herkunftslandprinzip	118
(1) Generelle Ausnahmen vom Herkunftslandprinzip gemäß Artikel 3 Abs. 3 ECRL i.V.m. Annex.....	119
(2) Ausnahmen im Einzelfall – zulässiges Tätigwerden des Empfangsstaates nach Artikel 3 Abs. 4 ECRL	120
(3) Missbrauchsverbot.....	122
cc) Vereinbarkeit von Herkunftslandprinzip und elektronischem Geschäftsverkehr – kritische Stimmen zur Normierung des Herkunftslandprinzips im Rahmen der ECRL.....	123
dd) Herkunftslandprinzip und Kollisionsrecht	127
(1) Artikel 3 ECRL als IPR-Regel in Form einer Sachnormverweisung auf das materielle Recht des Herkunftslandes.....	127
(2) Artikel 3 ECRL als IPR-Regel in Form einer Verweisung des Günstigkeitsprinzips	130
(3) Interpretation als Gesamtverweisung auf das Recht des Herkunftslandes.....	131
(4) Sachrechtliche Deutung des Herkunftslandprinzips	132

(5) Ergebnis	133
c) Vergleich der Bestimmungen von Fernseh- und E-Commerce-Richtlinie	134
2. Zulassungsbeschränkungen für Rundfunk und Dienste der Informationsgesellschaft nach Fernseh- und E-Commerce-Richtlinie ?	137
a) Bestimmungen der Fernsehrichtlinie.....	137
aa) Zulassung nach den Bestimmungen der deutschen Landesrundfunk-/Landesmediengesetze.....	138
bb) Ergebnis	139
b) Bestimmungen der E-Commerce-Richtlinie: Zulassungsfreiheit und Informationspflichten.....	139
aa) Allgemeine Informationspflichten der Diensteanbieter	140
bb) Spezielle Informationspflichten im Rahmen der kommerziellen Kommunikation	142
cc) Spezielle Informationspflichten bei Abschluss elektronischer Verträge	142
c) Ergebnis	144
3. Verantwortlichkeit für übermittelte Inhalte	145
a) Vorschriften der E-Commerce-Richtlinie	145
aa) Reine Durchleitung – Artikel 12 ECRL	147
bb) Hosting – Artikel 14 ECRL.....	148
(1) Tatsächliche Kenntnis der rechtswidrigen Information	149
(2) Haftung im Rahmen zivilrechtlicher Schadensersatzansprüche	151
(3) Aufrechterhaltung des Haftungsprivilegs.....	152
(4) Haftungsprivilegierung nur für Inhalte Dritter.....	153

cc) Caching – Artikel 13 ECRL	154
dd) Ausschluss einer allgemeinen Überwachungspflicht.....	155
b) Verantwortlichkeit nach den Bestimmungen der Fernsehrichtlinie	156
c) Vergleich der Regelungen von Fernseh- und E-Commerce-Richtlinie	156
4. Die Behandlung von Werbung und kommerzieller Kommunikation nach FSRL und ECRL.....	157
a) Regelungen der Fernsehrichtlinie.....	158
aa) Begriff der Werbung, des Sponsoring und des Teleshopping....	158
(1) Fernsehwerbung im Sinne des Artikel 1 lit. c FSRL.....	159
(2) Das Programmsponsoring des Artikel 1 lit. e FSRL.....	160
(3) Definition des Teleshopping nach der Revision der Fernsehrichtlinie.....	161
bb) Grundsätze der Werbevorschriften	162
(1) Trennungsgebot und Kennzeichnungspflicht - übergreifende Anforderungen an die Darbietung von Fernsehwerbung und Teleshopping	162
(2) Blockwerbegrundsatz und Unterbrecherwerbung.....	164
(a) Generelle Zulässigkeit der Unterbrecherwerbung.....	165
(b) Verbot der Unterbrecherwerbung.....	168
(c) Sendezeitberechnung – brutto oder netto? Die Rechtssache Pro 7 Media AG	168
(3) Verbraucherschutzvorschriften und Werbung.....	170
(a) Werbemengenbegrenzung	171
(b) Inhaltliche Werbebeschränkungen - Werbeverbote.....	172
(i) Generelle Anforderungen und Diskriminierungsverbot.....	172

(ii) Werbeverbot für Tabakerzeugnisse und Arzneimittel.....	172
(c) Der Minderjährigenschutz in den Werbevorschriften.....	173
(i) Beschränkung der Alkoholwerbung in Fernsehwerbung und Teleshopping.....	173
(ii) Allgemeine Werbebeschränkungen nach Maßgabe des Minderjährigenschutzes.....	174
cc) Besonderheiten des Programm-Sponsoring	175
(1) Trennung von redaktionellem Inhalt und Sponsoring – Modifikation des Trennungsgebots	176
(2) Kennzeichnung des Sponsors durch den Widmungshinweis...	177
(3) Umgehungsverbot der Werberegelungen.....	180
(4) Fortsetzung der Verbrauchergrundsätze – Sponsorverbote und -beschränkungen	181
dd) Teleshopping im Rahmen der Fernsehrichtlinie	183
(1) Teleshopping-Spots	183
(2) Teleshoppingsender und Eigenwerbekanäle	184
(3) Teleshoppingfenster gemäß Artikel 18 a FSRL.....	186
b) Regelungen der E-Commerce-Richtlinie	186
aa) Begriff der kommerziellen Kommunikation	187
bb) Kennzeichnungspflicht und besondere Informationspflichten gemäß Artikel 6 ECRL für kommerzielle Kommunikationen.....	187
cc) Spamming – die unaufgeforderte kommerzielle Kommunikation.....	188
dd) Kommerzielle Kommunikation der reglementierten Berufe	190
c) Gegenüberstellung	192

5. Schutz des Einzelnen im Rahmen von Fernseh- und E-Commerce-Richtlinie	193
a) Regelungen der Fernsehrichtlinie	193
aa) Schutz Minderjähriger	193
(1) Vorgaben des absoluten Minderjährigenschutzes –	
Artikel 22 Abs. 1 FSRL	194
(a) Der Begriff der 'ernsthaften Beeinträchtigung'	194
(b) Pornographische Programme	196
(c) Darstellung grundloser Gewalttätigkeiten	198
(d) Absoluter Minderjährigenschutz im Spannungsfeld nationaler Einflüsse	198
(2) Minderjährigenschutz durch exogene Faktoren –	
Artikel 22 Abs. 2, 3 FSRL	199
bb) Künftige Ansätze des Schutzes Minderjähriger	201
cc) Artikel 22a – Schutz der öffentlichen Ordnung	202
dd) Gegendarstellungsrecht Artikel 23 FSRL	203
b) Bestimmungen der E-Commerce-Richtlinie	205
aa) Entstehung des Minderjährigenschutzes im Rahmen der Dienste der Informationsgesellschaft	205
bb) Empfehlung des Rates zum Minderjährigenschutz bei audiovisuellen Diensten und Informationsdiensten und deren Folgen	206
c) Schutz des Einzelnen im Vergleich von Fernseh- und E-Commerce-Richtlinie	209
D. Fazit	211
Literaturverzeichnis	XIX
Dokumente der EU	XXXI

Urteile	XXXVII
Richtliniennachweis.....	XLI
Internet-Adressen.....	XLV