

veröffentlicht von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

## Bitkom: EU-Fernsehrichtlinie behindert neue Medien

Nachdem sich bereits die Verbraucherschützer vergangene Woche auf die Richtlinie, die eine Lockerung der Werberegeln vorsieht, eingeschossen hat, kommt nun von der anderen Seite

Vor allem die geplante Übertragung veralteter Fernsehregeln auf sämtliche audiovisuelle Medien wird bemängelt. Dies sei nicht durchdacht und gefährde einen sich erst entwickelnden Markt, hieß es. Der Branchenverband beklagt aber auch, dass die Liberalisierungsmaßnahmen der Werbezeitvorgaben nicht weit genug gingen. Zufriedenheit drückte man aus über den Vorstoß der Kommission, gekennzeichnetes Product Placement zu erlauben. Product Placement finde ja bereits statt, nur dass es nicht so bemerkt wird, weil es unterschwellig sei, meinte die Bitkom. Die Industrie wünsche sich eine komplette Abschaffung der Werbezeitbeschränkung, die anfänglich von der EU auch geplant war. Hier klaffen die Meinungen zu den Verbraucherschutzverbänden weit auseinander, da diese mit der Werbelockerung eine Gefahr für unabhängige Information befürchten.

Des Weiteren wolle die EU laut Bitkom vorschreiben, dass auch im Internet genügend europäische Inhalte zugänglich sind. EU-Kommissarin Viviane Reding will die Beschränkung der täglichen Werbezeit zwar aufheben, die Maßnahme sei nach Ansicht des Bitkom jedoch nur eine Mogelpackung. Bisher dürfen Sender 20 Prozent der stündlichen und täglichen Sendezeit für Werbung verwenden. Die Aufhebung dieser Beschränkung sehe aber eine Beibehaltung einer stündlichen Höchstgrenze von 20 Prozent vor, so die Bitkom.

Quelle: [www.digitalfernsehen.de](http://www.digitalfernsehen.de)

Veröffentlicht von:

**RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)**

Rechtsanwalt