

*CEuS Working Paper No. 2011/3*

## **Die Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste ohne Grenzen von 2007. Ein Instrument zur Integration der Europäischen Öffentlichkeit?**

Anna Brüning

Jean Monnet Centre for European Studies (CEuS)  
University of Bremen  
SFG, Enrique-Schmidt-Straße 7  
D - 28359 Bremen  
Phone +49 - 421 - 218-67031  
Fax +49 - 421 - 218-9143





*CEuS Working Paper No. 2011/3*

## **Die Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste ohne Grenzen von 2007. Ein Instrument zur Integration der Europäischen Öffentlichkeit?**

Anna Brüning

Anna Brüning ist Absolventin des BA im Studiengang „Integrierte Europastudien“  
der Universität Bremen, Jahrgang 2010.

.



## Einleitung

Während die Printmedien vor allem den Koordinationsmechanismen des Marktes und des Wettbewerbs überlassen werden, wird der Rundfunk in Europa stark reguliert und kontrolliert. Bis in die 1980er Jahre war das Fernsehen in Westeuropa monopolisiert und unter dem Gesichtspunkt eines „Kulturgutes“ allein in öffentlich-rechtlicher Hand. Seit Anfang der 1980er Jahre haben auch privat-kommerzielle Sender in Europa die Möglichkeit, dem Markt beizutreten. Seit dieser Zeit gibt es ebenfalls eine Europäische Medienpolitik. 1989 trat die Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ in Kraft, die 1997 novelliert wurde und das erste umfassende Regulierungsinstrument des Fernsehens auf EU-Ebene darstellte. Dies war nur dadurch möglich, indem der EuGH die Dienstleistungsfunktion des Fernsehens definierte und die Kommission das Fernsehen dem europäischen Binnenmarktprogramm zuordnen konnte (Marti 2004: 13).

2007 wurde nach fast 20 Jahren die Fernsehrichtlinie erneut einer bedeutenden Novellierung unterzogen: die Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) trat in Kraft. Grund für eine Neureglementierung ist die technologische Entwicklung des Internet-Fernsehens und anderen audiovisuellen Techniken und Inhalten, wie zum Beispiel das „Streaming“, „Video-on-demand“ oder die Verschmelzung von Internet und Fernsehen mit der Mobilfunkkommunikation, die bisher nicht in den Anwendungsbereich der Fernsehrichtlinie fielen. Durch diese technischen Entwicklungen wächst auch die grenzüberschreitende Bedeutung von audiovisuellen Inhalten. Eine Revision sei dringend nötig gewesen, bekräftigte die britische Ministerin für Kultur, Medien und Sport Tessa Jowell in ihrer Eröffnungsrede zur audiovisuellen Konferenz von Liverpool 2005 und erinnerte, dass „die Welt, in der wir heute leben, mit der Welt Ende der 1980er Jahre, als die Richtlinie ‚Fernsehen ohne Grenzen‘ erstmals eingeführt wurde, nicht mehr viel gemeinsam hat“. Die Art und Weise, wie die Menschen Europas heute kommunizieren, sich informieren und sich unterhalten, seien durch den digitalen Wandel revolutioniert worden, sodass es wichtig sei, darauf zu achten, dass aus einem „Fernsehen ohne Grenzen“ kein Rundfunk ohne Grenzen oder ein Handel ohne Kultur werde (Britisches Ministerium für Kultur, Medien und Sport 2005: 8).

Medien haben eine soziale, politische und kulturelle Funktion. Sie sind nach der Definition des Deutschen Bundesverfassungsgerichtes „Medium und Faktor“ und somit Wirtschaftsunternehmen und Kulturträger zugleich (Kleist et al. 2007: 3-4). Da Fernsehen also sowohl entlang ökonomischer als auch kultureller Dimensionen verläuft, ergibt sich im Europäischen Mediensystem ein Spannungsfeld zwischen Kommerz und Kultur (Marti 2003: 13). So war nicht nur die Ausweitung der EU-Regulierung auf die nicht-linearen Dienste, also Fernsehen abseits des traditionellen Fernseh- und Radioprogramms wie „Video-on-Demand“ oder „Streaming“ Gegenstand der Debatte zur AVMD-Richtlinie, sondern auch die eventuelle Ausweitung der kulturellen Ziele und Kompetenzen der EU-Medienpolitik.

Dieser kulturellen Dimension der Europäischen Rundfunkregulierung widmet sich diese Arbeit. Es wird analysiert, welche Argumente bei der Debatte um die Novellierung der Richtlinie im Hinblick auf die kulturellen Ziele genannt wurden und zu welchem Ergebnis sie führten. Zudem wird diese Arbeit die laufende Debatte um das Öffentlichkeitsdefizit in Europa beleuchten. Wichtige Träger dieser Öffentlichkeit sind die Massenmedien, die auch als „vierte Gewalt“ (Hagen 2004: 7) in der Gesellschaft gesehen werden, wobei auf ihnen die Hoffnung ruht, eine gemeinsame europäische Identität unter den EU-Bürgern zu stiften, dem Demokratiedefizit entgegen zu wirken und die Legitimation der EU zu stärken (Hagen 2004: 7). Es wird untersucht, inwieweit die Notwendigkeit einer europäischen Öffentlichkeit als eines der „kulturellen Ziele“ in der Debatte zur AVMD-Richtlinie einbezogen wurde, und ob die Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste als ein Instrument zur ihrer Stärkung gesehen wird.

## **Demokratie und Öffentlichkeit**

Die drei klassischen Demokratietheorien Elitentheorie, Pluralismustheorie und Partizipationstheorie messen der Öffentlichkeit und den Medien unterschiedliche Rollen zu. Generell dienen sie als wichtige Kommunikationsarenen und Foren zur Information und Meinungsbildung. In der Elitentheorie wird ihnen vor allem eine Kontrollfunktion zugeschrieben, mittel derer das Volk die politischen Handlungen der Eliten bewerten kann. In der Partizipationstheorie ist Öffentlichkeit ein Forum, in dem alle individuellen Akteure, ähnlich der altgriechischen Polis, gleichermaßen partizipieren sollen, was jedoch in der

Realität der Massengesellschaften kaum verwirklicht ist. In der Pluralismustheorie existieren sie als neutrale Arenen für alle Interessen und Interessenorganisationen, in denen Meinungen ausgetauscht und diskutiert werden sollen, die wiederum die politischen Akteure beeinflussen und so eine responsive Kommunikation ermöglichen (Beierwaltes 2000: 60-61).

Zur Beschreibung des politischen Systems der Europäischen Union ist die Pluralismustheorie am geeignetsten, da hier der Blick nicht allein auf die politischen Akteure, über die das Volk durch Wahlen abstimmt, gerichtet ist, sondern vor allem auf die Netzwerke und Interessengruppen sowie eine ständige Partizipation (nicht nur zu Wahlzeiten). In der Europäischen Union gibt es weder, wie in der Partizipationstheorie gefordert, eine direkte und partizipative Demokratie, noch werden die politischen Eliten, wie in der Elitentheorie, in direkter Wahl bestimmt. Stattdessen beteiligen sich in der EU, wie in der Pluralismustheorie beschrieben, unterschiedliche Netzwerkorganisationen in Form von Parteien, zivilgesellschaftlicher Gruppen, Gewerkschaften oder Interessenverbänden auf den verschiedensten Ebenen am politischen Prozess. Die Rolle von Öffentlichkeit und Medien wird in dieser Arbeit als sehr wichtig erachtet, da sie, laut Pluralismustheorie, zur Transparenz, Information und responsiven Kommunikation auf den verschiedensten Teilebenen beitragen (Beierwaltes 2000: 61).

## **Politische Legitimation und Öffentlichkeit**

In den Debatten um das „Öffentlichkeitsdefizit“ der EU wird beklagt, dass die EU-Politik zu intransparent und von Medien und Publikum zu wenig beachtet werde. „Schlagworte wie Demokratie-, Legitimations-, Öffentlichkeits- und Kommunikationsdefizit gehören seit Langem zum Standardrepertoire der europäischen Diskussion“ (Latzer und Sauerwein 2006: 10). Was die EU dringend braucht, um politisch akzeptiert zu werden, ist eine stabile und dauerhafte Basis sozialer und politischer Legitimation (Thalmaier 2005: 337). Die drei Quellen politischer Legitimität sind erstens der Einfluss der Bürger auf die Politik (Input-Legitimation), zweitens die Politikergebnisse (Output-Legitimation) und drittens die gemeinschaftliche Identität (kommunitäre Legitimation). Laut Meyer ist die dritte Quelle der politischen Legitimität sogar eine Vorbedingung für die Konstitution eines politischen Gemeinwesens und besonders im Hinblick auf die europäische Öffentlich-

keit ein wichtiger Faktor. Die kommunitäre Legitimation ergibt sich aus dem Zusammengehörigkeitsgefühl und Vertrauen der Bürger unter- und zueinander. Die Funktion eines solchen Wir-Gefühls ist es, Solidarität und Verständigung zwischen den unterschiedlichen Interessen innerhalb einer Gemeinschaft zu gewährleisten (Meyer 1997:42) sowie die Bereitschaft der Bürger zu stärken, am Prozess der Integration zu partizipieren und seine Institutionen zu akzeptieren. Den stärksten soziallegitimierenden Faktor innerhalb einer demokratischen Herrschaftsform stellt eine kollektive, auf eine politische Einheit gerichtete Identität dar (Thalmaier 2005: 337). Gemeinsam geteilte Vorstellungen und Identitäten bilden sich vor allem durch Kommunikation aus; somit hängt die Ausbildung einer europäischen Identität im besonderen Maße von der Entstehung einer europaweit integrierten Öffentlichkeit ab, die „eingebettet ist in eine gemeinsame politische Kultur, die getragen wird von einer Zivilgesellschaft mit Interessenverbänden, nicht-staatlichen Organisationen, Bürgerinitiativen und -bewegungen“ (Thalmaier 2005: 346).

Öffentlichkeit erfüllt also demokratische Funktionen wie Informationsvermittlung, Transparenz, Kritik, Kontrolle, Meinungsaustausch und Meinungsbildung und trägt so zur Legitimation und demokratischen Qualität der politischen Ordnung bei (Latzer und Sauerwein 2006: 12).

In seinem Werk „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ beschreibt Jürgen Habermas den Begriff der Öffentlichkeit als „Sphäre“ oder „Netzwerk“, also als einen sozialen Raum, in dem Menschen öffentlich handeln und der von ihnen gestaltet wird (Habermas 1971: 172). Im Arenenmodell von Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt ist die Öffentlichkeit ein „intermediäres System“, das zwischen dem politischen System und den Bürgern, beziehungsweise anderen Teilsystemen, vermittelt und öffentliche Meinungen herausstellt (Brosda 2008: 394). Öffentlichkeit ist hier eine Grundvoraussetzung moderner Demokratien, da sie, in Form von Medienöffentlichkeiten, das politische Geschehen beobachtet. Sie informiert die am politischen Prozess beteiligten Akteure (Politiker, Bürger etc.), was die Voraussetzung für die Teilnahme am politischen Prozess ist. Der Ort der Kommunikation wird hier als Arena verstanden, in der mehrere Sprecher (Politiker) kommunizieren und dabei von Zuschauern (Volk/Bürger/Wähler) beobachtet werden, die wiederum auf den Rängen sitzen. Vermittler (Journalisten) organisieren den Austausch zwischen den Spre-



chern und werfen zudem ebenfalls eigene Meinungen und Interpretationen ein, sodass sie zum Teil auch selbst als Sprecher handeln. Die Öffentlichkeit sorgt für Transparenz, sowie eine Validierungs- und Orientierungsfunktion und ist dadurch mitentscheidend für das Wahlverhalten der Bürger, welches wiederum die politischen Entscheidungsträger des demokratischen Systems legitimiert. Die modernen Gesellschaften haben jedoch eine multiple Anzahl von Foren, von der das Forum der Massenmedien das Weitreichendste und am wenigsten Spezialisierte und daher dasjenige ist, welches die öffentliche Sphäre in modernen Gesellschaften dominiert (Wessler et al. 2008: 4). Themen und Meinungen von anderen, spezialisierteren Foren werden regelmäßig dem Massenmedienforum zugefüttert.

Die Entwicklung der Massengesellschaften jedoch hat die politische Öffentlichkeit verändert: politische Kommunikation ist heute eine fast vollständig medial vermittelte Kommunikation und kennt keinen physisch erfahrbaren Ort mehr, wie beispielsweise in den öffentlichen Foren der Antike (Beierwaltes 2000: 58); die Medien werden immer stärker für die Vermittlung benötigt.

Zusammengefasst ist Öffentlichkeit eine Grundvoraussetzung moderner Demokratien, da sie, in Form von Medienöffentlichkeiten, das politische Geschehen beobachtet. Sie informiert die am politischen Prozess beteiligten Akteure, was die Voraussetzung für die Teilnahme am politischen Prozess ist. Öffentlichkeit legitimiert das politische System und erzeugt zudem Identität einer Gesellschaft (Loitz 2001: 15).

## **Transnationale Öffentlichkeit in Europa**

Wie in den Abschnitten zuvor beschrieben, ist eine funktionierende Öffentlichkeit Bedingung für eine starke und transparente Demokratie. In der Wissenschaft wird kontrovers diskutiert, ob eine transnationale Kommunikationssphäre in der EU notwendig und wünschenswert ist, und wenn ja, wie sie aussehen sollte. Aus der Perspektive der Verteidiger einer Föderalen Republik Europas als eine Gemeinschaft der Bürger, sollte sich die Europäische Öffentlichkeit transnational formieren. So werde den Bürgern die Möglichkeit gegeben, Einfluss auf die europäischen politischen Eliten auszuüben. Die Transnationalisierung der Massenöffentlichkeiten findet hier als Konsequenz der europäischen politischen Integration, sowie der Politisierung von Konflikten statt. Aus der Sicht der Verfechter der

EU als eine Union souveräner Staaten, welche einen gemeinsamen Markt teilen, seien diskursive Arenen für die öffentliche Information, Meinungsbildung und kommunikative Stärkung der Bürger vor allem gegenüber der nationalen Regierungen notwendig. Dabei könne aber als Nebenprodukt auch ein transnationaler Kommunikationsraum entstehen. Aus dieser Perspektive sollten eher sektorale Öffentlichkeiten gestärkt werden, wodurch die Massenöffentlichkeiten durch nationale Grenzen segmentiert, mit wenig Synchronisation und Konvergenz bleiben (Liebert 2007: 259).

So gibt es auch zwei Möglichkeiten europäischer Mediensysteme: erstens ein einheitliches Mediensystem, das sich föderal über alle Mitgliedstaaten erstreckt, oder zweitens die Beibehaltung eines Systems nationalstaatlich organisierter Medien, die sich jedoch gegebenenfalls gegenseitig beobachten und auf diese Weise eine transnationale Struktur entstehen lassen. Laut Gerhards ist die erste dieser beiden Varianten sehr unwahrscheinlich, da es zu viele finanzielle, politische, kulturelle und konsumspezifische Aspekte gäbe, die sie behindern (Gerhards 1993: 100).

Habermas vertritt die Ansicht, dass die Kriterien für eine europäische Öffentlichkeit noch längst nicht erfüllt seien, denn dafür fehle es an einer kritischen europaweiten Zivilgesellschaft, einer gemeinsamen politischen Wahrnehmung der europäischen Öffentlichkeit, sowie an einer „osmotischen Diffusion“, also der Öffnung und Verschmelzung der verschiedenen nationalen Öffentlichkeiten (Habermas 2005). Bisher werden weder EU-Akteure noch EU-Themen im ausreichenden Umfang in den Massenmedien behandelt, noch gibt es genügend Partizipationsbereitschaft und Interesse der Zivilgesellschaft, sowie das Problem, dass der europäische Diskurs zum Großteil auf die politischen Eliten, Intellektuelle und die spezialisierten Medien beschränkt ist. Mit diesen Faktoren werden das Kommunikations- und Öffentlichkeitsdefizit begründet, „die gleichzeitig Legitimations-, Integrations- und Identitätsdefizite beinhalten“ (Wimmer 2007:146).

Requate und Schulze-Wessel sind der Auffassung, dass sich eine funktionierende Öffentlichkeit durch den Streit auf den verschiedensten Ebenen und in den verschiedensten Teilöffentlichkeiten auszeichne. Eine homogene europäische Öffentlichkeit entstünde

höchstens kurzfristig aufgrund bestimmter Ereignisse von transnationaler Wichtigkeit (vgl. 2002: 13).

Für Meyer hingegen gibt es bereits so etwas wie eine europäische Öffentlichkeit, die jedoch noch nicht sehr weit entwickelt und als ein Verbundsystem (europäische Ebene) neuer Formen von Teilöffentlichkeiten (nationale und transnationale politische, wirtschaftliche und soziale Öffentlichkeiten) zu verstehen sei. Für die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit müsse sowohl die Bürgergesellschaft gestärkt werden, neue pan-europäische Medien entstehen und die Transparenz der europäischen Institutionen erhöht werden. So fordert er, dass die Debatten im Ministerrat wie im Parlament öffentlich gemacht werden sollten, damit die Bürger nachvollziehen können, welches Land welche Positionen vertritt. Dadurch können zwar Konflikte zwischen den Staaten entstehen, doch würde die Öffentlichkeit den Konflikt zivilisieren, da sich die Politiker hier vor der Öffentlichkeit verantworten und die Zustimmung der Bürger gewinnen müssten (Meyer 2004).

Kleinsteuber vermutet, dass die gewinnorientierten Medien am Defizit europäischer Öffentlichkeit schuld seien, da sich EU-Themen weniger medial verkaufen ließen und sich so das Interesse, darüber zu berichten, in Grenzen halte. Pan-europäische Medien sollten daher stärker durch die Politik gefördert werden, zum Beispiel im Rahmen öffentlich-rechtlicher Projekte wie der deutsch-französische Fernsehsender arte (Kleinsteuber/Rossmann 1994: 325).

Liebert argumentiert, dass vor allem das Demokratiedefizit Ursache des Öffentlichkeitsdefizits sei? unverständlich und eine Stärkung und Politisierung des Europäischen Parlaments und somit der Repräsentation der Bürger, auch die Stärkung einer transnationalen europäischen Öffentlichkeit nach sich ziehen würde (Liebert 2007: 260).

Gemein ist diesen Autoren, dass sie die Ausgestaltung der Europäischen Öffentlichkeit noch nicht erfüllt sehen, sie jedoch einstimmig als wichtig erachten. Wie sie realisiert werden soll, ist jedoch uneindeutig. Genannt wurden unterschiedliche Lösungen, wie mehr Transparenz der EU-Institutionen, die Politisierung des EU-Parlaments, die Stärkung der Zivilgesellschaft, die Verschmelzung nationaler Öffentlichkeiten (horizontale Vernetzung),

sowie die Förderung pan-europäischer Medien. Ob dies jedoch durch gemeinschaftliche Politiken durchgesetzt werden kann, ist eher fraglich; ein „Europabewusstsein“ könnte wahrscheinlich eher durch Kultur- und Bildungspolitikern oder die Medien an die Menschen heran getragen werden. Da die Inhalte von Medien jedoch laut Gesetz „frei“ sind, können sie nicht durch EU-Politiken aufoktruiert werden. Durch die Politisierung des EU-Parlaments, zum Beispiel durch den Vertrag von Lissabon, kann das Interesse der Medien an der EU-Politik allerdings von selbst steigen. Wenn auch noch über das „wie“ gestritten wird, ist nahezu umstritten, dass die Entstehung von Öffentlichkeit im Sinne eines breiten Diskurses zu europäischen Themen eine wichtige Voraussetzung für eine politische und kulturelle Integration Europas ist (Wimmer 2007: 145).

## **Neue Medien und audiovisuelle Mediendienste**

Mit den „neuen“ Medien sind üblicherweise alle Medientechniken gemeint, die über die klassischen Medien Print, Radio und Fernsehen hinausgehen. Den neuen Medien wird in der Regel ein besonders demokratisches Potenzial zugeschrieben; die Frage ist allerdings, inwiefern die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien einen Wandel der medialen (europäischen) Öffentlichkeit bewirken. Die These der „Demokratiemaschine Internet“ vermutet, dass sie die Öffentlichkeit beleben können, da die neuen Medien mehr Interaktivität, Dezentralität und allgemeine Zugänglichkeit ermöglichen. Sie haben durchaus das Potenzial, einen Wandel der politischen Öffentlichkeit zu bewirken, da durch sie 1. einzelne Bürger qualitativ besser am politischen Prozess partizipieren können, 2. die öffentliche Kommunikation weniger modifiziert und selektiert wird, 3. die Bürger bessere Möglichkeiten zur Informationsbeschaffung haben und 4. die Trennung zwischen Sender und Empfänger aufgehoben werden könne (Wimmer 2007: 141). Kritische Stimmen befürchten jedoch, dass durch die neuen Medien die Medien- und Machtkonzentration in den Händen einiger Oligopole wachsen könne (Wimmer 2007: 141).

Und obwohl sich im Internet einige Foren pan-europäischer Medien wie Café Babel, EurActiv oder Euronews etabliert haben, hat sich gezeigt, dass der Einfluss des Internets auf den Europäisierungsprozess nicht so groß ist, wie zunächst angenommen, da die Internetkommunikation sehr sprachengebunden ist und Links vor allem vertikal gesetzt werden – also zwischen nationalen Onlinemedien und den EU-Institutionen. Das Fehlen einer ho-

rizontalen Europäisierung, also die Vernetzung und gegenseitige Beobachtung nationaler Medien ist im Internet genauso groß wie in den Qualitätszeitungen (Brüggemann und Schulz-Forberg 2008: 88-89).

Unter audiovisuellen Mediendiensten sind alle Medien zu verstehen, deren Hauptzweck in dem Angebot bewegter Bilder mit oder ohne Ton sowie der Information, Unterhaltung oder Bildung besteht. Zudem muss die Dienstleistung der allgemeinen Öffentlichkeit angeboten werden, und die Übertragung über elektronische Kommunikationsnetze erfolgen. Zentral ist auch die redaktionelle Verantwortung, also die Kontrolle der Zusammenstellung und Bereitstellung durch einen Anbieter (Schulz 2010: 274). Audiovisuelle Mediendienste schließen also jede Art von Fernsehen ein, auch das Fernsehen über das Internet oder „Video-on-demand“, „Near-Vido-on-demand“ oder das Streaming (Schulz 2006: 10).

### **Europäisches Fernsehen als Integrationsfaktor**

Der Mangel an europäischer Öffentlichkeit war der Ausgangspunkt für das Entstehen der europäischen Medienpolitik. Die Entwicklung der Satellitentechnik Anfang der 1980er Jahre brachte die Möglichkeit grenzüberschreitenden Fernsehens mit sich. Dadurch wurden neue medienpolitische Lösungen für die Regulierung der audiovisuellen Medien auf europäischer Ebene notwendig. Zuvor war das Fernsehen, ebenso wie die Presse, vor allem auf die Staaten begrenzt, in denen sie ihren Sitz hatten und war auch nur deren Regulierung unterworfen (Holtz-Bacha 2006: 67).

Der Kulturausschuss des Europäischen Parlaments ergriff die Initiative bei der Überlegung, wie sich die Europäische Gemeinschaft die neuen Techniken zunutze machen könnte, da die Berichterstattung in den Medien über die Arbeit des Parlaments als zu unvollkommen und unausgewogen kritisiert und für das geringe öffentliche Interesse an seiner Politik verantwortlich gemacht wurde (Marti 2004: 65). Für ein besseres Verständnis von und für die Gemeinschaft begann das Parlament, über den Einsatz der neuen grenzüberschreitenden Kommunikationstechniken nachzudenken, wobei es zunächst um Maßnahmen zur Informationspolitik und Unterrichtung der Medien über EG-Angelegenheiten ging. Spätere Schritte waren insbesondere darauf ausgerichtet, integrationsfördernde Maß-

nahmen für ein europäisches Fernsehprogramm und ein medial vermitteltes europäisches Bewusstsein zu beschließen, das die kulturelle Einigung Europas unterstützen sollte (Marti 2004: 64).

1982 verabschiedete das Parlament die „Entschließung über Rundfunk und Fernsehen in der Europäischen Gemeinschaft“, die auf eine Initiative des EP-Ausschusses für Jugend, Kultur, Bildung, Information und Sport zurückging. Diese wurde vom CDU-Abgeordneten Wilhelm Hahn geleitet und deshalb auch „Hahn-Bericht“ genannt. Ursprünglich forderte die Hahn-Initiative die Gründung einer europäischen Fernsehanstalt, doch aus finanziellen Gründen wurde diese Idee bald verworfen und durch die Idee eines europäischen Fernsehprogramms ersetzt, das zur Schaffung einer europäischen Identität beitragen und das Zusammengehörigkeitsgefühl unter den Bürgerinnen und Bürgern der EG-Mitgliedstaaten stärken sollte (Kleinsteuber/Rossmann 1997: 69).

In dieser Zeit änderten sich die Strukturen des Rundfunks immens. Bis dahin war das Fernsehen und seine Ausstrahlung vor allem in öffentlich-rechtlicher Hand und somit monopolisiert; durch die neuen Techniken drängten nun auch privat-kommerzielle Anbieter auf den Markt. Daher wurde bald in einem „Entschließungsantrag zur Gefährdung der Meinungsvielfalt durch die Kommerzialisierung neuer Medien“ vor den Folgen der Kommerzialisierung für die Meinungsvielfalt gewarnt und die Kommission dazu aufgefordert, eine Rundfunk- und Fernsehrahmenordnung zu erarbeiten, die auch zum Beispiel den Jugendschutz und die Werbung reglementieren sollte (Marti 2003: 64). Es wurde deutlich, dass eine europaweite Rahmensetzung für den Rundfunk gefunden werden musste, da die Ausstrahlung von audiovisuellen Inhalten auch Landesgrenzen überschritt.

Im Mai 1983 legte die Europäische Kommission den Zwischenbericht „Realität und Tendenzen des Fernsehens in Europa: Perspektiven und Optionen“ vor, indem auf die Vorteile der neuen Kommunikationstechnologien hingewiesen wurde, durch die das Fernsehen in Europa noch stärker internationalisiert werde und die Bürger die Chance haben, an der gemeinsamen Kultur des Kontinents teilzuhaben. Zudem sollte ein institutioneller europäischer Rahmen für das Fernsehen und industriepolitische, einheitliche, technische Standards festgelegt werden. Die Integration des europäischen Programmpunktes sowie die

Kulturpolitik mit dem Motto „Vielfalt in der Einheit“ wurden herausgestellt. Auch betonte die Kommission die Furcht vor der Amerikanisierung des europäischen Fernsehmarktes und die Rolle des Fernsehens als Motor der europäischen Einheit. Es gab sowohl positive Stimmen, die den Rundfunk als „Instrument der europäischen Integration“ lobten, als auch Stimmen, die die negativen Folgen für den nationalen Rundfunk wie die „Unterlaufung nationaler Werte“ oder eine „kulturelle Überfremdung von Staaten und Religionen“ vorhersahen (Holtz-Bacha 2006: 74).

Im Juni 1984 legte die Kommission das Grünbuch „Fernsehen ohne Grenzen - Grünbuch über die Errichtung des Gemeinsamen Marktes für Rundfunk, insbesondere über Satellit und Kabel“ vor, welches heftige Diskussionen auslöste. Bedenken wurden bezüglich der Definition des Rundfunks als Dienstleistung geäußert, weil durch diese die wirtschaftliche Tätigkeit der Rundfunkanstalten in den Mittelpunkt gestellt und ihre Rolle als Kulturträger zurückgestellt werde. Auch wurde in Frage gestellt, ob die Gemeinschaft grundsätzlich Kompetenzen im Rundfunkbereich wahrnehmen sollte (Holtz-Bacha 2006: 93-94), da die EG ja grundsätzlich als Wirtschaftsgemeinschaft entstanden war und damit auch in der Öffentlichkeit assoziiert werde. Nun wurden die Medien nicht mehr unter eine rein kulturelle Betrachtung gestellt, sondern unter die Idee der Schaffung eines gemeinsamen Marktes. Erst indem die Kommission den Rundfunk als Dienstleistung definierte und somit die Kompetenz über die Überwachung über den Wettbewerb auf dem europäischen Medienmarkt bekam (Holtz-Bacha 2006: 36), konnte die Kommission auf europäischer Ebene Maßnahmen ergreifen und die Marktöffnung im Fernsehbereich verwirklichen (Marti 2004: 76-77). Die kulturelle Kompetenz blieb jedoch weiterhin bei den Nationalstaaten (Holtz-Bacha 2006: 86).

Bald darauf legte die Kommission ihren „Vorschlag für eine Richtlinie des Rates über die Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Rundfunktätigkeit“ vor, aus dem die spätere Fernsehrichtlinie von 1989 entstand. Die Fernsehrichtlinie war in ihrer Form einmalig für das Fernsehen in Europa und der Eckpfeiler der audiovisuellen Politik. Zum ersten Mal wurde ein gemeinsamer Rahmen für das Fernsehen in den EG-Mitgliedstaaten geschaffen. Eine Vollharmonisierung wurde jedoch nicht angestrebt, sondern lediglich die Verwirklichung des Binnen-

marktes für das Fernsehen. Obwohl die Richtlinie die kulturellen Aspekte von Fernsehen betonte, lag der Schwerpunkt auf den ökonomischen Aspekten. Die wichtigsten Bestimmungen der Fernsehrichtlinie waren die Durchsetzung des Niederlassungsprinzips im Fernsbereich, sowie die Bestimmung für den Hauptanteil der Sendezeit für europäische Werke. Kinofilme sollten nur zu vereinbarten Zeiten gezeigt werden. Ökonomische Bestimmungen bezogen sich insbesondere auf Werbung, Sponsoring und Teleshopping. Bei Behauptung falscher Tatsachen galt ab sofort europaweit das Recht auf Gegendarstellung (Richtlinie 1989). Im Jahr 1997 wurde die Fernsehrichtlinie novelliert, dabei ging es jedoch vor allem um die Präzisierung von Begriffen und Regelungen (Holtz-Bacha 2006: 140-141).

### **Die Debatte zur Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste**

Das Zusammenwachsen von Fernsehen mit den neuen Medien machte neue Lösungen und eine grundlegende Revision der Fernsehrichtlinie notwendig. Probleme ergaben sich insbesondere durch Phänomene wie das Internet-Protokoll (IP-TV), bei dem auf Anforderung des Nutzers Sendungen abgerufen werden können, die sich von der Rezeption her jedoch nicht vom traditionellen Fernsehen unterscheiden. Fernsehen, das auf anderen Wegen übermittelt wird, wie Web-TV sowie andere Medien- und Informationsdienste, waren nicht von der Fernsehrichtlinie berührt. Nur teilweise griff die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr (E-Commerce-Richtlinie) in diesen Bereich regulierend ein. Fernsehen, das terrestrisch, über Kabel oder Satellit gesendet wird, wurde also strenger reguliert, als das Internet-Fernsehen oder andere grenzüberschreitende Angebote. Auch bei den Werberegulungen angesichts zunehmend schwieriger Refinanzierung von Fernsehprogrammen entstand Novellierungsbedarf (Schulz 2010: 273) sowie im Bereich des Jugendschutzes. Eine Überarbeitung der Fernsehrichtlinie war also unumgänglich. Die Debatte um eine tief greifende Veränderung der Fernsehrichtlinie weckte die Hoffnung, dass auch die kulturelle Seite des Fernsehens nun stärker berücksichtigt werde und damit der öffentlich-rechtliche Rundfunk und Maßnahmen zur Vielfaltssicherung abgesichert werden würden (Holtz-Bacha 2006: 181).

Die Konferenz von Liverpool, die unter dem Titel „Zwischen Kultur und Handel“ abgehalten wurde, bildete den Abschluss der Diskussionen um die Ausgestaltung für einen Vorschlag zu einer Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste. Es galt, Lösungen zu fin-



den, wie die Rundfunk- und audiovisuellen Industrien reguliert werden könnten, ohne die Innovationen einzuschränken oder das Wachstum der kreativen Industrien Europas zu behindern. Die Delegierten erarbeiteten in sechs Themengruppen einen Abschlussbericht, der der Kommission für ihren Entwurf als Anregung dienen sollte. Auffällig ist, dass die Debatten zu den kulturellen Zielen der Fernsehregulierung einen genauso viel Raum einnahmen, wie die der ökonomischen Ziele.

Unter die ökonomischen Streitfragen der Debatte fiel insbesondere die Frage der Regulierung von Werbung und Produktplatzierung. Eine Einbeziehung von Kulturzielen in die neue Richtlinie wurde insbesondere von den Vertretern der Inhaltsindustrie erbeten – was jedoch, vor allem vonseiten der Internet Service Provider, auf Widerstand stieß. Unter die kulturellen Ziele fielen insbesondere die Frage nach dem Recht auf Kurzberichterstattung, der Erhalt der kulturellen Vielfalt, die Quotenregulierung von europäischen Produktionen, Medienpluralismus und der Schutz von Jugend- und Menschenrechten sowie das Recht auf Gegendarstellung. Beim Thema der kulturellen Vielfalt bestand allgemeiner Konsens: alle Beteiligten bekräftigten ihre Unterstützung für die Produktion und Ausstrahlung von europäischen Werken, da sie unerlässlich für ein europäisches Bewusstsein und ein kollektives Zugehörigkeitsgefühl seien. Zudem fördere diese Maßnahme eine gesamteuropäische Kultur, ohne die alle weiteren Fortschritte der Union nur schwer zu erzielen seien. Auch für das Wohl der audiovisuellen Geschäfte sei sie unerlässlich, da sich die Fernsehzuschauer Produktionen aus ihrem eigenen Land wünschten. Die meisten Beteiligten bestanden zudem darauf, die Quotenregelung, also eine Mindestzeit der Ausstrahlung europäischer Produktionen, erneut zu bestätigen. Die Internationale Produzentenvereinigung betonte den überaus positiven Einfluss dieser Regelung auf die Entwicklung von unabhängigen Produktionen und forderte einen progressiven Quoteneinstieg von 10 auf 25 Prozent (Britisches Ministerium für Kultur, Medien und Sport 2005: 17).

Die Teilnehmer waren sich einig, dass auch die nicht linearen Dienstleister zu der Gestaltung, Investition in die Produktion und Ausstrahlung von europäischen Originalwerken verpflichtet werden sollten. Das Gleichgewicht zwischen den linearen und nicht-linearen Anbietern solle gewahrt werden. Die belgische Regierung war der Ansicht, dass die Quoten beibehalten und auch auf die neuen Dienste angewendet werden sollten (Briti-

ches Ministerium für Kultur, Medien und Sport 2005: 19). Die Verteidigung der kulturellen Identität und Vielfalt in Europa sei jedoch nicht nur durch die Quoten und die Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ gewahrt, sondern durch das europäische audiovisuelle Modell, das sich durch ein gesundes Gleichgewicht zwischen einem starken öffentlichen audiovisuellen Dienst und einem dynamischen privaten, kommerziellen Sektor auszeichne.

Zudem bestanden die Teilnehmer auf einem Schutz aller Minderheiten und der Anerkennung des Wertes der kulturellen Vielfalt bei der Schaffung eines vereinten, pluralistischen und starken Europas, wobei das Internet als eine Garantie von Vielfalt betrachtet wurde. Die kulturelle Vielfalt solle zudem für alle zugänglich sein, auch für Behinderte durch Maßnahmen wie Untertitel, Zeichensprache oder deskriptivem Audio. Die französische Regierung setzte sich dafür ein, dass auch die nicht-linearen Dienste zur Förderung der kulturellen Vielfalt und europäischen Produktionen einen Beitrag leisten sollten, was die größte Herausforderung dieser Revision sei (Britisches Ministerium für Kultur, Medien und Sport 2005: 19). Der europäische kreative Sektor solle seine hohe Qualität bewahren und entwickeln können und für alle Bürger über alle Medien greifbar sein (Britisches Ministerium für Kultur, Medien und Sport 2005: 19).

Beim Thema Medienpluralismus waren sich die Teilnehmer einig, dass die Regeln so verbessert werden müssen, dass die Bürger und Medienmacher bei der Meinungsäußerung mehr Freiheiten haben. Sowohl ein stärkeres Handeln der Kommission bei Pluralismusfragen wurde gefordert, aber auch, dass die Medien sich nach den Markt- und Wettbewerbsregeln richten müssen. Staatenlose, ethnische und nationale Gruppen, Sprachgruppen oder rechtsstaatliche Regionen wie die Katalanen, Basken oder Ungarn sind in manchen Fällen auf mehrere Nationen verteilt und ihre Rundfunksender unterliegen den Bestimmungen unterschiedlicher Länder, sodass sie eine europäische Regulierung einer nationalen vorziehen. Einige Teilnehmer der Konferenz forderten zudem für das Europäische Parlament mehr Macht bei der Regulierung sowie eine maßgeblichere Rolle für alle europäischen Institutionen auf der Basis der europäischen Verträge (Britisches Ministerium für Kultur, Medien und Sport 2005: 26).

Es ist festzuhalten, dass bei der Konferenz von Liverpool die kulturelle Dimension von Fernsehen neben der wirtschaftlichen eine große Rolle spielte. Schon der Titel der Konferenz „Zwischen Kultur und Handel“ weist darauf hin, dass die Gestaltung und der Schutz des Kulturgutes Fernsehen auch ein zentrales Ziel war - insbesondere für die Mitgliedstaaten, die Vertreter der Kulturschaffenden und der Inhalteindustrie sowie die nationalen Regulierungsbehörden. Die europäische Öffentlichkeit als solche wurde zwar nicht genannt, jedoch Faktoren, die diese bewirken können wie der Erhalt der kulturellen Vielfalt, die Quotenregelung in Bezug auf europäische Werke und Förderung von europäischen Produktionen, Medien- und Informationspluralismus für die freie Meinungsbildung, der Schutz der Grundfreiheiten und der Jugendschutz (Kommission 2005). Von einigen Teilnehmern wurde außerdem die Stärkung der europäischen Institutionen gefordert, insbesondere des Europäischen Parlaments und der Kommission.

Auf Basis der Ergebnisse der Konferenz von Liverpool veröffentlichte die Kommission im Dezember 2005 ihren Vorschlag zur Änderung der Fernsehrichtlinie (Kommission 2005), der jedoch erst in der Plenardebatte vom 12. Dezember 2007 im Europäischen Parlament in Straßburg diskutiert wurde.

Im Rahmen der Mitentscheidung stimmten das Europäische Parlament und der Rat über den Vorschlag der Kommission zur Änderung der Fernsehrichtlinie ab (Ausschuss für Kultur und Bildung 2006: 3). Im Parlament wurden sowohl die wirtschaftlichen als auch die kulturellen Ziele des Richtlinienvorschlages der Kommission diskutiert. Zwar wurden insbesondere die Werberegulierung, die Produktplatzierung und die Vollendung des Binnenmarktes im Fernsehbereich diskutiert, doch auch die Berücksichtigung von Werten wie der Verbraucherschutz, die Menschenwürde, der Jugendschutz, die Förderung der kulturellen Vielfalt und der Medienpluralismus waren wichtige Ziele. Die damalige Kommissarin für Bildung und Kultur Viviane Reding fasste zusammen, dass diese Richtlinie dazu beitragen, die nationalen Märkte für den europäischen Wettbewerb, die audiovisuelle Industrie und den Medienpluralismus zu öffnen. Die Berichterstatterin des Europäischen Parlaments Ruth Hieronymi bekräftigte, dass Fernsehen auch in Zukunft gleichermaßen Kultur- und Wirtschaftsgut bleiben solle (Europarl 2006).

Die Abgeordneten im Europäischen Parlament waren im Allgemeinen mit dem Vorschlag zur Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste der Kommission einverstanden. Die Mehrheit begrüßte den Vorschlag als einen guten Kompromiss der verschiedenen Interessen der unterschiedlichen Gruppen und Institutionen. Jedoch in einigen Punkten, insbesondere bei der Frage der Werberegulierung, gab es von Seiten des Parlaments im Zusammenhang mit dem Qualitätserhalt des Fernsehens Bedenken. Auch wurde von vielen Seiten eine stärkere Betonung der kulturellen Ziele wie der Erhalt der kulturellen Vielfalt, Medienpluralismus, Jugendschutz und die Rolle des Fernsehens als Träger der Kultur und Demokratie gewünscht. Wie bei der Konferenz von Liverpool wurde der kulturellen Dimension von Fernsehen und der Stärkung einer europäischen Öffentlichkeit also eine starke Bedeutung zugewiesen, wie auch die Berichterstatterin des Europäischen Parlaments Ruth Hieronymi bestätigte. Insbesondere die Abgeordneten der GUE/NGL-Fraktion setzten sich für einen Schutz der kulturellen Werte und gegen Produktplatzierung sowie die Flexibilisierung von Werbung ein, während vor allem die liberalen Parteien für eine Liberalisierung der Werbung und mehr Wettbewerb im Fernsehbereich stimmten (Europarl 2006).

Ein Instrument für die Integration der europäischen Öffentlichkeit oder für einen transnationalen (Kultur-) Austausch stellt diese Richtlinie allerdings nur sehr bedingt dar, da die kulturellen Kompetenzen auch weiterhin allein in nationalstaatlicher Kompetenz liegen und die Kommission, sowie EP und Rat keine Befugnisse haben, in diesem Bereich gesetzgeberisch tätig zu werden (Europarl 2006).

Nach der Plenardebatte stimmten die Abgeordneten des Europäischen Parlaments sowie der Rat über den Richtlinienvorschlag ab, der letztendlich angenommen, ratifiziert und im März 2010 kodifiziert wurde. Die AVMD-RL ist grundsätzlich anwendbar, wenn ein „Dienst der Informationsgesellschaft“ vorliegt (Schulz 2010: 273). Die AVMD-RL folgt dem Konzept einer abgestuften Regulierung für lineare und für nicht-lineare Dienste. Die erste Stufe soll technologieneutral das erfassen, was bisher als „Fernsehsendung“ unter die Richtlinie fiel und nun „Fernsehprogramm“ genannt wird (vgl. Art. 1 lit. e). Der Bereich der nicht-linearen Dienste bildet dagegen eine Erweiterung gegenüber dem bisherigen Geltungsbereich (Schulz 2010: 274).

Bisher befindet sich die Umsetzung der AVMD-Richtlinie in nationales Recht in den EU-Mitgliedstaaten noch in unterschiedlichen Stadien. Da die Mitgliedstaaten unterschiedliche Rechtstraditionen haben wirkt sich die Umsetzung der Richtlinie unterschiedlich stark aus – in Deutschland zum Beispiel gar nicht, da die Regulierungen hier schon zuvor den Standards entsprachen. In einigen anderen Mitgliedstaaten, insbesondere den osteuropäischen, erzwingen die Regelungen der AVMD-RL jedoch Veränderungen der bisherigen „Fernseh-Regulierungskultur“ und eine Anpassung und Vereinheitlichung des Rechts, so wie die neuen Vorschriften zu „Video on Demand“ und anderen Abrufdiensten (Bron 2009: 9-10). Das Spannungsverhältnis zwischen der Verwirklichung des Gemeinsamen Marktes und der Aufrechterhaltung der nationalen und kulturellen Eigenarten der Medienlandschaft kann zu Konfliktpotenzialen führen. Die Förderung „europäischer Werke“ bei nicht-linearen Diensten ist wichtig, weil die Angebote bestehender Abrufdienste überwiegend US-amerikanische Produktionen sind (Bron 2009: 19). Laut Art. 3 AVMD-RL sind nun auch Produktplatzierungen in der EU erlaubt, allerdings in engen Grenzen; die Mitgliedstaaten können nun selbst entscheiden, ob sie Produktplatzierungen zulassen oder verbieten, oder zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern differenzieren. Jedoch nur, wenn die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Rundfunkveranstalters nicht beeinflusst wird, der Zuschauer nicht direkt zum Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen aufgefordert wird, es sich nicht um Werbung für Tabakerzeugnisse und verschreibungspflichtige Medikamente handelt und ein entsprechender Warnhinweis erscheint (Castendyk 2009: 64). In Kindersendungen ist Produktplatzierung weiterhin grundsätzlich verboten. Der in Art. 10 Abs. 2 AVMD-RL beschriebene Schutz trennt das redaktionelle Programm klar von Werbung und geht über den Verbraucher- und den Wettbewerbsschutz hinaus, da er auch die Programmfreiheit des Rundfunkveranstalters und damit die Autonomie der Medien gegenüber der ökonomischen Sphäre sichern soll. Die Medienautonomie könnte verletzt sein, wenn werbliche Interessen vor redaktionellen Kriterien, wie ein guter Plot, Dialog oder ein journalistisch gut recherchierter Beitrag Vorrang erhalten (Castendyk 2009: 66). Gemäß Art. 4 und 5 AVMD-RL müssen die Mitgliedstaaten sicherstellen, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Fernsehveranstalter den Hauptanteil ihrer Sendezeit oder ihres Programmbudgets für unabhängige europäische Produktionen aufwenden. Art. 3i AVMD-RL sieht die Ausweitung der Art. 4 und 5 der Fernsehrichtlinie auf die nicht-linearen Dienste vor, was während den Verhandlungen

zur Richtlinie von Frankreich, Belgien und Rumänien sowie Vertretern der Filmproduzenten vehement unterstützt worden war. Die AVMDL-RL rechtfertigt diese Verpflichtung damit, dass die kulturelle Vielfalt im europäischen audiovisuellen Sektor gefördert werden soll. Dieser Artikel hat jedoch eine vor allem wirtschaftliche Ratio, da hier die Filmindustrie vor allem finanziell und im Hinblick auf die Bildschirmanteile vor den US-amerikanischen Inhalten geschützt werden soll (Kaina 2009: 78). Zudem erweitert sie den Jugendschutz sowie das Verbot der Aufstachelung zum Hass.

Es kann fest gehalten werden, dass eine Stärkung der europäischen Öffentlichkeit in der AVMD-RL nicht erwähnt ist. Diese Richtlinie ist vorwiegend ein Instrument zur medienwirtschaftlichen Regulierung, jedoch auch verbunden mit kulturellen Zielen wie die Förderung europäischer Produktionen oder der kulturellen Vielfalt und somit der europäischen Inhalteindustrie. Die AVMD-RL ist zwar ein Instrument zur Integration des europäischen Binnenmarktes, beziehungsweise der europäischen Fernsehregulierung, jedoch nicht zur Europäisierung der Öffentlichkeit.

## **Schlussbetrachtung**

Diese Arbeit hat gezeigt, wie sich das europäische Politikfeld Medienpolitik im Laufe der letzten Jahre gewandelt hat. Es wurde untersucht, welchen Beitrag die AVMD-RL zu einer Stärkung der europäischen Öffentlichkeit leistet, um die demokratischen Funktionen der Medien auch auf der europäischen Ebene zu sichern. Ausgangspunkt der Überlegungen zur Regulierung grenzüberschreitender Medien und medienpolitischer Gesetze war Anfang der 1980er Jahre die Aufhebung der öffentlich-rechtlichen Fernsehmonopole und die neu auf den Markt drängenden privat-kommerziellen Sender sowie die grenzüberschreitende Wirkung des Fernsehens. Das Europäische Parlament war das erste Organ, das den Mangel europäischer Öffentlichkeit beklagte und daher die Kommission zu europaweiten Rahmenbedingungen im Fernsbereich drängte. Da die kulturellen Aspekte jedoch unter die Kompetenz der Nationalstaaten fielen, konnte die Kommission lediglich einen Vorschlag zu einer Fernsehrichtlinie einreichen, der vor allem allgemeine Regelungen der Dienstleistungsaspekte des europäischen Fernsehens und der Vollendung des Binnenmarktes beinhaltete. In den Anfängen der Medienpolitik machte die Kommission noch Versuche, durch pan-europäisches Fernsehen die Stärkung einer europäischen Öffentlichkeit zu fördern,

doch durch die existierenden Sprachbarrieren in Europa scheiterten diese Projekte schnell: „Die Phase, in der sich europäische Medienpolitik auf den Aufbau eines europäischen Fernsehprogramms und damit Identitätsbildung richtete, war nur kurz und in ihren Ergebnissen eher ernüchternd“ (Holtz-Bacha 2006: 237). Die Entwicklung der europäischen Medienpolitik zielte nur sehr bedingt auf den Aufbau oder die Stärkung einer europäischen oder europäisierten Öffentlichkeit; Medienpolitik hat sich vor allem zur Wirtschaftspolitik entwickelt, sodass auf eine Wirkung zugunsten einer europäischen Öffentlichkeit kaum zu hoffen ist, obwohl sie für eine gemeinsame europäische Identität und eine legitime, pluralistische Demokratie in Europa wichtig wäre. Im Rahmen der Debatte um die AVMD-RL wurden die kulturellen und wirtschaftlichen Streitfragen des Fernsehens bei der Audiovisuellen Konferenz von Liverpool und im Europäischen Parlament erneut aufgerollt, sowie die Ausweitung dieser Gesetze auf die neuen audiovisuellen Mediendienste diskutiert. Doch auch hier zeigte sich schnell, dass die Richtlinie wieder primär wirtschaftliche Regulierung, beziehungsweise eine Liberalisierung und Verwirklichung des Binnenmarktes beinhalten würde. Zwar nahm die kulturelle Dimension der audiovisuellen Mediendienste einen Großteil der Debatte ein, doch da die Kommission auch weiterhin keine Kompetenzen im Kulturbereich innehat, kann sie in diesem Bereich zwar Ziele ansprechen, jedoch die Mitgliedstaaten nicht grundlegend dazu verpflichtet. Die Förderung der kulturellen Vielfalt und der europäischen Produktionen sind die einzigen auf Inhalte bezogenen Maßnahmen, die zu einer Europäisierung der Märkte beitragen soll. Doch auch diese können einzig durch finanzielle Förderung, und somit ebenfalls durch wirtschaftliche Gesichtspunkte realisiert werden. Die Stärkung der europäischen Öffentlichkeit war durchaus in der Debatte zur Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste ohne Grenzen im Gespräch, doch letztendlich ist diese Richtlinie nur in Grenzen ein Instrument zur Stärkung der europäischen Öffentlichkeit. Die Identitätspolitik bleibt weiterhin Sache der Öffentlichkeitsarbeit der Gemeinschaft, die wiederum auf die nationalen Medien angewiesen ist. Eine Hoffnung birgt der 2009 in Kraft getretene Vertrag von Lissabon, der unter anderem dem Europäischen Parlament mehr Kompetenzen einräumt, wodurch das öffentliche Interesse bezüglich der politischen Debatten auf EU-Ebene verstärkt werden könnte. Auch das sich in Arbeit befindliche Programm eines Erasmus-Austausches für Journalisten könnte die horizontale Vernetzung in Europa sowie die sprachlichen Kompetenzen von europäischen Journalisten verstärken.

## Literaturverzeichnis

- Beierwaltes, Andreas (2000): „Demokratie und Medien - Der Begriff der Öffentlichkeit und seine Bedeutung für die Demokratie in Europa“, Schriften des Zentrum für Europäische Integrationsforschung Center for European Integration Studies der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn, Band 16, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden.
- Bron, Christian M. (2009): „Die Umsetzung der Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste. Bericht über den gemeinsamen Workshop von der EAI und der EMR am 30. Und 31. Januar in Saarbrücken“, in: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle: „Auf die Plätze fertig... los? Die Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste“, Iris Spezial, Nomos Verlagsgesellschaft, S. 9- 30, Straßburg.
- Brosda, Carsten (2008): „Öffentlichkeit“, in: Hachmeister, Lutz (Hrsg.): „Grundlagen der Medienpolitik. Ein Handbuch“, Bundeszentrale für politische Bildung, Schriftenreihe Band 695, S. 293-296, Bonn.
- Brüggemann, Michael/ Schulz-Forberg, Hagen (2008): „Towards a Pan-European Public Sphere? A Typology of Transnational Media in Europe“ in: Wessler, Hartmut et al: „Transnationalization of Public Spheres“, Transformations of the State Series, Palgrave Macmillan, S. 78-94, New York.
- Cesare, Arno Bernhard Cesare (2004): „Die audiovisuelle Politik der EU: ökonomische und kulturelle Ziele in einer europäischen Medienordnung“, Nomos Universitätschriften, 1. Aufl., Baden-Baden.
- Gerhards, Jürgen (1993): „Westeuropäische Integration und die Schwierigkeiten der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit“, Zeitschrift für Soziologie, 22, S. 96-110 .
- Habermas, Jürgen (2005): „Das illusionäre ‚Nein der Linken‘“, in: perlentaucher.de vom 11.05. <http://www.perlentaucher.de/artikel/2355.html> aufgerufen am 15.04.2010.
- Habermas, Jürgen (1971): „Strukturwandel der Öffentlichkeit“, Sammlung Luchterhand, Hermann Luchterhand Verlag GmbH, Neuwied und Berlin.
- Hagen, Lutz M. (2004): „Europäische Union und mediale Öffentlichkeit. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde zur Rolle der Medien im Europäischen Einigungsprozess“, Herbert von Harlem Verlag, Köln.



- Holtz-Bacha, Christina (2006): „Medienpolitik für Europa“, VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.
- Kaina, Victoria (2009): „Wir in Europa. Kollektive Identität und Demokratie in der Europäischen Union“, VS Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.
- Kleinsteuber, Hans J./ Rossmann, Torsten (Hrsg.) (1994): „Europa als Kommunikationsraum. Akteure, Strukturen und Konfliktpotenziale“, Leske + Budrich, Opladen.
- Kleist, Thomas/ Lamprecht-Weißborn, Nicola/ Scheuer, Alexander (2007): „Audiovisuelle Mediendienste heute und morgen- Die Revision der EG-Fernsehrichtlinie“, EU-Medienpolitik, Friedrich Ebert Stiftung, Berlin.
- Latzer, Michael/Sauerwein, Florian (2006): „Europäisierung durch Medien: Ansätze und Erkenntnisse der Öffentlichkeitsforschung“, in: Langenbucher, Wolfgang R./Latzer, Michael (Hrsg.): „Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Analyse“, VS Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH, S. 10-44, Wiesbaden.
- Liebert, Ulrike (2007): „Transnationalising the public sphere? The European Parliament, promises and anticipations” In: Fossum, John Erik/ Schlesinger, Philip: „The European Union and the Public Sphere. A communicative space in the making?”, Routledge Studies on Democratizing Europe, ARENA, S. 259-278, University of Oslo.
- Marti, Bernhard Cesare (2004): Die audiovisuelle Politik der EU: Ökonomische und kulturelle Ziele in einer europäischen Medienordnung, Nomos Universitätsschriften, Bd. 128, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden.
- Meyer, Christoph O. (1997): „Europäische Öffentlichkeit als Kontrollsphäre: die Europäische Kommission, die Medien und die politische Verantwortung“, Vistas, Berlin.
- Meyer, Thomas (2004): „Nur im öffentlichen Gespräch kann sich Identität bilden“. In: europa-digital <http://www.europa-digital.de/aktuell/dossier/oeffentlichkeit/1ftmeyer.shtml> aufgerufen am 07.06.2010).
- Requate, Jörg/Schulze-Wessel, Martin (2002): „Europäische Öffentlichkeit: Realität und Imagination einer appellativen Instanz“, in: Requate, Jörg/Schulze-Wessel, Martin (Hrsg.): „Europäische Öffentlichkeit. Transnationale Kommunikation seit dem 18. Jahrhundert, Campus, S. 11-39, Frankfurt am Main.

- Speth, Rudolf (2004): „Jean-Jacques Rousseau“, In: Massing, Peter/Breit, Gotthard (Hrsg.): „Demokratietheorien. Von der Antike bis zur Gegenwart. Texte und Interpretationen“, 5. Auflage, Wochenschauverlag, S. 118-124, Schwalbach.
- Schulz, Wolfgang (2010): „Die Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste als Kern europäischer Medienpolitik“, in: Klumpp, Dieter/Kubicek, Herbert/ Roßnagel, Alexander/Schulz, Wolfgang: „Netzwerk- Wege, Werte, Wandel“, Hans-Bredow-Institut, Springer, S. 269-278, Berlin, Heidelberg.
- Thalmaier, Bettina (2005): „Die zukünftige Gestalt der Europäischen Union: integrations-theoretische Hintergründe und Perspektiven einer Reform“, Nomos, 1. Aufl., Baden-Baden.
- Wessler, Hartmut/ Peters, Bernhard/ Brüggemann, Michael/ Kleinen-von-Königslow, Katharina/ Sifft, Stefanie (2008): „Transnationalization of Public Spheres“, Transformation of the State Series, Palgrave Macmillan, London.
- Wimmer, Jeffrey (2007): „(Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses“, VS Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.

### **Dokumentenverzeichnis:**

- Ausschuss für Kultur und Bildung (2006): Bericht über den Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit, Plenarsitzungsdokument A6-0399/2006.
- Britisches Ministerium für Kultur, Medien und Sport (2005): Bericht zur Audiovisuellen Konferenz „Zwischen Kultur und Handel“, Liverpool.
- Europarl (2006): Bericht zur Plenardebatte vom 12. Dezember 2006 in Straßburg, aufgerufen am 15.05.2010 unter: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=CRE&reference=20061212&secondRef=ITEM-018&format=XML&language=DE>.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2005): Vorschlag für eine RICHTLINIE DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES ZUR ÄNDERUNG DER RICHTLINIE 89/552/EWG DES RATES zur Koordinierung be-

stimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität, Brüssel.

Richtlinie (1989): 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität, Brüssel.

Richtlinie (2010): 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste), Brüssel.