

Die Publikationsreihe „EMR /Script“ erscheint im Saarbrücker Verlag für Rechtswissenschaften.

Die Reihe widmet sich in regelmäßiger Folge aktuellen medienrechtlichen und medienpolitischen Themen inklusive der damit verbundenen Rechtsgebiete wie dem Wettbewerbs-, Datenschutz- und Datensicherheitsrecht. Der Schwerpunkt der Publikationsreihe liegt auf der Dokumentation von Studien und Veranstaltungen.

Primär ist die Distribution als e-Book vorgesehen. Es können aber auch gedruckte Exemplare im Wege des Print-on-Demand-Verfahrens direkt beim Verlag ([www.svr-verlag.de/catalog/index](http://www.svr-verlag.de/catalog/index)) bestellt werden (ISBN-Nummer 978-3-86194-192-7).

Nachfolgend eine Auflistung der bisher erschienenen Bände der Publikationsreihe.

## **Band 1**

Rechtsfragen des digitalen terrestrischen Hörfunks

Prof. Dr. Stephan Ory, Dr. Jörg Ukrow (Hrsg.)

Der Band befasst sich mit der Einführung des digitalen terrestrischen Hörfunks im Standard DAB+ in Deutschland.

Die Abhandlung stellt die ausführliche Fassung der juristischen Ausarbeitungen dar, die Grundlage des Projektberichts zu einer Studie waren, die das EMR im Jahr 2014 gemeinsam mit dem Institut für Rundfunktechnik im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie erstellt hat.

Auf der Basis einer einleitend beschriebenen Ausgangslage werden zunächst die Entwicklung des Hörfunks in Deutschland sowie die Kompetenzen und Regelungsmöglichkeiten auf EU-, Bundes- und Landesebene für einen möglichen Digitalumstieg dargestellt. Den Kern der Untersuchung bildet die Herausarbeitung von Umstellungsszenarien auf Basis der völker-, europa- und verfassungsrechtlichen Rahmenbedingungen und vor dem Hintergrund der Aktivitäten anderer europäischer Staaten auf diesem Gebiet. Nach einer Prüfung der grundgesetzlichen Schranken der gesetzgeberischen Ausgestaltungsfreiheit schließt die Ausarbeitung mit der Untersuchung von möglichen rechtspolitischen Schritten für einen Digitalumstieg.

## **Band 2**

Fotografien in der Großregion / Photographie dans la Grande Région

Prof. Dr. Stephan Ory, Prof. Dr. Mark D. Cole (Hrsg.)

Der Band widmet sich den rechtlichen Rahmenbedingungen der Tätigkeit von Fotojournalisten in der Großregion (Saarland, Lorraine, Luxembourg, Rheinland-Pfalz, Wallonie und Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens).

In diesem Sinne werden die verschiedenen verfassungsrechtlichen Grundlagen der Presse- und Meinungsfreiheit sowie die gesetzlichen Regelungen zur Personenfotografie und zur Fotografie von Sachen und Örtlichkeiten in Belgien, Deutschland, Frankreich und Luxemburg untersucht. Die Studie wurde im Auftrag des Interregionalen Parlamentarierrates der Großregion erstellt und ist im vorliegenden Band auf Deutsch und Französisch veröffentlicht.

## **Band 3**

Comparative Study on Investigative Journalism

Prof. Dr. Stephan Ory, Prof. Dr. Mark D. Cole (Hrsg.)

Der Band befasst sich mit einer umfassenden Darstellung und Analyse der Rahmenbedingungen für den investigativen Journalismus, die sich sowohl auf der Ebene von Kodifizierungen finden als auch im Bereich der Ko- und Selbstregulierung. Nach einer kurzen Einführung in den Begriff des investigativen Journalismus wird die Lage im europäischen Recht detailliert beleuchtet. Danach folgt eine ebenfalls umfangreiche Betrachtung auf Ebene der Regulierung der Länder, die die Situation in 30 verschiedenen europäischen Staaten beschreibt.

## **Band 4**

(Neue) Geschäftsmodelle der Medienagenturen

Prof. Dr. Stephan Ory, Prof. Dr. Mark D. Cole (Hrsg.)

Der Band befasst sich mit den Geschäftsmodellen der Mediaagenturen und den damit

verbundenen Auswirkungen auf ihre Rolle als Vermittler zwischen Medien und Werbungtreibenden.

Bei der Abhandlung handelt es sich um ein Gutachten, das seitens des EMR im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) erstellt und auf den Medientagen München im Oktober 2016 vorgestellt wurde. Die Arbeit ist zudem Basis für eine weitere Befassung des EMR mit diesem Thema. Im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) ist im März 2017 eine Folgestudie erschienen, die sich mit den rechtspolitischen Fragen einer verstärkten Transparenzpflicht für Mediaagenturen befasst.

Nach einer Darstellung der Ausgangslage sowie der Entwicklungen in den letzten Jahrzehnten im Sektor der Mediaagenturen, befasst sich der Band mit den Auswirkungen der Digitalisierung und neuer Geschäftsmodellen wie Programmatic Advertising und datengetriebener Werbung auf den Markt. Nach einer vertrags-, wettbewerbs- und medienrechtlichen Analyse werden Lösungsansätze dargestellt, die der besonderen Bedeutung eines vielfältigen Medienangebots, dem engen Zusammenhang zwischen der Marktposition von Mediaagenturen und anderen Intermediären und der Refinanzierbarkeit medialer Angebote zumindest im werbunggetriebenen Umfeld Rechnung tragen.