



Institut für Europäisches Medienrecht
Institute of European Media Law
Institut du droit européen des médias

Tagungsbericht

Europatag 2018 der Medientage München

in Kooperation mit



Freitag, 26. Oktober 2018, München

Zwischen Vertiefung und Verkleinerung – Europas digitaler Binnenmarkt

Einführung in den Europatag und Keynote von StM Georg Eisenreich

Freitags ist Europatag, jedenfalls bei den Medientagen München. Er wird veranstaltet vom Institut für Europäisches Medienrecht (EMR) mit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). Nach einer kurzen Begrüßung durch *Siegfried Schneider, Präsident der BLM*, folgte die Keynote von *MdL Georg Eisenreich, Staatsminister für Digitales, Medien und Europa*. Er betonte, wie wichtig ein „Level-Playing-Field“ auf dem Medienmarkt ist, um einen fairen Wettbewerb zwischen allen Playern zu gewährleisten. Die etablierten Medienanbieter müssten ihre Kräfte bündeln, statt untereinander zu streiten. Nur durch stärkere Zusammenarbeit und einen gemeinsamen Kampf gegen größere Player, könne man der Tatsache entgegenwirken, dass der „Kuchen“ der Umsatzmöglichkeiten für die Medienbranche immer kleiner werde. *Eisenreich* begrüßte vor diesem Hintergrund die Initiative zur Schaffung eines Digitalen Binnenmarkts auf europäischer Ebene, betonte dabei allerdings, dass

es weiterhin Detailfragen gebe, die einer Diskussion auch auf nationaler Ebene bedürfen. Insbesondere solle nach seiner Auffassung darüber nachgedacht werden, die Regulierung der klassischen Medien etwas liberaler zu gestalten bzw. insgesamt zu vermindern. Die AVMD-Richtlinie sei in dieser Hinsicht zwar ein erster richtiger Schritt, aber noch nicht ausreichend. Vielmehr werde eine europäische Digitale Agenda benötigt, die dem Gedanken des grenzüberschreitenden Charakters der Digitalisierung Rechnung trage. Die Tatsache, dass Europa so eine wichtige Rolle bei den Medientagen München spiele, sei für die weitere Diskussion daher sehr erfreulich.

Anschließend führte *Prof. Dr. Stephan Ory, Direktor des EMR*, in den Europatag ein und stellte dabei die Frage „Wie gestalten wir die Zukunft?“ Europa „brumme“ zur Zeit und was in den letzten Monaten aus Brüssel und Straßburg zu hören sei, habe praktische Auswirkungen auch auf die nati-



Institut für Europäisches Medienrecht
Institute of European Media Law
Institut du droit européen des médias

onaler Ebene. Beispielhaft nannte *Ory* dabei die Entwicklungen im Trilog der Urheberrechtsreform und die Einigung bei der Überarbeitung der AVMD-RL. Das EMR verstehe sich dabei als Plattform zur Diskussion dieser wichtigen europäischen Themen. So sei auch der in Kooperation mit der BLM veranstaltete Europatag der Medi-

entage München ein wichtiges Forum, das sich in den letzten Jahren etabliert habe und interessante Impulse liefere. Auch in diesem Jahr würden wieder Themen behandelt, die für die Medienbranche besonders relevant seien und Aufmerksamkeit verdienen.

Panel 1 zur AVMD-Richtlinie

Im Panel „Nach der Einigung ist vor der Umsetzung - Herausforderungen der AVMD-RL für das nationale Recht“, moderiert von *Reinhold Kopp, Vorstandsmitglied des EMR und Rechtsanwalt bei Heussen Rechtsanwalts-gesellschaft*, diskutierten die Panelisten über die bevorstehenden Entwicklungen, die auf die nationalen Gesetzgeber zukommen werden. Europäische Kommission, Parlament und Rat haben sich noch vor dem Sommer diesen Jahres im Rahmen der Trilogverhandlungen auf eine endgültige Position bei der Reform der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste geeinigt. Den Mitgliedstaaten verbleibt ab Inkrafttreten, das für Ende Jahr erwartet wird, eine Umsetzungsfrist von 21 Monaten, ihre nationalen Rechtsordnungen an die neuen Vorgaben anzupassen. Angesichts der großen Bedeutung, der dieser Reform auch vor dem Hintergrund der Digitalisierung und der Etablierung neuer medialer Erscheinungsformen beigemessen wurde, scheint diese Frist nicht zu kurz bemessen. *Dr. Anna Herold, Leiterin des Referats Politik der audiovisuellen und Mediendienste der Europäischen Kommission*, betonte hierbei, dass die Erweiterung des Anwendungsbereichs der AVMD-Richtlinie auch auf Video-Sharing-Plattformen (VSP) eine der wichtigsten Neuerungen sei. Die Schaffung von Transparenz gegenüber dem Nutzer, der auch im Bereich solcher Medien ein anderen audiovisuellen Mediendiensten vergleich-

bares Schutzniveau erwarte, sei ein wichtiger Schritt in Richtung Zukunft gewesen. *Dr. Michael R. Kogler, stv Leiter der Abteilung Medien(recht), Informationsgesellschaft des Bundeskanzleramts Österreich*, sah weniger in der (Umsetzungs-) Gesetzgebung, sondern insbesondere in der Angemessenheitsbeurteilung durch die Regulierer eine der größten Herausforderungen des reformierten Rechts. Dabei sei abzuwarten, wie die Mitgliedstaaten an der Stelle mit ihrem Gestaltungsspielraum umgehen, was schließlich lösungsorientierten Gesprächsstoff auch im Kontaktausschuss liefern werde. *Dr. Tobias Schmid, Europabeauftragter der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM)*, merkte vor diesem Hintergrund an, dass man für die Schaffung eines Level-Playing-field zu einer einheitlichen Auslegung des Rechts auch in den einzelnen Mitgliedstaaten gelangen müsse. Daher sei das erste, was geschehen müsse, eine zügige und möglichst genaue „1:1“-Umsetzung der AVMD-Richtlinie. In einem weiteren Schritt müsse dann sichergestellt werden, dass die einzelnen Regulierungsbehörden die vorhandenen Regeln auch umsetzen. *Heiko Zysk, Vice President Governmental Relations & Head of European Affairs bei ProSiebenSat.1 Media*, wies darauf hin, dass die neuen inhaltlichen Bestimmungen etwa im Hinblick auf die Verbote zur Aufstachelung zum Hass und Terrorismus für die klassischen Medienun-



Institut für Europäisches Medienrecht
Institute of European Media Law
Institut du droit européen des médias

ternehmen ohnehin bereits zum *status quo* ihrer Angebote gehören. Neue Herausforderungen würden sich in diesem Feld nicht ergeben. Was die Werbeliberalisierung angehe, hätte man sich in seinem Medienhaus zwar mehr erwartet, dennoch würde man sich ebenfalls über eine zügige Umsetzung der jetzt erreichten Regelungen freuen. *Prof. Dr. Jens-Ole Schröder, Juristischer Direktor des Mitteldeutschen Rundfunks*, unterstrich besonders, dass die vorhandene Regulierung funktioniere und dies zeige, dass ein selbstbewusstes Herangehen möglich sei und stattfinden sollte. Auch kritische Worte fand dagegen *Claus Grewenig, Leiter Medienpolitik der Mediengruppe RTL Deutschland*, und verglich den Regulierungsprozess auf EU-Ebene mit einem Adler, der von der Kommission zunächst vorgeschlagen wurde, der jedoch nach den Trilogverhandlungen zum Suppenhuhn geworden sei: Das Level-Playing-field sei auch nach der aktuellen Reform noch nicht hergestellt, was insbesondere die

weiterhin bestehende Unterscheidung zwischen linearen und non-linearen Dienste oder die nur unwesentliche Änderung bei Single Spots betreffe. Zumindest aber die vorhandenen Neuerungen im Bereich AVMD und auch in Bezug auf den Medienstaatsvertrag sollten aber beschleunigt vorangetrieben werden. In Bezug auf erstere wiederholte *Schmid*, dass eine „1:1“-Umsetzung der Richtlinie den Gesetzgeber nicht vor allzu große Herausforderungen stellen dürfte. Dabei und bei der Anwendung werde jedenfalls die Europäische Kommission, so *Herold*, die Mitgliedstaaten insbesondere auch durch Leitlinien unterstützen. Insgesamt zeigten sich die Panelisten optimistisch im Hinblick auf die zügige Umsetzung, wenngleich die (notwendige) Auslegung wichtiger Begriffe in einem weiteren Schritt – in einem von *Kogler* gebrauchten Bild – auch einem Vergleich mit dem ‚Da Vinci Code‘ ausgesetzt war.

Künstliche Intelligenz in Panel 2

Im Panel „Künstliche Intelligenz – Gefahren für die Meinungsbildung und Meinungsvielfalt?“ wurde über die Anwendungsfelder von künstlicher Intelligenz in den Medienhäusern gesprochen. *Saim Rolf Alkan, Geschäftsführer der ax semantics GmbH*, stellte die Möglichkeiten der von seinem Unternehmen entwickelten Software vor, mit der in Redaktionen mittels strukturierter Daten regelmäßig wiederkehrende Inhalte publiziert werden können. Bereits jetzt sei es etwa möglich, datengeprägte Texte wie etwa Wettervorhersagen oder Sportberichte vollständig automatisiert zu erstellen. Bereiche wie das Feuilleton oder die Glosse blieben aber weiterhin den ‚echten‘ Journalisten überlassen. Auf die daraufhin von der Moderatorin *Christina Etteldorf, wis-*

enschaftliche Mitarbeiterin am EMR, aufgeworfene Frage, wann oder ab wann man denn dann von einer künstlichen Intelligenz sprechen könne, bemängelte *Prof. Dr. Maximilian, em. Professor für Bürgerliches Recht, Rechtstheorie und Rechtsinformatik an der Universität des Saarlandes*, den seiner Meinung nach unpräzisen Gebrauch dieser Begrifflichkeit, der häufig zu der fälschlichen Vorstellung führe, dass eigenständige, mit KI ausgestattete Akteure am Werk seien. Hierdurch würden teilweise unbegründet Ängste vor der neuen Technologie geschürt. *Alkan* berichtete in Bezug darauf, dass seine Software in der Praxis bislang gut aufgenommen werde und er lediglich mit der „üblichen Technologieangst“ von Journalisten konfrontiert sei. In diesem Zu-



Institut für Europäisches Medienrecht
Institute of European Media Law
Institut du droit européen des médias

sammenhang erwähnte Alkan auch seine Beobachtung, dass häufig bei maschinell erstellten Texten eine entsprechende Kennzeichnung fehle, die er allerdings vor dem Hintergrund der Herstellung von Transparenz als wünschenswert bewertete. Um dies allerdings auch gesetzlich verbindlich zu regeln, so *Herberger*, müsse allerdings ein normatives Argument gefunden werden, was zwar begründbar sei, allerdings im

Moment noch nicht zum Tragen komme, da man sich derzeit in Deutschland noch auf das existierende Berufsethos der Journalisten und Medienmacher verlassen könne. Die Panelisten waren sich im Ergebnis einig, dass künstliche Intelligenz regulatorisch kaum greifbar sei, aber eine Regulierung sich derzeit (noch) nicht als dringende Notwendigkeit darstelle.

Panel 3 und das Warten auf ePrivacy

Im nächsten Panel zum Thema „Warten auf ePrivacy – Was lange währt, wird endlich ...?“ wies Moderator *Prof. Dr. Mark D. Cole, wissenschaftlicher Direktor des EMR*, einleitend auf die gewählte Panel-Überschrift hin und bat *Kristin Benedikt, Leiterin des Referats Internet, Telemedien, Apps und Branchenverzeichnisse beim Bayerischem Landesamt für Datenschutzaufsicht*, um eine kurze Darstellung des derzeitigen Stands im politischen Verfahren auf EU-Ebene. *Benedikt* bezeichnete die derzeitige Lage als höchst problematisch auch aus Sicht der Datenschutzaufsicht. Ursprünglich sei geplant gewesen, dass die ePrivacy-Verordnung gemeinsam mit der Datenschutz-Grundverordnung in Kraft treten soll, wovon man nun auch nach knapp 2 Jahren nach Vorlage des Reformentwurfs (und einem halben Jahr Anwendbarkeit DSGVO) noch weit entfernt sei. Das führe derzeit zu Abgrenzungsproblemen und Unsicherheit im Bereich der elektronischen Kommunikation, wobei es um viel mehr als Tracking und werbefinanzierte Inhalte gehe. Der Schutz der Vertraulichkeit der Kommunikation insgesamt komme derzeit in der Diskussion zu kurz. Auf die Frage von *Cole*, wie vor diesem Hintergrund der Satz „Was lange währt wird endlich ...?“ zu vervollständigen sei, betonte *Dr. Harald Flemming, Managing Director VAUNET*, dass

nicht alles, was die ePrivacy-Verordnung derzeit im Entwurf vorsehe, schlecht sei. Aus seiner Sicht könne allerdings nur der derzeitige Entwurf des Rates, der nicht die umstrittene browsergesteuerte Cookie-Regelung vorsehe, auch den berechtigten Interessen der privaten Medien und der Werbeindustrie gerecht werden. Beim Setzen von Cookies gehe es nicht um personenbezogene Daten, sondern lediglich um das Ermöglichen eines zielgruppenorientierten Werbens. *Dr. Stefan Hanloser, Vice President Data Protection Law ProSiebenSat.1 Group*, konkretisierte die Zielsetzung auf die Möglichkeit des Wiedererkennens des Nutzerendgerätes. Diese sei unter anderem wichtigster Faktor für die Reichweitenmessung, die wiederum das Funktionieren der Geschäftsmodelle der privaten Medien im Internet bedinge. Gerade gegenüber größeren Playern wie Google und Facebook, die sich Einwilligungen zur Datennutzung von registrierten Usern sehr viel einfacher verschaffen können, würde das Modell eines softwaregebundenen und vorgelagerten ‚Opt-ins‘ die Geschäftsmodelle erheblich gefährden. *Rigo Wenning, Legal Counsel ERCIM/W3C*, bezog dagegen Stellung für dieses Modell des Art. 10 ePrivacy-Verordnung. Hierbei handele es sich um eine sinnvolle und zukunftsorientierte Regelung, die vielleicht von den Medienhäusern



Institut für Europäisches Medienrecht
Institute of European Media Law
Institut du droit européen des médias

nicht richtig verstanden werde. Sog. Tracker seien ein Auslaufmodell, das in zehn Jahren ohnehin nicht mehr existieren werde. *Hanloser* äußerte vor diesem Hintergrund allerdings Bedenken in Bezug auf die Zwischenschaltung der Browser als Gatekeeper, die wiederum andere und eigene Interessen verfolgen. *Flemming* betonte zudem die Befürchtung der Werbeindustrie, dass man User nach einem browsergesteuerten Ablehnen

von Cookies nicht mehr erreichen werde. Einige waren sich die Teilnehmer jedoch, dass der derzeitige Zustand für niemanden eine rechtssichere Arbeitsgrundlage biete. *Benedikt* betonte abschließend, dass die Datenschutzaufsichtsbehörden jedenfalls mit der derzeitigen Situation, in der die Privatsphäre-Einstellungen auch aufgrund mangelnder Opt-Out-Möglichkeiten ins Leere laufen, nicht einverstanden sind.

Brexit oder Brexodus in Panel 4

Im letzten Panel widmeten sich die Teilnehmer unter der Moderation von *Dr. Jörg Ukrow*, *geschäftsführendes Vorstandsmitglied des EMR*, dem Thema „Brexit oder Brexodus - Was bedeutet der Weg Großbritanniens für den europäischen Medienmarkt?“. *Ross Biggam*, *Vice-President Government Affairs EMEA bei Discovery Communications und Vorstandsmitglied des EMR*, gab zunächst einen Einblick in die Stimmungslage in der Medienbranche im Vereinigten Königreich. Gerade die in Großbritannien sehr stark vertretenen und auch auf ausländische Märkte ausgerichteten Medienanbieter, hätten zu keiner Zeit ein Interesse an einem Austritt aus der EU gehabt. So belege eine aktuelle Branchenumfrage dass sich 96 % für den Verbleib in der EU aussprechen würden. Es sei, so *Biggam*, außerhalb der Union schwierig für einen Sender sich zu organisieren. *Michael Kayser*, *Senior Consulting British TV Channels*, betonte dabei insbesondere auch die Bedeutung der Kreativbranche Großbritanniens, die auch für die Schaffung international erfolgreicher Formate bekannt sei. Ob in Zukunft für Europa alles so weitergehen könne, sei eine sehr schwer zu beantwortende Frage. *Martin Gebrande*, *Geschäftsführer der BLM*, war dabei der Ansicht, dass der Brexit einen Verlust für alle – ob Medienanbieter oder Rezipienten – darstel-

len werde, da ein kulturell verwobener Medienmarkt auseinandergerissen werde. Dennoch werde es sicherlich auch hier am Ende Gewinner geben, Staaten also, in denen sich die britischen Unternehmen niederlassen, wobei auch Bayern als Land mit einer bereits hohen Zahl an Medienanbietern ein attraktiver Standort sei. Auf diese Ausführung hin problematisierte *Biggam* vor allem die Geltung des Herkunftslandprinzips und die in der AVMD-Richtlinie vorgesehenen Quoten für europäische Werke und das Umgehungsverbot. Dies alles seien Herausforderungen, denen man sich zukünftig, vor allem aber in den Verhandlungen stellen müsse. Auf die Feststellung von *Ukrow*, dass die ERGA-Mitgliedschaft wegfallen und damit verbunden die Frage, wie es zukünftig um die Kooperation der Regulierer gestellt sei, vertrat *Gebrande* die Ansicht, dass „man auch dann miteinander reden kann, wenn man nicht im selben Haus wohnt“. Verschiedene Regelungen in den Ländern machten aber dennoch die Frage erforderlich, so der Einwurf von *Kayser*, wie diese zu der Ausgangslage in UK passen. Im Hinblick auf eine zukünftige Regulierung des audiovisuellen Sektors wurde der Europarat zwar diskutiert, aber von *Biggam* in weiter Ferne gesehen, insbesondere da in dem Fall alle Mitgliedstaaten sich um eine Regelung nur wegen eines



Institut für Europäisches Medienrecht
Institute of European Media Law
Institut du droit européen des médias

Staates bemühen müssten. Gerade beim Thema Regulierung sollten aber jedenfalls auch neue Modelle, die sich nach Auffassung von *Gebrande* etwa speziell am System des domestic licencing orientieren könnten, stärker in den Fokus rücken. Einig waren sich die Teilnehmer dahingehend, dass ein bilaterales Abkommen die beste Lösung für eine Handhabe des audiovisuellen Sektors wäre. *Biggam* beruhigte jedenfalls mit der Prognose, dass sich für einen Hard Brexit wohl keine Mehrheit im Unterhaus finden werde und zeigte sich optimistisch.

Fazit zum Europatag, Fotos und Presse

Erneut lieferte der Europatag entsprechend dem diesjährigen Leitthema „Zwischen Vertiefung und Verkleinerung - Europas digitaler Binnenmarkt“ wichtige Eindrücke zu europäischen Entwicklungen rund um Medienrecht und -politik. Betont wurde dabei in diesem Jahr vor allem die Bedeutung der Zusammenarbeit auf EU-Ebene, die einen fairen Markt für Wettbewerber und Rezipienten gewährleisten könne und müsse. Fotos und Pressemitteilungen zu den einzelnen Diskussionsrunden des Europatages sind abrufbar unter <https://medientage.de/bilder-2018/> und <https://medientage.de/presnews/>.

Den Tagungsbericht finden Sie auch auf der Website des EMR unter www.emr-sb.de mit ergänzenden Unterlagen.