

EUROPA-PARLAMENTET

2004



2009

Kultur- og Uddannelsesudvalget

27.9.2006

PE 378.764v01-00

ÆNDRINGSFORSLAG 592-678

Udkast til betænkning

(PE 376.676v01-00)

Ruth Hieronymi

Forslag til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv om ændring af Rådets direktiv 89/552/EØF om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne vedrørende udøvelse af tv-radiospredningsvirksomhed

Forslag til direktiv (KOM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD) – ændringsretsakt)

Kommissionens forslag

Ændringsforslag

Ændringsforslag af Michl Ebner

Ændringsforslag 592
ARTIKEL 1, NR. 5

Artikel 3, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Medlemsstaterne sikrer ved passende midler og inden for rammerne af deres retsfor skrifter, at medietjenesteudbydere, der hører under deres jurisdiktion, reelt overholder dette direktiv.

2. Medlemsstaterne sikrer ved passende midler, **herunder indførelse af hensigtsmæssige sanktioner, der står i rimeligt forhold til de potentielle fordele, der kan opnås ved at overtræde de fastlagte bestemmelser**, og inden for rammerne af deres retsfor skrifter **samt i overensstemmelse med eksisterende og bevisligt effektive tilsynsprocedurer i de enkelte medlemsstater**, at medietjenesteudbydere, der hører under deres jurisdiktion, reelt overholder dette direktiv. **De økonomiske sanktioner skal have tilstrækkelig afskrækkende virkning til at sikre, at misligholdelse og gentagne**

AM\631749DA.doc

PE 378.764v01-00

DA

DA

overtrædelser er en undtagelse.

Or. it

Begrundelse

Sanktionerne skal have tilstrækkelig afskrækkende virkning for operatørerne. De skal især først og fremmest sikre, at enhver formodet og/eller faktisk konstateret fordel som følge af den manglende overholdelse udlignes, og for det andet skal der -som en supplerende snarere end en alternativ foranstaltning - indføres passende økonomiske sanktioner, som kan forhindre yderligere overtrædelser eller gentagelser.

Ændringsforslag af Luis Herrero-Tejedor

Ændringsforslag 593
ARTIKEL 1, NR. 6 A (ny)
Artikel 4 (ny) (direktiv 89/552/EØF)

6a. Artikel 4 udgår.

Or. es

Begrundelse

Kvoter griber ind i tv-spredningsvirksomhedernes programlægningsfrihed. Den digitale tidsalder fremmer pluralisme og brugervalg, hvilket gør kvoter overflødige. Det er brugernes og ikke lovgivers interesser, der bør diktere, hvad udbyderne tilbyder.

Ændringsforslag af Christopher Heaton-Harris

Ændringsforslag 594
ARTIKEL 1, NR. 6 A (nyt)
Artikel 4 (direktiv 89/552/EØF)

6a. Artikel 4 udgår.

Or. en

Begrundelse

Med den store diversitet, som flere tjenester giver, er bestemmelser om kvoter unødvendige. Der findes flere effektive måder, hvorpå man kan opmuntre til produktion og udsendelse af europæiske programmer.

Ændringsforslag af Luis Herrero-Tejedor

Ændringsforslag 595
ARTIKEL 1, NR. 6 B (nyt)

Artikel 5 (direktiv 89/552/EØF)

6b. Artikel 5 udgår.

Or. en

Begrundelse

Kvoter griber ind i tv-spredningsvirksomhedernes programlægningsfrihed. Den digitale tidsalder fremmer pluralisme og brugervalg, hvilket gør kvoter overflødige. Det er brugernes og ikke lovgivers interesser, der bør diktere, hvad udbyderne tilbyder.

Ændringsforslag af Christopher Heaton-Harris

Ændringsforslag 596
ARTIKEL 1, NR. 6 A (nyt)

Artikel 5 (direktiv 89/552/EØF)

6a. Artikel 5 udgår.

Or. en

Begrundelse

Med den store diversitet, som flere tjenester giver, er bestemmelser om kvoter unødvendige. Der findes flere effektive måder, hvorpå man kan opmuntre til produktion og udsendelse af europæiske programmer.

Ændringsforslag af Jorgo Chatzimarkakis

Ændringsforslag 597
ARTIKEL 1, NR. 6 B (nyt)

Artikel 5 (direktiv 89/552/EØF)

6b. Artikel 5 udgår.

Or. en

Begrundelse

En kvote for europæiske produktioner er ikke nødvendig.

Ændringsforslag af Helga Trüpel og Jean-Luc Bennahmias

Ændringsforslag 598

ARTIKEL 1, NR. 7, LITRA (A A) (nyt)

Artikel 6, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

aa. I stk. 1 tilføjes følgende litra d:

"d) Medlemsstaterne tager ved definitionen af begrebet "uafhængig producent" på passende vis hensyn til følgende fire kriterier:

ejerskab af produktionsfirmaet og produktionsfirmaets ejendomsrettigheder, antal programmer leveret til den samme tv-spredningsvirksomhed og ejendomsretten til sekundære rettigheder"

Or. en

Begrundelse

Af hensyn til en realistisk vurdering af uafhængige producenters programmer er fordelingen af ejendoms- og senderrettighederne af særlig betydning. Også ejerskabet af produktionsfirmaet selv har stor betydning for uafhængigheden.

Ændringsforslag af Luis Herrero-Tejedor

Ændringsforslag 599

ARTIKEL 1, NR. 9

Artikel 10, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

Fjernsreklamer og teleshopping skal klart kunne identificeres som sådanne og holdes klart adskilte fra **den øvrige programvirksomhed med optiske og/eller akustiske midler.**

Fjernsreklamer og teleshopping skal klart kunne identificeres som sådanne og holdes adskilte fra **det redaktionelle indhold.**

Or. es

Begrundelse

Isoleret reklame afbryder ikke programmerne, og seerne foretrækker dette frem for lange reklameafbrydelser.

Ændringsforslag af Helga Trüpel og Jean-Luc Bennahmias

Ændringsforslag 600
ARTIKEL 1, NR. 9

Artikel 10, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

1. Fjernsynsreklamer og teleshopping skal klart kunne identificeres som sådanne og holdes klart adskilte fra den øvrige programvirksomhed med optiske og/eller akustiske midler.

1. Fjernsynsreklamer og teleshopping skal klart kunne identificeres som sådanne og **skelnes fra det redaktionelle indhold. Med forbehold af anvendelse af nye reklameteknikker, skal fjernsynsreklamer og teleshopping** holdes klart adskilte fra den øvrige programvirksomhed med optiske og/eller akustiske **og/eller rumlige** midler.

Or. en

Begrundelse

Der er behov for en gennemskuelig og effektiv forbrugerbeskyttelse til at skelne disse reklameformer fra det redaktionelle indhold.

Ændringsforslag af Christopher Heaton-Harris

Ændringsforslag 601
ARTIKEL 1, NR. 9

Artikel 10, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

1. Fjernsynsreklamer og teleshopping skal klart kunne identificeres som sådanne og **holdes klart adskilte** fra den øvrige programvirksomhed med optiske og/eller akustiske midler.

1. Fjernsynsreklamer og teleshopping skal klart kunne identificeres som sådanne og **skelnes** fra den øvrige programvirksomhed med optiske og/eller akustiske midler. **Tv-reklamer og teleshopping må ikke berøre den audiovisuelle medietjenesteudbyders redaktionelle uafhængighed eller vildlede seeren.**

Or. en

Begrundelse

Princippet om gennemskuelighed og identifikation sikrer, at kommerciel kommunikation kan genkendes som sådan, og åbner op for udvikling af nye reklameteknikker.

Ændringsforslag af Michl Ebner

Ændringsforslag 602
ARTIKEL 1, NR. 9

Artikel 10, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

1. Fjernsreklamer **og** teleshopping skal *klart* kunne identificeres som sådanne og holdes klart adskilte fra den øvrige programvirksomhed med optiske og/eller akustiske midler.

1. Fjernsreklamer, teleshopping **og** **telepromotion** skal *klart* kunne identificeres som sådanne og holdes klart adskilte fra den øvrige programvirksomhed med optiske og/eller akustiske midler. **Telepromotion må ikke praktiseres "on air" af studieværter og personer med tilknytning til de audiovisuelle medietjenester.**

Or. it

Begrundelse

Som anført i ændringsforslag 1 bør telepromotion også være omfattet af direktivet.

Ændringsforslag af Luis Herrero-Tejedor

Ændringsforslag 603
ARTIKEL 1, NR. 9

Artikel 10, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

Isolerede reklame- og teleshoppingindslag må kun forekomme undtagelsesvis, undtagen i sportsprogrammer." udgår

Or. es

Begrundelse

Isoleret reklame afbryder ikke programmerne, og seerne foretrækker dette frem for lange reklameafbrydelser.

Ændringsforslag af Ignasi Guardans Cambó

Ændringsforslag 604
ARTIKEL 1, NR. 9

Artikel 10, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

**2. Isolerede reklame- og udgår
teleshoppingindslag må kun forekomme
undtagelsesvis, undtagen i
sportsprogrammer."**

Or. en

Begrundelse

Der er normalt kun i korte perioder adgang til indholdet på andre platforme end traditionelt tv, og det vil derfor være nødvendigt at tillade korte reklameafbrydelser for at tilpasse sig disse nye distributionsformer.

Ændringsforslag af Karsten Friedrich Hoppenstedt

Ændringsforslag 605
ARTIKEL 1, NR. 9

Artikel 10, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

**2. Isolerede reklame- og udgår
teleshoppingindslag må kun forekomme
undtagelsesvis, undtagen i
sportsprogrammer.**

Or. de

Begrundelse

I modsætning til faste reklameblokke kan isolerede indslag lettere integreres i programforløbet og er dermed mindre forstyrrende for seerne. Dette fremgår af nylige undersøgelser. På grund af det stigende økonomiske pres på tv-spredningsvirksomhederne bør en frigivelse af isolerede reklameindslag støttes. Dette vil modvirke fokuseringen på betalingstilbud og dermed øge det europæiske medielandskabs mangfoldighed.

Ændringsforslag af Christopher Heaton-Harris

Ændringsforslag 606
ARTIKEL 1, NR. 9

Artikel 10, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Isolerede reklame- og teleshoppingindslag må kun forekomme undtagelsesvis, undtagen i sportsprogrammer." **udgår**

Or. en

Begrundelse

Reklamebegrænsninger bør ophæves for at give europæiske medietjenesteudbydere større muligheder for at konkurrere og fastholde indtægter til finansiering af og investering i europæisk audiovisuelt indhold. Forbrugeren er den bedste regulator, hvad angår mængden og arten af reklame.

Ændringsforslag af Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi, Lilli Gruber

Ændringsforslag 607
ARTIKEL 1, NR. 9

Artikel 10, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Isolerede reklame- og teleshoppingindslag må kun forekomme undtagelsesvis, **undtagen i sportsprogrammer."**

2. Isolerede reklame- og teleshoppingindslag må kun forekomme undtagelsesvis."

Ændringsforslag af Helga Trüpel og Monica Frassoni

Ændringsforslag 608
ARTIKEL 1, NR. 9

Artikel 10, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Isolerede reklame- og teleshoppingindslag må kun forekomme undtagelsesvis, **undtagen i sportsprogrammer."**

2. Isolerede reklame- og teleshoppingindslag må kun forekomme undtagelsesvis.

Or. en

Begrundelse

Isolerede reklame- og teleshoppingindslag bør fortsat kun forekomme undtagelsesvis. I modsat fald ville de europæiske, audiovisuelle programmets integritet blive undermineret.

Ændringsforslag af Manolis Mavrommatis

Ændringsforslag 609
ARTIKEL 1, NR. 9

Artikel 10, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Isolerede reklame- og teleshoppingindslag
må kun forekomme undtagelsesvis,
undtagen i *sportsprogrammer*."

2. Isolerede reklame- og teleshoppingindslag
må kun forekomme undtagelsesvis,
undtagen i *transmissioner af
sportsbegivenheder*."

Or. el

Begrundelse

Disse indslag bør sigte mod transmission af sportsbegivenheder (og passe ind i de naturlige pauser) og ikke mod programmer med sportsindhold generelt.

Ændringsforslag af Jorgo Chatzimarkakis

Ændringsforslag 610
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

**1. Medlemsstaterne sikrer, at indsættelse af udgår
reklamer eller teleshoppingindslag i
programmer ikke går ud over
programmernes integritet eller
rettighedshavernes rettigheder.**

Or. de

Begrundelse

Kvantitative reklamebegrænsninger er ikke et retfærdigt middel til regulering af programudbuddet. Forbuddet mod afbrydelser i gudstjenester har tidligere ikke givet disse nogen afgørende fordel og bør ud fra en verdslig betragtning afvises.

Ændringsforslag af Marie-Hélène Descamps

Ændringsforslag 611
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

1. **Medlemsstaterne sikrer, at indsættelse af reklamer *eller* teleshoppingindslag i programmer ikke går ud over programmernes integritet eller rettighedshavernes rettigheder.**

1. **Fjernsynsreklamer og teleshoppingindslag placeres mellem udsendelserne. Hvis betingelserne i stk. 2 er opfyldt, kan reklamer og teleshoppingindslag *ligeledes* placeres i udsendelserne under hensyntagen til naturlige ophold i programmet og dets længde og art og således, at der ikke gribes ind i rettighedshavernes rettigheder.**

Or. fr

Begrundelse

Det er nødvendigt at fastholde princippet om placering af fjernsynsreklamer og teleshoppingindslag mellem programmerne. Når reklamer og teleshoppingindslag placeres inde i programmerne, skal det ske på en sådan måde, at det ikke går ud over programmernes integritet og værdi, og der ikke gribes ind i rettighedshavernes rettigheder.

Ændringsforslag af Henri Weber og Giovanni Berlinguer

Ændringsforslag 612
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

(1) **Medlemsstaterne sikrer, at indsættelse af reklamer *eller* teleshoppingindslag i programmer ikke går ud over programmernes integritet *eller* rettighedshavernes rettigheder.**

(1) **Fjernsynsreklamer og teleshoppingindslag placeres mellem udsendelserne. Hvis betingelserne i stk. 2 er opfyldt, kan reklamer og teleshoppingindslag *ligeledes* placeres inde i udsendelserne, når det sker på en sådan måde, at det ikke går ud over programmernes integritet *under hensyntagen til naturlige ophold i programmet, og der ikke gribes ind i* rettighedshavernes rettigheder.**

Or. fr

Begrundelse

Den betydelige opblødning af artikel 11, som Kommissionen har foreslået, kan i alvorlig grad true den balance, der i dag er opnået mellem den nødvendige finansiering, seernes bekvemmelighed, programmernes kvalitet og respekten for dem. Dog synes det legitimt at give

tv-spredningsvirksomhederne større fleksibilitet i forbindelse med reklameindslag i deres programmer.

I overensstemmelse med princippet om adskillelse af reklamer fra det øvrige program skal det lige så grundlæggende princip om indsættelse af reklamer mellem udsendelser derfor udtrykkeligt nævnes. Forslaget sigter derfor mod at bevare det grundlæggende i det nuværende stk. 1 i artikel 11, navnlig ved at fastholde kriteriet om ”naturlige ophold i programmet”, som giver mulighed for at imødegå enhver uventet afbrydelse.

Artikel 11, stk. 2, andet afsnit, er et kompromis mellem behovet for at opretholde kvaliteten og integriteten af alle programmer, navnlig serier, føljetoner, lette underholdningsudsendelser og dokumentarprogrammer, og retmæssigheden i at tilbyde tv-spredningsvirksomhederne større fleksibilitet ved at erstatte kriteriet om 20 minutter med et kriterium om tre afbrydelser pr. klokke-time.

Artikel 11, stk. 2, tredje afsnit, sigter mod at danne en ramme for sportsbegivenheder, hvis uforudsigelighed berettiger en specifik ordning, således at seerne ikke går glip af noget.

Ændringsforslag af Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi, Lilli Gruber

Ændringsforslag 613
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

1. **Medlemsstaterne sikrer, at indsættelse af reklamer eller teleshoppingindslag i programmer *ikke går ud over* programmernes integritet eller rettighedshavernes rettigheder.**

1. **Det er forbudt at indsætte reklamer eller teleshoppingindslag i programmer, *som skader* programmernes integritet eller rettighedshavernes rettigheder.**

Ændringsforslag af Marielle de Sarnez og Claire Gibault

Ændringsforslag 614
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

(1) **Medlemsstaterne sikrer, at indsættelse af reklamer *eller* teleshoppingindslag i programmer *ikke* går ud over programmernes integritet *eller* rettighedshavernes rettigheder.**

(1) **Fjernsynsreklamer og teleshoppingindslag *placeres mellem udsendelserne. Hvis betingelserne i stk. 2 er opfyldt, kan* reklamer og teleshoppingindslag *ligeledes placeres inde i udsendelserne, når det sker på en sådan måde, at det* ikke går ud over programmernes integritet *under hensyntagen til naturlige ophold i programmet, og der ikke gribes ind i***

rettighedshavernes rettigheder.

Or. fr

Begrundelse

Den betydelige opblødning af artikel 11, som Kommissionen har foreslået, kan i alvorlig grad true den balance, der er opnået mellem den nødvendige finansiering, seernes bekvemmelighed, programmernes kvalitet og respekten for dem. Dog synes det legitimt at give tv-spredningsvirksomhederne større fleksibilitet i forbindelse med reklameindslag.

Ændringsforslag af Jean-Luc Bennahmias og Carl Schlyter

Ændringsforslag 615
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

1. Medlemsstaterne sikrer, at indsættelse af reklamer eller teleshoppingindslag i programmer ikke går ud over programmernes integritet eller rettighedshavernes rettigheder.

1. **Fjernsynsreklamer og teleshoppingindslag skal placeres mellem udsendelserne.** Medlemsstaterne sikrer, at indsættelse af reklamer eller teleshoppingindslag i programmer ikke går ud over programmernes integritet eller rettighedshavernes rettigheder, **herunder ophavsmandens moralske rettigheder, da reklameafbrydelser er en krænkelse af ophavsmandens moralske rettigheder, medmindre denne har givet sit samtykke hertil.**

Or. en

Begrundelse

For at beskytte europæiske programmers integritet er det nødvendigt at undgå for mange reklamer i audiovisuelle programmer.

Ændringsforslag af Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi, Lilli Gruber

Ændringsforslag 616
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 1, litra a (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

a) I udsendelser, der består af uafhængige dele, eller i sports- og nyhedsudsendelser og lignende udsendelser med indbyggede pauser må reklamer og teleshoppingindslag kun placeres mellem de enkelte dele og i pauserne.

Ændringsforslag af Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi, Lilli Gruber

Ændringsforslag 617
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 1, litra b (direktiv 89/552/EØF)

b) Når andre programmer end dem, der er omfattet af stk. 2, afbrydes af reklamer eller teleshoppingindslag, skal der være mindst 20 minutter mellem hver reklameafbrydelse af programmet.

Ændringsforslag af Christopher Heaton-Harris

Ændringsforslag 618
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 35 minutter.

Der må ikke indsættes reklamer eller teleshoppingindslag i gudstjenester."

Or. en

Begrundelse

Reklamebegrænsninger bør ophæves for at give europæiske medietjenesteudbydere større muligheder for at konkurrere og fastholde indtægter til finansiering af og investering i europæisk audiovisuelt indhold.

Forbrugeren er den bedste regulator, hvad angår mængden og arten af reklame.

Det er ikke behov for en EU-regulering af reklamer under gudstjenester.

Ændringsforslag af Jorgo Chatzimarkakis

Ændringsforslag 619
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 35 minutter. Der må ikke indsættes reklamer eller teleshoppingindslag i gudstjenester. **udgår**

Or. de

Begrundelse

Kvantitative reklamebegrænsninger er ikke et retfærdigt middel til regulering af programudbuddet. Forbuddet mod afbrydelser i gudstjenester har tidligere ikke givet disse nogen afgørende fordel og bør ud fra en verdslig betragtning afvises.

Ændringsforslag af Luis Herrero-Tejedor

Ændringsforslag 620
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2, afsnit 1 (direktiv 89/552/EØF)

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 35 minutter. **udgår**

Begrundelse

Enhver begrænsning på reklame i et specifikt indhold under denne artikel ville undergrave industriens konkurrenceevne.

Ændringsforslag af Henri Weber og Giovanni Berlinguer

Ændringsforslag 621
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på **35** minutter.

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, **filharmoniske koncerter eller operaer**, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på **45** minutter.

Udsendelse af andre programmer end dem, der er omhandlet i ovenstående afsnit, kan afbrydes af reklame- og/eller teleshoppingindslag tre gange inden for en klokke time.

Som en undtagelse til ovenstående afsnit kan reklame- og teleshoppingindslag, når der sendes sportsbegivenheder, kun indsættes i pauser. Når der ikke er pauser i sportsbegivenheden, indsættes reklame- og teleshoppingindslag på de betingelser, der er opstillet i ovenstående afsnit.

Der må ikke indsættes reklamer eller teleshoppingindslag i gudstjenester.

Der må ikke indsættes reklamer eller teleshoppingindslag i gudstjenester.

Begrundelse

Den betydelige opblødning af artikel 11, som Kommissionen har foreslået, kan i alvorlig grad true den balance, der i dag er opnået mellem den nødvendige finansiering, seernes bekvemmelighed, programmernes kvalitet og respekten for dem. Dog synes det legitimt at give tv-spredningsvirksomhederne større fleksibilitet i forbindelse med reklameindslag i deres

programmer.

I overensstemmelse med princippet om adskillelse af reklamer fra det øvrige program skal det lige så grundlæggende princip om indsættelse af reklamer mellem udsendelser derfor udtrykkeligt nævnes. Forslaget sigter derfor mod at bevare det grundlæggende i det nuværende stk. 1 i artikel 11, navnlig ved at fastholde kriteriet om "naturlige ophold i programmet", som giver mulighed for at imødegå enhver uventet afbrydelse.

Artikel 11, stk. 2, andet afsnit, er et kompromis mellem behovet for at opretholde kvaliteten og integriteten af alle programmer, navnlig serier, føljetoner, lette underholdningsudsendelser og dokumentarprogrammer, og retmæssigheden i at tilbyde tv-spredningsvirksomhederne større fleksibilitet ved at erstatte kriteriet om 20 minutter med et kriterium om tre afbrydelser pr. klokke-time.

Artikel 11, stk. 2, tredje afsnit, sigter mod at danne en ramme for sportsbegivenheder, hvis uforudsigelighed berettiger en specifik ordning, således at seerne ikke går glip af noget.

Ændringsforslag af Jean-Luc Bennahmias og Carl Schlyter

Ændringsforslag 622
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Udsendelsen af **film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm,** børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 35 minutter.

2. Udsendelsen af børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 35 minutter.

Or. en

Begrundelse

For at beskytte europæiske programmets integritet er det nødvendigt at undgå for mange reklamer i audiovisuelle programmer.

Ændringsforslag af Karin Resetarits

Ændringsforslag 623
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. **Udsendelsen** af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 35 minutter. Der må ikke indsættes reklamer eller teleshoppingindslag i gudstjenester."

2. **Lineær udsendelse** af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 35 minutter. Der må ikke indsættes reklamer eller teleshoppingindslag i gudstjenester. **Med forbehold af artikel 3 kan ikke-lineære audiovisuelle medietjenester selv fastlægge arten og længden af reklameafbrydelserne."**

Or. de

Begrundelse

Denne passus giver - hvis den ubetinget skal med - kun mening på det lineære område. Reklame på det ikke-lineære område skal håndteres fleksibelt, da forbrugerne ellers generelt vil sige nej til den.

Ændringsforslag af Helga Trüpel

Ændringsforslag 624
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), **spillefilm**, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på **35** minutter.

2. Udsendelsen af **spillefilm** (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer, dokumentarprogrammer og film produceret for fjernsynet), børneprogrammer og nyhedsprogrammer må, **hvis de varer mere end 30 minutter**, afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på **30** minutter. **Udsendelsen af spillefilm må, hvis de varer mere end 45 minutter, afbrydes en gang for hver periode på 45 minutter. Endnu en afbrydelse er tilladt, hvis den programsatte varighed er mindst 20 minutter længere end to eller flere samlede perioder på 45 minutter.**

Or. en

Begrundelse

Spillefilm bør stadig være stærkt beskyttede. Der bør være en mere fleksibel holdning, for så vidt angår tv-film, og normale bestemmelser for formater, der normalt varer mellem 30 og 60 minutter.

Ændringsforslag af Marie-Hélène Descamps

Ændringsforslag 625
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2, afsnit 1 a (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

Udsendelse af andre programmer end dem, der er omhandlet i ovenstående afsnit med undtagelse af gudstjenester, må afbrydes af reklame- og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 20 minutter.

Or. fr

Begrundelse

Denne bestemmelse skal forhindre, at der kommer alt for mange reklameindslag, hvilket ville være skadeligt for kvaliteten af de programmer, der sendes (f.eks. serier, føljetoner, dokumentarprogrammer, aktualitetsudsendelser, sportsudsendelser og lette underholdningsudsendelser), samtidig med at ordningen forenkles, og tv-spredningsvirkomhederne får større fleksibilitet i forbindelse med afbrydelser.

Ændringsforslag af Marielle De Sarnez og Claire Gibault

Ændringsforslag 626
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2, afsnit 1 a og 1 b (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

Udsendelse af andre programmer end dem, der er omhandlet i ovenstående afsnit, kan afbrydes af reklame- og/eller teleshoppingindslag tre gange inden for en klokkeperiode.

Som en undtagelse til ovenstående afsnit kan reklame- og teleshoppingindslag, når der sendes sportsbegivenheder, kun indsættes i pauser. Når der ikke er pauser i

sportsbegivenheden, indsættes reklame- og teleshoppingindslag på de betingelser, der er opstillet i ovenstående afsnit.

Or. fr

Begrundelse

Den foreslåede yderligere opblødning ville i alvorlig grad true balancen mellem programmernes finansieringsbehov, seernes bekvemmelighed og respekten for programmerne.

Ændringsforslag af Åsa Westlund

Ændringsforslag 627
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2, afsnit 2 (direktiv 89/552/EØF)

Der må ikke indsættes reklamer eller *teleshoppingindslag* i gudstjenester."

Der må ikke indsættes reklamer i *børneprogrammer* eller gudstjenester."

Or. en

Begrundelse

Børn kan ikke skelne indhold fra reklame. Derfor bør teleshoppingindslag eller reklamer ikke være tilladte i børneprogrammer.

Ændringsforslag af Ivo Belet

Ændringsforslag 628
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, *børneprogrammer og nyhedsprogrammer* må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 35 minutter.

Der må ikke indsættes reklamer eller

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), **og** spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 35 minutter.

Der må ikke indsættes reklamer eller

teleshoppingindslag i gudstjenester."

teleshoppingindslag i gudstjenester,
børneprogrammer og nyhedsprogrammer."

Ændringsforslag af Miguel Portas og Věra Flasarová

Ændringsforslag 629
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2, afsnit 1 (direktiv 89/552/EØF)

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på **35** minutter.

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på **24** minutter.

Or. en

Begrundelse

I betragtning af retten til at sende 12 minutters reklame pr. time vil uafbrudte perioder på 35 minutter betyde reklameblokke på 12 minutter, hvilket hverken er i seernes eller tv-spredningsvirksomhedernes interesse. 24 minutter vil gøre det muligt på en time at have 2 reklameblokke (på 6 minutter hver eller enhver anden fordeling af de 12 minutter i to dele, herunder muligheden for at en af blokkene eller begge blokke er isolerede indslag), hvilket synes at være en bedre løsning.

Ændringsforslag af Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi, Lilli Gruber

Ændringsforslag 630
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2, afsnit 1 (direktiv 89/552/EØF)

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på **35 minutter**.

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på **45 minutter**.

Ændringsforslag af Michl Ebner

Ændringsforslag 631
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2, afsnit 1 (direktiv 89/552/EØF)

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på **35 minutter**.

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på **30 minutter**.

Or. it

Begrundelse

I henhold til direktiv 89/52/EØF kunne programmer afbrydes hver 45. minut (med visse undtagelser). En reduktion til 30 minutter skader programmernes integritet.

Ændringsforslag af Zdzisław Zbigniew Podkański

Ændringsforslag 632
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2, afsnit 1 (direktiv 89/552/EØF)

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på **35 minutter**.

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på **40 minutter**.

Der må ikke indsættes reklamer eller teleshoppingindslag i gudstjenester."

Der må ikke indsættes reklamer eller teleshoppingindslag ***under nationale ceremonier eller*** i gudstjenester."

Or. pl

Begrundelse

For at sikre beskyttelse af audiovisuelle varers status og deres indtjeningspotentialer.

Ændringsforslag af Ignasi Guardans Cambó

Ændringsforslag 633
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer **og nyhedsprogrammer** må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 35 minutter.

Der må ikke indsættes reklamer eller teleshoppingindslag i gudstjenester."

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, **og** børneprogrammer må, ***hvis de varer mere end 30 minutter***, afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 35 minutter.

Or. en

Begrundelse

Bedre balance mellem beskyttelse af bestemte programmer og større indtægter fra audiovisuelle programmer. Desuden er der ingen grund til, at EU-lovgivningen skal beskytte denne slags programmer i stedet for andre som f.eks. koncerter, som også kan være vigtige for mange. Dette skal overlades til medlemsstaterne og i sidste ende til markedet.

Ændringsforslag af Hanna Foltyn-Kubicka

Ændringsforslag 634
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2, afsnit 2 (direktiv 89/552/EØF)

Der må ikke indsættes reklamer eller teleshoppingindslag i gudstjenester."

Der må ikke indsættes reklamer eller teleshoppingindslag ***under nationale ceremonier eller*** i gudstjenester."

Or. pl

Ændringsforslag af >Mario Mauro

Ændringsforslag 635
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2, afsnit 1 (direktiv 89/552/EØF)

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 35 minutter.

2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, **religiøse programmer**, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 35 minutter.

Or. it

Begrundelse

Teksten i det gældende direktiv bør genindsættes i betragtning af, at disse programmer kræver en uafbrudt transmission.

Ændringsforslag af Jean-Luc Bennahmias og Carl Schlyter

Ændringsforslag 636
ARTIKEL 1, NR. 10

Artikel 11, stk. 2 a (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

2a. Transmissioner af audiovisuelle programmer som f.eks. spillefilm og tv-film (med undtagelse af serier, føljetoner, lette underholdningsudsendelser og dokumentarfilm) kan, hvis deres programsatte varighed overstiger 45 minutter, afbrydes én gang for hver periode på 45 minutter. Endnu en afbrydelse er tilladt, hvis den programsatte varighed er mindst 20 minutter længere end to eller flere samlede perioder på 45 minutter.

Or. en

Begrundelse

For at beskytte europæiske programmernes integritet er det nødvendigt at undgå for mange

reklamer i audiovisuelle programmer.

Ændringsforslag af Carl Schlyter

Ændringsforslag 637
ARTIKEL 1, NR. 11 A (nyt)

Artikel 14, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

(11a) Artikel 14, stk. 1, affattes således:

"1. Fjernsynsreklamer for lægemidler og medicinsk behandling forbydes."

Or. fr

Begrundelse

Der er i øjeblikket kun begrænsning af reklamer for receptpligtige lægemidler og medicinsk behandling.

Ændringsforslag af Ignasi Guardans Cambó

Ændringsforslag 638
ARTIKEL 1, NR. 11 A (nyt)

Artikel 15, stk. 1 a (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

(11a) Følgende nye stk. 1a tilføjes i artikel 15:

2. Audiovisuel kommerciel kommunikation vedrørende alkoholholdige drikkevarer må ikke sendes mellem kl. 6.00 og 21.00.

Or. en

Begrundelse

Alkohol er skyld i 7,4 % af alle tilfælde af dårligt helbred og for tidlig død i EU. Den er den tredjevigtigste risikofaktor efter forhøjet blodtryk og rygning og årsag til over 25 % af dødsfaldene for mænd mellem 15 og 29 år. Anslået 23 millioner europæere er afhængige af alkohol i et hvilket som helst givet år. Reklamer har blandt unge en særlig effekt med hensyn til at fremme en mere positive holdning til det at drikke.

Et forbud mod alkoholreklamer mellem kl. 6.00 og 21.00 vil være en praktisk måde at beskytte de unges helbred på, som er let at gennemføre og kontrollere.

Ændringsforslag af Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi, Lilli Gruber

Ændringsforslag 639
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. -1 (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

-1. Sendetiden for alle former for reklame og teleshoppingindslag med undtagelse af teleshoppingblokke som defineret i stk. 4 må ikke udgøre mere end 20 % af den daglige sendetid.

Or. it

Begrundelse

Formålet med ændringen er at erstatte den af Kommissionen foreslåede tekst med teksten i det gældende direktiv for at forhindre, at man fjerner begrænsningerne for den daglige reklamemængde.

1. I stk. 1 genindsættes den eksisterende daglige begrænsning, som ville blive fjernet med Kommissionens forslag fra december 2005.

2. I stk. 2 bevares begrænsningerne pr. time, men sigtet udvides (i forhold til det gældende direktiv) til alle former for reklame.

3. I stk. 3 udelukkes selvpromoverende materiale ved beregningen af lofterne for reklamemængden.

4. I stk. 4 genindføres den tidsmæssige begrænsning for teleshoppingblokke, som var fastlagt i det gældende direktivs artikel 18a, men som er udgået i Kommissionens forslag, der i forvejen forekommer tilstrækkeligt generøst (med tre timer pr. dag).

Ændringsforslag af Henri Weber og Giovanni Berlinguer

Ændringsforslag 640
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. -1 (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

-1. Sendetiden for teleshoppingindslag, reklameindslag og andre former for reklame med undtagelse af teleshoppingblokke som defineret i artikel

18a må ikke udgøre mere end 20 % af den daglige sendetid. Sendetiden for reklameindslag må ikke udgøre mere end 15 % af den daglige sendetid.

Or. fr

Begrundelse

For lineære tjenester bør dagskvoten for fjernsynsreklame, sådan som den findes i det nuværende direktiv, bevares. Denne kvote er ikke overflødig, da enhver liberalisering af omfanget af reklametiden på markeder, der er domineret af en privat operatør, og hvor udbuddet af reklamer er mindre end efterspørgslen fra annoncørernes side, vil føre til en overførsel af reklamemidler fra public service- og temakanalerne, og navnlig den skrevne presse, til de private kanaler.

For ikke at genere seerne skal ikke-lineære tjenester desuden mindst være underlagt en timekvote for reklame.

Derfor bør der indsættes en artikel 3i, der omfatter bestemmelserne i den nye artikel 18 bortset fra referencen til produktplacering, som fremover forbydes i medfør af stk. 2, og samtidig bør den nye artikel 18 erstatte stk. 1 i den nuværende artikel 18 i direktivet.

Ændringsforslag af Marielle De Sarnez og Claire Gibault

Ændringsforslag 641
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

**1. Korte indslag med reklame eller udgår
teleshopping og andre korte reklameformer
må ikke fylde mere end 20 % af en given
klokketime.**

Or. fr

Begrundelse

Artikel 18 i det ændrede direktiv fra 1997 (97/36/EF) fastlægger på udmærket vis bestemmelser for, hvor mange procent af sendetiden, reklamer må udgøre.

Ændringsforslag af Jorgo Chatzimarkakis

Ændringsforslag 642
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

**1. Korte indslag med reklame eller
teleshopping og andre korte reklameformer
må ikke fylde mere end 20 % af en given
klokke­time.**

udgår

Or. de

Begrundelse

*Kvantitative reklamebegrænsninger er ikke et retfærdigt middel til regulering af
programudbuddet.*

Ændringsforslag af Christopher Heaton-Harris

Ændringsforslag 643
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

**1. Korte indslag med reklame eller
teleshopping og andre korte reklameformer
må ikke fylde mere end 20 % af en given
klokke­time.**

udgår

Or. en

Begrundelse

*Reklamebegrænsninger bør ophæves for at give europæiske medietjenesteudbydere større
muligheder for at konkurrere og fastholde indtægter til finansiering af og investering i
europæisk audiovisuelt indhold.*

Forbrugeren er den bedste regulator, hvad angår mængden og arten af reklame.

Ændringsforslag af Luis Herrero-Tejedor

Ændringsforslag 644
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

**1. Korte indslag med reklame eller
teleshopping og andre korte reklameformer
må ikke fylde mere end 20 % af en given
klokke­time.**

**1. Mængden af reklameindslag og
teleshoppingindslag inden for en given
klokke­time må ikke overstige 20%.**

Begrundelse

Strengt regler for varigheden af reklameindslag er ikke berettiget på et tidspunkt, hvor den audiovisuelle sektor udbyder en lang række kanaler og tjenester, hvor brugerne kan vælge, hvad de foretrækker, ved hjælp af fjernbetjeningen. Derudover kræver de audiovisuelle medietjenesteudbydere større fleksibilitet, så de kan investere i programindhold af høj kvalitet.

Ændringsforslag af Karin Resetarits

Ændringsforslag 645
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

1. Korte indslag med reklame eller teleshopping og andre korte reklameformer må **ikke** fylde mere end 20 % af en given klokke­time.

1. Korte indslag med reklame eller teleshopping og andre korte reklameformer må **under ingen omstændigheder** fylde mere end **et dagligt gennemsnit på 20 %** af en given klokke­time.

Ændringsforslag af Sarah Ludford

Ændringsforslag 646
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

1. Korte indslag med reklame eller teleshopping og andre korte reklameformer må ikke fylde mere end 20 % af en given klokke­time.

1. Korte indslag med reklame eller teleshopping og andre korte reklameformer må **i gennemsnit** ikke fylde mere end 20 % af en given klokke­time **og må under ingen omstændigheder overstige 25 %**.

Begrundelse

Reklamebestemmelserne bør være så fleksible, at der er mulighed for at reagere på planlægningsbehov, da markeds kræfter og forbrugeraccept er de ultimative begrænsninger for tv-spredningsvirksomhederne.

Ændringsforslag af Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi, Lilli

Gruber

Ændringsforslag 647
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

1. Korte indslag med reklame **eller** teleshopping **og andre korte reklameformer** må ikke fylde mere end 20 % af en given klokketime.

2. Alle indslag med reklame **og** teleshopping må ikke fylde mere end 20 % af en given klokketime.

Or. it

Begrundelse

Formålet med ændringen er at erstatte den af Kommissionen foreslåede tekst med teksten i det gældende direktiv for at forhindre, at man fjerner begrænsningerne for den daglige reklamemængde.

1. I stk. 1 genindsættes den eksisterende daglige begrænsning, som ville blive fjernet med Kommissionens forslag fra december 2005.

2. I stk. 2 bevares begrænsningerne pr. time, men sigtet udvides (i forhold til det gældende direktiv) til alle former for reklame.

3. I stk. 3 udelukkes selvpromoverende materiale ved beregningen af lofterne for reklamemængden.

4. I stk. 4 genindføres den tidsmæssige begrænsning for teleshoppingblokke, som var fastlagt i det gældende direktivs artikel 18a, men som er udgået i Kommissionens forslag, der i forvejen forekommer tilstrækkeligt generøst (med tre timer pr. dag).

Ændringsforslag af Henri Weber og Giovanni Berlinguer

Ændringsforslag 648
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

(1) Korte indslag med reklame eller teleshopping og andre korte reklameformer må ikke fylde mere end 20 % af en given klokketime.

(2) Korte indslag med reklame eller teleshopping og andre korte reklameformer må ikke fylde mere end 20 % af en given klokketime.

Ændringsforslag af Michl Ebner

Ændringsforslag 649
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 1 a (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

1a. Det maksimale antal blokke med audiovisuel kommerciel kommunikation, som følger med audiovisuelle medietjenesteydelser, må ikke overstige tre i en given klokkeperiode; hver blok må maksimalt vare 12 sekunder.

Or. it

Begrundelse

Også kommercielle kommunikationsblokke skal være underkastet tidsmæssige begrænsninger.

Ændringsforslag af Åsa Westlund

Ændringsforslag 650
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 1 a (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

1a. Der må kun være tre blokke med korte reklameformer inden for en given klokkeperiode.

Or. sv

Begrundelse

Uden denne tilføjelse til stk. 1 kan de 12 minutters reklame, som er tilladt hver time, deles op i f.eks. 24 separate 30 sekunders reklameindslag, hvilket ikke er en ønskværdig situation for forbrugerne. Den nu udgåede bestemmelse om 20 minutter mellem reklameindslag var unødvendig stringent og betød, at udsendelserne ofte blev afbrudt på uheldige steder for at maksimere antallet af reklameindslag i et program. Med denne tilføjelse giver man tv-spredningsvirkomhederne mulighed for at indsætte blokke af korte reklameformer, hvor man finder det passende, uden at man samtidig øger antallet af tilladte reklameblokke pr. time. Desuden sikres det, at seriøse tv-spredningsvirkomheder, der vil levere indhold uden stadige afbrydelser, kan gøre det uden at havne i en dårligere konkurrencesituation eller et "race to the bottom" med mindre nøjeregnende konkurrenter, som sætter indholdets integritet på spil for at sælge attraktive "førstepladser" i reklameblokke.

Ændringsforslag af Marielle De Sarnez og Claire Gibault

Ændringsforslag 651
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

**2. Annonceringer fra tv-
spredningsforetagendet af egne
programmer og af produkter med direkte
tilknytning til disse programmer,
sponsorannonceringer og produktplacering
er ikke omfattet af stk. 1." **udgår****

Or. fr

Begrundelse

Artikel 18 i det ændrede direktiv fra 1997 (97/36/EF) fastlægger på udmærket vis bestemmelser for, hvor mange procent af sendetiden, reklamer må udgøre.

Ændringsforslag af Jorgo Chatzimarkakis

Ændringsforslag 652
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

**2. Annonceringer fra tv-
spredningsforetagendet af egne
programmer og af produkter med direkte
tilknytning til disse programmer,
sponsorannonceringer og produktplacering
er ikke omfattet af stk. 1." **udgår****

Or. de

Begrundelse

Kvantitative reklamebegrænsninger er ikke et retfærdigt middel til regulering af programudbuddet.

Ændringsforslag af Christopher Heaton-Harris

Ændringsforslag 653
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

**2. Annonceringer fra tv-
spredningsforetagendet af egne
programmer og af produkter med direkte
tilknytning til disse programmer,
sponsorannonceringer og produktplacering
er ikke omfattet af stk. 1." udgår**

Or. en

Begrundelse

Reklamebegrænsninger bør ophæves for at give europæiske medietjenesteudbydere større muligheder for at konkurrere og fastholde indtægter til finansiering af og investering i europæisk audiovisuelt indhold.

Forbrugeren er den bedste regulator, hvad angår mængden og arten af reklame.

Ændringsforslag af Hanna Foltyn-Kubicka

Ændringsforslag 654
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

**2. Annonceringer fra tv-
spredningsforetagendet af egne
programmer og af produkter med direkte
tilknytning til disse programmer,
sponsorannonceringer og produktplacering
er ikke omfattet af stk. 1."**

**2. Annonceringer fra tv-
spredningsvirksomheden med reklame for
egne programmer og *teleshopping* er ikke
omfattet af stk. 1."**

Or. pl

Begrundelse

Smuthuller, der giver tv-spredningsvirksomheder lov til at reklamere for produkter med tilknytning til deres egne programmer, samt sponsorannonceringer og produktplacering svækker i betydelig grad restriktionerne og kan være en let måde at omgå dem på.

Ændringsforslag af Luis Herrero-Tejedor

Ændringsforslag 655

ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. **Annonceringer fra tv-spredningsforetagendet af egne programmer og af produkter med direkte tilknytning til disse programmer,** sponsorannonceringer og produktplacering er ikke omfattet af stk. 1."

2. **Alle andre former for reklame, herunder** sponsorannonceringer og produktplacering er ikke omfattet af stk. 1."

Or. es

Begrundelse

Strengt regler for varigheden af reklameindslag er ikke berettiget på et tidspunkt, hvor den audiovisuelle sektor udbyder en lang række kanaler og tjenester, hvor brugerne kan vælge, hvad de foretrækker, ved hjælp af fjernbetjeningen. Derudover kræver de audiovisuelle medietjenesteudbydere større fleksibilitet, så de kan investere i programindhold af høj kvalitet.

Ændringsforslag af Miguel Portas and Věra Flasarová

Ændringsforslag 656

ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Annonceringer fra tv-spredningsforetagendet af egne programmer og af produkter med direkte tilknytning til disse programmer, sponsorannonceringer og produktplacering er ikke omfattet af stk. 1."

2. Annonceringer fra tv-spredningsvirksomheden af egne programmer og **produktplacering. Annoncering af produkter med direkte tilknytning til disse programmer og sponsorannonceringer falder inden for maksimum på 20 % reklame pr. time ."**

Or. en

Begrundelse

Salg af produkter er en normal forretningsaktivitet, også når det drejer sig om produkter med direkte tilknytning til tv-programmer, og bør falde inden for maksimum på 20 % reklame pr. time. Også sponsorannonceringer skal falde inden for de 20 % pr. time, da der ellers ikke vil være nogen grænse for, hvor længe sponsorannonceringer kan vare - såvel annonceringen for den enkelte sponsor som de efterfølgende sponsorannonceringer - hvilket kan føre til, at

denne yderligere og ubegrænsede reklametid går ud over grænsen på 20 %, hvilket vil være imod ånden i direktivet.

Ændringsforslag af Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi and Lilli Gruber

Ændringsforslag 657
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Annonceringer fra tv-spredningsforetagendet af egne programmer og af produkter med direkte tilknytning til disse programmer, sponsorannonceringer **og produktplacering** er ikke omfattet af **stk. 1.**"

3. Annonceringer fra tv-spredningsforetagendet af egne programmer og af produkter med direkte tilknytning til disse programmer **samt** sponsorannonceringer er ikke omfattet af **ovenstående stykker.**"

Or. it

Begrundelse

Formålet med ændringen er at erstatte den af Kommissionen foreslåede tekst med teksten i det gældende direktiv for at forhindre, at man fjerner begrænsningerne for den daglige reklamemængde.

1. I stk. 1 genindsættes den eksisterende daglige begrænsning, som ville blive fjernet med Kommissionens forslag fra december 2005.

2. I stk. 2 bevares begrænsningerne pr. time, men sigtet udvides (i forhold til det gældende direktiv) til alle former for reklame.

3. I stk. 3 udelukkes selvpromoverende materiale ved beregningen af lofterne for reklamemængden.

4. I stk. 4 genindføres den tidsmæssige begrænsning for teleshoppingblokke, som var fastlagt i det gældende direktivs artikel 18a, men som er udgået i Kommissionens forslag, der i forvejen forekommer tilstrækkeligt generøst (med tre timer pr. dag).

Ændringsforslag af Henri Weber og Giovanni Berlinguer

Ændringsforslag 658
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. Annonceringer fra tv-spredningsforetagendet af egne programmer og af produkter med direkte tilknytning til disse programmer, sponsorannonceringer **og produktplacering** er ikke omfattet af **stk. 1.**"

3. Annonceringer fra tv-spredningsforetagendet af egne programmer og af produkter med direkte tilknytning til disse programmer **samt** sponsorannonceringer er ikke omfattet af **stk. 2.**"

Or. fr

Begrundelse

For lineære tjenester bør dagskvoten for fjernsynsreklame, sådan som den findes i det nuværende direktiv, bevares. Denne kvote er ikke overflødig, da enhver liberalisering af omfanget af reklametiden på markeder, der er domineret af en privat operatør, og hvor udbuddet af reklamer er mindre end efterspørgslen fra annoncørernes side, vil føre til en overførsel af reklamemidler fra public service- og temakanalerne, og navnlig den skrevne presse, til de private kanaler.

For ikke at genere seerne skal ikke-lineære tjenester desuden mindst være underlagt en timekvote for reklame.

Derfor bør der indsættes en artikel 3 i, der omfatter bestemmelserne i den nye artikel 18 bortset fra referencen til produktplacering, som fremover forbydes i medfør af stk. 2, og samtidig bør den nye artikel 18 erstatte stk. 1 i den nuværende artikel 18 i direktivet.

Ændringsforslag af Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi and Lilli Gruber

Ændringsforslag 659
ARTIKEL 1, NR. 13

Artikel 18, stk. 2 a (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

2a. Teleshoppingblokke, som udsendes af en kanal, der ikke udelukkende sender teleshopping, skal have en uafbrudt varighed på mindst 15 minutter, og deres samlede varighed må ikke overstige tre timer pr. dag.

Or. it

Begrundelse

Formålet med ændringen er at erstatte den af Kommissionen foreslåede tekst med teksten i det gældende direktiv for at forhindre, at man fjerner begrænsningerne for den daglige reklamemængde.

1. I stk. 1 genindsættes den eksisterende daglige begrænsning, som ville blive fjernet med

Kommissionens forslag fra december 2005.

2. I stk. 2 bevares begrænsningerne pr. time, men sigtet udvides (i forhold til det gældende direktiv) til alle former for reklame.

3. I stk. 3 udelukkes selvpromoverende materiale ved beregningen af lofterne for reklamemængden.

4. I stk. 4 genindføres den tidsmæssige begrænsning for teleshoppingblokke, som var fastlagt i det gældende direktivs artikel 18a, men som er udgået i Kommissionens forslag, der i forvejen forekommer tilstrækkeligt generøst (med tre timer pr. dag).

Ændringsforslag af Henri Weber og Giovanni Berlinguer

Ændringsforslag 660
ARTIKEL 1, NR. 14

Artikel 18a (direktiv 89/552/EØF)

(14) Artikel 18a **udgår.**

(14) Artikel 18a **erstattes med følgende:**

"Artikel 18a

(1) Teleshoppingblokke, som udsendes af en kanal, der ikke udelukkende sender teleshopping, skal have en uafbrudt varighed på mindst 15 minutter.

(2) Der må højst udsendes otte blokke pr. dag.

Deres samlede varighed må ikke overstige tre timer pr. dag. Teleshoppingblokke skal utvetydigt angives som sådanne med optiske og akustiske midler."

Or. fr

Begrundelse

Direktivets artikel 18a bør ikke udgå, da man risikerer, at de teleshoppingblokke, som udsendes af kanaler, der ikke udelukkende sender teleshopping, falder uden for alle kvantitative regler vedrørende hyppighed og varighed, hvilket vil være ubekvemt for seerne.

Ændringsforslag af Helga Trüpel

Ændringsforslag 661
ARTIKEL 1, NR. 14

Artikel 18a (direktiv 89/552/EØF)

Artikel 18a udgår.

Audiovisuelle kommercielle kommunikationsblokke skal angives klart med optiske og akustiske midler, og deres samlede varighed må ikke overskride seks timer om dagen.

Or. en

Begrundelse

For at beskytte seerne mod for mange audiovisuelle kommercielle kommunikationsblokke og give teleshoppingindustrien retssikkerhed bør der genindføres en tidsramme for disse blokke. Kompetence til at fastsætte, hvornår en audiovisuel medietjeneste kan formidles.

Ændringsforslag af Ignasi Guardans Cambó

Ændringsforslag 662
ARTIKEL 1, NR. 14

Artikel 18a (direktiv 89/552/EØF)

Artikel 18a udgår.

Audiovisuelle kommercielle kommunikationsblokke som teleshoppingblokke og telepromotion skal angives klart ved hjælp af optiske og visuelle midler, og deres samlede varighed må ikke overskride seks timer om dagen.

Or. en

Begrundelse

En fuldstændig fjernelse af de daglige grænser for teleshoppingblokke som i Kommissionens forslag ved at artikel 18a udgår kan indebære betydelige risici og bidrager ikke til nogen specifik målsætning i direktivet. Vigtigere er, at denne fuldstændige frigørelse og for megen medietid til teleshoppingblokke vil gøre det muligt for tvivlsomme og slyngelagtige aktører at udnytte denne åbning og dermed ødelægge de positive resultater, industrien allerede har nået gennem skrappe selvregulerende programmer og uafbrudt fremme af højeste standarder. Generelt kan denne foranstaltning undergrave den europæiske teleshoppingindustri's bestræbelser for at skabe de højeste standarder for forbrugerne.

Ændringsforslag af Miguel Portas og Věra Flasarová

Ændringsforslag 663
ARTIKEL 1, NR. 15

Artikel 19, stk. 1 a (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

Artikel 18 finder anvendelse på public service-virksomheder, men ikke på kommercielle tv-spredningsvirksomheder."

Or. en

Begrundelse

For så vidt angår audiovisuel kommerciel kommunikation skal alle tv-spredningsvirksomheder være underlagt strenge kvalitative regler som fastsat i dette direktiv, nemlig respekt for spillefilms, tv-films og andre programmers integritet. Dette er ikke tilfældet for kvantitative regler.

Hvis en privatejet kommerciel tv-spredningsvirksomhed ønsker 10 timers reklame mellem to film eller andre programmer, bør dette accepteres som den pågældendes egen afgørelse. Audiovisuel kommerciel kommunikation er nemlig hovedformålet (og hovedindtægtskilden) for kommercielt reklamefjernsyn, selv om den også kan informere, underholde og oplyse og forsøger at gøre dette på en måde, der tiltrækker og ikke skubber reklamepublikummet væk. Dette er ikke tilfældet for public service-tv-virksomheder, hvis hovedformål er at informere, underholde og oplyse (hvilket de har pligt til at gøre med høj kvalitet), men de kan også sende audiovisuel kommerciel kommunikation som en sekundær aktivitet (og en sekundær indtægtskilde) og forsøger at gøre dette på en måde, der ikke skubber deres informations-, underholdnings- og oplysningspublikum væk.

Ændringsforslag af Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Verardi and Lilli Gruber

Ændringsforslag 664
ARTIKEL 1, NR. 17

Artikel 20 a (ny) (direktiv 89/552/EØF)

Artikel 20a

For at sikre principperne om pluralisme, konkurrence og virksomhedernes uafhængighed i forbindelse med indtjening fra reklamer skal indsamling af lytter- og seertal opfylde følgende kriterier:

- a) de organer, der foretager undersøgelser af de forskellige kommunikationsmidlers lytter- og seertal, skal være uafhængige af de personer, der er genstand for undersøgelsen***
- b) repræsentativiteten i forvaltningsorganer (tekniske og***

*videnskabelige udvalg og/eller tilsynsudvalg) sikres ved, at alle involverede organer og undersøgte personer (operatører, marked, forbrugere) og ikke blot alle sendeplatforme skal være repræsenteret
c) der skal være gennemsigtighed i de tekniske udvalg, som skal tillægges reelle beføjelser i forbindelse med undersøgelsesvirksomhed uden nogen form for teknisk eller forvaltningsmæssig indblanding fra styrelsesrådsside.*

Ændringsforslag af Marielle De Sarnez

Ændringsforslag 665
ARTIKEL 1, NR. 18

Artikel 22 a og b (direktiv 89/552/EØF)

(18) Artikel 22 og 22b udgår.

udgår

Or. fr

Begrundelse

Artikel 22 og 22b i det gældende direktiv 89/552/EF, der især omhandler en Kommissionsundersøgelse af de mulige tekniske foranstaltninger til fremme af forældres kontrol over, hvilke programmer der ses af mindreårige (filtre, hensigtsmæssige klassificeringer osv.), bør bevares.

Ændringsforslag af Mario Mauro

Ændringsforslag 666
ARTIKEL 1, NR. 18

Artikel 22 a (ny) (direktiv 89/552/EØF)

Artikel 22a

1. Medlemsstaterne fremmer de audiovisuelle medietjenesters produktion og programvirksomhed og programmer, som er egnede for mindreårige og tager sigte på at forbedre deres kendskab til

medierne.

2. Foranstaltningerne tager sigte på at lette forældres, læreres og pædagogers opdragelsesmæssige opgave ved at øge kendskabet til konsekvenserne af de programmer, som kan ses af mindreårige, gennem:

- indførelse af hensigtsmæssige klassificeringssystemer

- fremme af politikker med henblik på at øge bevidstheden om og kendskabet til medierne, der også inddrager undervisningsinstitutioner, og som skaber mulighed for at producere europæiske programmer, som er velegnede for hele familien eller for børn og unge

- hensyntagen til de erfaringer, der er gjort på dette område i og uden for Europa, og til de synspunkter, som berørte parter som f.eks. tv-spredningsforetagender, producenter, forældre, pædagoger, medieeksperter og relevante organisationer giver udtryk for.

3. Medlemsstaternes respektive lovgivning skal foreskrive, at nye tv-apparater skal udstyres med tekniske anordninger, som gør det muligt at filtrere visse programmer fra.

Or. it

Begrundelse

Ændringsforslaget tager sigte på at præcisere, hvilke foranstaltninger der skal træffes for at beskytte mindreårige og vurdere de audiovisuelle medietjenesters indhold.

Den lovmæssige beskyttelse af mindreårige, den menneskelige værdighed, børns rettigheder og forældres og familiens rettigheder, bør føres ud i livet ved at producere og sende tilstrækkeligt mange programmer, som er velegnede for børn, unge og hele familien, samt ligeledes programmer, som skaber mediebevidsthed.

Ændringsforslag af Luis Herrero-Tejedor

Ændringsforslag 667

ARTIKEL 1, NR. 20 Artikel 23 b, stk. -1 (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

-1. Den faktiske beskyttelse af de grundlæggende rettigheder og frihedsrettigheder er et spørgsmål, der skal afgøres direkte af domstolene. Det følger heraf, at en audiovisuel virksomhed ikke kan lukkes, og dens udsendelser ikke kan indstilles eller begrænses uden en retskendelse.

Or. es

Begrundelse

Beskyttelsen af grundlæggende principper er alene en sag for dommerne og domstolene, og det er derfor ikke noget, som de nationale tilsynsmyndigheder skal tage sig af. Direktivet skal sikre, at disse myndigheder ikke overskrider deres specifikke beføjelser og ikke undergraver de rettigheder, der er fastsat i chartret om grundlæggende rettigheder og den europæiske konvention til beskyttelse af menneskerettighederne. De mest ansete presseorganer har, når de er blevet gjort opmærksomme på uønsket adfærd i denne forbindelse, specifikt anmodet om garanti for, at tilsynsmyndighedernes straffebeføjelser ikke må indvirke på den normale udøvelse af den grundlæggende ytringsfrihed. Kun domstolene kan afgøre, om et kommunikationsmedium skal straffes for overtrædelse af grundlæggende rettigheder ved at få sine udsendelser stoppet.

Ændringsforslag af Michl Ebner

Ændringsforslag 668
ARTIKEL 1, NR. 20

Artikel 23 b, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

1. Medlemsstaterne garanterer de nationale tilsynsmyndigheders uafhængighed og tilser, at de optræder upartisk og gennemsigtigt i udøvelsen af deres beføjelser. **udgår**

Or. de

Begrundelse

Det retlige tilsyn med fjernsyn og andre medier varierer fra medlemsstat til medlemsstat. Kommissionen har ikke påvist mangler inden for det indre marked, som kan retfærdiggøre en ændring af de etablerede tilsynsstrukturer. I henhold til nærhedsprincippet skal kompetencespørgsmål derfor stadig være et anliggende for medlemsstaterne. Desuden betragtes den vidtgående frihed fra kontrol fra tilsynsmyndighedernes side, som erstattes af overholdelse af den almindelige lovgivning og uafhængige domstole, i stor udstrækning som

et centralt element i den presse- og udtryksfrihed, som de europæiske virksomheder har tilkæmpet sig over århundreder. Det er derfor ikke tilrådeligt at udvide de tilsynsmyndigheder, der specielt er etableret for radio, ud over dette område. Heller ikke på radioområdet bør tilsynsmyndigheder med den stadig større mangel på frekvenser være obligatorisk. Endelig er EU-bestemmelser om tilsynsmyndigheders uafhængighed, som går forud for medlemsstaternes forfatninger, problematisk, da det kræver et indgreb i medlemsstaternes nationale strukturer og begrænser princippet om demokrati.

Ændringsforslag af Henri Weber

Ændringsforslag 669
ARTIKEL 1, NR. 20

Artikel 23 b, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

1. Medlemsstaterne **garanterer de nationale tilsynsmyndigheders** uafhængighed og tilser, at de optræder upartisk og gennemsigtigt i udøvelsen af deres beføjelser.

1. Medlemsstaterne **sikrer, at der forefindes eller indsættes tilsynsmyndigheder, hvis politiske og økonomiske** uafhængighed de garanterer **i overensstemmelse med deres nationale lovgivning. De** tilser, at de optræder upartisk og gennemsigtigt i udøvelsen af deres beføjelser. **Disse tilsynsmyndigheder kan også have til opgave at kontrollere, at bestemmelserne i dette direktiv overholdes, navnlig bestemmelserne om ytringsfrihed, mediepluralisme, den menneskelige værdighed, princippet om ikke-diskrimination og beskyttelse af mindreårige og udsatte personer eller handicappede.**

Or. fr

Begrundelse

Fastlæggelse af tilsynsmyndighedernes rolle, uafhængighed og opgaver.

Ændringsforslag af Ignasi Guardans Cambó

Ændringsforslag 670
ARTIKEL 1, NR. 20

Artikel 23 b, stk. 1 (direktiv 89/552/EØF)

1. Medlemsstaterne garanterer **de** nationale **tilsynsmyndigheders** uafhængighed og tilser, at de optræder upartisk og gennemsigtigt i udøvelsen af deres beføjelser.

1. Medlemsstaterne **opretter** nationale **tilsynsmyndigheder i overensstemmelse med national lovgivning**, garanterer **deres** uafhængighed og tilser, at de optræder upartisk og gennemsigtigt i udøvelsen af deres beføjelser.

Or. en

Begrundelse

Det kan ikke være op til medlemsstaterne at afgøre, om de skal eller ikke skal have en uafhængig tilsynsmyndighed. Det er i dette spørgsmål af væsentlig interesse for EU og i overensstemmelse med de grundlæggende mål i dette direktiv at kræve, at alle medlemsstater opretter en upartisk audiovisuel national myndighed.

Ændringsforslag af Luis Herrero-Tejedor

Ændringsforslag 671

ARTIKEL 1, NR. 20 Artikel 23 b, stk. -1 (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

Medlemsstaterne garanterer de nationale tilsynsmyndigheders uafhængighed og tilser, at de optræder upartisk og gennemsigtigt i udøvelsen af deres beføjelser.

Medlemsstaterne garanterer **i henhold til den nationale lovgivning** de nationale tilsynsmyndigheders uafhængighed og tilser, at de optræder upartisk og gennemsigtigt i udøvelsen af deres beføjelser.

Or. es

Begrundelse

Beskyttelsen af grundlæggende principper er alene en sag for dommerne og domstolene, og det er derfor ikke noget, som de nationale tilsynsmyndigheder skal tage sig af. Direktivet skal sikre, at disse myndigheder ikke overskrider deres specifikke beføjelser og ikke undergraver de rettigheder, der er fastsat i chartret om grundlæggende rettigheder og den europæiske konvention til beskyttelse af menneskerettighederne. De mest ansete presseorganer har, når de er blevet gjort opmærksomme på uønsket adfærd i denne forbindelse, specifikt anmodet om garanti for, at tilsynsmyndighedernes straffebeføjelser ikke må indvirke på den normale udøvelse af den grundlæggende ytringsfrihed. Kun domstolene kan afgøre, om et kommunikationsmedium skal straffes for overtrædelse af grundlæggende rettigheder ved at få sine udsendelser stoppet.

Ændringsforslag af Ignasi Guardans Cambó

Ændringsforslag 672
ARTIKEL 1, NR. 20

Artikel 23 b, stk. 1 a (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

1a. Medlemsstaterne pålægger sådanne tilsynsmyndigheder at tilse, at udbydere af audiovisuelle medietjenester overholder direktivets bestemmelser, navnlig bestemmelserne om ytringsfrihed, mediepluralisme og menneskelig værdighed samt princippet om ikke-diskrimination og beskyttelsen af mindreårige, sårbare personer og handicappede.

Or. en

Begrundelse

Kommissionen ønsker i sit forslag at tilskynde medlemsstaterne til at garantere uafhængigheden af tilsynsmyndighederne, som bl.a. har til opgave at sørge for, at direktivet gennemføres under overholdelse af de principper, der fastlægges heri. Det skal imidlertid for de medlemsstater, der endnu ikke har gjort det, følges op af en forpligtelse til at oprette sådanne myndigheder, hvis rolle er afgørende for beskyttelsen af frihedsrettighederne, de mindreårige, mediepluralismen og den menneskelige værdighed, og dette gælder alle de audiovisuelle medietjenester.

Ændringsforslag af Michl Ebner

Ændringsforslag 673
ARTIKEL 1, NR. 20

Artikel 23 b, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. De nationale tilsynsmyndigheder underretter i nødvendigt omfang hinanden og Kommissionen om anvendelsen af dette direktiv." ***udgår***

Or. de

Begrundelse

Det retlige tilsyn med fjernsyn og andre medier varierer fra medlemsstat til medlemsstat.

Kommissionen har ikke påvist mangler inden for det indre marked, som kan retfærdiggøre en ændring af de etablerede tilsynsstrukturer. I henhold til nærhedsprincippet skal kompetencespørgsmål derfor stadig være et anliggende for medlemsstaterne. Desuden betragtes den vidtgående frihed fra kontrol fra tilsynsmyndighedernes side, som erstattes af overholdelse af den almindelige lovgivning og uafhængige domstole, i stor udstrækning som et centralt element i den presse- og udtryksfrihed, som de europæiske virksomheder har tilkæmpet sig over århundreder. Det er derfor ikke tilrådeligt at udvide de tilsynsmyndigheder, der specielt er etableret for radio, ud over dette område. Heller ikke på radioområdet bør tilsynsmyndigheder med den stadig større mangel på frekvenser være obligatorisk. Endelig er EU-bestemmelser om tilsynsmyndigheders uafhængighed, som går forud for medlemsstaternes forfatninger, problematisk, da det kræver et indgreb i medlemsstaternes nationale strukturer og begrænser princippet om demokrati.

Ændringsforslag af Luis Herrero-Tejedor

Ændringsforslag 674

ARTIKEL 1, NR. 20 Artikel 23 b, stk. -2 (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

De nationale tilsynsmyndigheder underretter i nødvendigt omfang hinanden og Kommissionen om anvendelsen af dette direktiv."

De nationale tilsynsmyndigheder underretter i nødvendigt omfang hinanden og Kommissionen om anvendelsen af dette direktiv." **De styrker deres samarbejde især ved løsning af problemer i henhold til artikel 2, stk. 7, i direktivet.**

Or. es

Begrundelse

Beskyttelsen af grundlæggende principper er alene en sag for dommerne og domstolene, og det er derfor ikke noget, som de nationale tilsynsmyndigheder skal tage sig af. Direktivet skal sikre, at disse myndigheder ikke overskrider deres specifikke beføjelser og ikke undergraver de rettigheder, der er fastsat i chartret om grundlæggende rettigheder og den europæiske konvention til beskyttelse af menneskerettighederne. De mest ansete presseorganer har, når de er blevet gjort opmærksomme på uønsket adfærd i denne forbindelse, specifikt anmodet om garanti for, at tilsynsmyndighedernes straffebeføjelser ikke må indvirke på den normale udøvelse af den grundlæggende ytringsfrihed. Kun domstolene kan afgøre, om et kommunikationsmedium skal straffes for overtrædelse af grundlæggende rettigheder ved at få sine udsendelser stoppet.

Ændringsforslag af Rihards Pīks

Ændringsforslag 675

ARTIKEL 1, NR. 20

Artikel 23 b, stk. 2 (direktiv 89/552/EØF)

2. De nationale tilsynsmyndigheder underretter i nødvendigt omfang hinanden og Kommissionen om anvendelsen af dette direktiv."

2. De nationale tilsynsmyndigheder underretter i nødvendigt omfang hinanden og Kommissionen om anvendelsen af dette direktiv **(og om forebyggelsen af misbrug og svig).**"

Or. en

Begrundelse

Det er især vigtigt at udvide og styrke samarbejdet mellem de relevante tilsynsmyndigheder og Kommissionen, for så vidt angår informationsudveksling, specifikt for at forhindre misbrug eller svig og undgå eventuelle konflikter, som skyldes forskellig retlig regulering i forskellige jurisdiktioner.

Ændringsforslag af Marianne Mikko

Ændringsforslag 676
ARTIKEL 1, NR. 20

Artikel 23 b, stk. 2 a (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

2a. Den nationale tilsynsmyndighed i en medlemsstat hører tilsynsmyndigheden i en anden medlemsstat, inden den udsteder licens eller tilladelse til en tv-spredningsvirksomhed eller en audiovisuel medietjenesteudbyder, hvis programmer helt eller delvis er rettet mod publikum i denne anden medlemsstat. Den medlemsstat, som programmerne er rettet mod, har ret til at stille forslag til den nationale tilsynsmyndighed i den anden medlemsstat med henblik på at undgå, at den tv-spredningsvirksomhed, der er under den anden medlemsstats jurisdiktion, omgår dens nationale bestemmelser.

Or. en

Begrundelse

Dette ændringsforslag skal bremse op for "placeringsshopping" med henblik på at undergrave en anden medlemsstats regler.

Ændringsforslag af Rihards Pīks

Ændringsforslag 677
ARTIKEL 1, NR. 20

Artikel 23 b, stk. 2 a (nyt) (direktiv 89/552/EØF)

2a. Den nationale tilsynsmyndighed i en medlemsstat hører tilsynsmyndigheden i en anden medlemsstat, inden den udsteder tilladelse eller licens til en tv-spredningsvirksomhed, hvis programmer helt eller delvis er rettet mod publikum i denne anden medlemsstat.

Or. en

Begrundelse

Formålet med dette forslag er at maksimere samarbejdet og minimere stridighederne ved at forpligte medlemsstaternes myndigheder med ansvar for udstedelse af licenser eller tilladelser til eller indgåelse af kontrakter med audiovisuelle medietjenesteudbydere til i de tilfælde, hvor programmerne fra en tjenesteudbyder, der er etableret i én medlemsstat, helt eller delvis er rettet mod en anden/andre medlemsstats/medlemsstaters territorium/territorier, at høre de relevante myndigheder i målmedlemsstaten, inden sådanne licenser udstedes. Forudgående høring kan spille en vigtig rolle, for så vidt angår begrænsning af konflikter og antallet af retssager, som kunne have været undgået. Medlemsstaterne bør også tage hensyn til den offentlige politik i andre medlemsstater. Dette er især vigtigt, hvor udflagning kan give urimelige fordele til audiovisuelle medietjenesteudbydere, der er etableret i én medlemsstat, men som sigter mod publikum i en anden medlemsstat, hvor der er strengere bestemmelser. Dette kan føre til markedsforvridninger.

Ændringsforslag af Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi and Lilli Gruber

Ændringsforslag 678
ARTIKEL 1, NR. 20 A (nyt)

Artikel 23 c (ny) (direktiv 89/552/EØF)

"Artikel 23c

1. Medlemsstaterne træffer de nødvendige foranstaltninger til sikring af informationspluralismen i tv-radiospredningssystemet. Medlemsstaterne

forbyder navnlig opnåelse og bevarelse af en dominerende stilling på tv-markedet og hermed forbundne markeder.

2. Medlemsstaterne forbyder personer, der beklæder regeringsposter, deres ægtefæller og deres slægtninge til og med andet led samt selskaber, der kontrolleres af disse, at overtage eller bevare kontrollen med foretagender, der driver virksomhed på tv-radiomarkedet og hermed forbundne markeder."

Or. it

Begrundelse

Ændringsforslaget indfører en ny artikel i direktivet om fjernsyn uden grænser. Formålet er at kræve af medlemsstaterne, at de overholder de generelle principper med hensyn til beskyttelse af pluralismen og forbud mod, at personer beklæder regeringsposter og samtidig kontrollerer tv-radioselskaber. Ændringsforslaget er i tråd med den holdning, Europa-Parlamentet ved flere lejligheder har givet udtryk for (f.eks. i beslutningen af 22. april 2004 om risikoen for krænkelse af ytrings- og informationsfriheden i EU og navnlig i Italien og punkt 12 i beslutningen af 27. april 2006 om digital radio-/tv-spredning) samt den anmodning, som Kommissionen ikke har efterkommet i forslaget til ændring af direktivet om fjernsyn uden grænser, om at vedtage regler med henblik på at harmonisere medlemsstaternes lovgivning om beskyttelse af grundlæggende rettigheder inden for tv-radiospredningsvirksomhed for at sikre, at det fælles marked fungerer ordentligt. (Eksempelvis kan det nævnes, at Parlamentet i punkt 78 i beslutningen af 22. april 2004 fastslår som følger: "at der på europæisk niveau bør vedtages lovgivning med henblik på at forbyde politikere eller valgkandidater at have omfattende økonomiske interesser i medierne; der bør etableres retsinstrumenter, som skal forhindre enhver interessekonflikt", og endvidere opfordrer det "Europa-Kommissionen til at forelægge forslag med henblik på at garantere, at regeringsmedlemmer ikke kan bruge deres medieinteresser til politiske formål"). Det er indlysende, at de eksisterende forskelle mellem medlemsstaternes lovgivning vedrørende f.eks. "interessekonflikter" og de kriterier, der skal bruges for at fastslå de enkelte operatørers indflydelse på tv-radiospredningsmarkedet, gør det vanskeligere at udøve den fri etableringsret og friheden til at levere tjenester i Fællesskabet, og at dette har negative konsekvenser for det indre marked.