

# EuGH, Urteil vom 23.10.2003 in der Rs. C-245/01

---

Richtlinie 89/552/EWG - Artikel 11 Absatz 3 - Fernsehen - Fernsehwerbung -  
Werbeunterbrechungen audiovisueller Werke - Begriff der Reihen

---

Urteil des Gerichtshofes (Fünfte Kammer)  
23.10.2003  
(Verfahrenssprache: Deutsch)

In der Rechtssache C-245/01

betreffend ein dem Gerichtshof nach Artikel 234 EG vom Niedersächsischen  
Oberverwaltungsgericht (Deutschland) in dem bei diesem anhängigen Rechtsstreit

**RTL Television GmbH**

gegen

**Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk**

vorgelegtes Ersuchen um Vorabentscheidung über die Auslegung von Artikel 11 Absatz 3 der  
Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter  
Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der  
Fernsehtätigkeit (ABl. L 298, S. 23) in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG des Europäischen  
Parlaments und des Rates vom 30. Juni 1997 (ABl. L 202, S. 60)

erlässt

DER GERICHTSHOF  
(Fünfte Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten der Vierten Kammer C. W. A. Timmermans  
(Berichterstatler) in Wahrnehmung der Aufgaben des Präsidenten der Fünften Kammer, der  
Richter D. A. O. Edward und P. Jann,

Generalanwalt: F. G. Jacobs,

Kanzler: M.-F. Contet, Hauptverwaltungsrätin,

unter Berücksichtigung der schriftlichen Erklärungen

- der RTL Television GmbH, vertreten durch die Rechtsanwälte J. Sommer und T.  
Tschentscher,

- der Niedersächsischen Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk, vertreten durch R.  
Albert als Bevollmächtigten,

- der Regierung des Vereinigten Königreichs, vertreten durch G. Amodéo als Bevollmächtigte  
im Beistand von P. Harris, Barrister,

- der Kommission der Europäischen Gemeinschaften, vertreten durch C. Tufvesson als  
Bevollmächtigte im Beistand von Rechtsanwalt W. Berg,  
aufgrund des Sitzungsberichts,

nach Anhörung der mündlichen Ausführungen der RTL Television GmbH, vertreten durch die Rechtsanwälte T. Tschentscher und J. Sommer, der Niedersächsischen Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk, vertreten durch A. Fischer als Bevollmächtigten, und der Kommission, vertreten durch C. Tufvesson im Beistand von Rechtsanwalt W. Berg in der Sitzung vom 29. Januar 2003, nach Anhörung der Schlussanträge des Generalanwalts in der Sitzung vom 22. Mai 2003

folgendes

## Urteil

1. Das Niedersächsische Obergerverwaltungsgericht hat mit Beschluss vom 15. Juni 2001, beim Gerichtshof eingegangen am 25. Juni 2001, gemäß Artikel 234 EG vier Fragen nach der Auslegung von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (ABl. L 298, S. 23) in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Juni 1997 (ABl. L 202, S. 60, im Folgenden: Richtlinie 89/552) zur Vorabentscheidung vorgelegt.
2. Diese Fragen stellen sich in einem Rechtsstreit zwischen der RTL Television GmbH (im Folgenden: RTL), einer privaten Rundfunkveranstalterin, und der Niedersächsischen Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (im Folgenden: NLM), einer öffentlich-rechtlichen Einrichtung des Landes Niedersachsen, die als Rechtsnachfolgerin des Niedersächsischen Landesrundfunkausschusses (im Folgenden: NLA) dessen Befugnisse zur Kontrolle der privaten Rundfunkveranstalter übernommen hat, über eine Entscheidung des NLA, in der dieser die Auffassung vertreten hat, dass die Ausstrahlung bestimmter Filme durch RTL gegen die Vorschriften über die Häufigkeit von Werbeunterbrechungen verstoße.

## **Rechtlicher Rahmen**

### *Gemeinschaftsrecht*

3. Die sechste, die siebte und die achte Begründungserwägung der Richtlinie 89/552 lauten wie folgt:

Die Fernsehaktivität stellt unter normalen Umständen eine Dienstleistung im Sinne des Vertrages dar.

Der Vertrag sieht den freien Verkehr aller in der Regel gegen Entgelt erbrachten Dienstleistungen vor, und zwar unbeschadet ihres kulturellen oder sonstigen Inhalts und ohne Beschränkungen für Angehörige der Mitgliedstaaten, die in einem anderen Staat der Gemeinschaft als demjenigen des Leistungsempfängers ansässig sind.

Dieses Recht ist in seiner Anwendung auf die Ausstrahlung und Verbreitung von Fernsehsendungen auch eine spezifische gemeinschaftsrechtliche Ausprägung eines allgemeineren Prinzips, nämlich der Freiheit der Meinungsäußerung, wie sie in Artikel 10 Absatz 1 der von allen Mitgliedstaaten ratifizierten Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten verankert ist. Daher muss durch den Erlass von

Richtlinien betreffend die Ausstrahlung und Verbreitung von Fernsehprogrammen sichergestellt werden, dass diese Tätigkeit im Licht dieses Artikels und nur mit den in Absatz 2 desselben Artikels und in Artikel 56 Absatz 1 des Vertrages vorgesehenen Beschränkungen ungehindert ausgeübt werden kann.

4. Die siebenundzwanzigste Begründungserwägung der Richtlinie 89/552 lautet:

Um sicherzustellen, dass die Interessen der Verbraucher als Zuschauer umfassend und angemessen geschützt werden, muss die Fernsehwerbung einer Reihe von Mindestnormen und Kriterien unterworfen werden; die Mitgliedstaaten müssen das Recht behalten, ausführlichere oder strengere Bestimmungen und in bestimmten Fällen unterschiedliche Bedingungen für die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Fernsehveranstalter einzuführen.

5. Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie 89/552 bestimmt:

Die Mitgliedstaaten können Fernsehveranstalter, die ihrer Rechtshoheit unterworfen sind, verpflichten, strengeren oder ausführlicheren Bestimmungen in den von in dieser Richtlinie erfassten Bereichen nachzukommen.

6. Artikel 11 Absätze 1, 3 und 4 der Richtlinie 89/552 sieht vor:

(1) Fernsehwerbung und Teleshopping-Spots müssen zwischen den Sendungen eingefügt werden. Unter den in den Absätzen 2 bis 5 genannten Voraussetzungen können die Werbung und die Teleshopping-Spots auch in die laufenden Sendungen eingefügt werden, sofern sie den Zusammenhang und den Wert der Sendungen nicht beeinträchtigen - wobei die natürlichen Programmunterbrechungen und die Länge und Art des Programms zu berücksichtigen sind - und sofern nicht gegen die Rechte von Rechtsinhabern verstoßen wird.

...

(3) Die Übertragung audiovisueller Werke wie Kinospiele und Fernsehfilme (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen) kann für jeden vollen Zeitraum von 45 Minuten einmal unterbrochen werden, sofern ihre programmierte Sendezeit mehr als 45 Minuten beträgt. Eine weitere Unterbrechung ist zulässig, wenn die programmierte Sendedauer um mindestens 20 Minuten über zwei oder mehrere volle 45-Minuten-Zeiträume hinausgeht.

(4) Werden andere als die unter Absatz 2 fallenden Sendungen durch Werbung oder Teleshopping-Spots unterbrochen, so sollte zwischen zwei aufeinander folgenden Unterbrechungen innerhalb der Sendung ein Abstand von mindestens 20 Minuten liegen.

*Europäisches Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen*

7. Artikel 14 Absätze 1, 3 und 4 des Europäischen Übereinkommens vom 5. Mai 1989 über das grenzüberschreitende Fernsehen (im Folgenden: Fernsehübereinkommen) lautet in der geltenden Fassung wie folgt:

(1) Werbung und Teleshopping werden zwischen Sendungen eingefügt. Unter den in den Absätzen 2 bis 5 genannten Voraussetzungen können Werbung- und Teleshopping-Spots auch in Sendungen eingefügt werden, sofern der Gesamtzusammenhang und der Wert der Sendung sowie die Rechte der Rechteinhaber nicht beeinträchtigt werden.

...

(3) Die Verbreitung audiovisueller Werke wie Kinospielefilme und Fernsehfilme (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarsendungen) darf unter der Voraussetzung, dass diese länger dauern als 45 Minuten, einmal je vollständigem 45-Minuten-Zeitraum unterbrochen werden. Eine weitere Unterbrechung ist zulässig, wenn diese Werke mindestens 20 Minuten länger dauern als zwei oder mehr vollständige 45-Minuten-Zeiträume.

(4) Werden andere als die von Absatz 2 erfassten Sendungen durch Werbe- oder Teleshopping-Spots unterbrochen, so soll der Abstand zwischen zwei aufeinander folgenden Unterbrechungen innerhalb der Sendung mindestens 20 Minuten betragen.

#### *Europäische Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten*

8. Artikel 10 (Freiheit der Meinungsäußerung) der Europäischen Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten (im Folgenden: EMRK) sieht vor:

(1) Jede Person hat das Recht auf freie Meinungsäußerung. Dieses Recht schließt die Meinungsfreiheit und die Freiheit ein, Informationen und Ideen ohne behördliche Eingriffe und ohne Rücksicht auf Staatsgrenzen zu empfangen und weiterzugeben. Dieser Artikel hindert die Staaten nicht, für Hörfunk-, Fernseh- oder Kinounternehmen eine Genehmigung vorzuschreiben.

(2) Die Ausübung dieser Freiheiten ist mit Pflichten und Verantwortung verbunden; sie kann daher Formvorschriften, Bedingungen, Einschränkungen oder Strafdrohungen unterworfen werden, die gesetzlich vorgesehen und in einer demokratischen Gesellschaft notwendig sind für die nationale Sicherheit, die territoriale Unversehrtheit oder die öffentliche Sicherheit, zur Aufrechterhaltung der Ordnung oder zur Verhütung von Straftaten, zum Schutz der Gesundheit oder der Moral, zum Schutz des guten Rufes oder der Rechte anderer, zur Verhinderung der Verbreitung vertraulicher Informationen oder zur Wahrung der Autorität und der Unparteilichkeit der Rechtsprechung.

#### *Deutsches Recht*

9. Das Grundgesetz weist die Gesetzgebungsbefugnis für Radio und Fernsehen den Ländern zu.

10. § 26 Absätze 2 bis 4 des Staatsvertrags über den Rundfunk im vereinigten Deutschland (im Folgenden: Rundfunkstaatsvertrag) vom 31. August 1991 bestimmt:

(2) Fernsehwerbung ist in Blöcken und zwischen einzelnen Sendungen einzufügen; sie kann unter den in den Abs. 3 bis 5 genannten Voraussetzungen auch in Sendungen

eingefügt werden, sofern der gesamte Zusammenhang und der Charakter der Sendung nicht beeinträchtigt werden.

(3) In Fernsehsendungen, die aus eigenständigen Teilen bestehen, oder in Sportsendungen und Übertragungen ähnlich gegliederter Sendungen, die Pausen enthalten, darf Werbung nur zwischen den eigenständigen Teilen oder in den Pausen eingefügt werden. Bei anderen Sendungen muss der Abstand zwischen zwei aufeinander folgenden Unterbrechungen innerhalb der Sendung mindestens 20 Minuten betragen. Die Abs. 4 und 5 bleiben unberührt.

(4) Abweichend von Abs. 3 Satz 2 dürfen Werke wie Kinospielefilme und Fernsehfilme mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarsendungen, sofern sie länger als 45 Minuten dauern, nur einmal je vollständigem 45-Minuten-Zeitraum unterbrochen werden. Eine weitere Unterbrechung ist zulässig, wenn diese Sendungen mindestens 20 Minuten länger dauern als zwei oder mehr vollständige 45-Minuten-Zeiträume.

11. Diese Bestimmungen wurden - mit Änderungen, die für den Ausgangsrechtsstreit nicht von Bedeutung sind - in § 44 Absätze 2 bis 4 des Vierten Staatsvertrags zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (im Folgenden: Vierter Rundfunkstaatsvertrag) übernommen.
12. Nach § 28 Absatz 2 des Niedersächsischen Landesrundfunkgesetzes in der geänderten Fassung (im Folgenden: Landesrundfunkgesetz) kann der Landesrundfunkausschuss, der Vorgänger der Beklagten des Ausgangsverfahrens, feststellen, dass ein Programm oder eine Sendung gegen dieses Gesetz oder die Bestimmungen der Erlaubnis verstößt, und den Veranstalter sowie die für den Inhalt des Programms Verantwortlichen anweisen, den Verstoß zu unterlassen.
13. § 33 Absätze 5 bis 7 des Landesrundfunkgesetzes enthält Bestimmungen, die § 26 Absätze 2 bis 4 des Rundfunkstaatsvertrags und § 44 Absätze 2 bis 4 des Vierten Rundfunkstaatsvertrags entsprechen.
14. Bezugnahmen auf § 26 Absätze 2 bis 4 des Rundfunkstaatsvertrags sind im Weiteren auch als Bezugnahmen auf die in der vorstehenden Randnummer genannten Bestimmungen des Landesrundfunkgesetzes und des Vierten Rundfunkstaatsvertrags zu verstehen.

### **Ausgangsverfahren und Vorlagefragen**

15. Am 7. Oktober 1993 strahlte RTL Die Rache der Amy Fisher aus, einen Film von 86 Minuten Länge, und unterbrach diesen viermal durch Werbung. Entsprechend verfuhr sie eine Woche später bei der Ausstrahlung von Schreie im Wald, einem Film von 90 Minuten Länge. Diese Filme wurden im Rahmen eines Zyklus Gefährliche Leidenschaften gesendet.
16. Mit Bescheid vom 12. November 1993 stellte der NLA fest, dass RTL durch die Unterbrechung beider Filme mit jeweils vier Werbepausen gegen § 26 Absatz 4 Satz 1 des Rundfunkstaatsvertrags verstoßen habe. Er verbot, diese Filme im Fall einer erneuten Ausstrahlung mit mehr als einer bzw. zwei Werbepausen zu unterbrechen.

17. Mit demselben Bescheid untersagte der NLA RTL, acht weitere Filme und jeden Kinospießfilm oder Fernsehfilm, der im Rahmen der in den Programmübersichten ausgewiesenen Reihen (Gefährliche Leidenschaften, Familienschicksale und Der große TV-Roman) ausgestrahlt werde, häufiger durch Werbung zu unterbrechen, als es § 26 Absatz 4 Satz 1 des Rundfunkstaatsvertrags gestatte.
18. Zur Begründung seiner Maßnahme führte der NLA aus, dass die fraglichen Sendungen nicht als Teile einer Reihe im Sinne des § 26 Absatz 4 des Rundfunkstaatsvertrags anzusehen seien und daher nicht in zeitlichen Abständen von 20 Minuten durch Werbung unterbrochen werden könnten.
19. Der Begriff der Reihe sei dem der Serie verwandt und verlange eine weitgehende Identität der einzelnen Sendungen durch Handlungsmuster und Personen. Weder der Sendeplatz noch die Tatsache, dass das Drehbuch auf einem Roman basiere oder dass gewisse thematische Übereinstimmungen, wie Liebe, Leid oder allgemeine Familienbeziehungen, erkennbar seien, reichten als verbindende Elemente aus, um diese Sendungen als Reihe einzustufen zu können.
20. Am 23. November 1993 erhob RTL beim Niedersächsischen Verwaltungsgericht (Deutschland) Klage auf Aufhebung des Bescheides des NLA.
21. Zur Begründung führte RTL aus, dass der Bescheid auf einer zu eng gefassten Auslegung des Begriffes Reihen beruhe. Dieser Begriff sei durch die Zusammenfassung mehrerer in sich abgeschlossener Spielhandlungen unter einem Gesamtthema zu bestimmen, für die sowohl inhaltliche Kriterien, wie Filmgenre, Drehbuchübereinstimmungen, thematische Vergleichbarkeit, als auch äußerliche formale Gesichtspunkte, wie Sendedauer oder Sendeplatz und andere Faktoren, wie z. B. ein bestimmter Regisseur, prägend seien.
22. Die NLM trug vor, der Begriff der Reihen verlange eine inhaltliche Verbundenheit der einzelnen Sendebeiträge. Ginge man von Kriterien überwiegend formaler Natur aus, wie es RTL vorschlage, stünde es dem Rundfunkveranstalter frei, Sendungen beliebig häufig durch Werbung zu unterbrechen.
23. Mit Urteil vom 25. September 1997 wies das Niedersächsische Verwaltungsgericht die Klage von RTL mit der Begründung ab, die fraglichen Fernsehfilme könnten nicht als Reihen im Sinne des § 26 Absatz 4 des Rundfunkstaatsvertrags qualifiziert werden.
24. RTL legte beim vorlegenden Gericht Berufung gegen dieses Urteil ein. Zur Begründung führte sie aus, die vom Niedersächsischen Verwaltungsgericht vertretene Auslegung sei mit Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 unvereinbar.
25. Das vorliegende Gericht weist einleitend darauf hin, dass es, der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts folgend, keine aus Artikel 5 Absatz 2 Satz 1 des Grundgesetzes abzuleitenden verfassungsrechtlichen Bedenken gegen die Anwendbarkeit des § 26 Absatz 4 des Rundfunkstaatsvertrags habe, der die Rechtsgrundlage des im Ausgangsverfahren streitigen Bescheides sei. Diese Vorschrift lehne sich nämlich eng an Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 an.
26. § 26 Absatz 4 des Rundfunkstaatsvertrags solle den künstlerischen Wert von Kinospießfilmen und Fernsehfilmen wahren und diese vor zu häufigen Werbeunterbrechungen schützen.

27. Diese am Gesetzeszweck orientierte Auslegung sieht das vorlegende Gericht durch die Entstehungsgeschichte des § 26 Absatz 4 des Rundfunkstaatsvertrags bestätigt. Diese Vorschrift knüpfe zunächst an Artikel 14 Absatz 3 des Fernsehübereinkommens an, der den vom Europarat erzielten Kompromiss zwischen dem Ziel eines stärkeren Schutzes von Kinospielefilmen und Fernsehfilmen einerseits und den Interessen der Werbewirtschaft andererseits widerspiegle. Auch Artikel 11 Absatz 4 der Richtlinie 89/552 liege dieser Kompromiss zugrunde. Die Länder als Vertragsparteien des Rundfunkstaatsvertrags wollten das deutsche Recht diesen europäischen Regelungen über die Unterbrecherwerbung anpassen. Die im Ausgangsverfahren in Rede stehende innerstaatliche Vorschrift sei daher nach der Rechtsprechung des Gerichtshofes im Licht des Wortlauts und des Zweckes von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 auszulegen und zu würdigen.
28. Ferner stützten weder der Wortlaut noch der Sinngehalt des Artikels 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 die These von RTL, dass lediglich Kinospielefilme schutzwürdig seien, nicht aber Fernsehfilme, da Letztere speziell für eine Ausstrahlung mit Werbeunterbrechungen konzipiert seien.
29. Das vorlegende Gericht habe daher bereits entschieden, dass der Begriff der Reihen eine inhaltliche oder handlungsbezogene Verknüpfung der einzelnen Sendungen erfordere.
30. Diese Auffassung werde durch die Leitlinien der Independent Television Commission (im Folgenden: ITC) des Vereinigten Königreichs sowie durch die von den Ländern erlassenen Gemeinsamen Richtlinien bestätigt.
31. Im vorliegenden Fall seien die von RTL angeführten Elemente für eine thematische oder dramaturgische Verknüpfung der einzelnen Episoden - Themen wie Affären, Beziehungs- und Lebenskrisen, Verbrechen, Gewalt, Prostitution, Leihmutterchaft und Naturkatastrophen, die im Hinblick darauf, dass eine zentrale Figur jeweils in eine schicksalhafte Situation gestellt sein könne und diese zu bewältigen habe, weit gefasste inhaltliche Gemeinsamkeiten aufwiesen - zu vage, als dass ihnen auch in Anbetracht weiterer formaler Merkmale eine reihenbildende Funktion zukommen könne.
32. Das vorlegende Gericht gelangt zu dem Ergebnis, dass die Entscheidung des Ausgangsrechtsstreits von der Definition des Begriffes der Reihen und den insoweit zu berücksichtigenden Maßstäben abhängt. Da sich der Gerichtshof dazu in seiner Rechtsprechung zu Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 bisher noch nicht geäußert habe, seien die Vorlagefragen gerechtfertigt.
33. Das vorlegende Gericht hat daher die Entscheidung ausgesetzt und beschlossen, dem Gerichtshof folgende Fragen zur Vorabentscheidung vorzulegen:
  1. Verfolgt Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (ABl. L 298, S. 23) in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Juni 1997 (ABl. L 202, S. 60) mit der Einschränkung der Werbeunterbrechung den Schutz des künstlerischen Wertes von Kinospielefilmen und Fernsehfilmen, und zwar unabhängig davon, ob Fernsehfilme von vornherein für das Fernsehen produziert

worden sind und nach ihrer Konzeption Pausen für die Einfügung von Werbespots vorsehen?

2. Welche Kriterien sind zu erfüllen, um eine Ausstrahlung von mehreren Kinospiele- und Fernsehfilmen in Abweichung von den Werbeeinschränkungen für Kinospielefilme und Fernsehfilme als Reihe einstufen zu können?

3. Sind unter einer Reihe im Sinne von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552/EWG in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG aus mehreren Beiträgen bestehende Sendungen zu verstehen, die durch gemeinsame thematische, inhaltliche und formale Schwerpunkte ein gemeinsames Konzept aufweisen und in einem zeitlichen Zusammenhang ausgestrahlt werden?

4. Gestattet es die Auslegung des Begriffes Reihe im Sinne von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552/EWG in der Fassung der Richtlinie 97/86/EG auf thematische und inhaltliche Gemeinsamkeiten der Sendbeiträge ganz oder weitgehend zu verzichten und überwiegend auf formale oder formal-rezeptive Schwerpunkte abzustellen?

## **Zu den Vorlagefragen**

### *Zur ersten Frage*

34. Mit seiner ersten Frage möchte das vorlegende Gericht wissen, ob Filme, die für das Fernsehen produziert worden sind und nach ihrer Konzeption Pausen für die Einfügung von Werbespots vorsehen, in Anbetracht der Zielsetzung von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552, die darin besteht, Werbeunterbrechungen zum Schutz des künstlerischen Wertes von Kinospielefilmen und Fernsehfilmen einzuschränken, unter den Begriff Fernsehfilme im Sinne dieser Bestimmung fallen.

### Beim Gerichtshof eingereichte Erklärungen

35. RTL macht geltend, dass Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 insbesondere die Integrität und den künstlerischen Wert audiovisueller Werke sowie die redaktionelle Unabhängigkeit schützen solle. Diese Bestimmung bezwecke erst in zweiter Linie den Schutz des Verbrauchers.

36. Der Schutz des künstlerischen Wertes audiovisueller Werke dürfe jedoch nicht auf Filme ausgedehnt werden, die speziell für das Fernsehen produziert worden seien und bereits nach ihrer Konzeption Pausen für die Einfügung von Werbespots vorsehen. Denn eine solche Ausdehnung würde die Grundrechte der Fernsehveranstalter in nicht gerechtfertigter Weise beschränken.

37. Die Freiheit der Fernsehveranstalter zur Konzeption und Ausstrahlung von Fernsehfilmen sei erstens als Bestandteil der Kommunikations- und Rundfunkfreiheit - die u. a. die Fernsehwerbung als eigenständige Kommunikationsform umfasse - als Grundrecht im Rahmen des Gemeinschaftsrechts geschützt.

38. Dieses Grundrecht ergebe sich zunächst aus Artikel 10 Absatz 1 EMRK, der das Recht auf freien Empfang und freie Weitergabe von Informationen oder Ideen als Bestandteil der



Meinungsfreiheit vorsehe. Dieses Recht sei auch in Artikel 11 Absatz 2 der Charta der Grundrechte verankert.

39. Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes für Menschenrechte zu Artikel 10 Absatz 1 EMRK umfasse dieses Recht auch die Rundfunk-, Fernseh- und Filmfreiheit, differenziere nicht nach dem Inhalt oder der Qualität der verbreiteten Informationen und umfasse auch werbende Aussagen.
40. Schließlich habe der Gerichtshof anerkannt, dass die Erhaltung des Pluralismus in den audiovisuellen Medien in einem Zusammenhang mit der durch Artikel 10 EMRK garantierten Meinungsfreiheit stehe, die zu den von der Gemeinschaftsrechtsordnung geschützten Grundrechten gehöre.
41. Das in der Richtlinie 89/552 verankerte und durch die Dienstleistungsfreiheit nach Artikel 59 EG-Vertrag (nach Änderung jetzt Artikel 49 EG) geschützte Recht zur freien Ausstrahlung und Verbreitung von Fernsehsendungen sei, wie in der achten Begründungserwägung der Richtlinie ausgeführt, auch eine spezifische gemeinschaftsrechtliche Ausprägung eines allgemeineren Prinzips, nämlich der in Artikel 10 Absatz 1 EMRK garantierten Meinungsfreiheit.
42. Die Freiheit des Produzenten, Fernsehsendungen unter Einbeziehung von Werbeunterbrechungen zu gestalten, werde zudem vom Gemeinschaftsgrundrecht der Kunstfreiheit umfasst, das sowohl die Erstellung des Kunstwerks als auch dessen Ausstrahlung und Übertragung schütze.
43. Daraus folgt nach Ansicht von RTL, dass die Werbebeschränkungen, die Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 für die Ausstrahlung der im Ausgangsverfahren in Rede stehenden Fernsehfilme vorsehe, sowohl in die Rundfunk- als auch in die Kunstfreiheit eingriffen.
44. Es stelle sich somit die Frage, ob die Einschränkungen dieser beiden Grundrechte durch die im Ausgangsverfahren in Rede stehenden Werberegulungen durch das Gemeinschaftsrecht gerechtfertigt seien.
45. Aus der Rechtsprechung des Gerichtshofes ergebe sich, dass Einschränkungen von Grundrechten gemeinschaftsrechtlich nur gerechtfertigt seien, soweit sie zur Erreichung eines legitimen Zieles geeignet, erforderlich und angemessen seien. Ferner müssten nach der Rechtsprechung Einschränkungen von Grundrechten gesetzlich eindeutig festgelegt werden; andernfalls seien sie eng auszulegen.
46. Diese Grundsätze stünden im Übrigen im Einklang mit der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes für Menschenrechte insbesondere zu Artikel 10 Absatz 2 EMRK, wonach eine nicht eindeutige Beschränkung eng auszulegen sei.
47. Zur Frage der Rechtfertigung der im Ausgangsverfahren in Rede stehenden Beschränkung macht RTL geltend, dass ihr der mit den Werbebeschränkungen bezweckte Schutz der künstlerischen Integrität der Filme als audiovisuelle Werke nicht aufgedrängt werden könne, weil sie selbst als Urheberin der fraglichen Werke, die ja gerade im Hinblick auf Werbeunterbrechungen konzipiert worden seien, deren Schutz nicht verlange. Es handele sich daher nicht um den Schutz der Rechte anderer im Sinne von Artikel 10 Absatz 2 EMRK.

48. Die Reichweite des Werkschutzes durch Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 sei daher bei einer primärrechtskonformen Auslegung in Bezug auf Fernsehfilme so zu verstehen, dass dieser Schutz nur insoweit bezweckt sei, als dies dem Willen der Urheber der Filme und damit der Grundrechtsträger entspreche.
49. RTL stellt abschließend fest, dass der von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 bezweckte Werkschutz nicht greife, wenn die betroffenen, für das Fernsehen produzierten Filme von vornherein unter Einbeziehung von Werbepausen konzipiert worden seien.
50. Die NLM, die Regierung des Vereinigten Königreichs und die Kommission tragen vor, die Regelung, dass Kinospielefilme und Fernsehfilme in Bezug auf Werbeunterbrechungen strengeren Maßstäben unterlägen, sei im letzten Verfahren zur Revision der Richtlinie 89/552 ausdrücklich beibehalten worden, und diese beiden Arten von Filmen seien daher insoweit gleich zu behandeln. Auch der Wortlaut von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 lasse keine andere Auslegung zu.

#### Antwort des Gerichtshofes

51. Vorab ist darauf hinzuweisen, dass das Kapitel IV der Richtlinie 89/552 Vorschriften über Fernsehwerbung, Sponsoring und Teleshopping enthält. Dazu gehört Artikel 11 der Richtlinie, der die Häufigkeit von Werbeunterbrechungen regelt.
52. Nach Artikel 11 Absatz 1 der Richtlinie 89/552 muss die Fernsehwerbung grundsätzlich zwischen den Sendungen eingefügt werden. Die Werbung kann jedoch auch in die laufenden Sendungen eingefügt werden, sofern bestimmte Grundsätze beachtet werden: Die Werbeunterbrechungen dürfen den Zusammenhang und den Wert der Sendungen nicht beeinträchtigen, sie müssen u. a. die Art und die Länge des Programms berücksichtigen, und sie dürfen nicht gegen die Rechte von Rechtsinhabern verstoßen.
53. Die besonderen Voraussetzungen, unter denen Sendungen durch Werbung unterbrochen werden dürfen, sind in Artikel 11 Absätze 2 bis 5 der Richtlinie 89/552 genannt.
54. Aus Artikel 11 Absatz 4 dieser Richtlinie ergibt sich, dass zwischen zwei aufeinander folgenden Werbeunterbrechungen innerhalb der Sendung ein Abstand von mindestens 20 Minuten liegen sollte.
55. Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 sieht einen stärkeren Schutz audiovisueller Werke wie Kinospielefilme und Fernsehfilme vor, nämlich eine einzige Werbeunterbrechung für jeden vollen Zeitraum von 45 Minuten und eine weitere Unterbrechung, wenn die Dauer der Sendung um mindestens 20 Minuten über zwei oder mehrere volle 45-Minuten-Zeiträume hinausgeht.
56. Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 enthält jedoch eine Ausnahme für Serien, Reihen, leichte Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilme. Solche Sendungen fallen somit unter die Regelung des Artikels 11 Absatz 4 der Richtlinie.
57. RTL macht geltend, dass für das Fernsehen produzierte Filme, die bereits nach ihrer Konzeption Pausen für die Einfügung von Werbespots vorsähen, nicht unter den Begriff Fernsehfilme in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 fielen.

58. Dieser Auslegung stehen sowohl der Wortlaut als auch die Entstehungsgeschichte dieser Bestimmung entgegen.
59. Der Wortlaut des Artikels 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 ist eindeutig. Er enthält keinen Anhaltspunkt für eine eigene Kategorie von für das Fernsehen produzierten Filmen, die nicht unter den Begriff Fernsehfilme fallen, weil sie bereits nach ihrer Konzeption Pausen für Werbespots vorsehen.
60. Dies wird auch durch die Entstehungsgeschichte von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 bestätigt, wie sie u. a. das vorlegende Gericht dargelegt hat. Dem Vorschlag der Kommission zur Änderung dieser Bestimmung, der darauf abzielte, die Fernsehfilme von der in dieser Bestimmung vorgesehenen Regelung auszuklammern, ist der Rat nämlich nicht gefolgt. Dieser Vorschlag war aber gerade damit begründet worden, dass bei solchen Filmen bereits in der Konzeptionsphase natürliche Pausen vorgesehen werden können, in die sich Werbespots einfügen lassen, ohne die Einheit des Werkes zu gefährden.
61. Die von RTL vertretene Auslegung von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 ist auch nicht im Hinblick auf das Ziel der Richtlinie geboten.
62. Aus der siebenundzwanzigsten Begründungserwägung und aus Artikel 11 Absatz 1 der Richtlinie 89/552 folgt nämlich, dass diese Bestimmung einen ausgewogenen Schutz der finanziellen Interessen der Fernsehveranstalter und der Werbetreibenden einerseits sowie der Interessen der Rechteinhaber, d. h. der Autoren und Urheber, und der Zuschauer als Verbraucher andererseits bezweckt.
63. Diese Zielsetzung ergibt sich auch aus den Punkten 245 und 246 des Erläuternden Berichts, der dem Fernsehübereinkommen beigelegt ist, das gleichzeitig mit der Richtlinie 89/552 ausgearbeitet wurde und auf das in ihrer vierten Begründungserwägung Bezug genommen wird (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 12. Dezember 1996 in den Rechtssachen C-320/94, C-328/94, C-329/94 und C-337/94 bis C-339/94, RTI u. a., Slg. 1996, I-6471, Randnr. 33).
64. Doch selbst wenn dieses Ziel, wie RTL vorträgt, für die in Rede stehenden Filme insofern, als es sich auf den Schutz der Interessen der Fernsehveranstalter und derjenigen der Rechteinhaber erstreckt, nicht von Bedeutung sein sollte, da dieser Schutz hier nicht gefordert wird, bleibt im vorliegenden Fall doch ein anderer wesentlicher Aspekt dieser Zielsetzung eindeutig relevant, nämlich der Schutz der Zuschauer als Verbraucher gegen übermäßige Werbung.
65. Die von RTL vertretene Auslegung verkennt diesen gleichwohl wesentlichen Aspekt des von Artikel 11 der Richtlinie 89/552 verfolgten Zieles eines ausgewogenen Schutzes. Dabei kommt, was die weitergehende Schutzregelung des Artikels 11 Absatz 3 angeht, gerade dem Schutz der Zuschauer eine besondere Bedeutung zu.
66. Eine solche Auslegung birgt außerdem die Gefahr, dass der durch diese Bestimmung gewährte stärkere Schutz ausgehöhlt wird, da sie es den Fernsehveranstaltern erlauben würde, diesen Schutz leicht dadurch zu unterlaufen, dass sie nur Filme kaufen oder produzieren, die nach ihrer Konzeption Pausen für die Einfügung von Werbespots vorsehen.

67. Schließlich führt eine Auslegung, nach der die weitergehende Schutzregelung des Artikels 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 auch auf Fernsehfilme wie die im Ausgangsverfahren in Rede stehenden anwendbar ist, nicht zu einem Ergebnis, das mit den Grundrechten nicht vereinbar wäre.
68. Dieser stärkere Schutz kann zwar eine Einschränkung der Meinungsfreiheit darstellen, wie sie in Artikel 10 Absatz 1 EMRK, auf den die achte Begründungserwägung der Richtlinie 89/552 im Übrigen verweist, verankert ist.
69. Diese Einschränkung ist jedoch nach Artikel 10 Absatz 2 EMRK gerechtfertigt.
70. Denn sie verfolgt ein legitimes Ziel, nämlich den Schutz ... der Rechte anderer im Sinne der genannten Bestimmung, d. h. den Schutz der Zuschauer als Verbraucher sowie deren Interesse, Zugang zu Programmen guter Qualität zu haben. Diese Ziele können Maßnahmen gegen übermäßige Werbung rechtfertigen.
71. Der Gerichtshof hat im Übrigen bereits entschieden, dass der Schutz der Verbraucher gegen ein Übermaß an kommerzieller Werbung und die Erhaltung einer bestimmten Programmqualität im Rahmen der Kulturpolitik Ziele sind, die Beschränkungen des freien Dienstleistungsverkehrs im Bereich der Fernsehwerbung durch die Mitgliedstaaten rechtfertigen können (vgl. Urteile vom 25. Juli 1991 in der Rechtssache C-288/89, *Collectieve Antennevoorziening Gouda*, Slg. 1991, I-4007, Randnr. 27, und vom 28. Oktober 1999 in der Rechtssache C-6/98, *ARD*, Slg. I-7599, Randnr. 50).
72. Zur Verhältnismäßigkeit der fraglichen Einschränkung ist festzustellen, dass diese nicht den Inhalt der Werbebotschaft betrifft, dass sie kein Verbot, sondern lediglich eine Begrenzung der Zahl der Unterbrechungen enthält, die für alle Veranstalter gilt, und dass sie es grundsätzlich den Fernsehveranstaltern überlässt, den Zeitpunkt (vgl. Punkt 249 des Erläuternden Berichts zum Fernsehübereinkommen) und - in den Grenzen des Artikels 18 der Richtlinie 89/552 - die Länge der Werbeunterbrechungen zu bestimmen.
73. Darüber hinaus ergibt sich aus der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes für Menschenrechte zu Artikel 10 Absatz 2 EMRK, dass die nationalen Behörden bei der Entscheidung über die Frage, ob ein zwingendes gesellschaftliches Bedürfnis besteht, das eine Einschränkung der Meinungsfreiheit rechtfertigen könnte, einen gewissen Ermessensspielraum haben. Nach dieser Rechtsprechung ist dies gerade in der Wirtschaft und besonders in einem so komplexen und fluktuierenden Bereich wie der Werbung unerlässlich (vgl. EGMR, Urteil *VGT Verein gegen Tierfabriken/Schweiz* vom 28. Juni 2001, *Recueil des arrêts et décisions* 2001-VI, §§ 66 bis 70).
74. Nach alledem ist auf die erste Frage zu antworten, dass Filme, die für das Fernsehen produziert worden sind und nach ihrer Konzeption Pausen für die Einfügung von Werbespots vorsehen, unter den Begriff Fernsehfilme in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie fallen.

*Zur zweiten, dritten und vierten Frage*

75. Mit der zweiten, der dritten und der vierten Frage, die zusammen zu prüfen sind, möchte das vorlegende Gericht wissen, welche Verbindung zwischen Filmen bestehen muss, damit sie unter die in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 vorgesehene Ausnahmeregelung für Reihen fallen können.

## Beim Gerichtshof eingereichte Erklärungen

76. RTL führt aus, dass der Begriff der Reihen in erster Linie im Hinblick auf die Gewährleistung der Dienstleistungsfreiheit auszulegen sei.
77. Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofes bestehe das Hauptziel der Richtlinie 89/552 darin, die Dienstleistungsfreiheit, d. h. die freie Ausstrahlung von Fernsehsendungen, zu gewährleisten.
78. Aus dieser Rechtsprechung ergebe sich, dass Artikel 11 Absatz 3 Satz 1 der Richtlinie 89/552, der eine Beschränkung der freien Ausstrahlung von Fernsehsendungen enthalte, die insofern nicht eindeutig formuliert sei, als nicht klar aus der Richtlinie hervorgehe, unter welchen Voraussetzungen die Ausstrahlung von Fernsehfilmen als Reihe nicht der strengeren Regelung des 45-Minuten-Intervalls unterliege, im Hinblick auf das Richtlinienziel eng auszulegen sei. Der Begriff der Reihen sei daher möglichst weit auszulegen.
79. Zur Auslegung des Wortlauts von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 in seinen verschiedenen Sprachfassungen trägt RTL vor, dass eine Prüfung der Vorschrift in ihren verschiedenen Sprachfassungen ergebe, dass diese nicht eindeutig sei, sondern vielfältige Bedeutungen zulasse.
80. Für den deutschen Begriff Reihe (feuilleton in der französischen Fassung) werde eine solche Vielfalt von Übersetzungen verwendet, dass eine einheitliche und klare Definition ausgeschlossen sei.
81. Bei der Auslegung dieser Vorschrift müssten daher nach der Rechtsprechung des Gerichtshofes ihr Kontext und das mit der Regelung verfolgte Ziel berücksichtigt werden.
82. Eine systematische Auslegung spreche dafür, dass den Begriffen der Reihen und der Serien, da sie beide nebeneinander genannt würden, eigenständige Bedeutungsgehalte zukämen.
83. Für die Einstufung als Reihe genüge es, dass mehrere Fernsehfilme mit abgeschlossener Handlung regelmäßig zu einer festen Zeit ausgestrahlt würden und aufgrund weiterer formaler und gestalterischer Merkmale und eines gemeinsamen Oberthemas wie etwa der Darstellung unterschiedlichster Konstellationen von Beziehungskrisen miteinander verbunden seien.
84. Was schließlich eine an den Zielen der Richtlinie ausgerichtete Auslegung von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 angehe, so schränke eine zu enge Auslegung des Begriffes der Reihen die Finanzierungsmöglichkeiten ein und konterkariere damit eines der Ziele der Richtlinie, nämlich die Förderung europäischer audiovisueller Produktionen.
85. Der Begriff der Reihen müsse zweitens im Hinblick auf die Gemeinschaftsgrundrechte der Rundfunk- und der Kunstfreiheit ausgelegt werden.
86. Die Konzeption mehrerer Filme als Reihe, auch aufgrund einer nur lockeren thematischen Verknüpfung, unter Einbeziehung von Werbepausen werde vom gemeinschaftsrechtlichen Schutz dieser Grundfreiheiten erfasst. Eine enge Auslegung des Begriffes der Reihen greife mithin erheblich in diese Rechte ein.

87. Eine solche Auslegung, die zur Anwendung der in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 vorgesehenen strengen Beschränkungen für Werbeunterbrechungen führe, sei darüber hinaus nicht durch die Verfolgung legitimer Interessen gerechtfertigt.
88. RTL weist die Rechtfertigung mit dem Schutz der Integrität des Werkes in ihren Ausführungen zur ersten Vorlagefrage zurück und begründet dies im Wesentlichen damit, dass es sich im vorliegenden Fall nicht um den Schutz der Rechte anderer auf die Integrität des Werkes handele (vgl. Randnr. 47 des vorliegenden Urteils). RTL trägt ferner vor, dass weder der Schutz der Qualität der Fernsehsendungen noch der Schutz der Verbraucher eine Rechtfertigung darstellten.
89. Im Rahmen der pluralen Rundfunkordnung stelle die Programmqualität als solche kein legitimes Allgemeininteresse dar, das strenge Werbebeschränkungen für Fernsehfilme rechtfertigen könnte, da sich Werbeunterbrechungen als solche nicht auf die Qualität eines Films auswirkten. Außerdem verbiete die Rundfunk- und Pressefreiheit es, den Fernsehveranstaltern ein bestimmtes Programmmodell vorzuschreiben.
90. Darüber hinaus sei eine enge Auslegung des Begriffes der Reihen für einen effektiven Verbraucherschutz weder geeignet noch erforderlich.
91. Die Verbraucher verfügten nämlich über eine große Auswahl an verschiedenen Sendern, die Werbung in unterschiedlichem Umfang anböten. Die Verbraucher, die sich für private Sender entschieden, wüssten, dass bei diesen Sendern die Zahl der Werbeunterbrechungen größer sei als bei anderen Sendern wie den öffentlich-rechtlichen oder den speziellen Kulturkanälen. Diese Wahlfreiheit beinhalte im Übrigen einen Regulierungsmechanismus, da die Einschaltquoten sanken, wenn die Verbraucher der Meinung seien, dass die Sendungen eines privaten Senders zu viel Werbung enthielten. Dies zwinge den Sender dazu, diese Sendungen den Wünschen des Verbrauchers anzupassen.
92. Überdies sei die sich aus einer engen Auslegung des Begriffes der Reihen ergebende Anwendung der strengeren 45-Minuten-Intervall-Regelung im vorliegenden Fall deshalb nicht erforderlich, weil es mildere Mittel zur wirksamen Gewährleistung der Wahlfreiheit der Verbraucher gebe, namentlich eine Aufklärungspflicht, d. h. eine Pflicht zur Angabe der Häufigkeit der Werbeunterbrechungen in den Programmzeitschriften oder zu Beginn der Sendung.
93. RTL stellt insoweit eine Analogie zur Rechtsprechung des Gerichtshofes zum freien Warenverkehr her, der sich entnehmen lasse, dass es zur Gewährleistung der Wahlfreiheit des Verbrauchers in der Regel genüge, ihn über die Erzeugnisse, z. B. über die zu ihrer Herstellung verwendeten Grundstoffe, zu informieren.
94. Die NLM, die Regierung des Vereinigten Königreichs und die Kommission machen geltend, dass eine Definition des Begriffes der Reihen, die auf formale Kriterien abstelle, nicht zulässig sei. Bei einer solchen Definition liefe nämlich der besondere Schutz für Kinospielefilme und Fernsehfilme leer, da eine formale Verknüpfung bei jeder Art von Filmen leicht herzustellen und dieser Schutz so leicht zu umgehen sei.
95. Vielmehr sei eine in Bezug auf Inhalt, Art oder Thematik signifikante Verknüpfung der jeweiligen Sendungen zu verlangen, um sie als Serie oder Reihe einstufen zu können.

96. Die Regierung des Vereinigten Königreichs macht unter Bezugnahme auf die Leitlinien der ITC geltend, dass sich die realsten Verbindungen zwischen den Sendungen daraus ergäben, dass die Erzählung, d. h. die Handlung, von Sendung zu Sendung fortgeführt werde und/oder dass zumindest einige der Personen von Sendung zu Sendung wiederkehrten.

Antwort des Gerichtshofes

97. Zunächst ist festzustellen, dass weder die Richtlinie 89/552 noch die für ihre Auslegung einschlägigen Dokumente, wie die Gesetzesmaterialien oder der Erläuternde Bericht zum Fernsehübereinkommen, Aufschluss über die Kriterien zur Abgrenzung der Begriffe Fernsehfilme und Reihen in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 geben.

98. Auch eine Auslegung, die der gewöhnlichen Bedeutung dieser Begriffe folgt oder sich auf den Vergleich der Sprachfassungen der Richtlinie stützt, ist nicht geeignet, diese Frage eindeutig zu beantworten.

99. Die Bestimmung ist daher anhand von Sinn und Zweck der Regelung auszulegen, zu der sie gehört (vgl. in diesem Sinne u. a. Urteil vom 9. Januar 2003 in der Rechtssache C-257/00, Givane u. a., Slg. I-345, Randnr. 37).

100. Wie sich aus Randnummer 62 des vorliegenden Urteils ergibt, bezweckt Artikel 11 der Richtlinie 89/552 einen ausgewogenen Schutz der finanziellen Interessen der Fernsehveranstalter und der Werbetreibenden einerseits sowie der Interessen der Rechteinhaber, d. h. der Autoren und Urheber, und der Zuschauer als Verbraucher andererseits.

101. Bei audiovisuellen Werken wie u. a. Fernsehfilmen sollen die Zuschauer durch Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 stärker gegen übermäßige Werbung geschützt werden.

102. Einem im Wesentlichen an formalen Kriterien orientierten Verständnis des Begriffes Reihen, wie es RTL vertritt, kann nicht gefolgt werden, weil dies die Erreichung dieses Zieles beeinträchtigen würde.

103. Ein solches Verständnis würde es nämlich ermöglichen, den verstärkten Schutz zu umgehen und ihn damit illusorisch zu machen. Denn die Fernsehveranstalter könnten leicht einen gemeinsamen formalen Rahmen schaffen, der völlig unterschiedliche Filme etwa aufgrund desselben Sendeplatzes, einer Ausstrahlung unter demselben Titel oder Thema oder einer Moderation vor oder nach den Sendungen miteinander verbinden würde.

104. Verbindungen formaler Art wie die von RTL vorgeschlagenen genügen daher nicht für die Definition des Begriffes Reihen im Sinne von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552.

105. Der Begriff Reihen erfordert mithin materielle Verbindungen, d. h. Gemeinsamkeiten, die sich auf den Inhalt der betreffenden Filme beziehen.

106. Zur näheren Bestimmung der Merkmale des Begriffes Reihen ist auf die Gründe abzustellen, aus denen die Richtlinie bei Sendungen wie den Reihen einen weniger weit gehenden Schutz der Zuschauer gegen übermäßige Werbung vorsieht.

107. Wie der Generalanwalt in Nummer 51 seiner Schlussanträge ausführt, lässt sich dieser geringere Schutz damit erklären, dass Reihen gerade aufgrund der inhaltlichen Elemente, die die einzelnen Filme, aus denen sie bestehen, verknüpfen, wie z. B. der Fortentwicklung einer Handlung oder des Wiederkehrens einer oder mehrerer Personen, von den Fernsehzuschauern geringere Aufmerksamkeit verlangen als Filme.

108. Nach alledem ist auf die zweite, die dritte und die vierte Frage zu antworten, dass sich die Verbindungen, die zwischen Filmen bestehen müssen, damit diese unter die in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 vorgesehene Ausnahme für Reihen fallen können, aus dem Inhalt der betreffenden Filme ergeben müssen, wie z. B. der Fortentwicklung einer Handlung von einer Sendung zur anderen oder dem Wiederkehren einer oder mehrerer Personen in den einzelnen Sendungen.

## **Kosten**

109. Die Auslagen der Regierung des Vereinigten Königreichs und der Kommission, die Erklärungen vor dem Gerichtshof abgegeben haben, sind nicht erstattungsfähig. Für die Parteien des Ausgangsverfahrens ist das Verfahren ein Zwischenstreit in dem bei dem vorliegenden Gericht anhängigen Rechtsstreit; die Kostenentscheidung ist daher Sache dieses Gerichts.

Aus diesen Gründen  
hat

DER GERICHTSHOF (Fünfte Kammer)

auf die ihm vom Niedersächsischen Oberverwaltungsgericht mit Beschluss vom 15. Juni 2001 vorgelegten Fragen für Recht erkannt:

- 1. Filme, die für das Fernsehen produziert worden sind und nach ihrer Konzeption Pausen für die Einfügung von Werbespots vorsehen, fallen unter den Begriff Fernsehfilme in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Juni 1997.**
  - 2. Die Verbindungen, die zwischen Filmen bestehen müssen, damit diese unter die in Artikel 11 Absatz 3 der genannten Richtlinie vorgesehene Ausnahme für Reihen fallen können, müssen sich aus dem Inhalt der betreffenden Filme ergeben, wie z. B. der Fortentwicklung einer Handlung von einer Sendung zur anderen oder dem Wiederkehren einer oder mehrerer Personen in den einzelnen Sendungen.**
-