

## ■ INLAND

**EU-Kommissarin Reding:  
Produktplatzierungen erlauben**

„Es wird herauskommen, was ich wollte“ –  
Mit Steinbrück uneins über Telekom

Berlin (epd). In der Debatte über die Zulassung von bezahlten Produktplatzierungen im Fernsehen hat sich EU-Kommissarin Viviane Reding optimistisch über eine Einigung gezeigt. Das vom Ministerrat und dem Europäischen Parlament gewollte Verbot mit einer Ausnahmeerlaubnis nur für bestimmte Programmsorten (epd 90/06) stimme mit ihren Zielen überein.

„Es wird dabei im Endeffekt herauskommen, was ich wollte“, sagte Reding am 23. November beim Medienpolitischen Colloquium des Instituts für Medien- und Kommunikationspolitik in Berlin.

wird im Dezember seine Entscheidungen treffen“, sagte Reding.

Reding forderte bei ihrem Besuch in Berlin eine neue Frequenzpolitik. Sehr viele Frequenzen seien vergeben, würden aber nicht genutzt. Die Kommissarin forderte von den Regierungen der EU-Staaten, für mobiles Fernsehen europaweit Frequenzen zur Verfügung zu stellen. Aber den Mitgliedsstaaten stehe es frei, Frequenzbereiche zum Beispiel für den Rundfunk zu schützen.

**Frequenzen sollen besser genutzt werden**

Währenddessen scheint sich der Streit zwischen Deutschland und der EU-Kommission um Privilegien für die Deutsche Telekom zuzuspitzen. Nach einem Gespräch mit Finanzminister Peer Steinbrück sagte EU-Kommissarin Viviane Reding, sie könne nicht akzeptieren, dass Monopole geschützt würden. „Wenn so etwas geschieht, ist der Weg zum Europäischen Gerichtshof unvermeidlich“, so die Kommissarin.

Die Große Koalition hatte vergangene Woche beschlossen, das Telekommunikationsgesetz so zu ändern, dass die Telekom für eine Übergangszeit von der Regulierung ausgenommen wird. Als Folge davon kann die Telekom ihr neues Hochgeschwindigkeits-Breitband-Netz VDSL weitgehend frei von Wettbewerb vermarkten.

Reding kritisierte dies als „Lex Telekom“. Eine solche Ausnahme sei ein Rückschritt im Kampf um mehr Wettbewerb. Der Breitbandmarkt in Europa zeige, wie vorteilhaft offene Märkte seien. Wo dies nicht der Fall sei, gebe es keine Investitionen, hohe Preise und eine geringe Nutzung durch die Bürger. sst

Die werblichen Produktplatzierungen dürften allerdings keinen Platz in Informations- und Kindersendungen bekommen, weil sie dort gefährlich seien. Jedoch halte sie dieses Werbemittel für „ungemein wichtig für die Finanzierung von Filmen und Serien, weil wir da in Konkurrenz zu Produkten aus Drittländern stehen, die ja mit Produktplatzierung zu uns nach Europa kommen“. Die EU-Kommissarin für Informationsgesellschaft und Medien sagte weiter, ihr Ziel sei es, für Ordnung und Transparenz bei diesem Thema zu sorgen: „Produktplatzierung findet überall statt und die Konsumenten sind diejenigen, die darunter leiden, denn niemand sagt ihnen, wann und wo es stattfindet.“

Die Vorentscheidungen des Ministerrates zur Revision der Fernsehrichtlinie würden sich „nahtlos“ an die Vorschläge der EU-Kommission anschließen. Die erste Entscheidung des Kulturausschusses des EU-Parlaments gehe in dieselbe Richtung. „Das Parlament