



Anke Kötter

## Die Umsetzung der AVMD-RL

Die Implementierung der Produktplatzierungsregelungen  
in Deutschland und im Vereinigten Königreich

Beiträge zum Europäischen Wirtschaftsrecht, Band 66

451 Seiten, 2016

Print: <978-3-428-14852-3> € 129,90

E-Book: <978-3-428-54852-1> € 116,90

Print & E-Book: <978-3-428-84852-2> € 155,90

Die Audiovisuelle Mediendienste-Richtlinie hat für die Werbeform der Produktplatzierung in audiovisuellen Mediendiensten weitreichende rechtliche Änderungen herbeigeführt. Mediendienstanbieter können diese Werbeform nun unter bestimmten Voraussetzungen im Fernsehen und in Telemedien verwenden. Die Arbeit untersucht die Voraussetzungen für die Werbeform der Produktplatzierung, wie sie sich aus der AVMD-RL ergeben, und überprüft die Umsetzung der entsprechenden Vorschriften in Deutschland und im Vereinigten Königreich. Hierbei zeigt sich, dass bezüglich der Regelungen auf allen Ebenen noch offene Rechtsfragen bestehen, für die in diese Untersuchung Lösungswege aufgezeigt werden. Zudem kommt die Autorin im Hinblick auf die Regelungen in Deutschland zu dem Ergebnis, dass diese bezüglich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht verfassungskonform sind. Hinsichtlich des Vereinigten Königreichs führt die Verfasserin in das dort bestehende Rundfunksystem ein und erläutert vor diesem Hintergrund die Umsetzung der Vorschriften zur Produktplatzierung.

### Inhalt

#### 1. Einführung

**2. Die Normierung der Produktplatzierung auf Europäischer Ebene:** Der medienrechtliche europäische Hintergrund — Die AVMD-RL — Zusammenfassung zur Regulierung der Produktplatzierung in der AVMD-RL

**3. Die Normierung der Produktplatzierung in Deutschland:** Rundfunk- und Medienentwicklung in Deutschland vor dem Hintergrund des europäischen Rechteinflusses — Produktplatzierung in den Medien im Rahmen der gesetzgeberischen Rundfunk- und Medienregulierung in Deutschland — Die bisherige rechtliche Behandlung von Produktplatzierungen in Deutschland — Die Erfassung von Produktplatzierung nach der Implementierung der AVMD-RL — Zusammenfassung und Bewertung der gesetzlichen Umsetzung der Produktplatzierungsvorschriften in Deutschland

**4. Rechtspolitische und verfassungsrechtliche Beurteilung der Einführung von Produktplatzierung in Deutschland:** Rechtspolitische Betrachtung — Verfassungsrechtliche Beurteilung im Hinblick auf Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG — Zukunftsperspektive zur Produktplatzierung in Deutschland — Ergebnis

**5. Die Umsetzung der AVMD-RL im Vereinigten Königreich:** Einführung in das britische duale Rundfunksystem, insbesondere im Hinblick auf die Werbeaufsicht und -regulierung durch die Ofcom (Office of Communications) — Die Umsetzung der AVMD-RL im Vereinigten Königreich hinsichtlich Produktplatzierung — Kritische Diskussion der Einführung von Produktplatzierung im Vereinigten Königreich vor dem Hintergrund übergeordneter Rechtsprinzipien des Vereinigten Königreichs — Zusammenfassender Rechtsvergleich mit der rechtlichen Behandlung von Produktplatzierungen in Deutschland nach Umsetzung der AVMD-RL

**6. Zusammenfassung der wichtigsten Thesen:** Zur Untersuchung der Produktplatzierungsvorschriften in der AVMD-RL — Zur Umsetzung der Produktplatzierungsvorschriften der AVMD-RL in Deutschland — Zur rechtspolitischen und verfassungsrechtlichen Bewertung der Einführung von Produktplatzierung in Deutschland — Zur Implementierung der Produktplatzierung im Vereinigten Königreich

Literatur- und Sachverzeichnis

Bestellungen können an jede Buchhandlung oder direkt an den Verlag gerichtet werden.

Nutzung und Download von E-Books erfolgen über unsere eLibrary.

Tel.: 030/790006-0 · [werbung@duncker-humblot.de](mailto:werbung@duncker-humblot.de) · [verkauf@duncker-humblot.de](mailto:verkauf@duncker-humblot.de)

[www.duncker-humblot.de](http://www.duncker-humblot.de)