



Sächsisches Gesetz- und Verordnungsblatt

Nr. 4/2010

25. März 2010

Inhaltsverzeichnis

Gesetz zum Dreizehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag und zur Änderung des Sächsischen Privatrundfunkgesetzes vom 10. März 2010	86	Zweite Verordnung des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft zur Änderung der Sächsischen Jagdverordnung vom 26. Februar 2010	105
Dreizehnter Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Dreizehnter Rundfunkänderungsstaatsvertrag)	88	Verordnung des Landkreises Bautzen zur Änderung der Abgrenzung des Landschaftsschutzgebietes (LSG) „Westlausitz“ vom 18. Februar 2010.....	107
Verordnung der Sächsischen Staatsregierung zur Regelung der Internetversteigerung in der Zwangsvollstreckung und von Fundsachen und zur Änderung der Zuständigkeitsübertragungsverordnung Justiz vom 14. März 2010	94	Verordnung des Landkreises Bautzen zur Änderung der Abgrenzung des Landschaftsschutzgebietes (LSG) „Oberlausitzer Bergland“ vom 18. Februar 2010	108
Verordnung des Sächsischen Staatsministeriums des Innern zur Änderung der Sächsischen Feuerwehrverordnung vom 8. März 2010	97	Verordnung des Landratsamtes Landkreis Leipzig zur Änderung der Abgrenzung des Landschaftsschutzgebietes „Thümmlitzwald-Muldetal“ (Abgrenzungs-VO) vom 4. November 2009	109
Verordnung des Sächsischen Staatsministeriums der Justiz und für Europa zur Änderung der Sächsischen Dolmetscherverordnung vom 22. Februar 2010	101	Berichtigung der Verordnung der Landesdirektion Chemnitz über die Bestimmung von Ausflugsorten mit besonderem Besucheraufkommen vom 11. Februar 2010	111
Zweite Verordnung des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft zur Änderung der Zuständigkeitsverordnung Atom- und Strahlenschutzrecht vom 25. Februar 2010	104		

Gesetz

zum Dreizehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag und zur Änderung des Sächsischen Privatrundfunkgesetzes

Vom 10. März 2010

Der Sächsische Landtag hat am 10. März 2010 das folgende Gesetz beschlossen:

Artikel 1 Gesetz zum Dreizehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag

Dem Dreizehnten Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Dreizehnter Rundfunkänderungsstaatsvertrag) vom 20. November 2009 zwischen den Ländern der Bundesrepublik Deutschland wird zugestimmt. Der Dreizehnte Rundfunkänderungsstaatsvertrag wird nachstehend veröffentlicht.

Artikel 2 Änderung des Sächsischen Privatrundfunkgesetzes

Das Gesetz über den privaten Rundfunk und neue Medien in Sachsen (Sächsisches Privatrundfunkgesetz – SächsPRG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 9. Januar 2001 (SächsGVBl. S. 69, 684), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 16. April 2009 (SächsGVBl. S. 130), wird wie folgt geändert:

1. § 1a wird wie folgt geändert:
 - a) Absatz 1 Satz 3 wird wie folgt geändert:
 - aa) In Nummer 4 wird das Komma durch das Wort „oder“ ersetzt.
 - bb) In Nummer 5 wird das Komma nach dem Wort „werden“ durch einen Punkt ersetzt und das Wort „oder“ gestrichen.
 - cc) Nummer 6 wird gestrichen.
 - b) Die Absätze 8 und 9 werden wie folgt gefasst:

„(8) Werbung ist jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die im Rundfunk von einem öffentlich-rechtlichen oder einem privaten Veranstalter oder einer natürlichen Person entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern. § 7 Abs. 9 Rundfunkstaatsvertrag (RStV) bleibt unberührt.

(9) Schleichwerbung ist die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Sendungen, wenn sie vom Veranstalter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und mangels Kennzeichnung die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zweckes dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als zu Werbezwecken beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.“
 - c) Nach Absatz 11 wird folgender Absatz 12 eingefügt:

„(12) Produktplatzierung ist die gekennzeichnete Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken, Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Sendungen gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung mit dem Ziel der Absatzförderung. Die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen ist Produktplatzierung, sofern die betreffende Ware oder Dienstleistung von bedeutendem Wert ist.“
 - d) Die bisherigen Absätze 12 bis 17 werden die Absätze 13 bis 18.
2. In § 4 Abs. 6 Satz 2 werden die Wörter „im UKW-Band“ gestrichen.
 3. § 20 wird wie folgt geändert:
 - a) Nach der Überschrift wird folgender Absatz 1 eingefügt:

„(1) Rundfunkveranstalter haben folgende Informationen im Rahmen ihres Gesamtangebots leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu machen:

 1. Name und geografische Anschrift,
 2. Angaben, die eine schnelle und unmittelbare Kontaktaufnahme und eine effiziente Kommunikation ermöglichen und
 3. zuständige Aufsicht.“
 - b) Die bisherigen Absätze 1 bis 3 werden die Absätze 2 bis 4.
 4. § 24 Abs. 2 wird wie folgt gefasst:

„(2) Auf die für das Gebiet des Freistaates Sachsen zugelassenen regionalen und lokalen Fernsehprogramme finden § 7 Abs. 4 Satz 2, § 7a Abs. 2 und 3 und die §§ 45 und 45a RStV keine Anwendung.“
 5. § 43 Abs. 1 wird wie folgt geändert:
 - a) Nach Nummer 2a wird folgende Nummer 3 eingefügt:

„3. entgegen § 20 Abs. 1 die dort genannten Informationen im Rahmen des Gesamtangebots nicht leicht, unmittelbar und ständig zugänglich macht.“
 - b) Die bisherige Nummer 3 wird die Nummer 3a und wie folgt gefasst:

„3a. entgegen § 20 Abs. 2 zu Beginn oder am Ende des Programms den Namen des Veranstalters oder am Ende jeder Sendung den Namen des für den Inhalt verantwortlichen Redakteurs nicht angibt.“
 - c) In Nummer 4 wird die Angabe „§ 20 Abs. 3“ durch die Angabe „§ 20 Abs. 4“ ersetzt.

Artikel 3
Inkrafttreten

(1) Dieses Gesetz tritt am Tage nach seiner Verkündung in Kraft, mit Ausnahme von Artikel 2, der an dem Tage in Kraft tritt, an dem der Dreizehnte Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Dreizehnter Rundfunkänderungsstaatsvertrag) in Kraft tritt.

(2) Die Staatskanzlei macht im Sächsischen Gesetz- und Verordnungsblatt bekannt, ob der Dreizehnte Rundfunkänderungsstaatsvertrag nach seinem Artikel 3 Abs. 2 in Kraft getreten oder gegenstandslos geworden ist.

Dresden, den 10. März 2010

Der Landtagspräsident
Dr. Matthias Röbler

Der Ministerpräsident
Stanislaw Tillich

Dreizehnter Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Dreizehnter Rundfunkänderungsstaatsvertrag)

Das Land Baden-Württemberg,
der Freistaat Bayern,
das Land Berlin,
das Land Brandenburg,
die Freie Hansestadt Bremen,
die Freie und Hansestadt Hamburg,
das Land Hessen,
das Land Mecklenburg-Vorpommern,
das Land Niedersachsen,
das Land Nordrhein-Westfalen,
das Land Rheinland-Pfalz,
das Saarland,
der Freistaat Sachsen,
das Land Sachsen-Anhalt,
das Land Schleswig-Holstein und
der Freistaat Thüringen
schließen, zugleich zur Umsetzung der Richtlinie 2007/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Dezember 2007 zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernseh-tätigkeit, nachstehenden Staatsvertrag:

Artikel 1 Änderung des Rundfunkstaatsvertrages

Der Rundfunkstaatsvertrag vom 31. August 1991, zuletzt geändert durch den Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 18. Dezember 2008, wird wie folgt geändert:

1. Das Inhaltsverzeichnis wird wie folgt geändert:
 - a) § 7 wird wie folgt neu gefasst:
„§ 7 Werbegrundsätze, Kennzeichnungspflichten“.
 - b) Es wird folgender neuer § 7a eingefügt:
„§ 7a Einfügung von Werbung und Teleshopping“.
 - c) § 15 wird wie folgt neu gefasst:
„§ 15 Zulässige Produktplatzierung“.
 - d) § 44 wird wie folgt neu gefasst:
„§ 44 Zulässige Produktplatzierung“.
 - e) § 45 wird wie folgt neu gefasst:
„§ 45 Dauer der Fernsehwerbung“.
 - f) § 45a wird wie folgt neu gefasst:
„§ 45a Teleshopping-Fenster und Eigenwerbekanäle“.
 - g) § 45b wird gestrichen.
 - h) § 58 wird wie folgt neu gefasst:
„§ 58 Werbung, Sponsoring, fernsehähnliche Telemedien, Gewinnspiele“.
 - i) § 63 wird wie folgt neu gefasst:
„§ 63 Übergangsbestimmung für Produktplatzierungen“.
 - j) Es wird folgender neuer § 64 eingefügt:
„§ 64 Regelung für Bayern“.
2. § 1 wird wie folgt geändert:
 - a) Es wird folgender neuer Absatz 3 eingefügt:
„(3) Für Fernsehveranstalter, sofern sie nicht bereits aufgrund der Niederlassung deutscher Rechtshoheit unterliegen, gelten dieser Staatsvertrag und die landesrechtlichen Vorschriften auch, wenn eine in Deutsch-
- land gelegene Satelliten-Bodenstation für die Aufwärtsstrecke genutzt wird. Ohne eine Satelliten-Bodenstation für die Aufwärtsstrecke in einem Staat innerhalb des Geltungsbereichs der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernseh-tätigkeit (ABl. L 298 vom 17. Oktober 1989, S. 23), zuletzt geändert durch Richtlinie 2007/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Dezember 2007 zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernseh-tätigkeit (ABl. L 332 vom 18. Dezember 2007, S. 27) – Richtlinie 89/552/EWG – ist deutsches Recht auch anwendbar bei der Nutzung einer Deutschland zugewiesenen Satelliten-Übertragungskapazität. Dies gilt nicht für Angebote, die
 1. ausschließlich zum Empfang in Drittländern bestimmt sind und
 2. nicht unmittelbar oder mittelbar von der Allgemeinheit mit handelsüblichen Verbraucherendgeräten in einem Staat innerhalb des Geltungsbereichs der Richtlinie 89/552/EWG empfangen werden.“
- b) Der bisherige Absatz 3 wird der neue Absatz 4.
3. § 2 wird wie folgt geändert:
 - a) Absatz 2 wird wie folgt geändert:
 - aa) Nummer 7 wird wie folgt neu gefasst:
„7. Werbung jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die im Rundfunk von einem öffentlich-rechtlichen oder einem privaten Veranstalter oder einer natürlichen Person entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern. § 7 Abs. 9 bleibt unberührt.“
 - bb) Nummer 8 wird wie folgt neu gefasst:
„8. Schleichwerbung die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Sendungen, wenn sie vom Veranstalter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und mangels Kennzeichnung die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zweckes dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als zu Werbezwecken beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.“
 - cc) Es wird folgende neue Nummer 11 eingefügt:
„11. Produktplatzierung die gekennzeichnete Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken, Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Er-

- bringers von Dienstleistungen in Sendungen gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung mit dem Ziel der Absatzförderung. Die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen ist Produktplatzierung, sofern die betreffende Ware oder Dienstleistung von bedeutendem Wert ist.“
- dd) Die bisherigen Nummern 11 bis 19 werden die neuen Nummern 12 bis 20.
- b) Absatz 3 wird wie folgt geändert:
- aa) In Nummer 4 wird das Komma durch das Wort „oder“ ersetzt.
- bb) In Nummer 5 wird das Wort „oder“ durch einen Punkt ersetzt.
- cc) Nummer 6 wird gestrichen.
4. § 7 wird wie folgt geändert:
- a) Die Überschrift wird wie folgt neu gefasst:
- „§ 7**
- Werbegrundsätze, Kennzeichnungspflichten“.**
- b) Absatz 1 wird wie folgt neu gefasst:
- „(1) Werbung und Teleshopping dürfen nicht
1. die Menschenwürde verletzen,
 2. Diskriminierungen aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Staatsangehörigkeit, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Orientierung beinhalten oder fördern,
 3. irreführen oder den Interessen der Verbraucher schaden oder
 4. Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit sowie in hohem Maße den Schutz der Umwelt gefährden.“
- c) Absatz 3 wird wie folgt neu gefasst:
- „(3) Werbung und Teleshopping müssen als solche leicht erkennbar und vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. In der Werbung und im Teleshopping dürfen keine Techniken der unterschweligen Beeinflussung eingesetzt werden. Auch bei Einsatz neuer Werbetechniken müssen Werbung und Teleshopping dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Sendungsteilen abgesetzt sein.“
- d) Absatz 4 Satz 3 wird wie folgt neu gefasst:
- „§ 7a Abs. 1 gilt entsprechend.“
- e) Absatz 6 wird wie folgt geändert:
- aa) Satz 1 wird gestrichen.
- bb) Die bisherigen Sätze 2 und 3 werden die neuen Sätze 1 und 2.
- cc) Der bisherige Satz 4 wird der neue Satz 3 und wie folgt gefasst:
- „Satz 1 gilt auch für Teleshopping.“
- f) Es wird folgender neuer Absatz 7 eingefügt:
- „(7) Schleichwerbung, Produkt- und Themenplatzierung sowie entsprechende Praktiken sind unzulässig. Soweit in den §§ 15 und 44 Ausnahmen zugelassen sind, muss Produktplatzierung folgende Voraussetzungen erfüllen:
1. Die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit hinsichtlich Inhalt und Sendeplatz müssen unbeeinträchtigt bleiben,
 2. die Produktplatzierung darf nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen, und
3. das Produkt darf nicht zu stark herausgestellt werden; dies gilt auch für kostenlos zur Verfügung gestellte geringwertige Güter.
- Auf eine Produktplatzierung ist eindeutig hinzuweisen. Sie ist zu Beginn und zum Ende einer Sendung sowie bei deren Fortsetzung nach einer Werbeunterbrechung oder im Hörfunk durch einen gleichwertigen Hinweis angemessen zu kennzeichnen. Die Kennzeichnungspflicht entfällt für Sendungen, die nicht vom Veranstalter selbst oder von einem mit dem Veranstalter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben worden sind, wenn nicht mit zumutbarem Aufwand ermittelbar ist, ob Produktplatzierung enthalten ist; hierauf ist hinzuweisen. Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und die Landesmedienanstalten legen eine einheitliche Kennzeichnung fest.“
- g) Die bisherigen Absätze 7 und 8 werden die neuen Absätze 8 und 9.
- h) Es wird folgender neuer Absatz 10 angefügt:
- „(10) Werbung und Teleshopping für alkoholische Getränke dürfen den übermäßigen Genuss solcher Getränke nicht fördern.“
- i) Es wird folgender neuer Absatz 11 angefügt:
- „(11) Die Absätze 1 bis 10 gelten auch für Teleshoppingkanäle.“
5. Es wird folgender neuer § 7a eingefügt:
- „§ 7a**
- Einfügung von Werbung und Teleshopping**
- (1) Übertragungen von Gottesdiensten sowie Sendungen für Kinder dürfen nicht durch Werbung oder Teleshopping-Spots unterbrochen werden.
- (2) Einzeln gesendete Werbe- und Teleshopping-Spots im Fernsehen müssen die Ausnahme bleiben; dies gilt nicht bei der Übertragung von Sportveranstaltungen. Die Einfügung von Werbe- oder Teleshopping-Spots im Fernsehen darf den Zusammenhang von Sendungen unter Berücksichtigung der natürlichen Sendeunterbrechungen sowie der Dauer und der Art der Sendung nicht beeinträchtigen noch die Rechte von Rechteinhabern verletzen.
- (3) Filme mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentarfilmen sowie Kinofilme und Nachrichtensendungen dürfen für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden.
- (4) Richten sich Werbung oder Teleshopping-Spots in einem Fernsehprogramm eigens und häufig an Zuschauer eines anderen Staates, der das Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen ratifiziert hat und nicht Mitglied der Europäischen Union ist, so dürfen die für die Fernsehwerbung oder das Teleshopping dort geltenden Vorschriften nicht umgangen werden. Satz 1 gilt nicht, wenn die Vorschriften dieses Staatsvertrages über die Werbung oder das Teleshopping strenger sind als jene Vorschriften, die in dem betreffenden Staat gelten, ferner nicht, wenn mit dem betroffenen Staat Übereinkünfte auf diesem Gebiet geschlossen wurden.“
6. § 8 wird wie folgt geändert:
- a) Absatz 1 wird wie folgt geändert:
- aa) In Satz 1 werden nach dem Wort „Kürze“ die Wörter „und in angemessener Weise“ eingefügt.
- bb) In Satz 2 werden nach dem Wort „Marke“ ein Komma und die Wörter „ein anderes Symbol des Sponsors, ein Hinweis auf seine Produkte oder Dienst-

leistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen“ eingefügt.

- b) In Absatz 2 wird vor dem Wort „Verantwortung“ das Wort „redaktionelle“ eingefügt und die Wörter „die redaktionelle“ vor dem Wort „Unabhängigkeit“ werden gestrichen.
- c) In Absatz 4 werden nach dem Wort „Herstellung“ die Wörter „oder der Verkauf“ eingefügt.
- d) Absatz 6 wird wie folgt geändert:
- aa) In Satz 1 werden die Wörter „zum politischen Zeitgeschehen“ durch die Wörter „zur politischen Information“ ersetzt.
- bb) Es wird folgender neuer Satz 2 angefügt:
„In Kindersendungen und Sendungen religiösen Inhalts ist das Zeigen von Sponsorenlogos untersagt.“
- e) Es wird folgender neuer Absatz 8 angefügt:
„(8) § 7 Abs. 1, 3 und Abs. 8 bis 10 gelten entsprechend.“
7. § 9b wird wie folgt geändert:
- a) Der bisherige Text wird Absatz 1 und die Wörter „zuletzt geändert durch die“ werden durch die Wörter „in der Fassung der“ ersetzt.
- b) Es wird folgender neuer Absatz 2 eingefügt:
„(2) Rundfunkveranstalter haben folgende Informationen im Rahmen ihres Gesamtangebots leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu machen:
1. Name und geografische Anschrift,
 2. Angaben, die eine schnelle und unmittelbare Kontaktaufnahme und eine effiziente Kommunikation ermöglichen und
 3. zuständige Aufsicht.“
8. § 11c Abs. 2 wird wie folgt geändert:
- a) Es wird folgender neuer Satz 2 eingefügt:
„Das Landesrecht kann vorsehen, dass die jeweilige Landesrundfunkanstalt zusätzlich so viele digitale terrestrische Hörfunkprogramme veranstaltet wie sie Länder versorgt.“
- b) Die bisherigen Sätze 2 bis 5 werden die neuen Sätze 3 bis 6.
9. § 15 wird wie folgt neu gefasst:

„§ 15

Zulässige Produktplatzierung

Abweichend von § 7 Abs. 7 Satz 1 ist Produktplatzierung im Rundfunk zulässig

1. in Kinofilmen, Filmen und Serien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung, die nicht vom Veranstalter selbst oder von einem mit dem Veranstalter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurden, sofern es sich nicht um Sendungen für Kinder handelt, oder
2. wenn kein Entgelt geleistet wird, sondern lediglich bestimmte Waren oder Dienstleistungen, wie Produktionshilfen und Preise, im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung kostenlos bereitgestellt werden, sofern es sich nicht um Nachrichten, Ratgeber- und Verbrauchersendungen, Sendungen für Kinder oder Übertragungen von Gottesdiensten handelt.

Keine Sendungen der leichten Unterhaltung sind insbesondere Sendungen, die neben unterhaltenden Elementen im Wesentlichen informierenden Charakter haben, Verbrauchersendungen und Ratgebersendungen mit Unterhaltungselementen.“

10. § 16 wird wie folgt geändert:

- a) Absatz 1 wird wie folgt geändert:

- aa) Es wird folgender neuer Satz 2 eingefügt:

„Nicht angerechnet werden auf die zulässigen Werbezeiten Sendezeiten mit Produktplatzierungen und Sponsorhinweise.“

- bb) Die bisherigen Sätze 2 bis 4 werden die neuen Sätze 3 bis 5.

- b) In Absatz 4 werden nach dem Wort „Programme“ die Wörter „und Sendungen“ sowie nach dem Wort „Programmen“ die Wörter „und Sendungen“ eingefügt.

11. § 16f wird wie folgt neu gefasst:

„§ 16f

Richtlinien

Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF erlassen Richtlinien zur Durchführung der §§ 7, 7a, 8, 8a, 15 und 16. In der Richtlinie zu § 8a sind insbesondere die Bedingungen zur Teilnahme Minderjähriger näher zu bestimmen. Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF stellen hierzu das Benehmen mit den Landesmedienanstalten her und führen einen gemeinsamen Erfahrungsaustausch in der Anwendung dieser Richtlinien durch. In der Richtlinie zu § 7 Abs. 7 und § 15 ist näher zu bestimmen, unter welchen Voraussetzungen, in welchen Formaten und in welchem Umfang unentgeltliche Produktplatzierung stattfinden kann, wie die Unabhängigkeit der Produzenten und Redaktionen gesichert und eine ungebührliche Herausstellung des Produkts vermieden wird. Die Sätze 1 bis 4 gelten für die Richtlinien des Deutschlandradios zur Durchführung der §§ 7, 8a und 15 entsprechend.“

12. § 25 Abs. 4 wird wie folgt geändert:

- a) Satz 4 wird wie folgt ergänzt:

„es sei denn, zum 31. Dezember 2009 bestehende landesrechtliche Regelungen stellen die Unabhängigkeit in anderer Weise sicher.“

- b) Es werden folgende neue Sätze 5 und 6 eingefügt:

„Zum 31. Dezember 2009 bestehende Zulassungen bleiben unberührt. Eine Verlängerung ist zulässig.“

- c) Die bisherigen Sätze 5 und 6 werden die neuen Sätze 7 und 8.

13. In § 40 Abs. 1 Satz 2 wird die Jahreszahl „2010“ durch die Jahreszahl „2020“ ersetzt.

14. § 44 wird wie folgt neu gefasst:

„§ 44

Zulässige Produktplatzierung

Abweichend von § 7 Abs. 7 Satz 1 ist Produktplatzierung im Rundfunk zulässig

1. in Kinofilmen, Filmen und Serien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung, sofern es sich nicht um Sendungen für Kinder handelt, oder
2. wenn kein Entgelt geleistet wird, sondern lediglich bestimmte Waren oder Dienstleistungen, wie Produktionshilfen und Preise, im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung kostenlos bereitgestellt werden, sofern es sich nicht um Nachrichten, Sendungen zum politi-

schen Zeitgeschehen, Ratgeber- und Verbrauchersendungen, Sendungen für Kinder oder Übertragungen von Gottesdiensten handelt.

Keine Sendungen der leichten Unterhaltung sind insbesondere Sendungen, die neben unterhaltenden Elementen im Wesentlichen informierenden Charakter haben, Verbrauchersendungen und Ratgebersendungen mit Unterhaltungselementen sowie Sendungen in Regionalfensterprogrammen und Fensterprogrammen nach § 31.“

15. § 45 wird wie folgt geändert:

a) Die Überschrift wird wie folgt neu gefasst:

„§ 45

Dauer der Fernsehwerbung“.

b) Absatz 1 wird wie folgt neu gefasst:

„(1) Der Anteil an Sendezeit für Fernsehwerbespots und Teleshopping-Spots innerhalb einer Stunde darf 20 vom Hundert nicht überschreiten. Satz 1 gilt nicht für Produktplatzierungen und Sponsorhinweise.“

c) Absatz 2 wird gestrichen.

d) Der bisherige Absatz 3 wird der neue Absatz 2, und es werden nach dem Wort „Programme“ die Wörter „und Sendungen“ sowie nach dem Wort „Programmen“ die Wörter „und Sendungen“ eingefügt.

e) Der bisherige Absatz 4 wird der neue Absatz 3 und wie folgt neu gefasst:

„(3) Die Absätze 1 und 2 sowie § 7a gelten nicht für reine Werbekanäle.“

16. § 45a wird wie folgt neu gefasst:

„§ 45a

Teleshopping-Fenster und Eigenwerbekanäle

(1) Teleshopping-Fenster, die in einem Programm gesendet werden, das nicht ausschließlich für Teleshopping bestimmt ist, müssen eine Mindestdauer von 15 Minuten ohne Unterbrechung haben. Sie müssen optisch und akustisch klar als Teleshopping-Fenster gekennzeichnet sein.

(2) Für Eigenwerbekanäle gelten die §§ 7 und 8 entsprechend. Die §§ 7a und 45 gelten nicht für Eigenwerbekanäle.“

17. § 45b wird gestrichen.

18. In § 46 wird die Verweisung auf die „§§ 7, 8, 8a, 44, 45, 45a und 45b“ durch die Verweisung auf die „§§ 7, 7a, 8, 8a, 44, 45 und 45a“ ersetzt.

19. In § 46a wird die Verweisung auf „§ 7 Abs. 4 Satz 2, § 44 Abs. 3 bis 5 und §§ 45, 45a“ durch die Verweisung auf „§ 7 Abs. 4 Satz 2, § 7a Abs. 3 und § 45 Abs. 1“ ersetzt.

20. § 49 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 1 Satz 1 wird wie folgt neu gefasst:

„(1) Ordnungswidrig handelt, wer als Veranstalter von bundesweit verbreitetem privaten Rundfunk vorsätzlich oder fahrlässig

1. Großereignisse entgegen § 4 Abs. 1 oder 3 verschlüsselt und gegen besonderes Entgelt ausstrahlt,
2. entgegen § 7 Abs. 3 Satz 2 in der Werbung oder im Teleshopping Techniken zur unterschweligen Beeinflussung einsetzt,
3. entgegen § 7 Abs. 3 Satz 3 Werbung oder Teleshopping nicht dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Sendungsteilen absetzt,

4. entgegen § 7 Abs. 4 eine Teilbelegung des ausgestrahlten Bildes mit Werbung vornimmt, ohne die Werbung vom übrigen Programm eindeutig optisch zu trennen und als solche zu kennzeichnen,
5. entgegen § 7 Abs. 5 Satz 2 eine Dauerwerbesendung nicht kennzeichnet,
6. entgegen § 7 Abs. 6 Satz 1 virtuelle Werbung in Sendungen oder beim Teleshopping einfügt,
7. entgegen § 7 Abs. 7 Satz 1 Schleichwerbung, Themenplatzierung oder entsprechende Praktiken betreibt,
8. entgegen § 7 Abs. 7 Satz 1 Produktplatzierung betreibt, soweit diese nicht nach § 44 zulässig ist,
9. entgegen § 7 Abs. 7 Satz 3 oder 4 auf eine Produktplatzierung nicht eindeutig hinweist,
10. entgegen § 7 Abs. 9 Werbung oder Teleshopping politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art verbreitet,
11. entgegen § 7a Abs. 1 Übertragungen von Gottesdiensten oder Sendungen für Kinder durch Werbung oder Teleshopping-Spots unterbricht,
12. entgegen den in § 7a Abs. 3 genannten Voraussetzungen Sendungen durch Werbung oder Teleshopping unterbricht,
13. entgegen § 8 Abs. 1 Satz 1 nicht zu Beginn oder am Ende der gesponserten Sendung auf den Sponsor hinweist,
14. gemäß § 8 Abs. 3 bis 6 unzulässig gesponserte Sendungen verbreitet,
15. entgegen § 9 Abs. 1 Satz 2 der Informationspflicht nicht nachkommt,
16. entgegen § 9b Abs. 2 die dort genannten Informationen im Rahmen des Gesamtangebots nicht leicht, unmittelbar und ständig zugänglich macht,
17. entgegen § 20 Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 2 Satz 1 ohne Zulassung Rundfunkprogramme veranstaltet,
18. entgegen § 20b Satz 1 und 2 Hörfunkprogramme ausschließlich im Internet verbreitet und dies der zuständigen Landesmedienanstalt nicht oder nicht vollständig anzeigt,
19. entgegen § 23 Abs. 2 nicht fristgemäß die Aufstellung der Programmbezugsquellen der zuständigen Landesmedienanstalt vorlegt,
20. entgegen § 34 Satz 2 die bei ihm vorhandenen Daten über Zuschaueranteile auf Anforderung der KEK nicht zur Verfügung stellt,
21. entgegen § 45 Abs. 1 die zulässige Dauer der Werbung überschreitet,
22. entgegen § 45a Abs. 1 Satz 1 Teleshopping-Fenster verbreitet, die keine Mindestdauer von 15 Minuten ohne Unterbrechung haben oder entgegen § 45a Abs. 1 Satz 2 Teleshopping-Fenster verbreitet, die nicht optisch und akustisch klar als solche gekennzeichnet sind,
23. entgegen § 47 Abs. 1 in Verbindung mit § 12 Abs. 3 des Telemediengesetzes die Nutzung von Rundfunk von einer Einwilligung des Nutzers in eine Verarbeitung seiner Daten für andere Zwecke abhängig macht,
24. entgegen § 47 Abs. 1 in Verbindung mit § 13 Abs. 1 Satz 1 oder 2 des Telemediengesetzes den Nutzer nicht, nicht richtig, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig unterrichtet,
25. entgegen § 47 Abs. 1 in Verbindung mit § 13 Abs. 2 oder 4 Satz 1 Nrn. 1 bis 5 des Telemediengesetzes

- einer dort genannten Pflicht zur Sicherstellung nicht oder nicht richtig nachkommt,
26. entgegen § 47 Abs. 1 in Verbindung mit § 14 Abs. 1 oder § 15 Abs. 1 oder 8 Satz 1 oder 2 des Telemediengesetzes personenbezogene Daten verarbeitet,
27. entgegen § 47 Abs. 1 in Verbindung mit § 15 Abs. 3 Satz 3 des Telemediengesetzes ein Nutzungsprofil mit Daten über den Träger des Pseudonyms zusammenführt,
28. entgegen § 47 Abs. 3 Satz 4 Angebote gegen den Abruf oder Zugriff durch die zuständige Aufsichtsbehörde sperrt.“
- b) Absatz 1 Satz 2 wird wie folgt geändert:
- aa) Es werden folgende neue Nummern 15 bis 27 eingefügt:
- „15. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 3 Satz 2 in der Werbung oder im Teleshopping Techniken zur unterschweligen Beeinflussung einsetzt,
16. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 3 Satz 3 Werbung oder Teleshopping nicht dem Medium angemessen durch optische oder akustische Mittel oder räumlich eindeutig von anderen Angebotsteilen absetzt,
17. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 6 Satz 1 virtuelle Werbung in seine Angebote einfügt,
18. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 4 das verbreitete Bewegtbildangebot durch die Einblendung von Werbung ergänzt, ohne die Werbung eindeutig optisch zu trennen und als solche zu kennzeichnen,
19. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 5 Satz 2 ein Bewegtbildangebot nicht als Dauerwerbung kennzeichnet,
20. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 7 Satz 1 Schleichwerbung, Themenplatzierung oder entsprechende Praktiken betreibt,
21. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 7 Satz 1 Produktplatzierung betreibt, soweit diese nicht nach den §§ 15 oder 44 zulässig ist,
22. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 7 Satz 3 oder 4 auf eine Produktplatzierung nicht eindeutig hinweist,
23. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 9 Werbung oder Teleshopping politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art verbreitet,
24. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7a Abs. 1 in das Bewegtbildangebot eines Gottesdienstes oder in die Bewegtbildangebote für Kinder Werbung oder Teleshopping-Spots integriert,
25. entgegen den in § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7a Abs. 3 genannten Voraussetzungen in Bewegtbildangebote Werbung oder Teleshopping integriert,
26. entgegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 8 Abs. 1 Satz 1 bei einem gesponserten Bewegtbildangebot nicht auf den Sponsor hinweist,
27. gemäß § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 8 Abs. 3 bis 6 unzulässig gesponserte Bewegtbildangebote verbreitet,“
- bb) Die bisherigen Nummern 15 und 16 werden die neuen Nummern 28 und 29.
- c) In Absatz 3 Satz 1 wird die Angabe „18 bis 23“ durch die Angabe „23 bis 28“ und die Angabe „13 bis 16“ durch die Angabe „13 bis 29“ ersetzt.
21. § 58 wird wie folgt geändert:
- a) Die Überschrift wird wie folgt neu gefasst:
- „§ 58
Werbung, Sponsoring, fernsehhähnliche
Telemедien, Gewinnspiele“.**
- b) Es wird folgender neuer Absatz 3 eingefügt:
- „(3) Für Telemедien mit Inhalten, die nach Form und Inhalt fernsehhähnlich sind und die von einem Anbieter zum individuellen Abruf zu einem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und aus einem vom Anbieter festgelegten Inhalt katalog bereitgestellt werden (audiovisuelle Mediendienste auf Abruf), gelten § 1 Abs. 3 sowie die §§ 7 und 8 entsprechend. Für Angebote nach § 2 Abs. 3 Nummer 5 gelten zusätzlich die §§ 4 bis 6, 7a und 45 entsprechend.“
- c) Der bisherige Absatz 3 wird der neue Absatz 4.
22. Es wird folgender neuer § 63 eingefügt:
- „§ 63
Übergangsbestimmung für Produktplatzierungen**
§ 7 Abs. 7 und die §§ 15 und 44 gelten nicht für Sendungen, die vor dem 19. Dezember 2009 produziert wurden.“
23. Der bisherige § 63 wird der neue § 64 und die Verweisung auf „§ 7 Abs. 8 1. Variante“ durch die Verweisung auf „§ 7 Abs. 9 Satz 1 1. Variante“ ersetzt.
- Artikel 2
Änderung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages**
- § 6 des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages vom 10. bis 27. September 2002, zuletzt geändert durch den Elften Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 12. Juni 2008, wird wie folgt geändert:
1. Absatz 2 wird wie folgt geändert:
- a) Der erste Halbsatz wird wie folgt neu gefasst:
- „Werbung darf Kinder und Jugendliche weder körperlich noch seelisch beeinträchtigen,“.
- b) In Nummer 1 werden die Wörter „Kaufappelle an Kinder oder Jugendliche“ durch die Wörter „Aufrufe zum Kaufen oder Mieten von Waren oder Dienstleistungen an Minderjährige“ ersetzt.
2. Absatz 5 Satz 2 wird gestrichen.
3. In Absatz 6 Satz 1 werden nach dem Wort „Teleshopping“ die Wörter „und Sponsoring“ eingefügt.
- Artikel 3
Kündigung, Inkrafttreten, Neubekanntmachung**
- (1) Für die Kündigung der in Artikel 1 und 2 geänderten Staatsverträge sind die dort vorgesehenen Kündigungsvorschriften maßgebend.

(2) Dieser Staatsvertrag tritt am 1. April 2010 in Kraft. Sind bis zum 31. März 2010 nicht alle Ratifikationsurkunden bei der Staatskanzlei des Vorsitzenden der Ministerpräsidentenkonferenz hinterlegt, wird der Staatsvertrag gegenstandslos.

(3) Die Staatskanzlei des Vorsitzenden der Ministerpräsidentenkonferenz teilt den Ländern die Hinterlegung der Ratifikationsurkunden mit.

(4) Die Länder werden ermächtigt, den Wortlaut des Rundfunkstaatsvertrages und des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages in der Fassung, die sich aus den Artikeln 1 und 2 ergibt, mit neuem Datum bekannt zu machen.

Stuttgart, den 10.11.2009

**Für das Land Baden-Württemberg:
Günther H. Oettinger**

Mainz, den 30.10.2009

**Für den Freistaat Bayern:
Horst Seehofer**

Mainz, den 30.10.2009

**Für das Land Berlin:
Klaus Wowereit**

Potsdam, den 04.11.2009

**Für das Land Brandenburg:
M. Platzeck**

Mainz, den 30.10.2009

**Für die Freie Hansestadt Bremen:
Jens Böhrnsen**

Mainz, den 30.10.2009

**Für die Freie und Hansestadt Hamburg:
Ole von Beust**

Mainz, den 30.10.2009

**Für das Land Hessen:
R. Koch**

Mainz, den 30.10.2009

**Für das Land Mecklenburg-Vorpommern:
Erwin Sellering**

Mainz, den 30.10.2009

**Für das Land Niedersachsen:
Christian Wulff**

Mainz, den 30.10.2009

**Für das Land Nordrhein-Westfalen:
Jürgen Rüttgers**

Mainz, den 30.10.2009

**Für das Land Rheinland-Pfalz:
Kurt Beck**

Mainz, den 30.10.2009

**Für das Saarland:
Peter Müller**

Mainz, den 30.10.2009

**Für den Freistaat Sachsen:
St. Tillich**

Mainz, den 30.10.2009

**Für das Land Sachsen-Anhalt:
Böhmer**

Mainz, den 30.10.2009

**Für das Land Schleswig-Holstein:
Peter Harry Carstensen**

Erfurt, den 20.11.2009

**Für den Freistaat Thüringen:
Ch. Lieberknecht**

**Protokollerklärung aller Länder
zum Dreizehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag**

„Die Länder beabsichtigen, zeitnah die bestehenden Regelungen im Rundfunkstaatsvertrag zur Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen und zum Medienkonzentrationsrecht zu überprüfen. In diese Prüfung sollen auch Regelungen einbezogen werden, die insbesondere in Ländern ohne regionale Fenster zur Vielfalt der lokalen und regionalen Rundfunkangebote beitragen können.“

**Protokollerklärung aller Länder zu § 7 Abs. 7
des Rundfunkstaatsvertrages**

„Die Länder erwarten von den Rundfunkveranstaltern, dass sie mit den Verbänden der werbetreibenden Wirtschaft und der Produzenten zu Produktplatzierungen einen verbindlichen Verhaltenskodex vereinbaren.“