

**Vorabentscheidungsersuchen des Consiglio di Stato (Italien), eingereicht am 21. April 2021 — Reti
Televisive Italiane SpA (RTI)/Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni — AGCOM**

(Rechtssache C-255/21)

(2021/C 329/08)

Verfahrenssprache: Italienisch

Vorlegendes Gericht

Consiglio di Stato

Parteien des Ausgangsverfahrens

Berufungsklägerin: Reti Televisive Italiane SpA (RTI)

Berufungsbeklagte: Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni — AGCOM

Vorlagefragen

1. Ist für die Zwecke der unionsrechtlichen Regelung des Verbots übermäßiger Werbung in Anbetracht der allgemeinen Relevanz des Begriffs des Konzerns oder der wirtschaftlichen Einheit im Unionsrecht, die sich aus zahlreichen Quellen des Kartellrechts (aber soweit hier von Belang, aus dem 43. Erwägungsgrund der Richtlinie 2018/1808/EU ⁽¹⁾ und der neuen Fassung des Art. 23 der Richtlinie 2010/13/EU ⁽²⁾) ableiten lässt, ungeachtet des im italienischen nationalen Recht bestehenden Unterschieds zwischen Zulassungen, den Art. 5 Abs. 1 Buchst. b des gesetzesvertretenden Dekrets 177/2005 zwischen Fernseh- und Hörfunkveranstaltern vorsieht, eine Auslegung des nationalen Rundfunkrechts als unionsrechtskonform anzusehen, die aus Art. 1 Abs. 1 Buchst. a des gesetzesvertretenden Dekrets 177/2005 in der seit dem 30. März 2010 geltenden Fassung (zur Umsetzung der Richtlinie 2007/65/EG ⁽³⁾) ableitet, dass der Prozess der Konvergenz der verschiedenen Kommunikationsformen (die elektronische Kommunikation, das Verlagswesen einschließlich des elektronischen Verlagswesens und das Internet in all seinen Anwendungen) erst recht für Anbieter von Fernseh- und Hörfunkmedien gilt, und zwar insbesondere dann, wenn sie bereits in Konzerne miteinander verbundener Unternehmen integriert sind, und dass dieser Prozess ganz allgemein geboten ist, mit den sich daraus ergebenden Konsequenzen für die Auslegung von Art. 38 Abs. 6 des genannten gesetzesvertretenden Dekrets, so dass auch der Konzern als einzige wirtschaftliche Einheit der Rundfunkveranstalter sein kann, oder ist es stattdessen nach den genannten unionsrechtlichen Grundsätzen in Anbetracht der Autonomie des Verbots übermäßiger Werbung gegenüber dem allgemeinen Kartellrecht ausgeschlossen, vor 2018 Konzernen und dem genannten Konvergenzprozess und der sogenannten Crossmedia Relevanz beizumessen, so dass für die Berechnung der Sendezeit für Werbung nur der einzelne Rundfunkveranstalter zu berücksichtigen ist, auch wenn er Teil eines Konzerns ist (da eine solche Relevanz nur im konsolidierten Text von Art. 23 der Richtlinie 2010/13/EU erwähnt wird, der im Anschluss an die Richtlinie 2018/1808/EU entstanden ist)?
2. Ist es im Lichte der genannten unionsrechtlichen Grundsätze betreffend Konzerne und Unternehmen als wirtschaftliche Einheiten für die Zwecke des Verbots übermäßiger Werbung und der genannten Abfolge der Fassungen des angeführten Art. 23 ungeachtet des angeführten Unterschieds zwischen den Zulassungen möglich, auch aus den in Art. 43 des gesetzesvertretenden Dekrets 177/2005 vorgesehenen wettbewerbsrechtlichen Vorschriften des integrierten Kommunikationssystems die Relevanz des Begriffs des Mediendienste anbietenden Konzerns (oder nach den Worten der Berufungsklägerin: Konzernverlagsgesellschaft) abzuleiten, um konzerninterne crossmediale Werbebotschaften von der in Art. 38 Abs. 6 des gesetzesvertretenden Dekrets 177/2005 vorgesehenen Höchstsendezeit für Werbung auszuschließen, oder ist im Gegenteil eine solche Relevanz vor 2018 in Anbetracht der Autonomie des Kartellfernsehrechts gegenüber der Regelung über die Höchstsendezeit für Werbung auszuschließen?
3. Wird mit der neuen Fassung des Art. 23 Abs. 2 Buchst. a der Richtlinie 2010/13/EU ein im Wettbewerbsrecht bereits bestehender Grundsatz der allgemeinen Relevanz der Konzerne anerkannt, oder handelt es sich um eine Innovation, und — für den ersten Fall — beschreibt sie daher eine im Unionsrecht bereits bestehende Rechtswirklichkeit, so dass sie auch den hier zu prüfenden, zeitlich vor der neuen Fassung liegenden Fall erfasst und die Auslegung der nationalen Regulierungsbehörde dahin festlegt, dass sie ihr jedenfalls vorschreibt, den Begriff des Mediendienste anbietenden Konzerns anzuerkennen, oder — für den zweiten Fall — schließt sie die Anerkennung der Relevanz der Konzerne für vor ihrer Einführung liegende Fälle aus, weil sie in Anbetracht ihrer innovativen Wirkung zeitlich nicht auf vor ihrer Einführung liegende Fälle angewendet werden kann?

4. Sind jedenfalls — und jenseits des durch Art. 5 des gesetzesvertretenden Dekrets 177/2005 eingeführten Systems der Zulassungen und der innovativen Wirkung des 2018 eingeführten Art. 23, d. h. für den Fall, dass die neue Vorschrift keine anerkennende, sondern innovative Bedeutung hat, wie unter c) gefragt wird, — die im Kartellrecht allgemein betrachteten integrierten Beziehungen zwischen Fernsehen und Radio aufgrund der allgemeinen und übergreifenden Bedeutung der Begriffe der wirtschaftlichen Einheit und des Konzerns der Schlüssel, anhand dessen die Höchstsendezeit für Werbung, die also jedenfalls unter impliziter Bezugnahme auf den Konzern (oder genauer gesagt auf die Beziehungen zwischen den Unternehmen des Konzerns) und auf die funktionale Einheit dieser Unternehmen geregelt ist, auszulegen ist, so dass Werbung für Programme im Fernsehen und Hörfunk desselben Konzerns [fehlender Text] oder umgekehrt, ob im Bereich der Höchstsendezeit für Werbung diese integrierten Beziehungen irrelevant sind und daher davon auszugehen ist, dass die in Art. 23 (ursprüngliche Fassung) genannten „eigenen“ Programme solche sind, soweit sie dem einzigen Rundfunkveranstalter gehören, der für sie Werbung macht, und nicht dem Konzern als Ganzes, da es sich bei dieser Bestimmung um eine eigenständige Vorschrift handelt, die keine systematische Auslegung zulässt, die sie auf als wirtschaftliche Einheit verstandene Konzerne ausdehnt?
5. Ist Art. 23 in seiner ursprünglichen Fassung, auch wenn er nicht als eine vor dem Hintergrund des Kartellrechts zu lesende Vorschrift ausgelegt werden darf, schließlich jedenfalls als eine Bestimmung mit Anreizcharakter zu verstehen, die den besonderen Charakter der Werbung beschreibt, die ausschließlich informativ ist und niemanden zum Kauf anderer Waren und Dienstleistungen als der beworbenen Programme verleiten soll, und ist er als solche als vom Anwendungsbereich der Vorschriften über die Höchstsendezeit für Werbung ausgeschlossen zu verstehen, und ist er daher innerhalb der Grenzen von demselben Konzern angehörenden Unternehmen in allen Fällen integrierter medienübergreifender Werbung anwendbar, oder ist er als eine abweichende Ausnahmegesetzvorschrift in Bezug auf die Berechnung der Höchstsendezeit für Werbung zu verstehen und als solche eng auszulegen?

- (¹) Richtlinie (EU) 2018/1808 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. November 2018 zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) im Hinblick auf sich verändernde Marktgegebenheiten (ABl. 2018, L 303, S. 69).
- (²) Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. 2010, L 95, S. 1).
- (³) 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 Fernsehaktivität (ABl. 2007, L 332, S. 27).

**Vorabentscheidungsersuchen des Tribunal Supremo (Spanien), eingereicht am 23. April 2021 —
Asociación Multisectorial de Empresas de la Electrónica, las Tecnologías de la Información y la
Comunicación, de las Telecomunicaciones y de los contenidos Digitales (AMETIC)/Administración
General del Estado, Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA),
Asociación para el Desarrollo de la Propiedad Intelectual (ADEPI), Artistas, Intérpretes o Ejecutantes,
Sociedad de Gestión de España (AIE), Artistas Intérpretes, Sociedad de Gestión (AISGE), Ventanilla
Única Digital, Derechos de Autor de Medios Audiovisuales (DAMA), Centro Español de Derechos
Reprográficos (CEDRO), Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales (AGEDI) und Sociedad
General de Autores y Editores (SGAE)**

(Rechtssache C-263/21)

(2021/C 329/09)

Verfahrenssprache: Spanisch

Vorlegendes Gericht

Tribunal Supremo

Parteien des Ausgangsverfahrens

Klägerin: Asociación Multisectorial de Empresas de la Electrónica, las Tecnologías de la Información y la Comunicación, de las Telecomunicaciones y de los contenidos Digitales (AMETIC)

Beklagte: Administración General del Estado, Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA), Asociación para el Desarrollo de la Propiedad Intelectual (ADEPI), Artistas, Intérpretes o Ejecutantes, Sociedad de Gestión de España (AIE), Artistas Intérpretes, Sociedad de Gestión (AISGE), Ventanilla Única Digital, Derechos de Autor de Medios Audiovisuales (DAMA), Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO), Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales (AGEDI) und Sociedad General de Autores y Editores (SGAE)