

Politik und Werbewirtschaft

Stand: März 2010

Sachgebiet	Bisherige Maßnahmen	Verfahrensstand	Mögliche Konsequenzen
EU-Reformvertrag	Vertrag von Lissabon im Dezember 2009 in Kraft getreten	Hinsichtlich der Mehrheitsentscheidungen bleibt zunächst Prinzip des Vertrags von Nizza bestehen, ab 2014 gilt doppeltes Mehrheitsprinzip	Erweiterung der Kompetenz der EU im Bereich Gesundheitsschutz, Tabak und Alkohol explizit im Vertrag erwähnt; EU erhält Kompetenz, Werbeverbote für den Bereich Tabak und Alkohol zu erlassen, ohne auf andere Querschnittskompetenzen zurückgreifen zu müssen; Grundrechtscharta für alle EU-Mitgliedstaaten bindend (Ausnahme: Großbritannien, Polen und Tschechien)
Harmonisierung des Werberechts	Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken ("UGP-Richtlinie"), Juni 2005	UWG-Novelle mit der Umsetzung der UGP-Richtlinie in Kraft seit Dezember 2008; EU-Kommission hat im Dezember 2009 Arbeitspapier zur Auslegung der UGP-Richtlinie veröffentlicht	Zersplitterung des einheitlichen Rechtsgebiets "Unlauterer Wettbewerb"; Schwerpunktverlagerung des bewährten UWG zu einem Verbraucherschutzgesetz
Verbraucherschutz	Veröffentlichung eines Grünbuchs Verbrauchersammelklagen, November 2008	Offizielle Folgenabschätzung hinsichtlich der Einführung von Verbrauchersammelklagen der Kommission für Frühjahr 2010 erwartet	Erhebliche Risikoerhöhung für werbliche Kommunikation bei Zulassung von Sammelklagen; Einführung kollektiver Schadensersatzansprüche
	Entwurf für eine EU-Verbraucherschutzrichtlinie, Oktober 2008; Richtlinienvorschlag fasst aktuelle Richtlinien über missbräuchliche Vertragsklauseln, Verbrauchsgüterkauf und Garantien, Fernabsatz sowie Haustürgeschäfte zusammen; sieht Vollharmonisierung vor	Befassung von Ministerrat und Europäischem Parlament mit dem Entwurf; Ergebnisse innerstaatlicher Konsultation werden derzeit ausgewertet, überarbeitete Versionen der tschechischen und schwedischen Ratspräsidentschaft kursieren; 1. Lesung im EU-Parlament voraussichtlich im November 2010	Verpflichtung zur Information über Bindung an Verhaltenskodizes im Fernabsatz; Verstoß gegen Selbstverpflichtung löst Wettbewerbsverstoß aus; überbordende Informationspflichten für Unternehmen in der Werbung; Ausweitung von Haustürwiderrufsgeschäften auf alle Geschäfte, die außerhalb eines Geschäftsraums angebahnt werden

Sachgebiet	Bisherige Maßnahmen	Verfahrensstand	Mögliche Konsequenzen
Fernsehen/ audiovisuelle Mediendienste	<p>"Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste" (AVMD-RL), in Kraft seit Dezember 2007, Umsetzungsfrist bis Dezember 2009;</p> <p>Umsetzung wesentlicher Teile der Richtlinie (insbesondere der Regelungen zur Werbung) durch Unterzeichnung des 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrags, November 2009</p>	<p>Ratifizierung des 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrags durch die Länderparlamente;</p> <p>Umsetzung produktspezifischer Vorgaben auf Bundesebene (Vorläufiges TabakG, federführend: BMELV) und spezieller Bestimmungen für Abrufdienste im Telemediengesetz;</p> <p>Abschluss der Umsetzungsarbeiten angekündigt für April 2010</p>	<p>Ausdehnung des Anwendungsbereichs der Richtlinie über den Fernsehbereich hinaus auf "audiovisuelle Mediendienste" (linear und auf Abruf);</p> <p>partielle Liberalisierung der quantitativen Bestimmungen zur Einfügung von Werbung;</p> <p>Übertragung bislang fernsehspezifischer Werbeinhaltsvorgaben auf den gesamten audiovisuellen Bereich einschließlich Abrufdienste;</p> <p>format- und kennzeichnungsabhängige Zulässigkeit von Produktplatzierungen;</p> <p>Selbstbeschränkungen der Wirtschaft für die Lebensmittelwerbung im Umfeld von Kindersendungen;</p> <p>Verhaltensregeln des Deutschen Werberats über die kommerzielle Kommunikation für Lebensmittel (in Kraft seit Juli 2009)</p>
Alkohol	<p>Veröffentlichung einer Mitteilung der EU-Kommission "zur Unterstützung der Mitgliedstaaten bei der Verringerung alkoholbedingter Schäden", Oktober 2006</p>	<p>Bericht des EU-Parlaments zur EU-Alkohol-Strategie, September 2007;</p> <p>Zwischenbericht der EU-Kommission zur Umsetzung der Strategie in den Mitgliedstaaten, September 2009;</p> <p>Abschließender Bericht der EU-Kommission, erwartet bis Ende 2011</p>	<p>Fortsetzung der politischen Debatte über weitere Verbote der Alkoholwerbung;</p> <p>in ihrem Zwischenbericht zur EU-Alkohol-Strategie regt die Kommission an, insbesondere die Bereiche Neue Medien, Transparenz der Entscheidungsfindung, Beteiligung von Jugendlichen an den Entscheidungen z.B. der Selbstkontrollenrichtungen sowie zeitliche Beschränkungen der Alkoholwerbung bei der künftigen Strategie zu berücksichtigen</p>
	<p>Schlussfolgerungen des Rates zu "Alkohol und Gesundheit", Dezember 2010</p>	<p>Beratung der Schlussfolgerungen durch Mitgliedstaaten und EU-Kommission</p>	<p>Aufgreifen der "Handlungsempfehlungen" durch Mitgliedstaaten und EU-Kommission;</p> <p>Entwicklung von weiteren Maßnahmen, "damit Kinder, Jugendliche und junge Menschen Alkoholwerbung nicht ausgesetzt sind"</p>
	<p>Einrichtung eines EU-Forums "Alkohol und Gesundheit" durch die EU-Kommission, Juni 2007</p>	<p>Abgabe von "commitments" durch die Mitglieder des Forums;</p> <p>Analyse der bestehenden gesetzlichen und selbstregulativen Bestimmungen im Bereich der Alkoholwerbung;</p> <p>Beobachtung und Bewertung "neuer Trends";</p> <p>Diskussionen über die Ursachen von Alkoholmissbrauch;</p> <p>Annahme der Berichte der Arbeitsgruppen durch das Forum</p>	<p>Überprüfung freiwilliger Verhaltensregeln der Wirtschaft;</p> <p>weitere Verschärfungen der Selbstregulierungskodizes, bei "Nichteinhaltung" schärfere gesetzliche Regelungen zur Alkoholwerbung</p>

Sachgebiet	Bisherige Maßnahmen	Verfahrensstand	Mögliche Konsequenzen
Alkohol	Strategie der Weltgesundheitsorganisation (WHO) zur Reduzierung schädlichen Alkoholkonsums, Mai 2008	Weiterentwicklung der Strategie und Konsultationen der Mitgliedstaaten durch die WHO; zur Umsetzung der Strategie erarbeitet die WHO in ihren Gremien Empfehlungen für internationale Standards (auch bezogen auf die kommerzielle Kommunikation für Alkohol); Verabschiedung der Empfehlungen durch die Weltgesundheitsversammlung, erwartet für Mai 2010	Aufforderung der WHO an die Mitgliedstaaten zur Umsetzung der Empfehlungen z.B. für umfangreiche Verbote bei der Alkoholwerbung
	Entwurf der Drogenbeauftragten der vorherigen Bundesregierung für ein "Nationales Aktionsprogramm Alkoholprävention", März 2009	NAP Alkoholprävention in der vergangenen Legislaturperiode nicht mehr von der Bundesregierung verabschiedet, wird aber von zahlreichen gesellschaftlichen Gruppen gefordert	Forderungen nach weiteren Werberestriktionen; Entwicklung eines Modells der Ko-Regulierung für den Bereich der Alkoholwerbung
Lebensmittel	EU-Verordnung über Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben bei Lebensmitteln (sog. "Claims-Verordnung"), seit Januar 2007 in Kraft	Mitgliedstaaten und EFSA (Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit) erarbeiten mit Unterstützung der Lebensmittelwirtschaft Gemeinschaftslisten zulässiger gesundheitsbezogener Aussagen sowie die von der VO geforderten Nährwertprofile. Schrittweise Anwendung der Verordnung ab Juli 2007; Veröffentlichung der Gemeinschaftslisten (geplant für 2010) und der Nährwertprofile (Verabschiedung mehrfach verschoben und stark umstritten)	Massive Einschränkungen der Werbefreiheit Lebensmittel produzierender Unternehmen; starke Behinderungen bei der Werbegestaltung durch ein bürokratisches, zeitaufwändiges Genehmigungsverfahren
	Weißbuch der EU-Kommission "Ernährung, Übergewicht, Adipositas: Eine Strategie für Europa", Mai 2007	EU-Kommission beobachtet "Fortschritte und Leistungen aller Akteure" und droht für den Fall des Scheiterns der Werbeselbstkontrolle eine gesetzliche Regulierung an; Bericht der EU-Kommission über die Folgen des Weißbuchs angekündigt für 2010	Weitere Einschränkung der Werbemöglichkeiten der Lebensmittelhersteller durch gesetzliche oder koregulative Maßnahmen; Restriktionen für an Kinder gerichtete Werbung (insbesondere TV; das EU-Parlament fordert u.a. "werbefreie Sendezeiten")
	Vorschlag der EU-Kommission für eine Lebensmittelinformations-Verordnung, Januar 2008	Beratungen des Entwurfs in EU-Parlament und Ministerrat; Verabschiedung der Verordnung voraussichtlich nicht vor Ende 2011; 3- bis 5-jährige Übergangsfristen bis zum In-Kraft-Treten der verpflichtenden Nährwertkennzeichnung, d.h. vollumfängliche Anwendung 2014/2015	Verpflichtende Nährwertangaben zu Energie, Fett, gesättigten Fettsäuren, Zucker und Salz (teilweise auf der Vorderseite der Verpackung) pro 100 g und ggf. pro Portion; Einführung von Herkunftsangaben sowie einer "Ampelkennzeichnung"

Sachgebiet	Bisherige Maßnahmen	Verfahrensstand	Mögliche Konsequenzen
Lebensmittel	Strategie WHO "Ernährung, Bewegung und Gesundheit", Mai 2004; WHO-Resolution zur Vorbeugung und Kontrolle der nicht-übertragbaren Krankheiten, Mai 2008	Zur Umsetzung der Strategie erarbeitet die WHO in ihren Gremien Empfehlungen für internationale Standards. Konsultationen der Mitgliedstaaten; Beratungen im WHO-Exekutivrat; Verabschiedung der Empfehlungen durch die Weltgesundheitsversammlung, voraussichtlich Mai 2010	Aufforderung der WHO an die Mitgliedstaaten zur Umsetzung der Empfehlungen z.B. für umfangreiche Verbote bei der Lebensmittelwerbung, insbesondere in TV und Internet
	Nationaler Aktionsplan "IN FORM Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung", Juni 2008	Diskussion der vorgeschlagenen Maßnahmen innerhalb der beteiligten Kreise; Einrichtung einer "Nationalen Steuerungsgruppe" (federführend: BMELV)	Verhaltensregeln des Deutschen Werberats über die kommerzielle Kommunikation für Lebensmittel (in Kraft seit Juli 2009)
Kosmetika	EU-Verordnung über kosmetische Mittel, seit Januar 2010 in Kraft	Die unmittelbar geltende Verordnung ist bis auf wenige Ausnahmen ab Juli 2013 anzuwenden.	Schutz vor irreführender Werbung nach wie vor gesetzlich verankert; EU-Kommission erstellt zusammen mit den Mitgliedstaaten einen "Aktionsplan zu verwendeten Werbeaussagen"; im Anschluss daran erarbeitet die EU-Kommission eine Positivliste zulässiger Aussagen über Kosmetika
Automobile/Kfz	"Richtlinie über die Bereitstellung von Verbraucherinformationen über Kraftstoffverbrauch und CO ₂ -Emissionen beim Marketing für neue Personenkraftwagen", Januar 2000	Nationale Umsetzung durch Pkw-Energieverbrauchs-kennzeichnungsverordnung, Mai 2004; Revisionsentwurf zur Richtlinie für Anfang 2010 angekündigt	Umfangreiche Informationspflichten zum CO ₂ -Ausstoß und Treibstoffverbrauch in der Print- und Online-Werbung; drohende Überfrachtung der Werbung mit weiteren bürokratischen Zwangsangaben
	EU-Verordnung "über die Kennzeichnung von Reifen in Bezug auf Kraftstoffeffizienz und andere wesentliche Parameter", November 2009	Annahme durch das EU-Parlament, November 2009; neue Kennzeichnungsvorgaben gelten ab November 2012	Energierrelevante Daten von Reifen (Kraftstoffeffizienzklasse, Nasshaftungsklasse, höchster Messwert für externes Rollgeräusch) müssen durch sog. Reifenlabel für Verbraucher und Händler transparent gemacht werden; bzgl. werblicher Pflichtinformationen ausdrückliche Ausnahme für die Medien- und Plakatwerbung; Pflichtangaben lediglich in Katalogen, Broschüren und entsprechenden Veröffentlichungen im Internet, wenn spezifische technische Parameter Bestandteil der werblichen Aussage sind

Sachgebiet	Bisherige Maßnahmen	Verfahrensstand	Mögliche Konsequenzen
Energie-verbrauchs-relevante Produkte	Entwurf der EU-Kommission zur Überarbeitung der "Richtlinie über die Angabe des Verbrauchs an Energie und anderen Ressourcen durch Haushaltsgeräte mittels einheitlicher Etiketten und Produktinformationen"	Triloggespräche zwischen EU-Kommission, EU-Parlament und Ministerrat; 2. Lesung des EU-Parlaments, voraussichtlich März 2010	Verpflichtende energieverbrauchsbezogene Angaben in der Werbung, wenn für ein konkretes Produktmodell geworben wird, energierelevante Angaben gemacht werden oder eine Preisnennung erfolgt; ursprünglicher Anwendungsbereich von Haushaltsgeräten des Segments "Weiße Ware" (Kühlschränke, Waschmaschinen, etc.) ausgedehnt auf jedes Gerät, das an das Stromnetz angeschlossen ist oder sich auf den Energieverbrauch mittelbar auswirkt (z.B. Fenster)
Tabakprodukte	Entwurf der Drogenbeauftragten der vorherigen Bundesregierung und des BMG für ein "Nationales Aktionsprogramm Tabakprävention", März 2009	Nationales Aktionsprogramm Tabakprävention wurde ebenso wie NAP Alkoholprävention in der vergangenen Legislaturperiode nicht mehr vom Bundeskabinett verabschiedet; Aufgreifen des Themas durch die Bundesregierung in der 17. Legislaturperiode ungewiss	Weitere Werberestriktionen für Tabakprodukte, insbesondere Verbot der Plakatwerbung
	Leitlinien der Weltgesundheitsorganisation (WHO) zur besseren Umsetzung von Artikel 13 der Tabakrahenkonvention (Art. 13: Kommerzielle Kommunikation über Tabakprodukte), November 2008	Protokollerklärung der Bundesregierung, wonach eine Regelung, die der Tabakindustrie jegliche werbliche Betätigung untersagt, von Deutschland nicht mitgetragen würde	WHO verfolgt weltweites Totalverbot der Tabakwerbung und jeglicher kommerzieller Kommunikation für Tabakprodukte; Tabakprodukte sollen nicht mehr sichtbar am Verkaufsort ausgelegt ("display ban") und über Automaten verkauft werden dürfen; unabhängige Instanz soll kommerzielle Kommunikation für Tabakprodukte in den einzelnen Staaten überwachen
	EU-Ratsempfehlung über rauchfreie Zonen, November 2009		Möglicherweise Aufgreifen der Handlungsaufforderung durch neue EU-Kommission im Zuge der geplanten Überarbeitung der EU-Tabakwerberichtlinie; erstmalig ist Begriff des "Plain Packaging" (massive Gestaltungsbeschränkung für Tabakproduktverpackungen) als Handlungsoption in der Empfehlung erwähnt: EU-Kommission wird dazu "eingeladen", derartige Maßnahmen rechtlich und auf ihre Tauglichkeit zur Verringerung schädlichen Tabakkonsums zu prüfen
Arzneimittel	EG-Pharmapaket der EU-Kommission inkl. Richtlinien-vorschlag "in Bezug auf die Information der breiten Öffentlichkeit über verschreibungspflichtige Arzneimittel", Dezember 2008	Beratungen des Entwurfs in EU-Parlament und Ministerrat; Verabschiedung des EG-Pharmapakets frühestens 2011; 18-monatige Frist zur Umsetzung in den nationalen Arzneimittelgesetzen vorgesehen	Erweiterte Möglichkeiten der Patienteninformation für Arzneimittelhersteller auf Internetseiten sowie in "gesundheitsbezogenen" gedruckten Medien; Informationsmöglichkeit über Preise, Anwendungsgebiete, Wirkungen und Nebenwirkungen rezeptpflichtiger Arzneimittel

Sachgebiet	Bisherige Maßnahmen	Verfahrensstand	Mögliche Konsequenzen
Lotterien/ Sportwetten	In-Kraft-Treten des Glücksspielstaatsvertrags, Januar 2008	Glücksspielstaatsvertrag wird aktuell von einer Arbeitsgruppe der Chefs der Staatskanzleien evaluiert, Anhörung bis April 2010; EU führt Vertragsverletzungsverfahren gegen Deutschland fort; EU hat hinsichtlich des Online-Glücksspielmarkts ein Grünbuch angekündigt; im Vorlageverfahren vor dem EuGH zur Europarechtsmäßigkeit des Glücksspielstaatsvertrags Anträge des Generalanwalts erwartet, März 2010	Umfangreiche Werbeverbote für Glücksspiel jeglicher Ausprägung; vollständiger Ausschluss privater Anbieter aus dem werbewirtschaftlich bedeutenden Bereich Glücksspielwesen; keine Bewerbung von Sportwetten, die legal in anderen Mitgliedstaaten angeboten werden
Finanzdienstleistungen	Überarbeitete EU-Verbraucherkreditrichtlinie, in Kraft seit Mai 2008	Bundestag und Bundesrat verabschieden Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherkreditrichtlinie, Juli 2009; Neue Bestimmungen der Preisangabenverordnung müssen ab Juni 2010 angewendet werden.	Stärkere Reglementierung der Werbung für Darlehensverträge: Erforderlich sind künftig umfangreiche Standardinformationen in der Werbung (Sollzins, Gebühren, Gesamtkreditbetrag, effektiver Jahreszins, Laufzeit u.v.m.; unabhängig vom Werbemedium), wenn gegenüber dem Verbraucher für den Abschluss eines Kreditvertrags mit Zinssätzen oder sonstigen Zahlen, die die Kosten betreffen, geworben wird.
	EU-Richtlinie über Einlagensicherungssysteme, Mai 1994; EU-Kommission leitet Konsultationen zur Überarbeitung der Richtlinie ein	Stellungnahmen der beteiligten Kreise und der Mitgliedsländer, Juli 2009; Kommissionsvorschlag für eine überarbeitete Richtlinie, erwartet für 2010	Werberestriktionen für zusätzliche/freiwillige Sicherungssysteme; zwingende Informationspflichten in der kommerziellen Kommunikation über Einlagensicherungssysteme
Direktwerbung/ Datenschutz	EU-Kommission leitet Konsultation für eine Überarbeitung der EU-Datenschutzrichtlinie ein	Stellungnahmen der beteiligten Kreise und Mitgliedsländer bis Ende 2009	Neue Verpflichtungen und Beschränkungen insbesondere im Bereich der Direktwerbung, z.B. erweiterte Pflichten zur Aufklärung und Unterrichtung der Betroffenen; verschärfte Regelungen zur Online-Werbung
	Novelliertes Bundesdatenschutzgesetz (BDSG), in Kraft seit September 2009	Umsetzung der neuen Vorschriften für das Dialogmarketing durch die Unternehmen; Überprüfung wesentlicher Regelungen durch die Bundesregierung bis Ende 2014	Erhebliche Änderungen der datenschutzrechtlichen Rahmenbedingungen durch sog. "Opt-In-Lösung", d.h. der Einsatz von Adresslisten zur Neukundengewinnung ist grundsätzlich nur mit ausdrücklicher, formalisierter Einwilligung der Betroffenen zulässig; Ausnahmen vom Einwilligungserfordernis auf Grund der berechtigten Kritik der Wirtschaft aufgenommen

Sachgebiet	Bisherige Maßnahmen	Verfahrensstand	Mögliche Konsequenzen
Direktwerbung/ Datenschutz	Gesetz zur Bekämpfung unerlaubter Telefonwerbung und zur Verbesserung des Verbraucherschutzes bei besonderen Vertriebsformen, im August 2009 in Kraft getreten	Evaluierung des Gesetzes bis 2012	Erhöhung des Bußgeldes für unerlaubte Telefonwerbung; Verbot der Nummernunterdrückung bei Werbeanrufen; Einführung einer Ordnungswidrigkeit in das UWG; Streichung der Widerrufsausnahmen für Zeitungen, Zeitschriften und Lotterien im Fernabsatz sowie für Dienstleistungen, die nicht auf ausdrücklichen Wunsch des Verbrauchers sofort erfüllt werden
Online- Werbung	Richtlinie zur Änderung u.a. der Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation (sog. Telekom-Paket), November 2009	Beginn der Umsetzung in deutsches Recht (Überarbeitung des Telemediengesetzes, TMG); Referentenentwurf (BMWi) angekündigt für April 2010	Unsachgemäße Voraussetzungen für die Verwendung sog. "cookies"
	Initiative der EU-Kommission zu "Data collection, targeting and profiling of consumers for commercial purposes in online environments"	Anhörung der Werbewirtschaft und Ankündigung eines Roundtables mit dem Titel "Health and Consumer Stakeholder Forum on Fair Data Collection"	Initiativen für freiwillige Selbstbeschränkung der Online-Werbung (insbesondere verhaltensbasierte Ansprache von Konsumenten)
	Entwurf einer Empfehlung des Europarats zum Schutz des Einzelnen im Zusammenhang mit Verwendung Personen bezogener Daten im Rahmen von "Profiling", Februar 2009	Beratungen und Überarbeitung des Entwurfs in dem zuständigen Gremium des Europarats; Verabschiedung der Empfehlung angekündigt für Juni 2010	Umfangreiche Handlungsempfehlungen an die Mitgliedstaaten zur Beschränkung der Erhebung und Nutzung persönlicher Daten (auch zu Werbezwecken)
Frauenbild	Resolutionen der Parlamentarischen Versammlung im Europarat zum Frauenbild in der Werbung, Juni 2007	Diskussion der Resolutionen innerhalb der 47 Mitgliedstaaten des Europarats; im Ministerkomitee des Europarats wird Forderung der Parlamentarischen Versammlung diskutiert, Studie zur Darstellung von Frauen und Männern in der Werbung erstellen zu lassen und darauf aufbauend europäischen Verhaltenskodex zu erarbeiten; Entscheidungen der Mitgliedstaaten und des Ministerkomitees des Europarats	Gesetzliche Verbote (vermeintlich) Frauen diskriminierender Werbung; staatliche Vorgaben zur Besetzung der Selbstkontrollgremien, z.B. des Deutschen Werberats
	Initiativbericht des EU-Parlaments "über die Auswirkungen von Marketing und Werbung auf die Gleichstellung von Frauen und Männern", September 2008	Entschließung hat keine unmittelbar verbindlichen Auswirkungen; Spanische Ratspräsidentschaft plant Workshop zum Thema Medien, Gleichberechtigung und Stereotypen, Mai 2010	Forderung nach Beseitigung von Botschaften, die Geschlechterstereotype vermitteln

Sachgebiet	Bisherige Maßnahmen	Verfahrensstand	Mögliche Konsequenzen
Antidiskriminierung	Entwurf einer 5. Antidiskriminierungsrichtlinie zur Anwendung des Grundsatzes der Gleichbehandlung ungeachtet der Religion oder der Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Ausrichtung, Juli 2008	EU-Parlament hat im Plenum für Medienausnahme votiert; Anhörung des Bundesfamilienministeriums zur Diskussion und Festlegung der deutschen Position im Rat, Frühjahr 2010	Kontrahierungszwang der Medien hinsichtlich religiöser und weltanschaulicher Werbung

ZAW