



DocuWatch Digitales Fernsehen

Eine Sichtung ausgewählter Dokumente
und wissenschaftlicher Studien

1/2003

Aus dem Inhalt:

Studie über die Entwicklung neuer Werbetechniken

Bedeutung integrierter Empfangsgeräte für den Switch-Over

Digitales Fernsehen in mehr als 40 Prozent aller britischen Haushalte

Anhörung der EU-Kommission zu Interoperabilität und offenen Plattformen

Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): DocuWatch Digitales Fernsehen. Eine Sichtung ausgewählter Dokumente und wissenschaftlicher Studien. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut.

ISSN 1611-8677

Schutzgebühr: 10,00 EUR

DocuWatch Digitales Fernsehen findet sich zum Download auf der Website des Instituts unter der Adresse www.hans-bredow-institut.de oder auf der Website der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten www.alm.de.

Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg
Verlag
Heimhuder Str. 21
D-20148 Hamburg
Tel.: (+49 40) 450 217-12
Fax: (+49 40) 450 217-77
E-Mail: info@hans-bredow-institut.de

Zum DocuWatch

Um die Entwicklung digitalen Fernsehens begleiten zu können, benötigen Entscheidungsträger bei den Regulierungsinstanzen ebenso wie alle anderen Beobachter kontinuierlich Informationen. Das Hans-Bredow-Institut sichtet im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) Dokumente von Regulierungsinstanzen, in- und ausländischen sowie supranationalen Organisationen und Verbänden sowie aus dem wissenschaftlichen Bereich und erstellt Zusammenfassungen, die auf die für die Arbeit der Landesmedienanstalten relevanten Fragen fokussiert sind. Im Mittelpunkt stehen dabei neben inländischen Institutionen solche aus den USA, Kanada, Großbritannien und Frankreich. Daneben wird die am Institut gesammelte wissenschaftliche Literatur ausgewertet.

DocuWatch Digitales Fernsehen 1/2003: Redaktionsschluss 31. März 2003

Redaktion am Hans-Bredow-Institut: Hardy Dreier, Stephan Dreyer, Uwe Hasebrink, Hermann-Dieter Schröder

Gastautor: Philipp Plog

Koordination: Wolfgang Schulz (V.i.S.d.P) und Christoph Hilgert

Inhalt

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen..... | 4 |
| 1.1 | Europa: Entwicklung neuer Werbetechniken..... | 4 |
| 1.2 | Europa: Kontroverse Positionen um DTT bei der EBU..... | 5 |
| 1.3 | Europa: Entwicklung des digitalen Pay-TV..... | 5 |
| 1.4 | Großbritannien: Digitales Fernsehen in mehr als 40 Prozent der Haushalte..... | 6 |
| 1.5 | Großbritannien: Zur Bedeutung integrierter Empfangsgeräte für den Switch-Over..... | 7 |
| 1.6 | Frankreich: CSA veröffentlicht Überblick über Fernsehen im Internet..... | 8 |
| 1.7 | Deutschland: Messung der Fernsehnutzung in Digital-Haushalten..... | 8 |
| 2 | Anpassung der Regelungskonzepte | 9 |
| 2.1 | Europa: Anhörung der EU-Kommission zu Interoperabilität und offenen Plattformen..... | 9 |
| 2.2 | Großbritannien: Entwurf einer Verordnung zur Umsetzung der EG-Zugangsrichtlinie..... | 10 |
| 2.3 | Großbritannien: „Creating Ofcom“ – Vorschläge zur Ausgestaltung vorgestellt..... | 11 |
| 2.4 | Großbritannien: Stellungnahme zu Prinzipien der Frequenz-Planung..... | 11 |
| 2.5 | Deutschland: Novellierung des Thüringer Landesmediengesetzes..... | 11 |
| 3 | Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern..... | 12 |
| 3.1 | Deutschland: DVB-T in Berlin gestartet..... | 12 |
| 3.2 | Frankreich: Ergänzungsbericht zu DTT..... | 12 |
| 3.3 | Großbritannien: Digital Television Action Plan..... | 13 |
| 3.4 | Japan: Aktionsplan für Digitalisierung des terrestrischen Rundfunks..... | 13 |
| 3.5 | Litauen: Ausschreibung digitaler Fernseh-Frequenzen in Vilnius erfolglos..... | 14 |
| 3.6 | Niederlande: DTT-Betrieb soll im April starten..... | 14 |
| 3.7 | Österreich: Fernsehgebühren für Digitalisierungsfond..... | 14 |
| 3.8 | Tschechien: Konzept zur Digitalisierung des Rundfunks vorgelegt..... | 14 |
| 3.9 | USA: Technische Reichweite digitalen Fernsehens bei 97 Prozent..... | 15 |
| 4 | Einzelthemen | 16 |
| 4.1 | Aktuelle Entwicklung des deutschen Breitbandkabelmarktes..... | 16 |
| 4.2 | Code of Practice der britischen Video-on-Demand Association..... | 16 |
| 4.3 | Neuer Inhalte-Standard für Pay-TV, Pay-per-View und Video-on-Demand in Kanada..... | 16 |
| 4.4 | Vergabe der französischen Fußball-Sendelizenzen beanstandet..... | 17 |
| 4.5 | Oberster Gerichtshof Spaniens hebt Regelung über Set-Top-Boxen auf..... | 17 |
| 4.6 | Von OpenTV zu MHP..... | 17 |
| 4.7 | Wirtschaftliche Entwicklung von „Sky“..... | 18 |
| 4.8 | Erfolgreiche interaktive TV-Spiele..... | 18 |
| 4.9 | Start des Digitalkanals BBC 3..... | 18 |
| 4.10 | Europaweites HDTV-Programm geplant..... | 18 |
| 5 | Literaturhinweise..... | 19 |
| 5.1 | Zeitschriften..... | 19 |
| 5.2 | Buchveröffentlichungen..... | 21 |
| 5.3 | Buchvorstellung..... | 23 |

1 Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen

1.1 Europa: Entwicklung neuer Werbetechniken

Im Rahmen der Weiterentwicklung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ wurden die beiden Unternehmen Bird & Bird und Carat Crystal beauftragt, eine Untersuchung zur Entwicklung neuer Werbetechniken und deren Bedeutung für die Weiterentwicklung der Richtlinie durchzuführen. Dazu wurde von Carat Crystal ein Überblick über die wirtschaftliche Entwicklung in diesem Bereich in zehn europäischen Ländern durchgeführt; ergänzend stellte Bird & Bird die rechtliche Situation in den 18 Mitgliedsstaaten des europäischen Wirtschaftsraumes dar.

In einem mehrstufigen Verfahren wurde eine Methode entwickelt, die den Vergleich wesentlicher Trends auf den unterschiedlichen europäischen Märkten zulässt.

Aus der Betrachtung der wirtschaftlichen Aspekte der Entwicklung für die Medien Fernsehen, Hörfunk, Kino und Internet entstanden zehn Länderberichte, die für die verschiedenen Medien allgemeine Indikatoren, nationale Definitionen der unterschiedlichen Werbeformen, allgemeine Informationen zu Marktakteuren, Angeboten und Publikum enthalten. Daneben wird ausführlich auf die Entwicklung der Werbeinvestitionen für die verschiedenen Medien eingegangen. Im Rahmen der Untersuchung zeigte sich, dass eine Messung der Werbeinvestitionen in den Massenmedien auf Grund der unzureichenden Datenbasis problematisch ist. Die für die Untersuchung verwendeten Daten sind die Brutto-Gebührensätze des Mediensektors. D.h. der Wert des Werbeplatzes ist, unabhängig vom tatsächlich dafür gezahlten Betrag, die Grundlage der Betrachtung. Diese Vorgehensweise bedeutet, dass alle Rabatte und Sonderlösungen, die auch innovative Werbeformen betreffen, nicht berücksichtigt werden. Derzeit liegen jedoch keine zuverlässigen Daten vor, die eine adäquate differenzierte Analyse zulassen. So fordern die Autoren der Studie die Einführung einer harmonisierten Erfassung der Werbeinvestitionen durch eine unabhängige öffentliche Stelle auf europäischer Ebene.

Bei der Betrachtung der wirtschaftlichen Entwicklung, stellen die Autoren u.a. heraus, dass multinationale Holdings eine wichtige Rolle unter den wichtigsten Werbetreibenden in allen betrachteten Ländern inne haben. Außerdem zeichnen sich, nicht zuletzt auf Grund der schwachen Werbekonjunktur, verschärfte Konzentrationsprozesse ab. Der finanzielle Druck, der sich aus der wirtschaftlichen Entwicklung für die Medien ergibt, führt dazu, dass außerhalb der traditionellen Kategorien nach neuen Angeboten für Werbekunden gesucht wird. Der mit neuen Werbetechniken erwirtschaftete Umsatz ist bislang sehr gering; je nach Land schwankt er zwischen 0,5 und 4 Prozent der Einnahmen. Bei der Einschätzung dieser Daten ist jedoch die fehlende Transparenz dieses Bereichs zu beachten.

Im Fernsehbereich zeichnen sich zwei wesentliche Trends in der Entwicklung ab: Zum einen werden die bereits genutzten Werbeangebote modifiziert, etwa indem Platzierungen oder Dauer von Werbespots variiert werden. Zum anderen gibt es technisch innovative Konzepte, die rechtliche Fragen aufwerfen können, etwa Split Screens oder virtuelle Werbeeinblendungen.

Zur Weiterentwicklung der Werbeformen tragen neben den Medien sowohl die Werbe-/ Mediaagenturen als auch die Werbetreibenden bei. Besonders hervorzuheben ist, den Autoren zu Folge, dass im Fernsehbereich in den meisten europäischen Staaten eine wirksame und freiwillige Selbstregulierung Praxis ist.

Im Anschluss an die allgemeine Beschreibung der Entwicklung im Medienbereich wird mit konkretem Bezug auf die Regelungen der Fernsehrichtlinie geprüft, inwieweit die Bestimmungen ausreichen, um der Einführung neuer Werbetechniken gerecht zu werden. Dabei wird festgestellt, dass die unterschiedlichen nationalen Vorgaben wesentlich differenzierter sind, als die in der Richtlinie verwendeten Definitionen.

Nach der Beschreibung des Status Quo auf den Werbemärkten, steht im zweiten Kapitel der Studie die Entwicklung neuer Werbetechniken im Mittelpunkt, wobei die Entwicklung des di-

gitalen interaktiven Fernsehens und interaktiver Onlinedienste betrachtet werden. Auch die Konvergenz von Fernsehen und Internet wird thematisiert. Allerdings wird in diesem Zusammenhang festgestellt, dass diese Technologie noch keine Marktreife erreicht hat. Außerdem werden innovative Entwicklungen im Bereich der Mobiltelefonie, des Hörfunkempfangs und des Kinos kurz vorgestellt. Im letzten Abschnitt der Studie werden die rechtlichen Aspekte der Entwicklung neuer Medientechniken auf der Grundlage der verschiedenen nationalen Regelungen diskutiert.

Abschließend kommt die Studie zu allgemeinen Schlussfolgerungen, die u.a. hervorheben, dass neue Rechtsvorschriften sich auf ein notwendiges Minimum beschränken sollten und der Selbstregulierung ein hoher Stellenwert eingeräumt werden müsse. [H3r]

Carat Crystal / Bird & Bird: Abschlussbericht: Untersuchung zur Entwicklung neuer Werbetechniken, hrsg. v. EU-Kommission, http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/bird_bird/pub_rapport_final_de.pdf

Die einzelnen Länderberichte können eingesehen werden unter: http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi_en.htm

1.2 Europa: Kontroverse Positionen um DTT bei der EBU

In der jüngsten Ausgabe von ‚Diffusion online‘ der European Broadcasting Union (EBU) kommen gegensätzliche Meinungen der Rundfunkanstalten zur Digitalisierung zum Ausdruck.

Der Präsident der EBU, Arne Wesberg, vom finnischen Rundfunk YLE, spricht sich für terrestrischen digitalen Rundfunk aus. Neben der größeren Vielfalt, eigne DTT sich für mobilen Empfang und sei im Gegensatz zum Satellitenrundfunk unter nationaler Kontrolle. Bei der Einführung in England und in Spanien habe es allerdings auch negative Erfahrungen gegeben. Das Vorgehen in Berlin, das sich durch den Verzicht auf eine längere Übergangsphase auszeichnet, werde international aufmerksam beobachtet. In Finnland habe es zunächst ein Problem mit dem Mangel an MHP-Receivern gegeben; dies werde sich aber nun dadurch lösen, dass der gleiche Standard auch im übrigen Skandinavien und in Deutschland zum Einsatz kommt.

Patrick Le Lay, der Generaldirektor von TF1, führt hingegen eine Reihe von Gesichtspunkten auf, die gegen das digitale terrestrische Fernsehen sprechen:

- Empfangsprobleme durch unterschiedliche technische Standards,
- Verhinderung flächendeckender Versorgung aus Kostengründen bei der Sendetechnik (in Frankreich maximal 70% Reichweite),

- Beschaffung und Installation neuer Sendetechnik,
- Bedarf an neuen Antennen für die meisten Haushalte,
- im Vergleich zum Satellitenempfang geringes Kanalangebot von 40 Kanälen.

Letztlich gebe es keinen hinreichenden Bedarf bei den Verbrauchern, so Le Lay. Deswegen werde es für das digitale terrestrische Fernsehen keinen ausreichenden Markt geben und folglich diese Technik nicht zum Durchbruch kommen. Zudem sei nicht damit zu rechnen, dass durch die Digitalisierung Frequenzbereiche für eine andere sinnvolle Nutzung frei würden, selbst wenn die analoge Übertragung tatsächlich einmal beendet wird. Und schließlich fehle es auch an angemessenen Möglichkeiten zur Finanzierung der Digitalisierung. [Schr]

Wesberg, Arne (2003): Digital: a challenge for Europe, in: Diffusion online 2003/4 (hrsg. v. EBU), S. 2-5, http://www.ebu.ch/union/publications/diffusion_on_line/pdf/online_4_e_numerique_terrestre.pdf?display=EN

Le Lay, Patrick (2003): DTT: the syndrome of failure foretold, in: Diffusion online 2003/4 (hrsg. v. EBU), S. 6-7, http://www.ebu.ch/union/publications/diffusion_on_line/pdf/online_4_e_numerique_terrestre.pdf?display=EN

1.3 Europa: Entwicklung des digitalen Pay-TV

Eine Studie über die Entwicklung des digitalen Pay-TV in Europa bis 2006 hat Screen Digest

vorgelegt. Danach ist in Westeuropa in den nächsten Jahren mit deutlichem Wachstum der

Zahl der Pay-TV-Abonnenten von 73,6 Mio. in 2002 auf 84,7 Mio. in 2006 zu rechnen. Es wird zugleich eine erhebliche Verlagerung vom analog zum digital verbreiteten Pay-TV erwartet: Die Zahl der Abonnenten des analog verbreiteten Pay-TV soll von 52,3 Mio. in 2002 auf 42,0

Mio. in 2006 zurückgehen, während die Abonnenten des digitalen Pay-TV von 22,9 Mio in 2002 sich fast verdoppelt soll auf 44,7 Mio in 2006.

Über die prozentualen Veränderungen, gibt die nachstehende Tabelle Auskunft. [Schr]

| Entwicklung des westeuropäischen Fernsehmarktes | 1998 | 2002 | „2006“ |
|--|-------------|-------------|---------------|
| Bevölkerung (Mio.) | 385,7 | 390,9 | 394,0 |
| Haushalte (Mio) | 157,7 | 162,5 | 168,9 |
| Kabelhaushalte mit Pay-TV (in %) | 30,15 | 33,39 | 34,67 |
| Satellitenhaushalte mit Pay-TV (in %) | 5,34 | 11,17 | 14,40 |
| Hauhalte mit terrestrischem digitalem Pay-TV (in %) | 3,64 | 2,58 | 3,17 |
| Haushalte mit analogem Pay-TV (in %) | 36,33 | 33,36 | 27,75 |
| Haushalte mit digitalem Pay-TV (in %) | 3,06 | 14,61 | 27,43 |
| Haushalte mit Pay-TV insgesamt (in %) | 39,13 | 46,96 | 51,92 |

Entnommen aus: Screen Digest, December 2002

N.N.: European Digital Pay TV: Less than one third of TV households by 2006, in: Screen Digest, December 2002, S. 373-380

1.4 Großbritannien: Digitales Fernsehen in mehr als 40 Prozent der Haushalte

Im März 2003 veröffentlichte die Independent Television Commission (ITC) Daten zur Verbreitung des digitalen Fernsehens im dritten und vierten Quartal des Jahres 2002 in Großbritannien. Daraus ist zu ersehen, dass mittlerweile mehr als 40 Prozent der britischen Haushalte di-

gitales Fernsehen empfangen. Besonders starke Wachstumsraten kann dabei der terrestrische digitale Empfang verzeichnen; so stieg die Zahl der Haushalte, die diesen Verbreitungsweg nutzen, im letzten Quartal des Jahres 2002, um 300.000 (siehe nachstehende Tabelle). [H3r]

| Entwicklung der Abonnentenzahlen der Digital-TV-Plattformen in GB: | 3. Quartal 2002 | 4. Quartal 2002 | Vierteljährliche Wachstumsrate in Prozent |
|---|------------------------|------------------------|--|
| Pay-TV | | | |
| Analoges Kabel *) | 1.334.105 | 1.334.105 | — |
| Digitales Kabel *) | 2.044.085 | 2.044.085 | — |
| Digitales DTH | 6.062.548 | 6.290.000 | 3,8% |
| ADSL | 16.699 | 12.152 | -27,2% |
| Pay-TV Haushalte insgesamt | 9.457.437 | 9.680.342 | 2,4% |

Fortsetzung der Tabelle „Entwicklung der Abonentenzahlen der Digital-TV-Plattformen in GB“:

| | 3. Quartal 2002 | 4. Quartal 2002 | Vierteljährliche Wachstumsrate in Prozent |
|---------------------------|-----------------|-----------------|---|
| Free-to-air (FTA) | | | |
| FTA DTT | 1.028.000 | 1.328.000 | 29,2% |
| FTA DTH **) | 546.875 | 558.592 | 2,1% |
| FTA Haushalte insgesamt | 1.574.875 | 1.886.592 | 19,8% |
| Gesamt | | | |
| Mehrkanal Haushalte in UK | 11.032.312 | 11.566.934 | 4,8% |
| Digital-Haushalte in UK | 9.698.207 | 10.232.829 | 5,5% |
| Mehrkanal Verbreitung | 45,0% | 46,8% | 1,8% ***) |
| Digital-Kanal Verbreitung | 39,5% | 41,4% | 1,8% ***) |

- *) Die Zahlen des vierten Quartals von ‚ntl‘ und ‚Telewest‘ lagen bis zur Drucklegung [der ITC-Pressemitteilung] noch nicht vor. Auf Grund der Annahme, dass sich keine Änderungen bei den Kabel-Nutzern ergeben haben, wurden durchgängig die Zahlen des dritten Quartals verwendet.
- **) Diese Zahlen umfassen die geschätzte Zahl von ‚Sky‘-Zuschauern, die lediglich FTA nutzten, sowie die geschätzte Zahl ehemaliger ‚Sky‘-Abonnenten, die mit ihrer Set-Top-Box weiterhin FTA-Kanäle empfangen.
- ***) Diese Zahlen geben die prozentuale Zunahme der Verbreitung an; sie stehen nicht für die prozentuale Wachstumsrate im Quartal.

Entnommen aus: ITC Multichannel Quarterly– Q 4 2002 (März 2003).

ITC: More than 40% of UK households now have digital tv (Pressemitteilung 19/03 vom 19.03.03), http://www.itc.org.uk/uploads/MORE_THAN_40_PER_CENT_OF_UK_HOUSEHOLDS_NOW_HAVE_DIGITAL_TV.doc

ITC: ITC Multichannel Quarterly–Q 4 2002 (März 2003), http://www.itc.org.uk/uploads/ITC_multichannel_quarterly_Q4_2002.pdf

1.5 Großbritannien: Zur Bedeutung integrierter Empfangsgeräte für den Switch-Over

Im Jahr 2002 führte die britische Regierung eine Konsultation über die Bedeutung der Endgeräte für den Übergang zum digitalen Fernsehen durch. Die Bereitschaft der Bevölkerung zur Nutzung neuer Endgeräte wird für den Erfolg des digitalen Fernsehens eine wesentliche Rolle spielen.

Da Fernsehgeräte von den Konsumenten nur in einem Rhythmus von acht bis zehn Jahren erneuert werden, ist eine möglichst frühe Bereitstellung von integrierten Geräten, die digitale Programme empfangen können, erforderlich, um einen schnellen Übergang zu ermöglichen. Allerdings werden auch diverse Kombi-

nationslösungen mit Decodern eine wichtige Rolle beim Übergang spielen.

Bei der Betrachtung der unterschiedlichen Argumente, die aus Sicht der Konsumenten für Set-Top-Box oder integriertes Gerät sprechen, wird vor allem herausgestellt, dass integrierte Geräte derzeit zu groß und zu teuer sind, um für eine große Käuferschicht attraktiv zu sein. Aus Sicht der Anbieter solcher Geräte wird beklagt, dass die Planungssicherheit für die Entwicklung neuer Produktlinien, die auf Grund entsprechender Stückzahlen auch zu günstigeren Preisen erhältlich wären, nicht ausreicht. Aus Sicht der Industrie wären klare Terminsetzungen zumin-

dest in Großbritannien in diesem Punkt hilfreich, um den Start neuer Produktlinien genauer festlegen zu können.

Im Rahmen der Konsultation wurden Einschätzungen zu mehreren Fragestellungen erhoben. Dazu zählte die Frage, ob es bestimmte Nutzergruppen gibt, etwa behinderte Personen, für die integrierte Geräte Vorteile haben könnten und welche Regelungen für die Gestaltung von Endgeräten eine optimale Entwicklung bei der Einführung des digitalen Fernsehens ermög-

lichen. Auf die Konsultation reagierten u.a. die BBC, Philips, die Digital TV Group, Sony und Telewest. [H3r]

DTI / DCMS: The role of integrated digital television sets in achieving digital switchover (27.06.02), http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdfs/role_of_integrated_digitaltv.pdf

Die Reaktionen finden sich unter: Responses On The Role of Integrated Digital TV Sets In Achieving Digital Switchover Consultation Paper, http://www.digitaltelevision.gov.uk/role_digital_tv_responses.html

1.6 Frankreich: CSA veröffentlicht Überblick über Fernsehen im Internet

Der Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) hat im Januar 2003 einen Überblick über das Webcasting in Frankreich veröffentlicht.

Zunächst konnten in einer ersten Phase zahlreiche Angebote beobachtet werden, die – wie herkömmliche Sender – eine übergreifende redaktionelle Linie hatten (z.B. „CanalWeb“). Inzwischen dominieren eher Portale, die – neben anderen Angeboten – einzelne TV-Inhalte zum Abruf von bis zu 15 Minuten Länge bereitstellen. Daneben stellen die terrestrischen Sender Teile ihrer Programme zum Abruf oder als Simulcast bereit, insbesondere Nachrichtensendungen, Reportagen und Reality-Shows.

Seit kurzem gibt es zudem einige entgeltliche Programmbouquets (insbesondere „Noosnet“

und „Club Internet“), die als Breitband-Portale über Hochgeschwindigkeitsverbindungen Programme zum Abruf oder als Streaming anbieten.

Das Internet bindet inzwischen mehr Werbeinvestitionen als das Kino (127 Mio Euro), wovon allerdings fast 70 Prozent auf Access Provider und Suchmaschinen entfallen. Anfängliche Schwierigkeiten bei der Messung der Aufmerksamkeit (Clickraten etc.) sind teilweise überwunden. [PP]

CSA: La Télévision sur internet: état des lieux, Lettre du CSA n° 158, Januar 2003, S. 5 ff sowie http://prod-csa.integra.fr/actualite/dossiers/dossiers_detail.php?id=11160&chap=2211

1.7 Deutschland: Messung der Fernsehnutzung in Digital-Haushalten

Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) veröffentlicht seit Anfang 2003 erstmals Angaben zur Fernsehnutzung in den Haushalten, die digitales Fernsehen empfangen.

Wurde bisher nur die auf Digitalprogramme insgesamt entfallene Nutzungszeit ausgewiesen, differenziert die AGF diese jetzt auch nach den jeweils genutzten Kanälen. Dies führt entsprechend zu leichten Erhöhungen der Marktanteile der wichtigsten Vollprogramme, allerdings nicht zu substantziellen Verschiebungen. Anfang 2003 konnten 7,4 Prozent der Fernsehhaushalte, also 2,53 Mio. Haushalte, digitale Programme empfangen; 4,2 Prozent der Gesamtnutzung in

Deutschland entfiel Anfang 2003 auf digital empfangbare Programme. In den Digital-Haushalten entfallen zwei Drittel der Nutzung auf herkömmliche Programme; das restliche Drittel verteilt sich auf die Programme von Premiere und anderer Sender – exakte Anteile von Premiere werden nicht mitgeteilt, da Premiere nicht über eine AGF-Lizenz verfügt. [HA]

N.N. (2003): Erstmals Quoten für Digitalfernsehen veröffentlicht, in: epd medien (2003) Nr 1, S. 18-19

N.N. (2003): Dokumentation: Entwicklung der digitalen Fernsehnutzung, in: epd medien (2003) Nr 10, S. 26

2 Anpassung der Regelungskonzepte

2.1 Europa: Anhörung der EU-Kommission zu Interoperabilität und offenen Plattformen

Nach der Veröffentlichung eines Arbeitspapiers der Kommission im Dezember 2002, das mögliche Hemmnisse für den Zugang zu digitalen Diensten analysiert (siehe DW 4/02, S. 10), fand auf dessen Grundlage am 4. Februar 2003 eine öffentliche Anhörung zu diesem Thema statt. Parallel dazu hatten über 50 Organisationen und Unternehmen Stellungnahmen zu dem Arbeitspapier eingereicht.

Die Organisationen und Unternehmen äußern sich grundsätzlich positiv zu dem Verfahren, insbesondere wird das bisherige Vorgehen mit Veröffentlichung des Arbeitspapiers und der aktuellen Durchführung einer öffentlichen Anhörung hinsichtlich der Berücksichtigung der verschiedenen Interessen gelobt. Auch die Tatsache, dass die Kommission in diesem Bereich Handlungsbedarf erkenne und entsprechend reagiere, sei für die Entwicklung in den betroffenen Markt Bereichen von entscheidender Bedeutung. Daneben finden sich außer einzelnen, sehr speziellen Anmerkungen auch allgemeine Kritikpunkte, die in vielen der Stellungnahmen anklingen:

1.) *Anwendungsbereich der Regulierung:* Das Arbeitspapier der Kommission stützt sich in seiner Untersuchungsbreite auf den Begriff „Dienst der Informationsgesellschaft“. Damit sind, nach Art. 1 der EG-Richtlinie 98/48/EG zur Änderung der Richtlinie 98/34/EG über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der Normen und technischen Vorschriften, Dienstleistungen der Informationsgesellschaft gemeint; d.h. jede in der Regel gegen Entgelt elektronisch im Fernabsatz und auf individuellen Abruf eines Empfängers erbrachte Dienstleistung. Nach Darstellung der EU-Kommission seien auf Grund der Voraussetzung des individuellen Abrufs Rundfunkdienste nicht von dem Begriff umfasst. Kritik wird in verschiedenen Stellungnahmen daran geäußert, dass der Begriff des Dienstes der Informationsgesellschaft in Zeiten der Konvergenz undeutlich zu werden drohe, da sich gerade in digitalisierten Märkten die Programmauswahl weg von dem Sender hin zu dem Empfänger verschiebe, etwa durch Video-on-De-

mand-Dienste oder digitale Videorecorder. Insofern mache es wenig Sinn, den gleichen Dienst nur auf Grund der Anforderung durch den Nutzer regulatorisch anders zu behandeln. Daher wird gefordert, die Differenzierung müsse deutlicher durch die Kommission herausgearbeitet werden, ansonsten sei eine Ausweitung des Anwendungsbereich auch auf Rundfunkdienste angezeigt – zumindest müsse sich aber die Regulierung in diesem Bereich flexibel und zügig auch auf neue Erscheinungsformen der Konvergenz einstellen können.

2.) *Einbeziehung anderer Plattformen:* Einige Stellungnahmen regen die Einbeziehung zusätzlicher, bisher nicht beachteter Plattformen in den Regulierungsbereich an, wie etwa Digital Audio Broadcasting (DAB) oder Internetplattformen.

3.) *Durchsetzung von MHP als Standard:* Eine breite Mehrheit reagiert positiv auf die Ansicht der Kommission, dass MHP sich als zukünftiger Standard für digitale Fernsehplattformen durchsetzen werde. Auf Grundlage des Art. 17 Abs. 3 der EG-Rahmenrichtlinie soll dieser Standard auch durch die Mitgliedstaaten gefördert werden. Hier müsse die Kommission konkrete Förderungsmaßnahmen und deren Grenzen nennen, die unter Binnenmarktgesichtspunkten zulässig sind. Die EBU (European Broadcasting Union) nennt als denkbare Beispiele etwa die Entwicklung eines MHP-Labels, Steuervergünstigungen sowie die Separierung vertikal integrierter Anbieter von den eigenen Inhalteangeboten. Die Wichtigkeit der Zugänglichkeit eines solchen Standards wird dabei besonders hervorgehoben, insbesondere sollte dies auch einschließen, dass Anbieter, die sich einem solchen Standard angeschlossen haben, Vorschläge für Änderungen und Weiterentwicklungen machen können. In Widerspruch zur Ansicht der EU-Kommission sehen insbesondere die britische Regierung, die die BBC sowie die EBU die Durchsetzung des MHP-Standards in Ländern wie Großbritannien oder Frankreich gefährdet, in denen proprietäre APIs bereits eine hohe Marktdurchdringung und hohe

Kosten verursacht haben. Hier erscheine ein freiwilliger Wechsel zu MHP unwahrscheinlich und im Hinblick auf die Entwicklung des Marktes in diesem Bereich auch nicht wünschenswert.

Einige Stellungnahmen, darunter die der französischen Regierung, fordern daneben eine Erweiterung der API-Zugangsprinzipien, wie sie im Arbeitspapier der Kommission zu Grunde gelegt werden, auf alle Formen der Bereitstellung von Diensten der elektronischen Kommunikation.

4.) *DRM-Systeme*: Da neben den Herstellern von APIs und EPGs zukünftig auch die Systemhersteller für das Digital Rights Management zu Gatekeepern im digitalen Fernsehen werden können, fordern einige Stellungnahmen auch für diese Systeme einen angemessenen, fairen und nicht-diskriminierenden Zugang aller Anbieter von Diensten der Informationsgesellschaft. Die EU-Kommission solle diesbezüglich eine Ausweitung oder schnelle Reaktion der Regulierung auf diesen Bereich erwägen.

Die DLM weist neben diesen Hauptkritikpunkten an dem Arbeitspapier auf die Erforderlichkeit einer Technologiefolgenabschätzung hin, die Nutzen und Gefahren für Nutzer untersuchen, sowie denkbare Effekte auf die gegenwärtigen programmlichen und unternehmerischen Strukturen analysieren. Hier seien ggf. Anstrengungen nötig, um der Sonderstellung des Rundfunks als Medium und Faktor der freien privaten und öffentlichen Meinungsbildung gerecht zu werden. [SD / PP]

Alle Stellungnahmen sind einzusehen unter: http://europa.eu.int/information_society/topics/telecoms/regulatory/publicconsult/comments/barriers_to_widespread_access/index_en.htm

Das zu Grunde liegende Arbeitspapier: EU-Kommission: Arbeitspapier der Kommissionsdienststellen über Hemmnisse für den breiten Zugang zu neuen Diensten und Anwendungen der Informationsgesellschaft durch offene Plattformen beim digitalen Fernsehen und beim Mobilfunk der dritten Generation, http://europa.eu.int/information_society/topics/telecoms/regulatory/publicconsult/documents/211_29_de.pdf

2.2 Großbritannien: Entwurf einer Verordnung zur Umsetzung der EG-Zugangsrichtlinie

Im Februar 2003 veröffentlichte das britische Handelsministerium einen ersten Entwurf der „Advanced Television Services Regulations“, mit denen vor allem die Vorgaben der EG-Zugangsrichtlinie und der EG-Universaldienstrichtlinie in nationales Recht umgesetzt werden sollen. Regelungsmittelpunkt der Minister-Verordnung ist insofern die Verpflichtung zur Einhaltung technischer Standards und die Überprüfung von deren Einhaltung, durch die zuständigen Aufsichtsorgane.

Art. 4 Abs. 2 der EG-Zugangsrichtlinie (2002/19/EG) sieht vor, dass die für die Verteilung von Digitalfernsehdiensten eingerichteten öffentlichen, elektronischen Kommunikationsnetze zur Ausstrahlung von Breitbild-Fernsehdiensten und -programmen geeignet sein müssen. Art. 24 der EG-Universaldienstrichtlinie (2002/22/EG) verpflichtet die Mitgliedstaaten zur Sicherstellung der Interoperabilität der für die Verbraucher bestimmten Digitalfernsehgeräte gem. Annex 6 der Richtlinie, der einen einheitlichen Verschlüsselungsalgorithmus und den Empfang von unverschlüsselten Signalen fordert und die Mitgliedstaaten auffordert, die

Interoperabilität von Geräten für analoges und digitales Fernsehen zu gewährleisten. Der Verordnungsentwurf des Ministeriums will diese Vorgabe durch die Regulations 4 bis 7 durchsetzen, die an den Wortlaut der EG-Richtlinien angelehnt sind. Zur Durchsetzung dieser an die Hersteller von Endgeräten gerichteten Verpflichtungen werden die zuständigen Behörden ermächtigt, Testkäufe durchzuführen und Produktionsanlagen und Geschäftsräume zu betreten, um die Einhaltung dieser Verpflichtungen zu kontrollieren. Im Fall eines Verstoßes gegen die Vorgaben der Verordnung haben die Aufsichtsbehörden die Möglichkeit, die entsprechenden Produkte und Geräte einzuziehen bzw. zu beschlagnahmen. Gegen derartige behördliche Maßnahmen steht dem betroffenen Hersteller der Rechtsweg offen. Das Ministerium hat zu Stellungnahmen zum Verordnungsentwurf bis zum 2. Mai 2003 aufgefordert. [SD]

Department for Trade and Industry (Feb. 2003): The advanced television services regulations 2003: Draft regulations. A consultation document, <http://www.dti.gov.uk/consultations/pdf/n0000ct2.pdf>

2.3 Großbritannien: „Creating Ofcom“ – Vorschläge zur Ausgestaltung vorgestellt

Ein Beraterteam hat im November 2002 Vorschläge für die Gestaltung des Office of Communications (Ofcom) vorgestellt.

Danach soll der neue Regulierer – zu seiner rechtlichen Grundlage und den Aufgaben siehe DocuWatch 2/02, S. 9f. und 4/02, S. 12f. – in vier Bereiche gegliedert sein, nämlich „Strategy and Development“, „Regulatory Policy and Compliance“, „Regulatory Options“ und „Corporate Services“. Der Bericht enthält auch bereits Vorschläge für Regulierungsansätze und Arbeitsprozesse von Ofcom. Zudem finden sich Vorschläge zur Planung der Überführung der bisherigen Regulierungsbehörden in die neue

Einheit; dies betrifft sowohl die Frage, wie mit dem bestehenden Personalstamm verfahren werden soll, als auch die Bestimmung des Sitzes von Ofcom. Der Bericht gibt Entscheidungskriterien an die Hand, um diese Fragen zu klären. Darüber hinaus wird vorgeschlagen, zur Gründung von Ofcom ein „Implementation Team“ einzurichten. Die Leiter der existierenden Regulierungsbehörden sollen als „Regulators Group“ die Gründung von Ofcom begleiten. [WS]

Towers Perrin; Ernst & Young; Differentis (2002): Executive Summary of the Consultants' Final Report 'Creating Ofcom', http://www.communicationsbill.gov.uk/pdf/Public_Exec_summary-OFCOM.pdf

2.4 Großbritannien: Stellungnahme zu Prinzipien der Frequenz-Planung

Die britische Regierung hat eine Stellungnahme zu den Prinzipien der Frequenzplanung des UHF-Spektrums für die Einführung digitalen Fernsehens veröffentlicht.

Nach der Diskussion der verschiedenen Optionen, die für die Nutzung der vorhandenen Bandbreiten zur Verfügung stehen, wird u.a. festgestellt, dass für die Bevölkerung mobile Nutzungsmöglichkeiten wichtiger sind, als Fernsehangebote, so dass Teile des verfügbaren Spektrums für solche Angebote genutzt werden

sollen. In der Stellungnahme wird betont, dass Planungssicherheit für die Rundfunkveranstalter ein wichtiger Faktor für die Einführung digitalen Fernsehens sein wird und dass es deshalb notwendig ist, auf nationaler und internationaler Ebene einen flexiblen aber zuverlässigen Rahmen für die künftige Frequenzplanung zu finden. [H3r]

DTI /DCMS: Statement on the principles for planning the use of the UHF spectrum once analogue terrestrial transmission ends (30.01.2003), http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdfs/Statement_UHF.pdf

2.5 Deutschland: Novellierung des Thüringer Landesmediengesetzes

Am 14. Januar 2003 ist das novellierte Thüringer Landesmediengesetz in Kraft getreten. Die Landesregierung hat die auf Grund zwischenzeitlich erlassener Rundfunkänderungsstaatsverträge notwendig gewordene Novellierung des ehemaligen Thüringer Rundfunkgesetzes (TRG) daneben zum Anlass genommen, gesetzliche Voraussetzungen für die Digitalisierung des Rundfunks in Thüringen zu schaffen.

So sieht § 3 Abs. 8 ThürLMG vor, dass analoge Frequenzen für die terrestrische Ausstrahlung von Rundfunk nur noch bis Ende 2003 vergeben werden. Danach sollen nach Möglichkeit ausschließlich digitale Übertragungskapazitäten vergeben werden, wobei die bereits erteilten Zuordnungen analoger Frequenzen zunächst erhal-

ten bleiben. Eine zeitliche Festlegung des analogen Switch-Offs in Thüringen sieht das Gesetz dagegen nicht vor. Bei der Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen und Mediendiensten in digitalisierten Kabelanlagen übernimmt das ThürLMG in § 38 a die Vorschriften des Rundfunkstaatsvertrages (§ 52 RStV).

Daneben übernimmt das Gesetz die Vorgaben von § 53 RStV zum chancengleichen Zugang von Veranstaltern zu digitalen Plattformen anderer Diensteanbieter (§ 3 a ThürLMG). [SD]

Thüringer Landesmediengesetz (ThürLMG) in der Fassung des Ersten Gesetzes zur Änderung des Thüringer Rundfunkgesetzes vom 06. Januar 2003 (GVBl. Nr. 01/2003 vom 13. Januar 2003), <http://www.tlm.de/downloads/tlmg.pdf>

3 Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern

3.1 Deutschland: DVB-T in Berlin gestartet

Anfang März startete in Berlin die Verbreitung von DVB-T. Im Rahmen der Umstellung wechselten fast alle der terrestrisch empfangbaren Programme die Frequenzen (Das Erste (ARD), ZDF, ORB und B1). Digital empfangbar sind nun die Programme mdr, NDR, arte, RTL, RTL II, SuperRTL, VOX, Das Erste (ARD), SFB 1, ORB, PHOENIX, ZDF, ZDF-Info, ZDF-Doku, KiKa, SAT1, ProSieben, Kabel1 und N24. Be-

fristet bis zum Sommer 2003 werden die Programme MTV, Eurosport und n-tv auf einem Kanal ausgestrahlt, der nur von einem Teil der Berliner Haushalte empfangen werden kann. [H3r]

DigitalFernsehen.de News vom 03.03.03: DVB-T: Nur kleine Start-Pannen in Berlin, <http://www.digitalfernsehen.de/News/1039445267?mid=n4044633078115>

3.2 Frankreich: Ergänzungsbericht zu DTT

Michel Boyon hat nach dem Hauptgutachten vom Oktober 2002 (siehe DW 4/02, S. 16) im Februar 2003 einen Ergänzungsbericht zu ausgewählten Fragen des digitalen terrestrischen Fernsehens in Frankreich vorgelegt (Télévision numérique terrestre – Rapport complémentaire).

Dabei geht es zunächst um die fortgeschrittene Umrüstung der Sendeeinrichtungen. Es werden Lösungs- und Finanzierungsmodelle dargelegt, um Empfangsstörungen auf Grund des Simulcast zu vermeiden, der von Betreibern der Kabel- und terrestrischen Anlagen derzeit gleichermaßen eingesetzt wird. Ein weiterer Punkt ist die Must-Carry-Verpflichtung der Kabelbetreiber: Betreiben sie ein digitales Angebot, so sind sie verpflichtet, alle frei empfangbaren Programme, die digital-terrestrisch ausgestrahlt werden (zunächst 19 Angebote), in das Kabel einzuspeisen (vgl. DW 1/02, S. 9). Dadurch entstehen neben den direkten Übertragungskosten auch indirekte Belastungen (geringere Attraktivität der Kabelbouquets, Vorhalt von Endgeräten). Die Regelung ist vor dem Staatsrat angefochten worden, weil das Gesetz keinen finanziellen Ausgleich vorsieht. Boyon spricht sich dennoch für die Aufrechterhaltung der Regelung aus, weil sie insbesondere Newcomern – ad hoc – einen Zugang zur breiten Öffentlich-

keit verschafft. Die Übertragungskosten sollten nach seiner Auffassung an die Sender weitergegeben werden.

Schließlich werden Eckdaten einer Regulierung für das regionale terrestrische Fernsehen entworfen, welches bisher nur eine sehr begrenzte Rolle in Frankreich spielt. Boyon plädiert u.a. für eine Ausgliederung aus den üblichen programmbezogenen Lizenzpflichten (Sende- und Produktionsquoten), für eine Aufhebung konzentrationsrechtlicher Beschränkungen (Kapitalanteilsgrenze, Verbot der Verknüpfung landesweiter und regionaler TV-Aktivitäten) und für eine schrittweise Rückführung der bestehenden Werbeverbote bestimmter Sektoren (Presse, Kino, Verlage, Distribution). Der Kulturminister hat bereits auf dieser Grundlage einen Dekretsentwurf für das regionale terrestrische Fernsehen fertigen lassen. [PP]

Boyon, Michel (2003): La Télévision numérique terrestre, Rapport complémentaire établi à la demande du Premier Ministre, Paris, Februar 2003, http://www.ddm.gouv.fr/rapports_etudes/documents/boyon_complementaire.rtf

Presseerklärung des Kultur- und Kommunikationsministers Aillagon vom 28. Februar 2003: Sur les suites données au rapport complémentaire de Michel Boyon sur la télévision numérique terrestre, <http://www.culture.fr/culture/actualites/communiq/aillagon/boyn.htm>

3.3 Großbritannien: Digital Television Action Plan

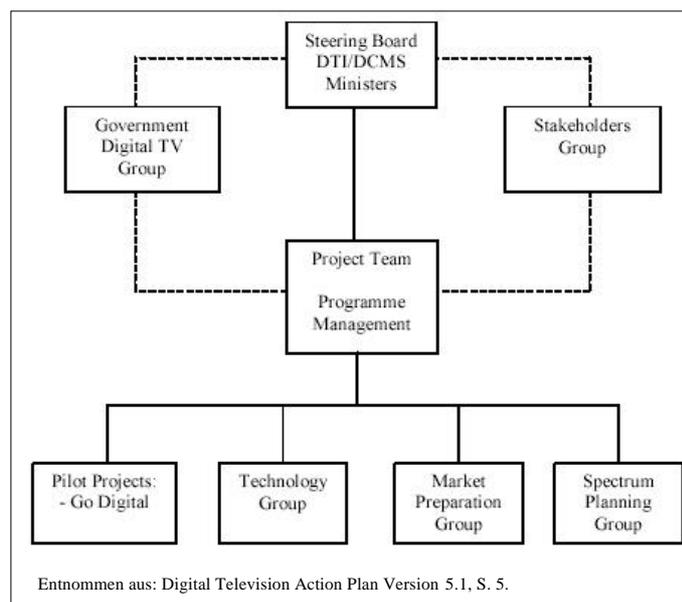
Im Februar 2003 veröffentlichte die britische Regierung die Version 5.1 des „Digital Television Action Plans“. Im Jahr 1999 hatte die Regierung erstmals Kriterien veröffentlicht, die vor dem kompletten Übergang zur digitalen Fernsehübertragung im Jahr 2010 erfüllt sein müssen:

Jeder Rezipient, der die wichtigsten Programme analog empfangen kann, soll dies auch in digitaler Form tun können. Der Wechsel zu digitalem Fernsehen soll für die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung leicht möglich sein und 95 Prozent der Konsumenten sollen Zugang zu digitalen Empfangsgeräten haben.

Wenn diese Kriterien erfüllt sind, soll der Switch-Over im Jahr 2006 beginnen und 2010 abgeschlossen sein. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeiten die unterschiedlichen Akteure, die an der Entwicklung beteiligt sind, im Rahmen des Digital Television Action Plans zusammen (siehe Schaubild). Zum derzeitigen Zeitpunkt des Projektes stehen vor allem in vier Bereichen Entscheidungen an: Erstens muss die Frequenzplanung für die Zeit nach dem Switch-Over entwickelt werden, zweitens

muss der Markt durch Kommunikation und Information auf die Umstellung vorbereitet werden, drittens muss die technologische Entwicklung vorangetrieben werden und viertens sollen Pilotprojekte für die technische Erprobung und Demonstration der neuen Möglichkeiten initiiert werden. [H3r]

DTI / DCMS: Digital Television Action Plan, Version 5.1 (February 2003), http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdfs/DigitalTV_ActionPlan.pdf



3.4 Japan: Aktionsplan für Digitalisierung des terrestrischen Rundfunks

Das Ministerium für Öffentliche Verwaltung, Inneres, Post und Telekommunikation hat seinen Jahresbericht 2002 zur Informations- und Kommunikationspolitik in Japan vorgelegt. Darin wird die Digitalisierung des terrestrischen Rundfunks als ein nationales Anliegen genannt, das die Regierung in Zusammenarbeit mit den Rundfunkveranstaltern, der Geräteindustrie und anderen aktiv betreiben wird.

In einem Aktionsplan für die Förderung digitalen Rundfunks ist u.a. vorgesehen, dass die Fernsehveranstalter bis Jahresende 2003 das terrestrische digitale Fernsehen in den Metropolregionen Kanto (um Tokyo), Kinki (um Kyoto und Osaka) und Chukyo (um Nagoya und Ookayama) in Betrieb nehmen. Die dafür notwendigen Veränderungen der Frequenzzuweisungen

wird die Regierung umgehend vornehmen. Es sind auch finanzielle Hilfen für die Veranstalter geplant. Die weiteren Regionen sollen bis 2006 folgen, der analoge Sendebetrieb soll bis 2011 eingestellt werden. Bei der digitalen Verbreitung soll der Anteil der HDTV-Programme von Anfang an mehr als die Hälfte der Sendezeit betragen; eine weitere Steigerung wird angestrebt.

Es soll außerdem ein Beirat geschaffen werden, der die Einführung des digitalen Rundfunks durch eine öffentliche Kampagne unterstützt. Die Regierung wird ebenfalls Öffentlichkeitsarbeit für die Digitalisierung betreiben. [Schr]

MPHPT: Information and Communications Policy in Japan 2002 (Annual Report), http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/eng/Resources/AR2002/ar2002.pdf

3.5 Litauen: Ausschreibung digitaler Fernseh-Frequenzen in Vilnius erfolglos

Auf die Ausschreibung der Frequenzen für digitales Fernsehen in der Hauptstadt Vilnius hat es, anders als beim Hörfunk, keine Bewerber gegeben. Die bestehenden Fernsehveranstalter haben noch kein Interesse gezeigt. Litauens Hörfunk- und Fernsehkommission RTCL plant eine neue

Ausschreibung. Das erste Multiplex soll 2004 zugelassen werden, ein zweites 2010. Für 2015 ist das Abschalten der analogen Übertragung geplant. [Schr]

Digital TV Group News vom 04.02.03: Lithuania Digital TV Update, http://www.dtg.org.uk/news/world/-lithuania_update.htm

3.6 Niederlande: DTT-Betrieb soll im April starten

Mitte April soll im Nordwesten Hollands der reguläre Betrieb des digitalen terrestrischen Fernsehens durch das Unternehmen Digitenne beginnen. Zum Preis von 8,95 Euro, und damit billiger als bei einem üblichen Kabelanschluss, sollen 25 Fernseh- und 16 Hörfunkprogramme verbreitet werden. Das Sendegebiet umfasst die Städte Amsterdam, Almere, Haarlem und Hil-

versum. Bis zum Jahresende wird eine Reichweite von 50.000 Haushalten angestrebt. Mit landesweiter Verbreitung wird erst ab 2005 gerechnet. [Schr]

Advanced-Television.com News vom 12.02.03: Dutch DTT to start in mid-April, <http://www.advanced-television.com/pages/pagesb/newsdaily.html#dttdutch>

3.7 Österreich: Fernsehgebühren für Digitalisierungsfond

Der terrestrische Sendebetrieb ist in Österreich unverzichtbar. Zu dieser Einschätzung kommen die RTR und KommAustria in einem Thesenpapier für die Arbeitsgemeinschaft „Digitale Plattform Austria“. 63 Prozent der Haushalte beziehen Fernsehprogramme noch über die Hausantenne, weil auch Satellitenhaushalte die ORF-Programme noch terrestrisch empfangen.

Allein marktgetrieben werde in Österreich die Digitalisierung der terrestrischen Rundfunkübertragung nicht gelingen. Angesichts der Bedeutung der terrestrischen Verbreitung soll ein Teil der Rundfunkgebühr, der nicht dem ORF als Programmengeld zukommt, sondern in den Staatshaushalt fließt, für einen Digitalisierungsfonds genutzt werden. Damit soll der Simulcast-Betrieb unterstützt werden. Die Kabelnetzbetreiber haben es als Wettbewerbsverzerrung

kritisiert, wenn die Digitalisierung der terrestrischen Übertragung subventioniert werden soll, während sie die Digitalisierung der Kabelnetze selbst finanzieren sollen.

Der digitale Sendebetrieb soll ab 2004 in Inseln beginnen. In der nächsten Phase soll ab Ende 2006 der digitale Sendebetrieb flächendeckend erfolgen, mit ersten Einschränkungen beim analogen Sendebetrieb. Frühestens 2008, spätestens aber 2012, soll der analoge Fernsehbetrieb ganz beendet werden. [Schr]

Infosat.info News vom 16.02.03: Österreich auf dem Weg zur Digitalisierung des Rundfunks, http://www.digitalportal.de/_inc/news_print.asp?nachricht_id=8145

Digital TV Group News vom 29.01.03: Media Secretary confirms controversial Austrian DTT strategy, http://www.dtg.org.uk/news/world/-austria_dtt_strategy.htm

3.8 Tschechien: Konzept zur Digitalisierung des Rundfunks vorgelegt

Das Ministerium für Transport und Kommunikation hat in Zusammenarbeit mit dem Kulturministerium und dem Rundfunkrat ein „Konzept für den Wechsel zum digitalen Audio- und Videorundfunk“ herausgegeben. Darin werden die

Regierung und die staatliche Verwaltung verpflichtet,

- innerhalb des Frequenzspektrums für genügend Platz zu sorgen,

- für die Ergänzung der Mediengesetze zu sorgen, damit Lizenzen an die Betreiber digitaler Multiplexe vergeben werden können,
- das Rundfunkgesetz zu novellieren,
- landesweiten Rundfunkveranstaltern innerhalb der ersten beiden Multiplexe Übertragungskapazitäten zu garantieren.

Die Regulierung soll im Bereich der digitalen Multiplexe durch den Rundfunkrat erfolgen. Im Bereich der Telekommunikationsdienste, der

Frequenzverwaltung und dem Betrieb von Multiplexen soll die Regulierung durch das Amt für Telekommunikation erfolgen.

Die Lizenzen der Firmen Czech Digital Group und Èeské Radiokomunikace für den Versuchsbetrieb von DVB-T wurden vom Rundfunkrat verlängert. [Schr]

Fuèik, Jan (2003): CZ- Digitales terrestrisches Fernsehen in der tschechischen Republik, in: Iris 2003 /1, S. 7.

3.9 USA: Technische Reichweite digitalen Fernsehens bei 97 Prozent

Im Januar 2003 strahlten 733 lokale Fernsehstationen in den USA digitale Programme aus. Damit könnten 97 Prozent der amerikanischen TV-Haushalte digitale Angebote nutzen, wenn sie über entsprechende Empfangsgeräte verfügen würden. Die Umstellung der Sendetechnik in den Stationen kam vor allem auf Druck der FCC

zu Stande, die sich darum bemüht, die Einführung des digitalen Fernsehens in den USA zu beschleunigen. [H3r]

N.N. (2003): 733 DTV Stations On-Air, in: Destination Digital TV, Vol 3 (2003) Nr 1, (hrsg. v. NAB), <http://www.nab.org/newsroom/issues/digitaltv/DDTV/0103.pdf>

4 Einzelthemen

4.1 Aktuelle Entwicklung des deutschen Breitbandkabelmarktes

Im Januar verkaufte die Deutsche Telekom die letzten sechs ihrer regionalen Kabel-TV-Netze. Käufer sind ein Investorenkonsortium aus Apax Partners, Goldman Sachs Capital Partners und Providence Equity. Der Kaufpreis von 1,725 Mrd. € wird möglicherweise in Abhängigkeit von der zukünftigen Wertentwicklung des Kabelgeschäftes um 375 Mio. € erhöht. Bei den sechs Kabelgesellschaften in den Regionen „Hamburg / Schleswig-Holstein / Mecklenburg-Vorpommern“, „Niedersachsen / Bremen“, „Berlin / Brandenburg“, „Sachsen / Sachsen-Anhalt / Thüringen“, „Rheinland-Pfalz / Saarland“ und „Bayern“ sind rund 2.500 Mitarbeiter beschäftigt. Die Übernahme der Kabelnetze ist mittlerweile auch durch die EU-Kartellbehörde genehmigt.

Auch im Fall der Versteigerung des nordrhein-westfälischen Kabelnetzbetreibers Ish kam unter der Führung der Deutschen Bank AG, London, und der Citigroup ein Bankenconsortium aus 38 Geldinstituten für einen Betrag von 275 Mio. €

zum Zuge. Ish beschäftigte 2002 1.250 Mitarbeiter.

Im Februar gründete sich in Berlin der „Deutsche Kabelverband“, der vor allem die Interessen der auf der dritten Netzebene aktiven Unternehmen vertreten will. [H3r]

Deutsche Telekom: Deutsche Telekom verkauft Kabel-TV-Aktivitäten der verbliebenen sechs Regionen an ein Investorenkonsortium (Pressemitteilung vom 28.01.03), <http://www.telekom.de/dtag/presse/artikel/0,1018,x1847,00.html>

EU-Kommission: Case No COMP/M.2995 – Apax Europe / Goldman Sachs / Providence / Telekom Cable Merger Procedure (28.02.03), http://europa.eu.int/comm/competition/mergers/cases/decisions/m2995_en.pdf

Ish: ish startet durch – mit neuen Eigentümern (Pressemitteilung vom 31.01.03), <http://www.ish.de/linebreak4/mod/netpdf/data/Auktion.pdf>

DigitalFernsehen.de News vom 25.02.03: Neuer Kabelverband: Kooperation statt Konfrontation, <http://www.digitalfernsehen.de/News/1039516463?mid=n6243633083134>

4.2 Code of Practice der britischen Video-on-Demand Association

Die Mitglieder der britischen Video-on-Demand Association (VODA) haben einen Code of Practice vorgelegt. Der Code regelt die Rechte und Pflichten der Mitglieder der Gesellschaft untereinander und im Verhältnis zu ihren Kunden. Die Einhaltung der Bestimmungen des Codes, der u. a. Bestimmungen zum Jugendschutz und zum Datenschutz enthält, sollen von einem

VODA-Board überwacht werden, dass von den Mitgliedern gewählt wird. Das Board soll unter Vorsitz eines Chairmans außerdem auch als Interessenvertretung der Mitglieder fungieren. [H3r]

DCMS: The Video-On-Demand Association Code of Practice, http://www.culture.gov.uk/creative/pdf/VoD_Code_of_Practice.pdf

4.3 Neuer Inhalte-Standard für Pay-TV, Pay-per-View und Video-on-Demand in Kanada

Anlässlich der Verbreitung unzulässiger Inhalte durch einen Pay-per-View-Anbieter im Jahre 2001 hatte die CRTC den Anbieter aufgefordert, in Zusammenarbeit mit den anderen Anbietern einen neuen Verhaltenskodex zu entwickeln, der insbesondere den Umgang mit Inhalten regelt, die nur für Erwachsene bestimmt sind. Nunmehr haben die Veranstalter von Pay-TV, Pay-per-View und Video-on-Demand einen solchen Standard entwickelt.

Die Veranstalter verpflichten sich darin, Sexfilme für Erwachsene nicht auszustrahlen, bevor diese von einer Filmbewertungsstelle freigegeben sind. Im Pay-TV sollen solche Programme im Interesse des Jugendschutzes nur zwischen 23.00 und 6.00 verbreitet werden. Beim Pay-per-View und Video-on-Demand wird hingegen davon ausgegangen, dass die Verantwortlichen in einem Haushalt sich im Zusammenhang mit der einzelnen Freigabe jeder Sendung auch der

Möglichkeiten der Verhinderung unkontrollierter Nutzung bewusst sind.

Die CRTC hat den Standard genehmigt und ihn zur Auflage auch für die bestehenden Lizenzen gemacht. Die Regelungen über Gewaltdarstellungen bleiben daneben bestehen. [Schr]

CRTC: Broadcasting Public Notice CRTC 2003-10: Industry Code of programming standards and practices governing pay, pay-per-view and video-on-demand services (vom 6.03.03), <http://www.crtc.gc.ca/archive/ENG/Notices/2003/pb2003-10.htm>

4.4 Vergabe der französischen Fußball-Sendelizenzen beanstandet

Durch Beschluss vom Dezember 2002 hatte der Aufsichtsrat der französischen Fußball-Liga (*Ligue de football professionnel- LFP*) sämtliche Verwertungsrechte der Ligaspiele von 2004 bis 2007 exklusiv an das TV-Unternehmen Canal Plus vergeben (vgl. DW 4/2002, S. 20). Die LFP hält ein rechtliches Monopol an den Verwertungsrechten der französischen Fußballwettbewerbe. Das Paket umfasst drei vollständig übertragene Spiele pro Spieltag, ein Sportmagazin sowie die Verwertung im Pay-per-View. Auf die Klage des Konkurrenten TPS (*Télévision par Satellite*), der ebenfalls eine digitale Programmplattform über Satellit betreibt, suspendierte der Wettbewerbsrat (*Conseil de la Concurrence*) die Entscheidung im Januar 2003 mit der Begründung, die LFP habe mit der ausschließlichen Abtretung der Rechte an Canal Plus ihre marktbeherrschende Stellung auf dem Markt der Fußballübertragungsrechte missbraucht. Die Verletzung wettbewerbsrechtlicher Grundsätze sah der Conseil vor allem in der ausschließlichen Vergabe von Fußballrechten an einen Programmbetreiber, der auf dem nachgelagerten Markt des Pay-TV marktbeherrschend

ist. Canal Plus verfügt mit seinen gebündelten Aktivitäten im terrestrischen Bereich und über Kabel und Satellit insgesamt über einen Marktanteil von knapp 65 Prozent im Pay-TV. Bereits in den drei Wochen zwischen der Zuweisung der Rechte und der Entscheidung des Conseil hatte TPS 5 Prozent seiner Abonnements verloren und Canal Plus 15 Prozent hinzugewonnen. Nach Einschätzung des CSA war langfristig das Stagnieren jeglichen Wachstums der Plattform TPS zu befürchten, es bestehe die Gefahr der Betriebseinstellung. Nach der Entscheidung haben die Beteiligten die Einleitung eines Mediationsverfahrens durch den Appellationsgerichtshof von Paris (*Cour d'Appel de Paris*) akzeptiert. [PP]

Conseil de la Concurrence: Décision n° 03-MC-0, TPS. / LFP (Ligue de Football Professionnel), 23. 01.2003, <http://www.finances.gouv.fr/reglementation/avis/conseilconcurrence/>

Dutheil, Guy (2003): Canal Plus, la Ligue de football et TPS acceptent la médiation de la Cour d'Appel de Paris, in: Le Monde, 18.02.2003, http://www.lemonde.fr/imprimer_article_ref/0,5987,3234--309604,00.html

4.5 Oberster Gerichtshof Spaniens hebt Regelung über Set-Top-Boxen auf

Der Oberste Gerichtshof hat ein Gesetz vom 31. 01.1997 aufgehoben, das Canal Satellite Digital verpflichtete, eine spezifische Art Set-Top-Box zu verwenden. Er folgt damit einer Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs, dass da-

mit der freie Waren- und Dienstleistungsverkehr unzulässig eingeschränkt werde. [Schr]

Digital TV Group News vom 13.01.03: Supreme Court overturns Spain's set-top box law, http://www.dtg.org.uk/news/world/-spain_stb_law.htm

4.6 Von OpenTV zu MHP

Nachdem RTL bereits seine unter dem Namen RTL World auf der IFA 2001 vorgestellten Open-TV-Angebote abgeschaltet hat, wird auch die ARD am Ende des Jahres die in Verbindung mit Sendungen wie „Verstehen Sie Spaß“ oder

„Tatort“ ausgestrahlten Angebote in dieser Form beenden. Im kommenden Jahr werden interaktive Angebote auf der Grundlage des MHP-Standards angeboten. [H3r]

DigitalFernsehen.de News vom 02.03.03: Digital-TV: ARD schaltet interaktive Dienste ab, <http://www.digitalfernsehen.de/News/1037710986?mid=n3944633081119>

Digital TV Group News vom 03.02.03: ARD to switch off OpenTV to make way for MHP, http://www.dtg.org.uk/news/world-ard_open_tv.htm

4.7 Wirtschaftliche Entwicklung von „Sky“

Im Februar 2003 veröffentlichte die British Sky Broadcasting Group PLC (BSkyB) Wirtschaftsdaten für die letzten sechs Monate des Jahres 2002. Mittlerweile hat das Unternehmen mehr als 6,6 Millionen Kunden in Großbritannien; allein im letzten Quartal des Jahres 2002 verzeichnete das Unternehmen eine Zunahme von 244.000 Abonnenten. Die Erlöse aus dem A-bonnement stiegen um 23 Prozent auf 1,1 Mrd. Pfund. Die Werbeerlöse erreichten 133 Mio. Pfund, dies entspricht einem Wachstum von 13 Prozent. Der Gewinn vor Steuern und Abschrei-

bungen erhöhte sich um 126 Prozent auf 158 Millionen Pfund.

Die Anzahl der Sendungen, die von mehr als einer Million Briten gesehen wurden, verdoppelte sich 2002 auf 160; zu den populärsten Programmen bei Sky zählen die Simpsons, Dinotopia und Buffy. [H3r]

BBC-Online News vom 14.02.03: BSkyB tightens its grip on profitability, <http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/2760371.stm>

BSkyB: BSkyB Group PLC: Results for the six months ended 31 December 2002 (press release, 14.02.03), http://media.corporate-ir.net/media_files/lse/bsy.uk/interim.pdf.html

4.8 Erfolgreiche interaktive TV-Spiele

Das Unternehmen Two Way, das seit 1992 existiert und im Jahr 1997 begann, einfache interaktive Spiele im Fernsehen anzubieten, ist derzeit mit interaktiven Spieleangeboten in Großbritannien sehr erfolgreich. Beinahe die Hälfte der Nutzer digitalen Fernsehens geben an, dass sie bereits interaktive Spiele über ihren Fernseher gespielt haben, während nur 18 Prozent bereits Teleshopping genutzt haben und 9 Prozent auf diesem Wege das Internet nutzen. Mittlerweile

hat sich das Unternehmen auch im Ausland, u.a. im amerikanischen und australischen Markt positioniert, und bietet seine technische Plattform an. An dem Unternehmen sind NTL, Ladbrokes und private Investoren beteiligt. [H3r]

Scott, Toby (2003): UK interactive-TV games pioneer aims to build on early successes, in: TV International, Vol 11 (2003) Nr 2, S. 10-11.

4.9 Start des Digitalkanals BBC 3

In Großbritannien startete die BBC mit BBC 3 ein weiteres digitales Angebot. Das Programm richtet sich an die Zielgruppe der 25- bis 34-jährigen und ist eine Konkurrenz für Sky 1, ITV 2 und E4 von Channel 4. Nachdem vor zwei Jahren der Start von BBC 3 zunächst vom Kulturministerium gestoppt wurde, da das vorgesehe-

ne Programmschema nicht zu einer Erweiterung der Programmvierfalt führen würde, hat die BBC mit dem neuen Programm versucht, ein innovatives Konzept umzusetzen, das vor allem dem Nachwuchs Chancen gibt. [H3r]

Krönig, Jürgen (2003): "Fast, furious, good looking". Die BBC startet den Digitalkanal BBC 3, in: epd medien (2003) Nr 13, S. 7-8.

4.10 Europaweites HDTV-Programm geplant

Unter dem Namen „Euro1080“ soll im Januar 2004 ein Sender starten, der sein Programm in Europa ausschließlich in HDTV ausstrahlen wird. Das Unternehmen Alfacam will mit einem europaweiten Angebot von Sport, Musik, E-

vents, Shows und Spielfilmen europaweit interessierte Zuschauer gewinnen und sucht derzeit Partner für die Weiterentwicklung des Unternehmens. [H3r]

Die Homepage des Senders „Euro1080“, <http://www.euro1080.tv>

5 Literaturhinweise

Im Folgenden wird die aktuelle Literatur rund um das digitale Fernsehen vorgestellt. Dafür wurden unter anderem die Literaturlisten der Zeitschrift „Medien & Kommunikationswissenschaft“ ausgewertet, die bis zum Redaktionsschluss des DocuWatch vorlagen.

5.1 Zeitschriften

Communications Law

Vol 7 (2002) Nr 6

Harrison, Jackie: E-public services and interactive television: Re-evaluating the remit and scope of public service broadcasting (PSB) in the digital age. – S. 181-187.

„The European Commission has recognised the importance of public service broadcasting (PSB) in its Communication (2001 / C 320/04) requiring each Member State to establish its own definition and scope of PSB. The problems involved in this exercise require consideration. In Britain, the idea of PSB traditionally has not been established in law, but embodied in institutional forms (the BBC and regulatory bodies). Consequently discussion about the meaning of PSB in Britain is generally narrowly focussed around particular institutions. Whilst the Draft Communications Bill prescribes a role for PSB, it still identifies different rules and roles for commercial public service broadcasters and the BBC. Furthermore, British communications policy in relation to PSB is influenced by three broad perspectives: A ‚nostalgic or traditional‘ view of PSB; the belief in the need for evolution and reduction of the PSB remit; and a (re)invention of a relationship between technology (interactive digital television (iDTV) and broadband delivery) and public service information. The first two perspectives tend to see PSB as a problem which needs to be solved, whereas the third perspective seeks to expand or broaden the idea of PSB in the digital age. This article questions whether it is now possible for a range of new and old public service broadcasters to co-exist within one broadcasting system. New iDTV initiatives should expand rather than challenge the existing remit of PSB (to inform, educate and entertain), protecting and developing the idea of PSB, rather than marginalizing or diminishing it. New public service delivery initiatives via iDTV which provide specialised knowledge-based services, such as health information, may enhance the citizen’s ability to take competent action as well as playing an important role in developing interest and expectations about the potential of interactive digital television.“

Diffusion EBU

2002 Nr 3

Online-Ressource: http://www.ebu.ch/union/publications/pdf/publications_3_2002.pdf

Langenstein, Gottfried: The digital age and European television. – S. 58-61.

Laven, Philip: Re-planning for digital broadcasting. – S. 62-65.

2002 Nr 4

Online-Ressource: http://www.ebu.ch/union/publications/pdf/publications_4_2002.pdf

Lønne, Lars: From OBT to interactive television. – S. 24-25.

Shulzycki, Alexander: The politics of DTT. – S. 47-51.

epd medien

2003 Nr 5

Posewang, Wolfgang: Kommunizierende Röhren. Kabelfernsehen: Wettbewerbspositionen für die Zukunft. – S. 6-9.

Federal Communications Law Journal

Vol 55 (2002) Nr 1

Galperin, Hernan; Bar, François: The regulation of interactive television in the United States and the European Union. – S. 61-84.

„The broadcasting industry is rapidly entering the era of digitization, distributed intelligence, and interactivity. The case of interactive television offers an opportunity to investigate how desirable policy goals should be implemented in the post-convergence environment. This Article first reviews the evolution of the broadcasting industry through three successive models: the traditional ‚Fordist‘ television model, the current multichannel television model, and the emerging ITV model. Second, it characterizes the basic components of ITV and explores the concerns raised by the evolution of multichannel video programming distributors into ITV platform operators. Next, the Article reviews how regulators in the United States and the European Union have so far responded to these concerns

by contrasting two prominent cases: the AOL/Time Warner merger and British Interactive Broadcasting joint venture.“

Journal of Media Economics

Jg 16 (2003) Nr 1

Chan-Olmstedt, Sylvia M.; Kang, Jae-Won: Theorizing the strategic architecture of a broadband television industry. – S. 3-21.
„The emerging broadband environment is pushing forward a new phase of development for the television medium. Just as the introduction of cable television added the multichannel, narrow-casting capability to broadcast television, the arrival of the Internet and the broadband infrastructure brought more enhanced functions such as interactivity and personalization to cable television. This article introduces a strategic architecture that depicts the roles of various channel members and the interrelationships between them in the emerging broadband television industry by incorporating the concepts of value chain and complementary convergence. Contrary to the belief that the broadband industry would present a truly converged system in which firms from the multichannel television and telephone sectors compete in one another's market with bundled services, this article anticipates a broadband market that continues to offer telecommunications and video programming products under two separate interfacing devices and different distribution infrastructures because of the importance of preserving the unique characteristics of each product.“

Parsons, Patrick R.: Horizontal integration in the cable television industry: History and context. – S. 23-40.
„This article offers an historical review and analysis of horizontal integration in the cable television industry. It traces ownership patterns from the inception of the earliest multiple system operators (MSOs) to the formation of today's industry behemoths. It is a business history that provides a panoramic view of the slow but steady concentration of holdings in the industry and looks at the contemporaneous forces that either accelerated or retarded such formation at given points of its development.“

Kommunikation & Recht

Jg 6 (2003) Nr 2

Gounalakis, Georgios: Das TK-Sonderkartellrecht und die Regelungen zur Belegung von Übertragungskapazitäten auf dem Prüfstand. – S. 49-51.

Jg 6 (2003) Nr 3

Zorn, Nicole: Fernsehen mit neuen Grenzen – Digitalisierung, nationale Verschlüsselung und die Folgen (Tagungsbericht: 3. Brüsseler Mediengespräch). – S. 130-133.

MultiMedia und Recht

Jg 5 (2002) Nr 12

Scheuer, Alexander; Strothmann, Peter: Europäisches Medienrecht: Entwicklungen 2001/2002. – S. 771-781.

Jg 6 (2003) Nr 2

Spindler, Gerald: Die Einspeisung von Rundfunkprogrammen in Kabelnetze. Rechtsfragen der urheberrechtlichen Vergütung und vertraglichen Gestaltung. – S. 1-27.

new media & society

Vol 4 (2002) Nr 4

Weber, Ian; Evans, Vanessa: Constructing the meaning of digital television in Britain, the United States and Australia. – S. 435-456.
„Much has been written about digital television. Mainstream reports range from a vague televisual utopia where one need never unplug oneself from the TV ever again to the social realities and practicalities of a consumer driven market. This study examines how the media constructs the meaning of digital television in Britain, the United States and Australia. Rogers' (1983, 1995) diffusion of innovation theory to assess the rate of diffusion the role that media communication (language) plays in this process. It uses a content analysis methodology to examine 1836 digital television articles, drawn from mainstream newspaper publications from 1996 to January 2002. Results from the analysis show a correlation between the extent of media coverage; the media's strategic, flexible and timed use of technological determinism-social construction language structures; and the degree and success of the diffusion of digital television in these research settings.“

Promedia

Jg 7 (2003) Nr 2

Knaebel, Christian: Der Kabelmarkt in der Mausefalle? Der Ausbau des Kabelnetzes ist nur mit Pay-Content zu finanzieren. – S. 10.

Telekommunikations- und Medienrecht

Jg 54 (2002) Nr 6

Schalast, Christoph; Schmidt, Matthias; Schallast, Clemens: Einführung in das deutsche und europäische Recht der Breitbandkabelkommunikation. Regulierung, Kartellrecht und Vertragsgestaltung. – S. 429-440.

Gersdorf, Hubertus: Einspeisung von CNBC als Bestandteil des Programm bouquets „ZDF.vision“ in digitale Kabelnetze der PrimaCom AG. – S. 441-448.

Tendenz

(2003) Nr 1 Themenheft: Digitaler Rundfunk
Online-Ressource: http://www.blm.de/publik/tendenz/1_03.htm

Eckstein, Eckhard: Schluss mit Opas Pantoffelkino. Überall und nirgendwo: Fluch und Segen des digitalen Fernsehens. – S. 4-11.

Eschenbach, Sandra: Längst Überfällig! Werbung im Pay-TV. – S. 23-25.
„Die Werbefreiheit des Bezahlfernsehens galt lange als Verkaufsargument für Premiere-Abos. Trotzdem will der Pay-TV-Sender nun stärker in die Werbung einsteigen, andere Partnerprogramme setzen schon länger auf maßgeschneiderte Angebote für Werbekunden.“

Dreier, Hardy: Ein zäher Prozess: Digitaler Rundfunk in den USA: FCC drängt, Programmveranstalter blockieren. – S. 26-27.
„Die Einführung des digitalen Rundfunks in den USA erweist sich bislang sowohl im Hörfunk als auch im Fernsehen als zäher Prozess, bei dem nur langsame Fortschritte zu erkennen sind. [...]“

Schmieding, Bettina: Das Überallfernsehen bald überall? Nach Berlin und Brandenburg soll DVB-T bis 2004 vor allem in Ballungsräumen starten. – S. 28-31.

Pregel, Bettina: Reichweite verbessern – Wirtschaftlichkeit steigern: DVB-S-Projekt in Bay-

ern als Chance für Lokalfernsehprogramme. – S. 32-33.

„Lokalfernsehen via Satellit digital zu empfangen – in diesen Genuss kommen seit Juni 2002 Zuschauer in der Oberpfalz und Niederbayern. Ziel des von der BLM initiierten Pilotprojektes ist es, lokalen Fernsehveranstaltern zusätzliche Reichweite zu verschaffen und damit deren wirtschaftliche Situation zu verbessern. Fünf Lokalstationen aus der Oberpfalz und Niederbayern, die sich in der ONTV GmbH zusammengeschlossen haben, strahlen täglich von 18-24 Uhr ihre für das RTL-Fenster produzierten Magazine sowie das Gemeinschaftsprodukt ONTV-Magazin digital via Satellit aus. Ab Mitte dieses Jahres soll das DVB-S-Projekt auch auf Franken ausgeweitet werden.“

Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht

Jg 46 (2002) Nr 12

Kreile, Johannes; Diesbach, Martin: Der neue Jugendmedienschutz-Staatsvertrag: Was ändert sich für den Rundfunk? – S. 849-858.

Jg 47 (2003) Nr 3

Gounalakis, Georgios: Regulierung von Presse, Rundfunk und elektronischen Diensten in der künftigen Medienordnung. – S. 180-192.

FRK Zum Thema

Vol 7 (2003) Themenheft: Digitalfernsehen

Labonte, Heinz-Peter: Neue Chancen im Kabel. – S. 3-5.

DVB-T aus der Sicht der Kabelnetzbetreiber und der Wohnungswirtschaft. Auszug aus einer Schrift des Berliner Programmausschuss. – S. 6-9.

Schalast, Christoph: Liberty-Media zum Zweiten: John Malone's Nachfolger und das Bundeskartellamt. – S.14-15.

5.2 Buchveröffentlichungen

Eastman, Susan Tyler; Ferguson, Douglas A. (2002): Broadcast / Cable / Web Programming Strategies and Practices, Belmont, CA: Wadsworth/Thomson Learning. – 6. Aufl. – 466 S.

Fleischner, Edoardo; Somalvico, Bruno (2002): La TV diventa digitale. Scenari per una difficile transizione, Milano: Angeli. – (La Società: Saggi, Bd. 35).

Gowlinski, Mark (2003): Interactive television production, Oxford: Focal Press.

Griffiths, Alan; Mitchell, B. R. (2003): Digital Television Strategies: Business Challenges and Opportunities, o.O.: Palgrave Macmillan. – 256 S.

Jüngling, Alexander (2002): Vom Fernseekabel zum Full-Service-Netz. Der Rechtsrahmen der Umwandlung, Baden-Baden: Nomos. – 302 S. (Schriftenreihe des Archivs für Urheber- und Medienrecht, Bd. 203).

Karmasin, Matthias / Winter, Carsten (Hrsg.) (2002): *Mediale Mehrwertdienste und die Zukunft der Kommunikation: Eine fächerübergreifende Orientierung*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. – 218 S.

„Multimediale Applikationen und entsprechende Dienste sind seit einigen Jahren die Motoren der Konvergenz von Angeboten, Diensten und Geräten der TIME-Branchen (Telecommunications, Information, Media & Entertainment). Diese Entwicklung wirft vielfältige Fragen aus verschiedenen disziplinären Perspektiven auf, die in einem Fach oder durch eine Addition von Fachperspektiven nicht mehr überschaubar oder angemessen erforscht werden können. Der Band stellt die zentralen Probleme und Entwicklungen aus den wichtigsten Perspektiven unter besonderer Berücksichtigung der Bedeutung medialer Mehrwertdienste dar, wobei die kommunikationswissenschaftliche Perspektive den Rahmen abgibt.“

Latzer, Michael; Just, Natascha; Saurwein, Florian; Slominski, Peter (Hrsg.) (2002): *Selbst- und Ko-Regulierung im Mediamatiksektor. Alternative Regulierungsformen zwischen Staat und Markt*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. – 227 S.

„Die traditionelle staatliche Steuerung im konvergenten Kommunikationssektor – der Mediamatik – ist in der Krise. In Folge verändert sich die Rolle des Staates, so auch die Aufgabenverteilung zwischen staatlichen und privaten Akteuren im Regulierungsnetzwerk. Von Wirtschaft und Politik werden Versuche unternommen, alternative Regulierungsformen unter Einbindung gesellschaftlicher Akteure zu etablieren. Diese als Selbst- und Ko-Regulierung bezeichnete Phänomene werden im Buch analysiert. Im Detail bietet es: Eine sektorunabhängige Evaluierung von Vorteilen, Risiken und Erfolgsfaktoren beim Einsatz von Selbst- und Ko-Regulierung; Entscheidungshilfen in Form von Kontrolllisten für die Wahl der Regulierungsform und die politische Strategieentwicklung; Eine Analyseinstrumentarium für institutionalistische Regulierungsforschung; Detaillierte empirische Ergebnisse zu Entwicklungsmustern, Wirkungsbereichen, Steuerungszielen und Funktionsweisen alternativer Regulierung sowie zur Stakeholdereinbindung im Regulierungsnetzwerk des österreichischen Mediamatiksektors mit umfassendem Datenmaterial in tabellarischer Form; Anwendungsbeispiele aus anderen Ländern und eine Analyse der Strategieentwicklung auf EU.“

Levinson, P. (2001): *Digital McLuhan: A guide to the information millennium*, London: Toutledge. – 226 S.

„This volume is actually two intertwining books. One presents Marshall McLuhan's ideas about media and their impact on our lives, the other

presents the author's ideas about how McLuhan's ideas can help us make sense of the new digital age. The insights of McLuhan [...] almost literally on the doorstep of the personal computer revolution, showed us a world of media in motion, in which television was triumphing over books, newspapers, radio, and motion pictures for crucial for crucial segments of our attention, and consequently was exerting profound influence on politics, business, entertainment, education, and the general conduct of our lives. [...] How and why, for example, does seeing a movie on television differ from seeing it in a motion picture theater, how is reading the news different from watching it on television? In raising and attempting to answer such questions, McLuhan in the 1950s, and 1960s, and 1970s developed an intricate taxonomy of media and their effects, one that reached back to the origin of our species for comparison.“

Mäusl, Rudolf (2003): *Fernsehtechnik. Vom Studiosignal zum DVB-Sendesignal*. – 3. völlig neu bearb. u. erw. Aufl. – Heidelberg: Hüthig. – 155 S. (Reihe audiovisuell multimedial)

„Die Digitaltechnik hat auch den Bereich der Fernsehtechnik erobert. Ob im Studio, bei der Bearbeitung von Programmsignalen oder bei der Signalverarbeitung im Fernsehempfänger – in den vergangenen Jahren sind immer mehr digitale Systeme und Schaltungen zum Einsatz gekommen. Ein digitaler Standard für das Video-Studiosignal wurde festgelegt und leistungsfähige Datenreduktionsverfahren entwickelt. Bis zum Jahr 2010 soll das digitale Fernsehen die Vorgänger-Generation komplett ablösen.[...]: Aufbereitung des digitalen Studiosignals, Verfahren zur Datenreduktion beim Video- und Audiosignal, Codierung nach dem MPEG-2-Standard, Multiplex beim MPEG-2-Standard, digitale Trägermodulation, Übertragung des DVB-Signals im Satelliten-, Kabel- und terrestrischen Funkkanal. Die Zusammenhänge werden anhand zahlreicher Abbildungen [...] umfassend beschrieben.“

N.N. (2001): *iTV revenue streams and business models: Balancing ARPU and future growths to 2006*, New York: Datamonitor. – (DMTC, Bd. 0809).

Theunert, Helga; Wagner, Ulrike (Hrsg.) (2002): *Medienkonvergenz: Angebot und Nutzung. Eine Fachdiskussion veranstaltet von BLM und ZDF*, München. – (Schriftenreihe der BLM, Bd. 70).

Poynton, Charles (2003): *Digital Video and HD-TV Algorithms and Interfaces*, o.O.: Morgan Kaufmann Publishers. – 736 S.

Schalast, Christoph (Hrsg.) (2002): *Recht der Breitbandkabelkommunikation. Gesetzessammlung mit Erläuterungen (Stand September 2002)*, Baden-Baden: Nomos. – 483 S.

5.3 Buchvorstellung

Andrea Gourd (2002): Öffentlichkeit und digitales Fernsehen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. – 320 S.

Welche Konsequenzen wird die Entwicklung des digitalen Fernsehens für die öffentliche Kommunikation im Sinne der normativ geprägten Konzeption einer diskursiven Öffentlichkeit haben? Ihrer Ende 2002 erschienenen Dissertationsschrift, legt die Autorin die drei Grundprinzipien diskursiver Öffentlichkeit zu Grunde: Gleichheit, Offenheit und Diskursivität.

In einer umfassenden Diskussion theoretischer und empirischer Befunde zur Entwicklung digitalen Fernsehens, werden einzelne Aspekte digitalen Fernsehens und der darauf bezogenen Regulierung daraufhin geprüft, inwieweit sie den genannten Prinzipien entsprechen oder ihnen zuwider laufen. Ausgangspunkt der Argumentation ist also die Prämisse, dass es auch in einer digitalisierten Medienumgebung sinnvoll und notwendig ist, normative Ansprüche an das Mediensystem zu stellen, die sich aus demokratie- und öffentlichkeitstheoretischen Überlegungen ergeben.

Insgesamt kommt die Autorin zu dem Ergebnis, dass Annahmen, die im digitalen Fernsehbereich technisch ermöglichte Vervielfachung von Übertragungskapazitäten werde per se zu erhöhter Vielfalt der Angebote und zur besseren Gewährleistung der Kriterien Gleichheit und Offenheit des Zugangs führen, wenig Plausibilität besitzen. Die ökonomischen Bedingungen im Bereich des digitalen Fernsehens würden diesen Kriterien eher zuwiderlaufen. Vor diesem Hintergrund sieht die Autorin die politisch festgeschriebenen Entwicklungsmöglichkeiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auch im digitalen Bereich, die Regelungen für einen chancengleichen, angemessenen und nicht-diskriminierenden Zugang sowie die diversen Must-Carry-Regelungen als wichtige flankierende Maßnahmen zur Sicherung der normativen Erwartungen an das Fernsehen.

Probleme sieht die Autorin allerdings insbesondere in den Grundlagen und in der Praxis der Konzentrationskontrolle. Auf Grund der gerade für den Bereich des digitalen Fernsehens zuneh-

menden Bedeutung vor- und nachgelagerter Märkte, z.B. im Bereich der technischen Dienstleistungen, kritisiert sie die weit gehende Fokussierung der Konzentrationskontrolle auf die Perspektive der „horizontalen Konzentration“, also auf die Anteile der Fernsehveranstalter auf dem Zuschauermarkt. Die im Rundfunkstaatsvertrag zwar angesprochenen, aber nicht näher spezifizierten „medienrelevanten, verwandten Märkte“ würden zu Unrecht vernachlässigt, da sie maßgeblichen Einfluss auf die mögliche Meinungsmacht eines bestimmten Veranstalters ausüben könnten. Entsprechend plädiert sie für eine konsequentere Einbeziehung dieser Märkte und für einen in dieser Hinsicht erweiterten Entscheidungsspielraum der KEK.

Die für den digitalen Fernsehmarkt erwartbare Zunahme von Pay-Angeboten wird kritisch beurteilt, da sie den Prinzipien der Gleichheit und Offenheit zuwiderlaufe und Gefahren einer „ökonomisch differenzierten medialen Klassengesellschaft“ (S. 290) birge. Ungleichheiten in der gesellschaftlichen Verteilung von Wissen könnten auch daraus resultieren, dass die Nutzer angesichts der größeren Auswahl sehr spezifische und Ungleichheiten verstärkende Nutzungspräferenzen ausbilden. In diesem Zusammenhang plädiert die Autorin für die Institutionalisierung von Medienkritik, im Sinne eines Medienrats oder einer Stiftung Medientest.

Die Auseinandersetzung mit der These, die zunehmend an differenzierten Zielgruppen und Zielinteressen ausgerichteten Angebote einer digitalisierten Medienumgebung habe eine Fragmentierung von Öffentlichkeiten zur Folge, führt zu einem differenzierenden Resultat: Zwar würden die Nutzer insgesamt mehr spezialisierte Angebote nutzen können, dies werde aber der weiterhin prägenden Rolle einiger wesentlicher Vollprogramme mit besonderem publizistischem Gewicht keinen entscheidenden Abbruch tun; auch künftig werde es Leitmedien der öffentlichen Kommunikation geben, die besonderen Einfluss auf die Themenagenden der Gesellschaft haben werden und entsprechend einer besonderen Verantwortung unterliegen. [Ha]