

DocuWatch Digitales Fernsehen

Eine Sichtung ausgewählter Dokumente
und wissenschaftlicher Studien

1/2004

Aus dem Inhalt:

Begleituntersuchungen zu DVB-T-Umstieg in Berlin
Grundsatzpositionen zur Digitalisierung des Kabelnetzes
Ofcom veröffentlicht Entwurf für EPG-Regulierung
Kabel Deutschland und der deutsche Kabelmarkt

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 1/2004: Redaktionsschluss 26. März 2004

Redaktion am Hans-Bredow-Institut: Hardy Dreier, Stephan Dreyer, Uwe Hasebrink, Christoph Hilgert, Hermann-Dieter Schröder, Wolfgang Schulz, Malte Ziewitz

Gastautor: Rechtsanwalt Philipp Plog, Lovells, Hamburg

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

Inhalt

1	Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen	
1.1	Begleituntersuchungen von ARD und ZDF zu DVB-T-Umstieg in Berlin	4
1.2	Jahresbericht 2003 der RegTP mit Prognosen zu DVB-T	6
1.3	Neue Zahlen zur Verbreitung digitalen Fernsehens in Großbritannien	7
1.4	CRTC veröffentlicht Daten zur wirtschaftlichen Entwicklung des kanadischen TVs	7
1.5	Marktentwicklung des digitalen Pay-TV in Europa	8
1.6	EU sieht Wide-Screen-Format und HDTV als Motor für digitales Fernsehen	8
1.7	IPSOS-Studien zur Akzeptanz von PVRs und interaktivem Fernsehen	9
2	Anpassung der Regelungskonzepte	
2.1	Gesetzentwurf zur Umsetzung des EU-Telekommunikationsrichtlinienpakets	10
2.2	Ofcom veröffentlicht Entwurf für EPG-Regulierung	10
2.3	Digital television-policy framework for accessing e-government services	11
2.4	Erlass von Jugendschutzsatzungen für digitale Fernsehprogramme in Deutschland	12
2.5	Aktuelle Grundsatzpositionen zur Digitalisierung des deutschen Kabelnetzes	12
3	Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern	
3.1	Australien: Probetrieb für Datacasting-Service in Sydney gestartet	15
3.2	Deutschland: DVB-T-Einführung in mehreren Bundesländern vorbereitet	15
3.3	Frankreich: Call for Papers vor Zuweisung digitaler terrestrischer Frequenzen	16
3.4	Italien: Gesellschaft zur Entwicklung und Förderung von DVB-T gegründet	16
3.5	Kanada: CRTC vergibt digitale Sendelizenzen	17
3.6	Norwegen: Switch-over erfolgt zum Jahreswechsel 2007/2008	17
3.7	Schweden: „En guide till digital-TV“	17
4	Einzelthemen	
4.1	Konzentration im französischen Kabelmarkt	18
4.2	Kabel Deutschland und der deutsche Kabelmarkt	18
4.3	Positionspapier des VPRT zum Standard von Set-Top-Boxen und EPGs	20
4.4	Maßnahmenpaket zur Einführung von MHP in Deutschland	20
4.5	„mhp for free“ und „RAPS“	21
4.6	Powerline-Projekt OPERA von der EU gestartet	21
4.7	BBC-Studie „Television for all“	21
4.8	Ofcom legt Jahresplan 2004/2005 vor	22
5	Literaturhinweise	
5.1	Zeitschriftenveröffentlichungen	23
5.2	Buchveröffentlichungen	24
5.3	Artikel im Fokus: Digitales Fernsehen im Lichte der Contestable Markets-Theorie	25

1 Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen

1.1 Begleituntersuchungen von ARD und ZDF zu DVB-T-Umstieg in Berlin

Am 4. August 2003 erfolgte die vollständige Umstellung der terrestrischen Fernsehübertragung im Ballungsraum Berlin-Potsdam auf digitale Übertragung. Im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission wurde der Umstellungsprozess mit umfangreichen Befragungen begleitet; in zwei Veröffentlichungen in der Zeitschrift Media Perspektiven wurden erste Ergebnisse veröffentlicht.

Das Design der Begleituntersuchung umfasste zwei Untersuchungsstufen: Zwischen Oktober und Dezember 2002 wurde eine erste Repräsentativbefragung (deutschsprachige Personen ab 14 Jahren in Berlin und Potsdam; n=4.281) durchgeführt, mit der die Empfangs- und Nutzungssituation vor der Umstellung erfasst werden sollte. Die zweite Untersuchungsstufe bestand aus drei Erhebungswellen im Februar, April und August/September 2003, mit denen die Zeit bis zur vollständigen Umstellung abgedeckt wurde. Dabei sollten die Personen aus dem ersten Untersuchungsschritt erneut befragt werden, was bei 68,6 % der ursprünglichen Stichprobe auch gelang (n=2.657).

Verschiebungen in den Empfangsebenen und Akzeptanz von DVB-T

Insgesamt gesehen hat sich im Zuge der Umstellung die Struktur der Empfangsebenen nur geringfügig geändert: Der Anteil der Haushalte, die mit ihrem meistgenutzten Gerät den terrestrischen Empfangsweg nutzen, ist von 2002 bis 2003 von 9,8 auf 7,8 % gesunken, der Anteil des Kabelempfangs von 82,0 auf 83,6 %, der des Satellitenempfangs von 8,1 auf 8,6 % gestiegen (Tab. 1).

Tab. 1: Empfangsebenen für das Hauptfernsehgerät in Berlin/Potsdam (in Prozent der Haushalte)

	2002	2003
Kabel	82,0	83,6
Satellit	8,1	8,6
Terrestrik	9,8	7,8

Im Einzelnen lässt sich beobachten, dass im Zuge des Umstellungsprozesses gut die Hälfte der analog-terrestrischen Haushalte auf DVB-T und

gut ein Drittel auf Kabel oder Satellit umgestiegen ist. Die Haushalte, die vor der Umstellung bereits über Kabel- oder Satellitenempfang verfügten, sind zu 95 % bei ihrem Empfangsweg geblieben.

Weiter zeigt sich ein leichter Trend dahin, dass Haushalte häufiger verschiedene Empfangsebenen miteinander kombinieren; im Jahr 2003 waren es 13,6 % der Haushalte, die mehr als eine Empfangsebene nutzten, die meisten davon Kabel und Terrestrik oder Satellit und Terrestrik. Hier zeichnet sich ab, dass im Zuge der Digitalisierung die Wahl des Übertragungsweges für den Fernsehempfang zu einer flexibleren Entscheidung wird, bei der sich auch die Rolle der Zweit- und Drittgeräte deutlich ändert. Bezieht man diese Mehrfachempfangsmöglichkeiten mit ein, wird erkennbar, dass sich die Zugangsmöglichkeiten zum terrestrischen Empfang von 2002 auf 2003 verbessert haben; verfügten 2002 noch 14,6 % der Personen über terrestrischen Empfang mit mindestens einem Gerät, waren es 2003 16,9 % (Tab. 2).

Tab. 2: Zugangsmöglichkeiten zu Fernsehprogrammen in Berlin/Potsdam (in Prozent der Personen)

	2002	2003
Kabel	82,4	83,3
Satellit	12,5	13,8
Terrestrik	14,6	16,9

Die genauere Auswertung einzelner Teilgruppen zeigt, dass von den Haushalten, die 2002 noch über analog-terrestrischen Empfang verfügten, gut 50 % auf digitalen terrestrischen Empfang umgerüstet haben; darunter sind insbesondere ältere Personen in kleineren Haushalten und mit vergleichsweise niedrigem Einkommen. Die Entscheidung zur Umrüstung wurde in dieser Gruppe zunächst eher als Ergebnis einer Zwangslage wahrgenommen – es gab keine Alternative. Die verschiedenen potenziellen Nutzenaspekte des digitalen terrestrischen Empfangs spielten in dieser Gruppe keine wesentliche Rolle; im Nachhinein werden vor allem die vergleichsweise geringen Kosten für

diesen Empfangsweg als wesentliches Argument angesehen.

Gut ein Drittel der ehemaligen terrestrischen Zuschauer haben sich im Verlauf der Umstellung für einen Wechsel der Empfangsebene, also für Kabel oder Satellit entschieden; hier handelte es sich eher um jüngere Personengruppen in größeren Haushalten mit vergleichsweise hohem Einkommen. Die Entscheidung für das Kabel hatte insbesondere mit einem Interesse an einer größeren Programmvielfalt sowie mit entsprechenden Entscheidungen der Hausverwaltungen zu tun, die für ihre Wohneinheiten einen bequemen Umstieg ermöglichten. Demgegenüber spielte beim Wechsel zum Satellitenempfang vor allem das Kostenargument eine Rolle.

Die übrigen zehn Prozent der terrestrischen Seher sind nach eigenen Angaben beim analogen terrestrischen Empfang geblieben – was sich nur durch Overspill-Effekte terrestrischer Frequenzen der umliegenden Versorgungsgebiete erklären lässt.

Immerhin vier Prozent der Kabel-/ Satellitenhaushalte in Berlin haben im Verlauf des Umstellungsprozesses ihre Zweit- und Drittgeräte mit digitalem terrestrischem Empfang ausgerüstet. Anlass für die Entscheidung dieser Gruppe, die in soziodemographischer Hinsicht unauffällig ist, war meist die Tatsache, dass in Mietwohnungen häufig nur das Hauptgerät an das Kabelnetz oder die Satellitenempfangsanlage angeschlossen werden kann bzw. für einen Anschluss auch der Zweit- und Drittgeräte zum Teil aufwändige Umbaumaßnahmen notwendig wären. Hier sprach auch das Argument der Mobilität bzw. Portabilität für DVB-T.

Die berichteten Ergebnisse über die von den verschiedenen Gruppen angegebenen Anlässe für ihre Entscheidung sowie die wahrgenommenen Vor- und Nachteile der verschiedenen Empfangsebenen deuten allenfalls gewisse Anhaltspunkte für die spezifischen Profile der verschiedenen Zugänge an. Am markantesten ist noch das Argument von fast drei Vierteln der terrestrischen Umrüster, sie hätten keine Alternative gehabt. Außerdem werden noch die Tatsachen, dass der terrestrische Übertragungsweg keine Abstimmung mit Vermietern erfordert und überdies vergleichsweise preiswert ist, relativ oft als für die Entscheidung ausschlaggebende Vorteile von DVB-T genannt. Bei der Einschät-

zung der Empfangsqualität zeichnen sich deutliche Unterschiede ab. Zwar nennt etwas mehr als die Hälfte der Umrüster eine bessere Qualität als Vorteil der neuen Technik, dem stehen aber 28 % gegenüber, die die als schlecht wahrgenommene Qualität als Nachteil beklagen. Weitere Nachteile sind offenbar insbesondere mit verschiedenen technischen Merkmalen von DVB-T verbunden, so etwa, dass Videoaufzeichnungen nur auf dem gewählten Kanal möglich sind, dass eine weitere Fernbedienung nötig ist, dass jedes Fernsehgerät einen eigenen Decoder braucht, dass Verzögerungen beim Umschalten auftreten.

Evaluation der Kommunikationsmaßnahmen

Angesichts des in Berlin/Potsdam beschrittenen Weges der „harten“ Umstellung war von besonderem Interesse, inwieweit es gelungen ist, die Bevölkerung hinreichend über den bevorstehenden Schritt zu informieren. Im Rahmen der Begleitforschung wurde daher auch nach der Wahrnehmung der verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen gefragt. Zu diesen Maßnahmen gehörten vor allem Spots und Lauftexte im Fernsehen sowie ein im Februar 2003 an alle Haushalte verteilter Informationsbrief. Daneben wurden Flyer, Broschüren und Newsletter veröffentlicht, es gab einen umfangreichen Internetauftritt sowie eine Telefon-Hotline, über die in der Umstellungsphase insgesamt 22.000 Anrufe bearbeitet wurden.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass – der Intention entsprechend – die Personen in Haushalten mit analog-terrestrischem Empfang deutlich besser erreicht wurden. In dieser Gruppe waren die Informationen im Fernsehen sowie die begleitende Berichterstattung in den Zeitungen die wichtigsten Informationsquellen, es folgten direkte Kontakte mit Verwandten und Bekannten. An den Informationsbrief, der an alle Haushalte gegangen war, erinnerten sich nur 30 % der Zielgruppe. Die Unterschiede zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen hinsichtlich der generellen Erreichbarkeit für die Informationskampagne und der spezifischen Medien, über die sie erreichbar waren, führen auch in diesem Anwendungsfall vor Augen, dass es zielgruppenspezifischer Kommunikationskonzepte bedarf. Ein weiterer Befund ist, dass es insbesondere in der Anfangsphase des

Umstellungsprozesses möglichst umfassender Information bedarf: Die Gruppe derer, die sich für einen Umstieg zu Kabel und Satellit entschied, fällt diese Entscheidung recht früh und erwies sich zu diesem Zeitpunkt als relativ schlecht informiert. [Ha]

ARD/ZDF-Projektgruppe Digital (2003): Ergebnisse der Begleituntersuchung der ARD/ZDF-Medienkommission. Berlin/Potsdam:

Erste DVB-T-Region Deutschlands, in: Media Perspektiven 12/2003, S. 558-569, http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/projektgruppe_digital_1_neu.pdf?foid=9500

ARD/ZDF-Projektgruppe Digital (2003): Ergebnisse der Begleitforschung zur Wirksamkeit der Informationskampagne: Kommunikationsmaßnahmen im DVB-T-Projekt Berlin/Potsdam, in: Media Perspektiven 12/2003, S. 570-574, http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/projektgruppe_digital_2_neu.pdf?foid=9501

1.2 Jahresbericht 2003 der RegTP mit Prognosen zu DVB-T

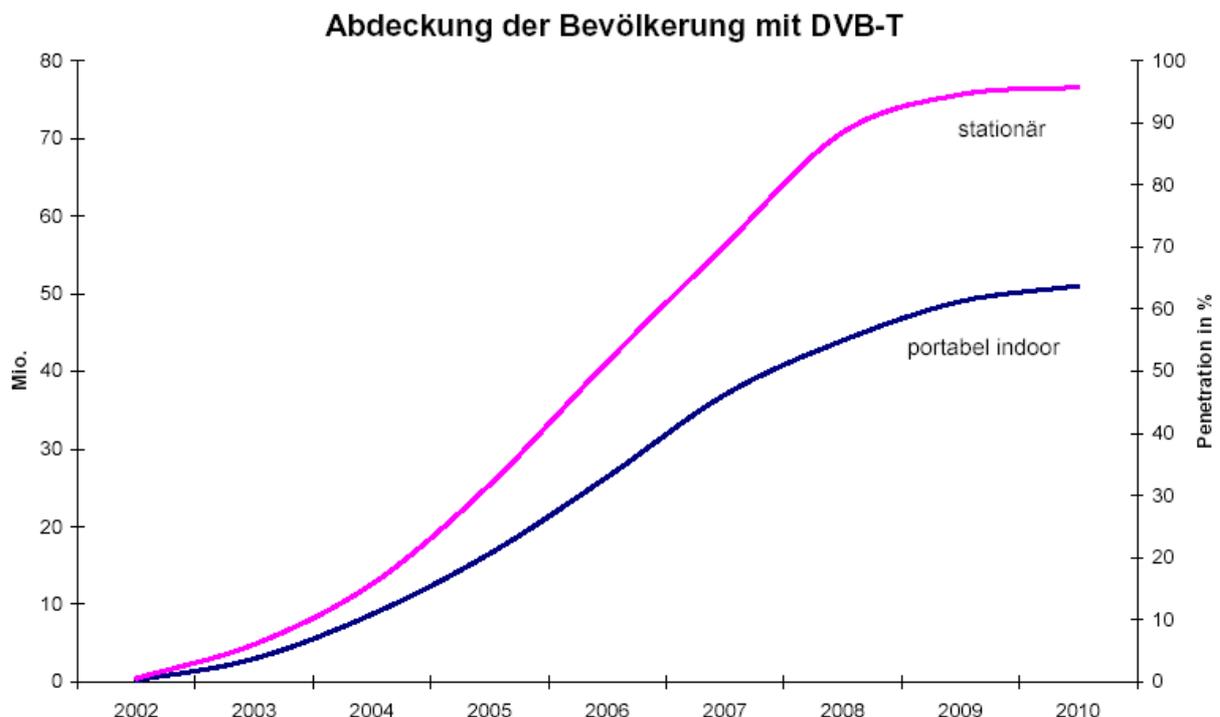
Der Jahresbericht 2003 der Regulierungsbehörde Telekommunikation und Post (RegTP), der im Februar 2004 veröffentlicht wurde, enthält auch Daten zur Digitalisierung der Fernsehübertragung. Diese beziehen sich insbesondere auf die Entwicklung digitalen terrestrischen Fernsehens (DVB-T) in Form eines Überblicks über die DVB-T-Startregionen in Deutschland (Planungsstand Oktober 2003).

In einer Schätzung geht die RegTP davon aus, dass die Abdeckung der Bevölkerung mit DVB-T 2010 stationär nahezu 100 % betragen wird. „Portable indoor“ (also mit kleiner Stabantenne

in der Wohnung) werden zu diesem Zeitpunkt immerhin über 60 % der Bevölkerung versorgt sein, wenn die Prognose der RegTP zutrifft (vgl. nachstehende Grafik). Die Regulierungsbehörde verweist in diesem Zusammenhang auch auf die Chancen, die sich durch DVB-T im Geschäft- und Freizeitbereich ergeben, sowie auf die Möglichkeit der Kombination von Fernsehen, Internet und Multimedia-Informationen aller Art. [WS]

RegTP (2004): Jahresbericht 2003. Marktdaten der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post, <http://www.regtp.de/imperia/md/content/aktuelles/jb2003.pdf>

Prognose der RegTP:



Grafik entnommen aus: RegTP (2004): Jahresbericht 2003. Marktdaten der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post, S.40, <http://www.regtp.de/imperia/md/content/aktuelles/jb2003.pdf>

1.3 Neue Zahlen zur Verbreitung digitalen Fernsehens in Großbritannien

Im Februar veröffentlichte das britische Office of Communications (Ofcom) Daten zur Verbreitung des digitalen Fernsehens in Großbritannien. Mittlerweile empfangen etwa die Hälfte der britischen Haushalte digitale Fernsehprogramme. Insbesondere der Anbieter Freeview verzeichnete im letzten Quartal 2003 ein erhebliches Wachstum, die Zahl der angeschlossenen

Haushalte stieg um 41 %. Die Zahl der Haushalte, die das Angebot von Sky nutzen, stieg in diesem Zeitraum um 2,6 % auf 7,2 Mio. Haushalte. [H3r]

Ofcom (2004): Digital Television Update - Q4 2003, http://www.ofcom.org.uk/research/industry_market_research/m_i_index/dtv/?a=87101

Nutzungs-Entwicklung der britischen Übertragungsplattformen im dritten und vierten Quartal 2003:

	Q3, 2003	Q4, 2003	Quarterly growth rate
Pay TV subscribers			
Digital cable*	2.248.190	2.248.166	0,0%
Digital DSat (Sky)	6.718.000	6.893.000	2,6%
ADSL	10.037	8.887	-11,5%
Total Digital pay TV households	8.976.227	9.150.053	1,9%
Free-to-view receivers (set-top boxes plus integrated digital TVs)			
Free-to-view DTT (Freeview)	2.360.200	3.386.700	43,5%
Free-to-view DSat**	827.705	211.000	-74,5%
Total Free-to-view receivers	3.187.905	3.597.700	12,9%
Adjustment to remove double counting for Households equipped to receive digital on more than one set	-230.000	-390.000	
Total Free-to-view households	2.957.905	3.207.700	8,4%
Total UK digital households	11.934.132	12.357.753	3,5%
Digital penetration	48,0%	50,2%	2,2%***

*Q4 Cable figures for the main cable operators are based on the most recent figures released for Q3 September 2003

**These figures comprise the number of 'Solus' card viewers plus an estimate of the number of ex-Sky subscribers who continue to use their set-top boxes for viewing Free to view channels.

***This figure represents the increase in percentage penetration not the % quarterly growth rate. Figures may not add due to rounding.

Entnommen aus Digital Television Uptake, in: Ofcom (2004): Digital Television Update - Q4 2003, s.o.

1.4 CRTC veröffentlicht Daten zur wirtschaftlichen Entwicklung des kanadischen TV

Die CRTC hat einen Bericht über die finanzielle Entwicklung in einigen Bereichen des Fernsehsektors in Kanada zwischen 1999 und 2003 veröffentlicht. Dabei zeigt sich, dass Spezialangebote, Pay-TV und Pay-per-View-Angebote (PPV) ein erhebliches Wachstum verzeichnen konnten. Seit 1999 stiegen die Erlöse für diese Anbieter um 81,1 % während die Steigerung der

Ausgaben für Fernsehprogramme jährlich im Durchschnitt bei 15,3 % lag. Digitale Kanäle, die es seit 2002 gibt verzeichneten bis 2003 etwa eine Verdopplung ihrer Einnahmen.

Auch Pay-TV und PPV-Angebote konnten im betrachteten Zeitraum ein überdurchschnittliches Erlöswachstum verzeichnen, 347 Mio. im Jahr 2003 bedeuteten ein Wachstum von

121,3 % gegenüber 1999. Die Ausgaben dieser Veranstalter für Programme wuchsen zwischen 1999 und 2003 um 154,2 %. [H3r]

CRTC (2004): The CRTC releases financial results for specialty, pay and pay-per-view television services (press release, 2.3.04), <http://www.crtc.gc.ca/eng/NEWS/RELEASES/2004/r040302.htm>

CRTC (2004): Television payante et d'émissions spécialisées relevés statistiques et financiers (avec amortissements) / Pay and

specialty statistical and financial summaries (with amortization): 1999-2003, <http://www.crtc.gc.ca/eng/publications/reports/BrAnalysis/p&sp2003/p&sp2003.pdf>

CRTC (2004): Services de télévision payante et d'émissions spécialisées individuels relevés statistiques et financiers / Individual pay and specialty services statistical and financial summaries: 1999 - 2003, <http://www.crtc.gc.ca/eng/publications/reports/BrAnalysis/p&sp2003/individual/ip&sp2003.pdf>

1.5 Marktentwicklung des digitalen Pay-TV in Europa

Das Marktforschungsunternehmen ScreenDigest veröffentlichte im Januar 2004 eine Studie zur Entwicklung des digitalen Pay-TV in Europa bis 2006. Die Verfasser der Studie sehen eine wachsende Bedeutung der Satellitenverbreitung im Vergleich zum Kabel. Sie erwarten eine Steigerung der Umsätze mit Pay-TV zwischen 2003 und 2006 um 23 % auf 24 Mrd. Euro. Die Zahl der Abonnenten soll sich in diesem Zeitraum von 76,4 Mio. auf 84 Mio. erhöhen. Einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung der Einnahmen der Pay-TV-Betreiber wird das wachsende Interesse des Publikums an Pay-per-

View-Angeboten sein. Hier erwarten die Autoren, dass der Anteil an den Gesamterlösen von 3,6 % im Jahr 2003 auf 5,7 % im Jahr 2006 ansteigt. Dabei wird die Entwicklung auf den verschiedenen europäischen Märkten sehr unterschiedlich verlaufen, so wird z.B. für Spanien erwartet, dass 13 % der Einnahmen aus dem PPV-Bereich kommt. [H3r]

ScreenDigest (2004): European Digital Pay TV revenues. Market assessment and forecast to 2006 (Sample), http://www.screendigest.com/publications/reports/tv_and_broadband/european_digital_pay_television_revenues/EBAN-5V6FC2/sample.pdf

1.6 EU sieht Wide-Screen-Format und HDTV als Motor für digitales Fernsehen

Mit einem im Januar 2004 vorgelegten Arbeitspapier verfolgt die Europäische Kommission das Ziel, einen abschließenden Diskussions- und Entscheidungsprozess im Hinblick auf die Rolle der Wide-Screen-Strategie in Gang zu setzen.

Dazu wird zunächst die bisherige Politik der EU zur Förderung des Wide-Screen-Formats (16:9) resümiert. Die entsprechenden Förderinitiativen seien bisher nur begrenzt erfolgreich gewesen; allerdings eröffne die laufende Phase der schrittweisen Umstellung auf digitale Übertragung neue Chancen, da sowohl die Medienwirtschaft als auch die Politik nach Diensten suchen, die den Umstieg für die Konsumenten attraktiv machen können. Die wichtige Rolle, die Wide-Screen-Geräte für die rasche Verbreitung von DVD-Playern spielen, sowie die Tatsache, dass Wide-Screen-taugliche Geräte zuletzt einen Anteil von 22 % der in der EU verkauften Geräte ausmachten, führt zu der Prognose, dass 2009 60 % der EU-Haushalte mit Wide-Screen-tauglichen Geräten ausgestattet sein werden.

Im zweiten Teil wird die aktuelle Rolle der Wide-Screen-Technik im Bereich des digitalen Fernsehens beschrieben. Die bisherigen Erfahrungen werden so zusammengefasst, dass es einer Kombination aus Kanalvielfalt, Interaktivität und Bildqualität bedarf, um möglichst alle Bevölkerungsgruppen für digitales Fernsehen zu interessieren. Kritisiert wird dabei die bisherige Strategie bei der Einführung des digitalen Fernsehens, primär auf die Zahl der Kanäle zu setzen, so dass der Aspekt der potenziellen Qualitätsverbesserung nicht zum Tragen kommen konnte. Dies entspreche zwar den Ergebnissen der bisherigen fernsehbezogenen Marktforschung, es mehren sich aber die Anzeichen – nicht zuletzt im Zusammenhang mit der Verbreitung der DVD –, dass der Qualitätsaspekt als Abgrenzungskriterium zum analogen Fernsehen an Bedeutung gewinnt. So wird erwartet, dass Home Cinema, das heute in erster Linie mit DVD verbunden wird, im Wesentlichen über das Hauptfernsehgerät genutzt werden wird. Dies wird den Druck auf Fernsehveranstalter

erhöhen, zunehmend auch Angebote für das Wide-Screen-Format in ihr Programm aufzunehmen, um nicht im Vergleich zu den qualitativ anspruchsvolleren Home Cinema-Angeboten als minderwertig zu gelten.

Nachteile des Wide-Screen-Formats liegen in dem hohen Koordinationsaufwand, den verschiedene Bildschirmformate mit sich bringen, sowie den Problemen, die sich bei den Nutzern herkömmlicher und Wide-Screen-tauglicher Geräte bei den verschiedenen Formaten ergeben. Es werden Beispiele dokumentiert, wie die Marktakteure in verschiedenen Ländern sich koordiniert und welche Lösungen für diese Probleme sie dabei gefunden haben. Daraus werden Möglichkeiten abgeleitet, wie die Politik auf nationaler Ebene die entsprechenden Koordinationsprozesse fördern kann.

Abschließend wird die Beobachtung aufgegriffen, dass einige Fernsehveranstalter im Zuge des Digitalisierungsprozesses erneut auf die Option High Definition Television (HDTV) zurück-

kommen und sie als Möglichkeit betrachten, eine klarere Abgrenzung des digitalen gegenüber dem analogen Fernsehen zu erreichen. Auch wenn klar festgehalten wird, dass der frühere Versuch einer politisch gesteuerten Einführung von HDTV eindeutig gescheitert ist, so wird doch argumentiert, dass die damalige Überschätzung der Möglichkeiten von HDTV heute nicht durch eine Unterschätzung abgelöst werden dürfe. Eine Strategie, die gezielt auf möglichst hohe Qualität setze, hinsichtlich der Auflösung, des Bildformats und der interaktiven Möglichkeiten, könne einen wesentlichen Motor zur Unterstützung der Verbreitung digitalen Fernsehens darstellen. [Ha]

Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2004): The contribution of wide-screen and high definition to global roll-out of digital television. Commission staff working paper, SEC (2004) 46, (13.01.04), http://europa.eu.int/information_society/topics/ecom/doc/shortcuts/digital_broadcasting/swo_en_doc.pdf

1.7 IPSOS-Studien zur Akzeptanz von PVRs und interaktivem Fernsehen

Das Marktforschungsunternehmen IPSOS veröffentlichte im Januar die Ergebnisse zweier Studien zum Interesse der amerikanischen Bevölkerung für interaktives Fernsehen und digitale Videorekorder. Dabei zeigte sich, dass nur elf Prozent der amerikanischen Erwachsenen eine Vorstellung von interaktivem Fernsehen haben, am ehesten ist dieses Angebot in Haushalten mit einem Einkommen von mehr als 100.000 US-Dollar bekannt. Besonders interessiert für die neuen Möglichkeiten zeigten sich Sportfans, die sich neben der Wahlmöglichkeit zwischen unterschiedlichen Kameraperspektiven auch für Zusatzangebote wie Spiele interessierten. In der Gruppe derjenigen, denen interaktives Fernsehen bekannt war, wurden besonders Video-on-Demand, EPGs und digitale Videorekorder als wichtige Angebote genannt, daneben spielen auch die Anforderung von Produktinformationen, das Teleshopping und das Spielen von Videospielen eine wichtige Rolle.

Auch bei digitalen Videorekordern zeichnet sich ab, dass das Interesse der Konsumenten nicht den Erwartungen der Industrie entspricht. Zwar kennen 70 % der Amerikaner dieses Angebot, aber nur sieben Prozent plant die Anschaffung eines solchen Gerätes in den nächsten 12 Monaten. Wichtigster Verbreitungsweg für die Industrie ist dabei nicht der klassische Handel; nur ein Drittel der Besitzer eines solchen Gerätes erwarb es im Handel, ein weiteres Drittel bekam das Gerät vom Satellitenanbieter oder Kabelnetzbetreiber. [H3r]

Ipsos (2004): Is the interactive television buzz a bust? Despite the hype, consumers know little about iTV, reveals Ipsos-Insight (Pressemitteilung vom 06.01.04), <http://www.ipsos-reid.com/pdf/media/mr040106-1revis.pdf>

Ipsos (2004): The next gadget to get? Consumers not quite ready for digital video recorders, reveals Ipsos-Insight survey (Pressemitteilung vom 29.01.04), <http://www.ipsos-reid.com/pdf/media/mr040129-2.pdf>

2 Anpassung der Regelungskonzepte

2.1 Gesetzentwurf zur Umsetzung des EU-Telekommunikationsrichtlinienpakets

Das französische Unterhaus (Assemblée Nationale) hat am 12. Februar 2004 in erster Lesung den Gesetzentwurf zur Umsetzung des EU-Telekommunikationsrichtlinienpakets verabschiedet (vgl. zum Entwurf bereits DocuWatch 2/2003, S. 9 f.).

Der Regelungsentwurf enthält zum einen Maßnahmen zur Anpassung der Infrastrukturregulierung (insbesondere im Bereich des Telekommunikationsrechts), zum anderen Veränderungen des erst im August 2000 novellierten Rechtsrahmens für das digitale Fernsehen. Während die infrastrukturbezogenen Kompetenzen grundsätzlich vom Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) zur Telekommunikationsaufsicht Autorité de Régulation des Télécommunications (ART) verlagert werden, verbleibt für die terrestrische Übertragung die Regulierungskompetenz – auch für Infrastrukturfragen – beim CSA.

Des Weiteren wird das Angebot von Programmbouquets über Satellit und Kabel künftig nur noch einer Anzeigepflicht unterworfen. Damit wird die bisherige Kompetenz des CSA abgeschafft, das Programmangebot der Kabelbetreiber unter Vielfaltsgesichtspunkten lizenzrechtlich überprüfen zu können. Etwas anderes gilt freilich für das digitale terrestrische Fernseh-

hen. Sein Betrieb wird auch künftig einer Lizenzierung der einzelnen Programmanbieter durch die Rundfunkaufsicht unterliegen. Auch die Must-Carry-Pflichten werden erstmals umfassend gesetzlich geregelt. So müssen die öffentlichen, terrestrisch übertragenen Programmangebote umsonst im Kabelnetz verbreitet werden. Anders ist es für die privaten, terrestrisch verbreiteten Angebote: Hier können sich die Betreiber entscheiden, ob sie eine Weiterverbreitung im Kabel wünschen. Wenn Sie sich allerdings dafür entscheiden, so müssen sie – anders als die öffentlichen Sender – die Kosten für die Weiterverbreitung selbst tragen. In letzter Minute ist unter anderem eine Regelung in das Gesetzesprojekt aufgenommen worden, die es den landesweiten, terrestrisch verbreiteten Programmbetreibern erlaubt, bis zu 33 % der Kapitalanteile an lokalen oder regionalen Programmbetreibern zu erwerben. [PP]

Assemblée Nationale (2004): Projet de loi relatif aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle (texte n° 258, 12. Februar 2004), http://www.assemblee-nationale.fr/12/dossiers/communications_electroniques.asp

O.V. (2004): Multiples amendements au projet de loi sur l'audiovisuel et l'électronique; in: Le Monde vom 13. Februar 2004, <http://www.lemonde.fr/web/article/0,1-0@2-3236,36-352792,0.html>

2.2 Ofcom veröffentlicht Entwurf für EPG-Regulierung

Die britische Regulierungsbehörde „Office of Communications (Ofcom)“ hat zum Jahresbeginn einen Entwurf für die Regulierung von Electronic Programme Guides (EPGs) vorgestellt. Bis zum 25. März konnten die betroffenen Akteure zu dem Vorschlag Stellung nehmen und Änderungswünsche einreichen. Das Papier behandelt sowohl allgemein den Zugang zu EPGs als auch den speziellen Fall des BSkyB-Navigators für das digitale Satellitenfernsehen.

Hintergrund des Konsultationsverfahrens ist eine Verpflichtung aus dem Communications Act 2003, wonach Ofcom besondere Regeln für Anbieter von EPGs erlassen muss. Insbesondere soll nach dem Willen des britischen Gesetzge-

bers eine „angemessene Bedeutung“ (appropriate prominence) der Public-Service-Kanäle im EPG gewährleistet werden. Was das im Einzelnen bedeutet, ist der Entscheidung von Ofcom überlassen. Betroffen von der Regelung sind außer den BBC-Programmen auch ITV1, Channel 4, Five und S4C.

Nach Ansicht der Regulierungsbehörde kann eine „angemessene Bedeutung“ auf unterschiedliche Weise erreicht werden und hängt insbesondere vom Design des einzelnen EPGs ab. Während etwa bei einer schlichten Auflistung der Programme die Public-Service-Kanäle am oberen Ende der Liste erscheinen müssten, sei bei einer sternförmigen Programmauswahl die

Bildschirmmitte optimal. Aus diesen Gründen will es Ofcom grundsätzlich den Anbietern selbst überlassen, sich für eine Maßnahme zu entscheiden. Ein Einschreiten ist nur bei Beschwerden vorgesehen, oder wenn die Behörde mit der Präsentation der Public-Service-Kanäle nicht einverstanden ist. Außerdem seien regionale Programme besonders zu berücksichtigen, wie z.B. BBC 1 Scotland in Schottland. Ferner werden die EPG-Anbieter allgemein zur fairen und gleichen Behandlung der Programme verpflichtet, da andernfalls die Gefahr bestehe, dass einige Fernsehprogramme ungerechtfertigt schlechter behandelt würden oder höhere Preise zahlen müssten.

Weiterhin sollen die Auflagen für den EPG zum Multi-Channel-Service „Sky“ von BSkyB aufrechterhalten werden. Danach ist das Unternehmen auch in Zukunft verpflichtet, gegen ein angemessenes Entgelt auch solche Programme aufzulisten, die nicht zum Sky-eigenen Paket

gehören. Dies ist nach Ansicht von Ofcom erforderlich, da Sky im Gegensatz zu allen übrigen Anbietern wie Freeview oder den Kabelgesellschaften nicht alle Fernsehdienste in sein Paket integriert habe.

Außerdem sieht der Entwurf Maßnahmen zum Schutz von seh- oder hörbehinderten Menschen vor, damit diese ebenfalls die Dienste nutzen können. Dazu gehört insbesondere, die Verfügbarkeit besonderer Fernsehzugangsdienste (television access services), wie z.B. Untertitel oder die zusätzliche Kommentierung von Szenen durch einen Sprecher, auch in anderen Medien bekannt zu machen. [MZ]

Ofcom (2004): The regulation of electronic programme guides (press release, 16.01.04), http://www.ofcom.org.uk/media_office/latest_news/nr1_20040116

Ofcom (2004): The regulation of electronic programme guides, http://www.ofcom.org.uk/consultations/current/epg/plain_english2/plain_condoc_150104.pdf?a=87101

2.3 Digital television-policy framework for accessing e-government services

Das Cabinet-Office hat die Planung der britischen Regierung erläutert, digitales Fernsehen als Plattform für E-Government-Dienste zu nutzen. Ausgangspunkt der Überlegung ist die Tatsache, dass die gesamte Bevölkerung wenigstens ein Fernsehgerät besitzt, 11 Mio. Haushalte verfügen bereits über digitale Empfangsgeräte. Die Regierung sieht die Plattform daher als besonders geeignet an, um die gesamte Bevölkerung – auch Gruppen, die gegenwärtig nur zurückhaltend oder überhaupt nicht PCs nutzen – mit öffentlichen Dienstleistungsangeboten zu versorgen.

Die „Vision“ ist es, alle Bürger mit relevanten E-Government-Dienstleistungen über digitales Fernsehen zu versorgen. Dazu soll „UK Online Interactive“, eine 2002 gegründete Institution, als zentrale Plattform genutzt werden.

Das Papier stellt einen Fünf-Punkte-Plan dar, der das weitere Vorgehen skizziert:

1. Die Verwaltung wird auf allen Ebenen, von der nationalen bis zur lokalen, evaluieren, welche Vorteile sich durch die Nutzung digitalen Fernsehens ergeben.
2. Die Verwaltung soll mit Rundfunkveranstaltern, Programmproduzenten und Internet-Service-Providern zusammenarbeiten, um Links

zu E-Government-Dienstleistungen in geeigneten Programmen zu etablieren.

3. Die Verwaltung wird eigene Digitalfernsehangebote mit UK Online Interactive entwickeln, um Dienstleistungen der Verwaltung und anderer öffentlicher Einrichtungen im digitalen Fernsehen anzubieten.
4. Das E-Envoy-Büro wird mit bestehenden Digitalfernsehpilotprojekten zusammenarbeiten, diese integrieren und best practice-Angebote im öffentlichen Sektor verbreiten. Darüber hinaus wird das Büro Informationen über digitales Fernsehen und Statistiken, die sich auf das Angebot von E-Government-Dienstleistungen beziehen, veröffentlichen.
5. Das E-Envoy-Büro wird über Standards für den Zugang zu und die Nutzung von Verwaltungsdienstleistungen im digitalen Fernsehen beraten und Standards dafür entwickeln. Das Büro wird dazu mit dem Digital Television Project im Hinblick auf die technische Kompatibilität zusammenarbeiten. [WS]

Cabinet Office (2004): Digital television: a policy framework for accessing e-government services (December 2003), <http://www.e-envoy.gov.uk/assetRoot/04/00/59/60/04005960.pdf>

2.4 Erlass von Jugendschutzsatzungen für digitale Fernsehprogramme in Deutschland

Nach § 9 Abs. 2 Jugendmedienschutz-Staatsvertrag können die Landesmedienanstalten für digitale Fernsehprogramme durch Satzung die Voraussetzungen für Vorsperrungen und Verschlüsselungen festlegen, mittels derer Anbieter von den Sendezeitbeschränkungen des JMStV für jugendbeeinträchtigende Angebote abweichen können. Die Landesmedienanstalten haben nun neue, an den JMStV angepasste Jugendschutzsatzungen (JSS) erlassen.

Die gleichlautenden Jugendschutzsatzungen sehen wie bisher Abweichungsmöglichkeiten für die Fälle vor, in denen ein Rundfunkveranstalter das jeweilige Angebot mit einer allein für die entsprechende Sendung verwandten Technik verschlüsselt und vorsperrt (Vorsperrung) und sicherstellt, dass die Freischaltung nur für die Dauer der Sendung möglich ist. Bereits verschlüsselt übertragene Sendungen müssen demnach eine zusätzliche Verschlüsselung aufweisen. Die Freischaltung hat durch eine dem Nutzer extra dafür zur Verfügung gestellten vier-

stelligen PIN zu erfolgen. Wird die PIN dreimal falsch eingegeben, so ist eine Freischaltung für die nächsten zehn Minuten nicht möglich.

Erfüllt ein Rundfunkveranstalter diese Voraussetzungen, so darf er Sendungen, die entwicklungsbeeinträchtigend sind und gem. § 5 Abs. 4 S. 1 nur zwischen 23.00 und 6.00 Uhr ausgestrahlt werden dürfen, in diesem Fall bereits ab 20.00 Uhr verbreiten. Daneben darf er Sendungen, die gem. § 5 Abs. 4 S. 2 JMStV sonst nur zwischen 22.00 Uhr und 6.00 Uhr ausgestrahlt werden dürfen, auch in der übrigen Zeit senden. Für den entgeltpflichtigen Einzelabruf gelten daneben keine Sendezeitbeschränkungen. [SD]

Exemplarisch sei auf die Jugendschutzsatzung der Hamburgischen Anstalt für neue Medien verwiesen: HAM (2003): Satzung zur Gewährleistung des Jugendschutzes in digital verbreiteten Programmen des privaten Fernsehens (Jugendschutzsatzung – JSS vom 10. Dezember 2003), http://www.ham-online.de/pdf/satzung_jugendschutz.pdf

2.5 Aktuelle Grundsatzpositionen zur Digitalisierung des deutschen Kabelnetzes

Angesichts des Stands bei der Digitalisierung der deutschen Kabelnetze sowie aktuell auch mit Blick auf jüngere Geschäftsaktivitäten der Kabel Deutschland GmbH (siehe dazu explizit 4.2, S. 18, in dieser Ausgabe) haben verschiedene Akteure Stellungnahmen und Vorschläge zur Verbesserung der ordnungspolitischen Rahmenbedingungen vorgelegt. Außer dem Deutschen Kabelverband e.V. (DKV) und dem Verband Privater Kabelnetzbetreiber e.V. (ANGA) haben sich der Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e. V. (VPRT) und die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) zu Wort gemeldet.

Der DKV fordert in seinem „Positionspapier zur Digitalisierung des Kabels“ ein rasches und konzertiertes Vorgehen aller Beteiligten. Um Planungssicherheit zu gewährleisten, sei aus Sicht der Netzbetreiber ein verbindlicher Digitalisierungsfahrplan erforderlich. Außer EPGs, Urheberrechtsfragen, Netzausbau und dem Verhältnis zu Netzebene 4-Betreibern (NE 4) und

Wohnungswirtschaft geht das Papier vor allem auf die Problematik digitaler Decoder ein. Voraussetzung für einen Massenmarkt ist nach Ansicht des DKV, dass über die Decoder alle analog verbreiteten Programme empfangbar sind. Daher müsse die Anbietervielfalt zu Gunsten des Endkunden vorerst durch einen umfassenden Simulcast-Betrieb erhalten bleiben. Grundmodell für den Decoder-Markt müsse ein Kaufmarkt ähnlich dem Satellitendecoder-Markt sein. Dabei sollten alle Schnittstellen offen und transparent gehalten werden, um eine Bevormundung des Endkunden durch technische Vorgaben zu vermeiden.

Auch eine „Grundverschlüsselung“ und damit die Adressierbarkeit der Boxen müsse als unverzichtbarer Bestandteil des Geschäftsmodells gewährleistet sein. So strebe man ein einheitliches Verschlüsselungssystem (Nagravision) an, das etwa durch eine individuelle „Kabelkarte“ freigeschaltet werden könne. Jeder Decoder, der den von der DKV aufgestellten Basisanfor-

rungen genüge, solle zudem von einer neutralen Institution ein Gütesiegel erhalten können, das Endkunden über Standards und Verwendungsmöglichkeiten informiere.

Auch die **ANGA** legte im Februar ihre „Position 2004 zur Entwicklung des deutschen Breitbandkabelmarktes“ dar. Darin wird zunächst betont, dass das deutsche Kabel bereits zu einem erheblichen Teil digital sei. Vor allem die vorhandenen Kanäle müssten daher effektiver genutzt und vermarktet werden.

Der Verband setzt weiterhin auf Planungssicherheit durch Aufrechterhaltung des analogen TV-Angebots, um nicht in ähnlich hohem Maße Kunden zu verlieren wie die Terrestrik im Zuge der Analog-Abschaltung in Berlin (vgl. dazu 1.1, S. 4ff. in dieser Ausgabe). Ferner sei wegen des besonderen Vertriebspotentials der Netzebene 4 eine enge Kooperation von NE3- und NE4-Betreibern unverzichtbar. Langfristig jedoch sichere nur ein weiterer Ausbau der Netze attraktive Breitbandangebote, wie z.B. High-Speed-Internet, Voice-over-IP-Telefonie oder HDTV, mit denen sich das Kabel im Wettbewerb der Übertragungswege behaupten könne.

Kritisiert wird die einseitige öffentliche Förderung von DVB-T, die den Wettbewerb verzerrt. Ebenso gefährlich sei aus wirtschaftlicher Sicht eine mögliche Re-Monopolisierung der Eigentümerstrukturen durch den Zusammenschluss vormaliger Telekomnetze.

Der **VPRT** betont in seinen „Ordnungspolitischen Forderungen für die Rahmenbedingungen der Digitalisierung in Deutschland“ ebenfalls die Notwendigkeit der Digitalisierung insbesondere der Kabelnetze.

Wenn auch momentan ein Ausbau nicht möglich sei, müsse zumindest eine Verknappung der Kapazitäten im derzeit analogen Bereich ausgeschlossen werden. In Bezug auf die Set-Top-Boxen fordert der VPRT auch die Netzbetreiber zu Marketingmaßnahmen auf, um neben einem Kaufmarkt einen Mietmarkt zu etablieren.

Was den Umstieg auf die digitale Verbreitung angehe, müsse in den Rundfunkstaatsvertrag zusätzlich ein Veränderungs- und Vermarktungsverbot aufgenommen werden. Weder eine Veränderung des Programmsignals noch eine Vermarktung von Programminhalten oder gar ein komplettes Abschalten des analogen Angebots zu Gunsten einer ausschließlich digitalen Ver-

breitung dürfe ohne Zustimmung des Programmanbieters zulässig sein.

Ferner müssten bei der Bestimmung der Einspeiseentgelte gesetzlich verankerte Offenlegungspflichten für größtmögliche Transparenz sorgen. Insbesondere im Bereich des Hörfunks sei eine Senkung der Entgelte notwendig. Ein Simulcast-Betrieb kann nach Ansicht des VPRT zwar erforderlich sein, müsse aber ohne zusätzliche Kosten und mit Zustimmung der Sendunternehmen erfolgen.

Während die **DLM** in ihren „Vorschlägen für die Überwindung des Stillstands bei der Digitalisierung des Kabels“ das Problem des Simulcast wegen der Bereitschaft der Netzbetreiber zur grundsätzlich kostenfreien digitalen Parallelverbreitung als weitgehend gelöst ansieht, misst sie der Frage der „Grundverschlüsselung“ zentrale Bedeutung bei. Eine solche Verschlüsselung fordern die Netzbetreiber insbesondere für Free-TV-Programme, um die Ausstattung der Haushalte mit adressierbaren Boxen sicherzustellen. Dies werde von den Veranstaltern bisher nicht akzeptiert. Umgekehrt beehrten ARD und ZDF die Zulassung von Free-TV-Set-Top-Boxen im Kabel, mit denen wie bei vergleichbaren Boxen für Satellit und DVB-T Bezahlfernsehen nicht empfangen werden könne.

Zur Lösung schlägt die DLM vor, grundsätzlich eine Adressierung von Boxen zuzulassen, um so eine Finanzierungsgrundlage für Programme und Zusatzdienste zu schaffen. Bedingung sei allerdings, dass die Offenheit der Kundenbeziehungen für Anbieter wie Verbraucher gewährleistet werde. Bezüglich reiner Free-to-Air-Boxen seien die Kabelnetzbetreiber nicht berechtigt, diese durch Verweigerung von Gütesiegeln oder vergleichbare Maßnahmen im Markt zu benachteiligen. Das Dienstangebot müsse klar vom Netzbetrieb getrennt werden, damit sich auch für Kabelboxen ein Kaufmarkt entwickeln könne. Weiterhin sei es Sache der Kabelgesellschaften, Veranstalter und Nutzer durch marktgerechtes Verhalten vom Nutzen adressierbarer Boxen zu überzeugen und finanzielle Anreize für die Ausstattung der Haushalte mit adressierbaren Boxen zu schaffen. Im Gegenzug erwartet die DLM von den Free-TV-Veranstaltern, dass sich diese an der digitalen Verbreitung beteiligen. [MZ]

DKV (2003): Positionspapier zur Digitalisierung des Kabels (Dezember 2003), <http://www.deutscherkabelverband.de/web/cms/upload/pdf/PositionspapierIDRzumDownloadformatiert.pdf>

ANGA (2004): ANGA-Position 2004 zur Entwicklung des deutschen Breitbandkabelmarktes (11.02.04), <http://www.phillion.de/anga/index.php?p=36&nid=266&PHPSESSID=74c8bdb0dc44f6aaf68fc0c693a7088f>

VPRT (2003): Ordnungspolitische Forderungen für die Rahmenbedingungen der Digitalisierung in Deutschland (Oktober 2003), http://www.vprt.de/dateien/sn_221003_rahmen_digitalisierung.pdf

DLM (2004): Vorschläge der DLM für die Überwindung des Stillstands bei der Digitalisierung des Kabels (8.03.04), <http://www.alm.de/aktuelles/presse/DLM/DLM-Vorsch%E4ge080304.pdf>

3 Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern

3.1 Australien: Probetrieb für Datacasting-Service in Sydney gestartet

In der australischen Metropole Sydney ist ein umfassender auf drei Jahre angelegter Datacasting-Probetrieb aufgenommen worden. Die Technik und das free-to-air-Sendenetz wird von Broadcast Australia gestellt, die Inhalte stammen von verschiedenen Anbietern. Unter dem Namen Digital Forty Four sind Nachrichten, Sport- und Wettermeldungen der Australian Broadcasting Corporation (ABC), Echtzeit-Verkehrsmeldungen der Regionalregierung, Informationen eines Sportwettbüros sowie Audio-Übertragungen aus dem australischen Bundesparlament zu empfangen. Ein Electronic Programme Guide (EPG) wird ebenfalls angeboten.

Die Auflagen für den Datenübertragungsservice sind streng, so dürfen etwa keine kommerziellen Radiosendungen oder Videoclips von mehr als zehn Minuten Länge übertragen werden. Die Regierung und die beteiligten Veranstalter versprechen sich von dem Probetrieb Impulse für die weitere Entwicklung von Datacasting-Angeboten und interaktiven Geschäftsmodellen. [CH]

Broadcast Australia (2004), DIGITAL FORTY FOUR launches as Australia's first Full Datacasting Service on Free-to-Air Digital TV (Media Release, 17.03.04), <http://www.broadcastaustralia.com.au/pressrelease/BA%20datacast%20launch%20media%20release.pdf>

3.2 Deutschland: DVB-T-Einführung in mehreren Bundesländern vorbereitet

Die Einführung von DVB-T schreitet in mehreren Bundesländern weiter voran. Neben der Eröffnung des Frequenzteilungsverfahrens für digitales Fernsehen in Norddeutschland und Nordrhein-Westfalen durch die RegTP hat der Medienrat der BLM Eckpunkte zur Einführung von DVB-T in Bayern verabschiedet. Den Start der neuen Übertragungstechnik in Sachsen-Anhalt plant der Lenkungsausschuss der Medienanstalt Sachsen-Anhalt für Mitte 2005.

Mit den Verfügungen Nr. 2/2004 und Nr. 3/2004 vom 4. Februar 2004 eröffnet die RegTP das Antragsverfahren der Frequenzteilung für DVB-T-Frequenzen in Norddeutschland (Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein) und Nordrhein-Westfalen. Dabei konzentrieren sich die Sendegebiete zunächst auf die Ballungsräume dieser Länder, eine großflächige Versorgung soll in den nächsten Jahren folgen.

Die RegTP orientiert sich bei dem Verfahren an den von ihr für die Einführung von DVB-T aufgestellten Eckpunkten (siehe DocuWatch 2/2002, 3.3, S. 10f.). Das Antragsverfahren stellt bei dem Frequenzteilungsverfahren die 1. Stufe dar: Die Verfügung stellt die Versorgungsbedarfe sowie die verbindlichen Versorgungszielstellungen der einzelnen Regionen fest

und konkretisiert die Voraussetzungen, die die Antragsteller erfüllen müssen. Werden mehr Anträge gestellt als Frequenzen vorhanden sind, so führt die RegTP in der 2. Stufe ein Ausschreibungsverfahren für die jeweiligen Regionen durch.

Bereits am 24. Mai sollen die ersten „DVB-T-Inseln“ in den Regionen Köln / Bonn, Hannover / Braunschweig und Bremen / Unterweser entstehen. Am 8. November sollen die Ballungsräume Düsseldorf / Ruhrgebiet, Hamburg / Lübeck und Kiel / Schleswig / Eutin / Flensburg folgen. In den darauf folgenden Jahren soll DVB-T dann so weit ausgebaut werden, dass es auch in den schwächer besiedelten Regionen verfügbar ist. (Vgl. DocuWatch 4/2003, 3.2, S. 12).

Am 10. März veröffentlichte die LPR Hessen ihre Ausschreibung für die DVB-T-Lizenzen im Rhein-Main-Gebiet. Anfang Oktober sollen die öffentlich-rechtlichen Sender, ab Dezember die privaten Veranstalter dort mit der digitalen Übertragung beginnen.

Im Vorfeld eines DVB-T-Frequenzverfahrens auch in Bayern hat der Medienrat der BLM am 5.2.2004 Eckpunkte zur Einführung von DVB-T verabschiedet. Nachdem die BLM das Interesse von Anbietern an der Nutzung von DVB-T

durch ein Ausschreibungsverfahren im Dezember festgestellt hatte, sollen die jetzt beschlossenen Eckpunkte den Gesprächen mit Bewerbern zugrunde gelegt werden. Gemäß den Eckpunkten werden verschiedene Aspekte in eine Auswahlentscheidung einfließen, so sollen etwa derzeit analog verbreitete terrestrische Programme die Möglichkeit zur Verbreitung über DVB-T erhalten. Können nur zwei Multiplexe (mit einer Bandbreite von je vier Programmäquivalenten) errichtet werden, so sollen zwei Programme nicht den großen Senderfamilien (RTL und ProSiebenSat.1) angehören. Daneben sehen die Eckpunkte eine Verpflichtung der reichweitenstärksten bundesweit verbreiteten Programme zur Schaltung von Regionalfenstern auch bei DVB-T vor. [SD / CH]

RegTP (2004): Frequenzteilungsverfahren für digitales Fernsehen in Norddeutschland und Nordrhein-Westfalen eröffnet (Pressemittteilung vom 04.02.04), <http://www.regtp.de/aktuelles/pm/02905/index.html>

LPR Hessen (2004): Ausschreibung terrestrischer digitaler Übertragungskapazitäten (DVB-T) für die Verbreitung von Fernsehprogrammen und Mediendiensten nach dem Gesetz über den privaten Rundfunk in Hessen (10.03.04), <http://www.lpr-hessen.de/ausschreibung/DVB-T.pdf>

BLM (2003): Ausschreibung der Nutzung von terrestrischen Übertragungskapazitäten für digitale Fernsehangebote in München und Nürnberg. Bekanntmachung der BLM vom 19. Dezember 2003, <http://www.blm.de/aktuell/news/pdf/Ausschreibung%20DVB-T%20M%FCnchen-N%FCnberg.pdf>

3.3 Frankreich: Call for Papers vor Zuweisung digitaler terrestrischer Frequenzen

Der CSA hat am 24. Februar 2004 eine öffentliche Debatte (consultation publique) im Vorfeld der Zuweisung der Frequenzkapazitäten für den sechsten und letzten digitalen terrestrischen Multiplex eingeleitet. Der in Frage stehende Multiplex „R 5“ war ursprünglich als weitere Übertragungskapazität für die Verbreitung öffentlich finanziert, digitaler Angebote eingeplant gewesen. Ende des Jahres 2003 hatte sich die französische Regierung jedoch entschieden, die öffentlichen Programme auf einem einzigen Multiplex zu gruppieren, dessen Zusammensetzung bereits festgelegt worden ist („R1“). Damit stellt sich die Frage, wie der verbleibende Multiplex zuzuweisen ist. Der CSA hat nun einen Katalog von insgesamt elf Fragen verfasst, zu dem sich die Beteiligten bis zum 31. März 2004 schriftlich äußern konnten.

Eine der zentralen Fragen ist, ob dem lokalen Fernsehen auf diesem Wege eine neue, zentrale Entwicklungsmöglichkeit eingeräumt werden soll. Als Problem wird hier offenbar empfunden, dass lokale Angebote erst bei einem hohen Grad an technischer Erschließung des Territori-

ums und an Verbreitung der digitalen Endgerärentabel sein werden. Die Konsequenz wäre, dass ein Teil der digitalen terrestrischen Frequenzen – nämlich diejenigen, die lokalen Angeboten zugewiesen werden – nicht umgehend operabel (und damit rentabel) wären, mit der Folge, dass einige Übertragungskapazitäten in der Anschubphase des digitalen terrestrischen Regelbetriebs „brach liegen“ würden. Alternativ wird erwogen, einen besonderen Schwerpunkt auf mobile Dienstleistungen zu legen oder auf hoch auflösendes Fernsehen (HDTV). Auch stellt der CSA u.a. die Frage, ob ein Multiplex-übergreifender, elektronischer Programmführer (EPG) erforderlich ist, und ob diesem ggf. eigenständige Frequenzen zugewiesen werden sollten. [PP]

CSA (2004): Consultation publique précédant un nouvel appel aux candidatures pour la TNT (Presseerklärung vom 24.02.04), http://www.csa.fr/actualite/communiqués/communiqués_detail.php?id=15509 sowie http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=15508

3.4 Italien: Gesellschaft zur Entwicklung und Förderung von DVB-T gegründet

Die führenden Fernsehveranstalter Italiens haben mit der „Associazione per lo sviluppo del digitale terrestre in Italia“ (abgekürzt: DGTVi)

eine gemeinsame Einrichtung geschaffen, die den Digitalisierungsprozess begleiten und fördern soll. Als Vorbild gilt die britische Digital

Television Group. Kooperationspartner sind die öffentlich-rechtliche RAI und die privaten Veranstalter Mediaset, La 7 und die Fondazione Ugo Bordoni. Die DGTVi soll mit den entscheidenden italienischen und europäischen Stellen zusammenarbeiten und allen Veranstaltern und Endverbrauchern insbesondere bei der Einführung von DVB-T helfen.

Unterdessen zeigt die Einführung einer 150 Euro hohen Beihilfe beim Kauf von Set-Top-Boxen im Februar Wirkung. Der günstigste Receiver ist in Folge der Subventionierung durch die Regierung schon für 49 Euro erhältlich. Derzeit werden etwa 2.000 Geräte pro Tag verkauft,

wie die DGTVi mitteilte. Vor diesem Hintergrund mehren sich die Einschätzungen, dass der Switch-over wie geplant tatsächlich im Jahr 2006 erfolgen kann. [CH]

Seite der DGTVi im Internet: <http://www.dgtvi.it>

Pekic, Branislav (2004): Italian broadcasters form DTT association (Digital Television Group News, 12.02.04), http://www.dtg.org.uk/news/world-italian_dgtvi.htm

Pekic, Branislav (2004): Italian DTT boxes selling at 2,000 a day (Digital Television Group News, 19.03.04), http://www.dtg.org.uk/news/world-italian_boxes.htm

3.5 Kanada: CRTC vergibt digitale Sendelizenzen

Die CRTC hat Ende Januar 2004 damit begonnen, Lizenzen zur Veranstaltung digitalen Fernsehens an die verschiedenen Anbieter zu vergeben. Die Lizenzen gelten bis zum 31.08.2007. Die Lizenznehmer sind verpflichtet, die Programme sowohl analog als auch digital auszustrahlen, lediglich 14 Stunden Programm wöchentlich müssen nicht auch digital übertragen

werden. Außerdem werden die Veranstalter dazu verpflichtet, verfügbare Programme in HDTV-Qualität zu übertragen. [H3r]

Die einzelnen Lizenzierungsentscheidungen sind der CRTC-Website zu entnehmen: die erste Entscheidung trägt die Nummer 2004-63. CRTC (2004): Broadcasting Decisions 2004, <http://www.crtc.gc.ca/eng/public/2004/8045/decbr01.htm>

3.6 Norwegen: Switch-over erfolgt zum Jahreswechsel 2007/2008

Norwegen hat sich auf den 1. Januar 2008 als Stichtag zur vollständigen Abschaltung der analogen Rundfunkübertragung geeinigt. Ab 2006 werden schrittweise die analogen Sendeanlagen abgeschaltet und umgerüstet. Dabei soll im Verbund aller Plattformen eine Vollversorgung sichergestellt werden. Eine staatliche Unterstützung für den Absatz der erforderlichen

Set-Top-Boxen ist derweil nicht vorgesehen. [CH]

Sellgren, Göran (2004): Norwegian legislation establishes DTT by 2008 (Digital Television Group News, 19.03.04), http://www.dtg.org.uk/news/world-norway_dtt.htm

Das Protokoll der entscheidenden Parlamentsdebatte vom 26.02.2004: <http://www.stortinget.no/stid/2003/pdf/s040226.pdf>

3.7 Schweden: „En guide till digital-TV“

Die Schwedische Rundfunkregulierungsbehörde „Radio- och TV-verket“ (RTVV) hat im Februar eine aktualisierte Fassung ihres Digital-TV-Führers „En guide till digital-TV“ veröffentlicht. Darin wird insbesondere die Situation der drei Übertragungsplattformen und der verschiedenen Akteure in Schweden aufgezeigt und die jeweiligen Strategien zur Erreichung des ge-

planten Switch-over im Jahr 2008 geschildert. Dabei werden sowohl technische, ökonomische als auch rechtliche Aspekte berücksichtigt. Das Handbuch ist momentan nur in schwedischer Sprache erhältlich. [CH]

RTVV (2004): En guide till digital-TV, <http://www.rtvv.se/nyheter/pdf/guidedigi04.pdf>

4 Einzelthemen

4.1 Konzentration im französischen Kabelmarkt

Die vier führenden Betreiber der französischen Kabelnetze haben ihre Aktivitäten in jeweils zwei neuen Einheiten gebündelt. Der führende Kabelnetzbetreiber Noos (Mutterkonzern: Suez) wurde von United Global Com (UGC, gehört zu Liberty Media) übernommen und dessen Kabel-Tochterunternehmen UPC France angegliedert. Die neue Einheit verfügt über rund 1,8 Mio. Abonnenten im Bereich des französischen Pay-TV über Kabel. Dabei soll das Mutterunternehmen Suez nur noch rund 20 % am Joint Venture halten. Wenige Tage später reagierten die im Markt bislang zweit- und drittplatzierten Betreiber Numéricable (Groupe Canal Plus) und France Télécom Câble (gehört zum ehemaligen TK-Monopolisten France Télécom) mit der Ankündigung der unternehmerischen Bündelung ihrer Kabelaktivitäten, an der beide Mutterunternehmen künftig jeweils nur noch 20 % der Anteile halten wollen. Die neue Einheit wird über rund 1,7 Mio. Abonnenten im Kabelnetz verfügen.

Es war seit langem darüber spekuliert worden, dass es zu Konzentrationsentwicklungen im französischen Kabelmarkt kommen würde (vgl.

DocuWatch 4/2002, 4.3, S. 19f.). Hintergrund ist, dass die französischen Kabelnetze seit ihrer Errichtung in den 1980er Jahren defizitär sind und nicht an den wirtschaftlichen Aufschwung der in den 90er Jahren eingeführten Satelliten-Plattformen anknüpfen konnten. Das Gesetzesprojekt zur Umsetzung des europäischen Telekommunikationsrichtlinienpakets (siehe 2.1, S. 10 in dieser Ausgabe) sieht bereits eine Liberalisierung der Konzentrationsregelungen im Hinblick auf die französischen Kabelnetze vor (dazu DocuWatch 2/2003, S. 9 f.). [PP]

France Telecom (2004): Memorandum of Understanding between France Telecom and Groupe Canal+ regarding their cable activities (Presseerklärung, 18.03.04), http://www.francetelecom.com/en/financials/journalists/press_releases/CP_old/cp040318.html

O. V. (2004): UGC: Mit NOOS Frankreichs Nr. 1 im Kabel, in: Medien Aktuell Nr. 13 vom 22. März 2004, S. 8

O. V. (2004): France Télécom et Canal+ regroupent leurs réseaux câblés afin de mieux les vendre, in: Le Monde vom 19. März 2003, http://www.lemonde.fr/web/imprimer_article/0,1-0@2-3234,36-357423,0.html

4.2 Kabel Deutschland und der deutsche Kabelmarkt

Die jüngsten Aktivitäten der Kabel Deutschland GmbH (KDG) haben erneut die Diskussion über die Zukunft der Kabelnetze in Deutschland belebt (vgl. auch 2.5, S. 12 in dieser Ausgabe).

Ab April 2004 bietet der mit 3,4 Mio. Kunden und 10 Mio. angeschlossenen Wohneinheiten größte deutsche Kabelnetzbetreiber, die KDG, eine – ausschließlich von ihr lizenzierte – Set-Top-Box für weniger als 100 Euro und daneben verschiedene Programmpakete an. In diesem Zusammenhang ist es zu einem offenen Konflikt zwischen der KDG und den öffentlich-rechtlichen Programmen gekommen, in dessen Verlauf ARD und ZDF den Kabelvertrag über die Einspeisung ihrer digitalen Programme zeitweise gekündigt hatten.

Die Bevorzugung von Set-Top-Boxen durch KDG, die Pay-TV empfangen können, ist nach Ansicht von ARD und ZDF eine Behinderung

für die Entstehung eines Marktes für digitale Empfangsgeräte und birgt das Risiko, dass die öffentlich-rechtlichen Programme nicht auf allen Kabelboxen empfangbar sind. Mit der Entscheidung, den Kabelvertrag über die Einspeisung der digitalen Programme von ARD und ZDF zu kündigen, wollten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Einführung einer offenen Programm- und Empfangsgeräteplattform bei der KDG durchsetzen. Einen Tag nach der kündigungsbedingten Abschaltung einigten sich die Akteure allerdings.

Auch von Seiten der kommerziellen Anbieter kommen kritische Äußerungen zu den Plänen von KDG. Hier stößt man sich insbesondere an einer Vereinbarung KDGs mit dem Pay-TV-Anbieter Premiere über eine weitgehende Kooperation bei Vermarktung und Vertrieb. So soll etwa das Programmangebot von Premiere besonders

prominent im EPG von Kabel Deutschland positioniert werden. Daneben wird auch die Planung einer Freischaltgebühr und einer Vermarktung in Paketen von den Programmveranstaltern kritisiert.

Der VPRT hat sich nachdrücklich für neutrale Programmführer im digitalen Angebot der Kabel Deutschland GmbH (KDG) und eine unabhängige Zertifizierung von Set-Top-Boxen ausgesprochen (vgl. 4.3, S. 20 in dieser Ausgabe). Daneben plädiert der Verband für die Gleichbehandlung öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme in den digitalen Kabelnetzen. Insbesondere für die Neutralität von EPGs stellt der VPRT konkrete Forderungen auf: So sollten Programme und sonstige Angebote vollständig und ohne eine Empfehlung des Kabelnetzbetreibers dargestellt werden, alle Programme müssten diskriminierungsfrei und neutral dargestellt werden, ein Hervorheben einzelner Programme durch die KDG dürfe nicht erfolgen. Daneben müssten die Programmplätze in Navigatoren, elektronischen Programmführern und Senderlisten nach neutralen Kriterien, zum Beispiel alphabetisch, nach Reichweite oder nach Marktanteilen, in einer durchnummerierten Reihenfolge dargestellt werden. Die Zuschauer sollten die Möglichkeit bekommen, sich im Navigator eine eigene Favoritenliste nach ihren Nutzungsgewohnheiten zusammenzustellen, wobei die KDG diese Liste neutral anbieten und nicht bereits Voreinstellungen daran vornehmen sollte.

Die bisherigen Konkurrenten von Kabel Deutschland, iesy und ish, bemühen sich unterdessen ebenfalls, ihre Angebote weiter zu entwickeln. So hat iesy Programmpakete mit 19 neuen ausländischen Programmen zusammengestellt, die seit März empfangen werden können; ish hat sein Einführungsangebot für digitales Fernsehen verlängert.

Angesichts der beabsichtigten Übernahme der regionalen Kabelgesellschaften Kabel BW, iesy und ish durch die Kabel Deutschland GmbH befürchten die Landesmedienanstalten nun langfristig eine Behinderung der Entwicklung der Kabelnetze und sehen darin eine Gefahr für Wettbewerb und Vielfalt. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass die KDG ihren Unternehmensschwerpunkt nicht auf den Signaltransport beschränkt sieht, sondern auch im Bereich der

Programmvermarktung tätig ist, könnte im Fall einer Kontrolle der Netzebene 3 (NE 3) durch einen einzigen Anbieter ein Risiko für den ungehinderten Zugang zum Kabel von Fernsehveranstaltern entstehen.

Die ANGA sieht durch die voranschreitende Monopolisierung des Kabelmarktes den Wettbewerb um Versorgungsverträge der Wohnungswirtschaft gefährdet und befürchtet die einseitige Durchsetzung technischer Standards, wodurch weitere Innovationsentwicklungen behindert würden. Der wirtschaftspolitische Ansatz, der mit der Trennung von Telefon- und Kabelnetzen verfolgt wurde, wäre damit nach Ansicht der ANGA endgültig verfehlt. [SD/H3r]

Presstext.at (20.01.04): Vor Konsolidierung des deutschen Kabel-TV-Marktes: KDG will kleinere Rivalen schlucken, <http://www.ple.at/ple.mc?ple=040120036>

Premiere (2004): Premiere und Kabel Deutschland vereinbaren Vermarktungskoooperation (Unternehmensmeldung, 13.02.04), http://www.premiere.de/content/presse_unternehmensmeldungen_13_02.jsp

Tagesschau.de (23.02.04): ARD und ZDF kündigen Vertrag mit Kabel Deutschland, http://www.tagesschau.de/aktuell/meldung/en/0,1185,OID2948472_REF2,00.htm

VPRT (2004): Position des VPRT zu „Set-Top-Boxen“ und „Navigatoren“ auf der Grundlage des Vermerks der Gemeinsamen Stelle Digitaler Zugang zu den Anforderungen an Navigatoren gemäß § 53 RSIV sowie zu dem durch die KDG nach § 53 RSIV zur Anzeige gebrachten Navigator (9.3.04), http://www.vprt.de/dateien/sn_090304_settopboxen.pdf

iesy (2004): iesy Hessen bietet Auslandsfernsehen (Pressemitteilung, 20.02.04), http://www.iesy.de/cms/site/upload/presse/2004_01_iesy_international_tv.pdf

ish (2004): Das Plus für Ihren Kabelanschluss: ish Plus TV, <http://www.ish.de/ishtv/ishplustv/index.html>

Digitalfernsehen.de News vom 25.02.04: Ish verlängert Einführungsangebot für Digital TV, http://www.digitalfernsehen.de/news/news_6223.html

DLM (2004): Übernahme weiterer Kabelgesellschaften durch Kabel Deutschland: Landesmedienanstalten sehen Gefahren für Wettbewerb und Vielfalt (Pressemitteilung, 06.02.04), <http://www.alm.de/index2.htm>

ANGA (2004): ANGA-Position 2004 zur Entwicklung des deutschen Breitbandkabelmarktes (11.02.04), <http://www.phillion.de/anga/index.php?p=36&nid=266&PHPSESSID=74c8bdb0dc44f6aa168fc0c693a7088f>

4.3 Positionspapier des VPRT zum Standard von Set-Top-Boxen und EPGs

In einem Positionspapier zu Set-Top-Boxen und Navigatoren nimmt der Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e. V. (VPRT) Stellung zu den Anforderungen an Set-Top-Boxen und gibt Komponentenempfehlungen ab. Dabei hebt der Verband insbesondere die Anforderungen an die Interoperabilität, die Zertifizierung von Set-Top-Boxen (STBs) durch unabhängige Stellen und die Zugänglichkeit hervor.

Das am 9. März veröffentlichte Papier reagiert auf den Vermerk der Gemeinsamen Stelle Digitaler Zugang zu den Anforderungen an Navigatoren nach § 53 Abs. 2 RStV und nimmt zu dem von Kabel Deutschland geplanten Navigator Stellung (vgl. 4.2, S. 18f. in dieser Ausgabe).

Der VPRT fordert für STBs, dass diese den Standard für die digitale Kabelübertragung (DVB-C) einhalten und einem europaweit normierten, einheitlichen API-Standard entsprechen. Einen solchen Standard böte zurzeit ausschließlich MHP. Daneben müssten die Boxen ausreichend Speicherplatz für komplexe Anwendungen und offene Schnittstellen zur Aufnahme von CA-Modulen aufweisen, die dem DVB-CI-Standard entsprechen. Nur so sei ein Wettbewerb unterschiedlicher Bezahlangebote möglich. Eine Zertifizierung von STBs müsse durch unabhängige Stellen und auf allen Netzebenen sowie in allen Kabelnetzen erfolgen, wobei die Kriterien der Zertifizierung hinreichend transparent sein müssen. Daneben ist die Interoperabilität von digitalen Endgeräten nach Ansicht des Verbands ein kritischer Faktor bei der Marktdurchsetzung von MHP.

In Bezug auf Navigatoren begrüßt der VPRT die Satzung der Landesmedienanstalten über die Zugangsfreiheit zu digitalen Diensten grundsätzlich, fordert aber teils noch weitere Konkretisierungen und Verbesserungen, etwa beim Wechsel von EPGs oder im Fall von nachrüstfähigen Zapping-Boxen ohne MHP. In dem Positionspapier nimmt der VPRT auch Stellung zu

dem von KDG zur Anzeige gebrachten Navigators, wobei der Verband eine Zertifizierung ausschließlich durch die KDG ablehnt (siehe 4.2, S. 18 in dieser Ausgabe). Als Grundsätze für den KDG-Navigator, aber auch für die Navigatoren anderer Anbieter oder Netzbetreiber müssten folgende gelten:

- Werbefreiheit des Basisnavigators und der Senderlisten und direkter und unkomplizierter Zugang zu allen Programmen.
- Vollständigkeit der Darstellung der Programminhalte ohne von der Set-Top-Box gesteuerte Einblendungen, keine Veränderung des Sendesignals.
- Neutrale Vergabe von Programmplätzen, z.B. alphabetische Darstellung, technische Reichweite, Marktanteile etc. mit deutlicher Kennzeichnung von Pay-TV-Angeboten.
- Möglichkeit für Nutzer, eine Favoriten- bzw. eine eigene Programmplatzliste zu erstellen.
- Diskriminierungsfreie Darstellung von Programmen in der Senderliste sowie von Sendergruppen-Bouquets.
- Verwendung von neutralen Kategorien bei der Darstellung von Angeboten in Programmkategorien.
- neutrale Fernbedienung ohne vorprogrammierte bzw. hervorgehobene Tastenbelegungen.

Daneben übt der VPRT noch generell Kritik an den Plänen des Deutschen Kabelverbands (siehe 4.2, S. 18 in dieser Ausgabe), die Programme der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender im Gegensatz zu denen der privaten Anbieter unverschlüsselt zu übertragen. [SD]

VPRT (2004): Position des VPRT zu „Set-Top-Boxen“ und „Navigatoren“ auf der Grundlage des Vermerks der Gemeinsamen Stelle Digitaler Zugang zu den Anforderungen an Navigatoren gemäß § 53 RSIV sowie zu dem durch die KDG nach § 53 RStV zur Anzeige gebrachten Navigator (9.3.04), http://www.vprt.de/dateien/sn_090304_settopboxen.pdf

4.4 Maßnahmenpaket zur Einführung von MHP in Deutschland

Ende Februar einigten sich Vertreter von ARD, ZDF, RTL Television, der ProSiebenSat.1 Me-

dia AG sowie der DLM und der Geräteindustrie auf einen Maßnahmenkatalog zur Fortführung

der „Mainzer Erklärung“ von 2001, in der man sich auf die Einführung von MHP in Deutschland geeinigt hatte. Mit dem Maßnahmenpaket soll die Einführung von MHP weiter vorangetrieben werden: Die ProSiebenSat.1-Gruppe plant, im Laufe des Jahres MHP-Anwendungen anzubieten und würde so mit ARD, ZDF und RTL gleichziehen, die bereits seit 2002 MHP-Anwendungen entwickeln und anbieten. Auf Seiten der Geräteindustrie soll intensiv an der

4.5 „mhp for free“ und „RAPS“

Der Anbieter Galaxis Technology startete Anfang des Jahres die Initiative „mhp for free“, in deren Rahmen MHP-Software für Digitalempfänger und Multimedia-PCs kostenlos zum Download zur Verfügung gestellt werden soll. Mit dem Programm RAPS (Receiver Automatic Programming System) wurde von der „Gemeinsamen Stelle Digitaler Zugang“ der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten und der Bremischen Landesmedienanstalt eine Software

Herstellung und Vermarktung von kostengünstigen Free-TV-Receivern gearbeitet werden, die den Standard unterstützen. Die Landesmedienanstalten wollen sich für die Verbreitung von MHP-Receiver auch in den Kabelnetzen einsetzen. [SD]

Digitalfernsehen.de News vom 27.02.04: Free-TV-Sender und Hersteller gemeinsam für MHP, http://www.digitalfernsehen.de/news/news_6294.html

lizenziert, mit der eine flexible Belegung der Programmplätze einer Set-Top-Box möglich ist. [H3r]

Mhp4free.de (2003): Galaxis startet „mhp for free“ (Pressemitteilung, 23.12.03), http://www.mhp4free.de/27.0.html?&no_cache=1&backPID=1&tt_news=3

RAPS (2003): RAPS unbedenklich nach §53 RSIV / Weitere Sprachenlisten verfügbar (Presseinfo 4, 19.12.03), http://www.ideemedien.de/raps/PM_Nr_4_-_2003-12-19.PDF

4.6 Powerline-Projekt OPERA von der EU gestartet

Im Januar 2004 startete im Rahmen des EU-Projektes „Breitband für alle“ das Powerline-Projekt „OPERA – Open PLC European Research Alliance“ ein Projekt zur Förderung der Powerline-Technologie. Das Gesamtbudget der 36 Projektpartner liegt für die erste Phase des vier Jahre laufenden Projektes bei 20 Mio. Euro, von denen neun Mio. Euro aus dem EU-Haushalt kommen. Zur Förderung der Breitband-Verbreitung in Europa soll im Rahmen des Projektes ein einheitlicher europäischer Standard geschaffen werden, der diese Verbrei-

tungstechnik wettbewerbsfähig macht. Damit tritt Powerline als Breitbandübertragungsmöglichkeit für Onlinedienste, wie etwa Video-on-Demand, in Konkurrenz zu den etablierten Kabelprovidern. Die Projektpartner kommen aus Spanien, Frankreich, Großbritannien, Belgien, Italien, Portugal, Israel, Griechenland, der Schweiz, Österreich und Deutschland. [H3r]

ots - Original Text Service (2004), European Commission's powerline project started (30.01.04), <http://www.naeurope.co.uk/en/story.htm?nr=300002007>

4.7 BBC-Studie „Television for all“

Die Abteilung Research and Development der British Broadcasting Corporation (BBC) hat einen Bericht über die Entwicklung neuer Angebote im Zusammenhang mit digitalem Fernsehen vorgelegt, die vor allem Behinderten eine bessere Nutzung des Fernsehens ermöglichen. Dabei wird neben neuen Möglichkeiten, die sich für die Untertitelung von Programmen und den Einsatz von Zeichensprache für Hörbehinderte

ergeben, auch das Verfahren der Bildbeschreibung durch einen Sprecher („Audio-Deskription“) für Sehbehinderte im digitalen Fernsehen ausführlich dargestellt. [H3r]

BBC Research & Development (2003): Television for all, <http://www.bbc.co.uk/rd/pubs/brochures/ibc2003/bbc-rd-televisionforall.pdf>

4.8 Ofcom legt Jahresplan 2004/2005 vor

Die britische Regulierungsbehörde Ofcom hat eine Jahresplanung veröffentlicht, in der sie einen Überblick über ihre geplanten Aktivitäten gibt. So beabsichtigt das Ofcom im kommenden Geschäftsjahr – April 2004 bis März 2005 – drei umfangreiche Studien durchzuführen, in deren Mittelpunkt der öffentlich-rechtliche Rundfunk (A 1), die Regulierung des Telekommunikationsmarktes (A 2) und die Verwaltung des Frequenzspektrums (A 3) stehen werden. Außerdem wird die Behörde Anstrengungen unternehmen, die Transparenz ihrer Aktivitäten zu

erhöhen.

Die wichtigsten Ziele, die vom Ofcom verfolgt werden, sind die Förderung des Übergangs zum digitalen Fernsehen und des Wettbewerbes und die Sicherung der Interessen der Bevölkerung als Bürger und Konsumenten. Die nachstehende Übersicht fasst die wesentlichen Elemente der Jahresplanung des Ofcom zusammen.

[H3r]

Ofcom (2004): Ofcom's Annual Plan: April 2004 - March 2005.

Consultation document, http://www.ofcom.org.uk/consultations/current/annual_plan/annual_plan.pdf?a=87101

Übersicht der geplanten Arbeits-Schwerpunkte des Ofcom in 2004/05:

Overall Mission: to further the interests of the citizen-consumer where appropriate by encouraging competition			
Key Reviews <ul style="list-style-type: none"> • A1 Public service broadcasting review • A2 Telecoms strategic review • A3 Strategic review of spectrum framework 			
Encourage evolution of electronic media and communication networks	Support the need for innovators, creators and investors to flourish via promoting competition	Foster plurality, inform and protect citizen-consumers, and promote cultural diversity	Serve interests of citizen-consumers
B1 Drive digital switchover <ul style="list-style-type: none"> • Television • Radio • Related spectrum release B2 Advance broadband development <ul style="list-style-type: none"> • Broadband spectrum access • Competition in fixed telecoms; broadband market reviews • Next-generation networks • Digital rights management • Citizenship concerns 	C1 Promote competition <ul style="list-style-type: none"> • Individual market reviews • Wholesale line rental • Network charge control C2 Conduct investigations <ul style="list-style-type: none"> • Competition case investigations C3 Enable value-added use of spectrum <ul style="list-style-type: none"> • Implementing spectrum trading • Spectrum clearance • Spectrum pricing C4 Spectrum licensing, monitoring and enforcement	D1 Develop new broadcasting licensing regime to foster self-regulation and broaden choice D2 Implement changes to broadcasting content regulation to deliver additional citizen-consumer benefits <ul style="list-style-type: none"> • Improving quality • Increasing access D3 Develop, implement and extend co-regulation of: <ul style="list-style-type: none"> • broadcast advertising • premium rate services 	E1 Protect interests of citizen-consumers <ul style="list-style-type: none"> • Ease of use initiatives • Consumer Panel • Telephone numbering E2 Promote informed citizen-consumers E3 Deal effectively with citizen-consumer complaints <ul style="list-style-type: none"> • Ofcom Contact Centre • Investigation and enforcement of key citizen-consumer issues E4 Review the Universal Service Obligation in telecoms
Overall framework and processes of regulation			
F1 Provide best-in-class research and market intelligence (evidence base) F2 Establish effective network for external relations: regional, national and international F3 Deliver strategic planning and independent reviews F4 Improve efficiency of Ofcom's services to stakeholders F5 Provide effective internal support processes: Human Resources, Commercial F6 Communicate effectively both internally and externally			

Entnommen aus: http://www.ofcom.org.uk/consultations/past/plan/annual_plan/table4_2.pdf

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 Zeitschriftenveröffentlichungen

Cable and Satellite Europe

Is. 235 (2004) Nr. 1/2

Dziadul, Chris (2004): Russian renaissance. – S. 32-34.

„Securing funds for network upgrades is far from easy in the Russian pay-TV market but this has done little to deter multiple platforms from rolling out digital technology. The gamble seems to be paying off attracting sizeable subscriber numbers, but for vendors looking to break into the market, deciding which digital platform to back is no easy task.”

EBU Technical Review

Nr. 297 (January 2004)

Spikofski, Gerhard; Klar, Siegfried (2004): Levelling and Loudness - in radio and television broadcasting. – 12 S. (Online-Ressource: http://www.ebu.ch/trev_297-spikofski_klar.pdf)

„Sudden differences in loudness between and even within radio and television programmes have been well known for a long time. With the more recent introduction of digital techniques, combined with the parallel transmission of digital and analogue broadcasts, this problem is again becoming highly significant. This article presents some solutions for avoiding loudness differences in radio and television broadcasting, based on levelling recommendations and a newly-developed loudness algorithm.“

Journalist

(2004) Nr. 2

Stengel, Eckhard (2004): Fortschritt mit Schattenseiten. – S. 38-40.

„Nach der Einführung im Großraum Berlin soll das digitale Antennen-Fernsehen DVB-T auch in anderen Ballungsräumen die analogen Sender verdrängen. Dass Fortschritt auch Nachteile mit sich bringt, wird bisher kaum thematisiert.“ Der Autor verwendet in seiner Skizze der Nachteile Begriffe wie ‚Zwangsinnovation‘ und ‚Zwangskosten‘ und wertet den Umstieg als den ‚letzten Versuch‘ zur Rettung der Terrestrik.

Kommunikation & Recht

Jg. 6 (2003) Nr. 12

Schulz, Wolfgang (2003): Konzeptionelle Vorüberlegungen zu einer europäischen „Content without Frontiers Directive“. Zur Fortentwicklung von E-Commerce- und Fernseh-Richtlinie angesichts der Veränderung der Dienste und vor dem Hintergrund nationaler und internationaler Grundrechtsverbürgungen. – S. 577-582.

„Das Nachdenken über die Folgen technischer Entwicklungen (Stichwort: Konvergenz) für die Regulierung von Content-Diensten droht zu erlahmen, da die tief greifenden Veränderungen auf dieser Ebene schon seit langem auf sich warten lassen. ‚Video-on-Demand‘ ist in Deutschland noch nicht etabliert, im wirklichen Sinne interaktive Formen digitalen Fernsehens noch nicht einmal in Sicht. Es erscheint allerdings kurzsichtig, wegen der mehrfach enttäuschten Erwartung davon auszugehen, alles bliebe beim Alten und die nationalen und europarechtlichen Rechtsregeln könnten unverändert in die Zukunft fortgeschrieben werden. Der [...] Beitrag skizziert zunächst Veränderungen, die sich bereits abzeichnen oder schon Realität geworden sind. Er stellt die deutschen verfassungsrechtlichen und die europarechtlichen Vorgaben dar, innerhalb deren regulatorische Reaktionen auf die realen Veränderungen entwickelt werden müssen, und analysiert schließlich anhand der Beispiele der Fassung der Geltungsbereiche und der Regulierungskonzepte Möglichkeiten einer Weiterentwicklung der Fernseh-Richtlinie und der E-Commerce-Richtlinie.“

Media Perspektiven

(2003) Nr. 12

ARD/ZDF-Projektgruppe Digital (2003): Ergebnisse der Begleituntersuchung der ARD/ ZDF-Medienkommission. Berlin/Potsdam: Erste DVB-T-Region Deutschlands. – S. 558-569. Als Online-Ressource: http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/projektgruppe_digital_1_neu.pdf?foid=9500

ARD/ZDF-Projektgruppe Digital (2003): Ergebnisse der Begleitforschung zur Wirksamkeit der Informationskampagne: Kommunikationsmaßnahmen im DVB-T-Projekt Berlin/Potsdam. –

S. 570-574.

Als Online-Ressource: http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/projektgruppe_digital_2_neu.pdf?foid=9501

Siehe dazu 1.1, S. 4ff. in dieser Ausgabe.

Tendenz

(2003) Nr. 4

Hofmeir, Stefan (2003): Digitalisierung der deutschen Kabelnetze: 2004 geht die Post ab. - S. 4-10.

Stadik, Michael (2003): Wettbewerb der TV-Übertragungswege Kabel, Satellit und DVB-T: Anstoß aus dem All. - S. 16-17.

Brockmeyer, Dieter (2003): MHP: Netzbetreiber und Premiere mauern: „Digital-TV muss bezahlbar bleiben.“ - S. 26-27.

Scheidt, Wolfgang (2003): Interaktives Fernsehen in Deutschland: Entwicklungshilfe gefragt. - S. 28-30.

Nötting, Thomas (2003): Ein Streifzug durch das digitale Kabelfernsehen: Wenig Neues und viel Spezielles. - S. 32-33.

Gertis, Hubert (2003): Der Kabelmarkt im internationalen Vergleich: Keine blühenden Landschaften. - S. 34-37.

Tolley's Communications Law

Vol. 8 (2003) Nr. 6

Harrison, Jackie (2003): Interactive Digital Television (iDTV) and the expansion of the public service tradition: A new public service communications template for the digital age. - S. 401-412.

„As the BBC model of public service broadcasting (PSB) comes increasingly under scrutiny, in the build up to its Charter renewal in 2006, and a promised review of PSB by OFCOM, it is timely to re-evaluate the public service tradition of broadcasting. This article argues that the growth and development of interactive digital television (iDTV), which enables the delivery of

public service information via the television set, now allows us to regard PSB (traditionally constituted in the UK by BBC-PSB and commercial-PSB) as a part of a new public service communications landscape. These developments have implications for policymakers when they consider the future role of the BBC, for regulators charged by OFCOM to put into operation the requirements of those broadcasters operating under public service remits, and those delivering public service information outside the traditional PSB model.“

Trends in Communication

Jg. 12 (2004) Nr. 1

Whittle, Stephen (2004): Public Service Broadcasting in the New Media Age: The BBC's Experience. - S. 3-13.

„As the main public service broadcaster in the United Kingdom the BBC has, and continues to be, a central feature of the television and radio landscape. The principles that underpin the remit and activities of the BBC remain the core of its activities and the article outlines the continued relevance of these fundamental features of the BBC's remit in the context of the development of new technologies such as digital television and the Internet. This article argues that these principles remain as relevant today as they did in the formative years of the BBC, and they are likely to become even more important in the coming years as a reference point for the British public.“

Werben & Verkaufen

(2004) Nr. 9

Pfannenmüller, Judith (2004): In der Warteschleife. - S. 52-53.

„Die Kabel Deutschland (KDG) erschwert den großen Privatsendern wieder einmal den Schritt, sich endlich auf das digitale Kabel einzulassen. Die Sender haben es ohnehin nicht eilig - schon gar nicht, wenn sie fürchten in digitale Pay-Pakete gesteckt zu werden.“

- 262 S.

„The advanced industrial countries considered replacing the existing analog television infrastructure with a new digital one in the late 1980s and 1990s. Jeffrey Hart's study demonstrates how nationalism and regionalism combined with conflicting ideas over technology to produce three different and incompatible DTV standards in the U.S., Japan and Europe. The outcome has led to missed opportunities in develo-

5.2 Buchveröffentlichungen

Agnola, Michel; LeChampion, Rémy (2003): La Télévision sur Internet. - Paris: Press Universitaires de France. - 127 S.

Gross, Lynne Schafer (2003): Telecommunications: Radio, television, and movies in the digital age. - Boston: McGraw-Hill. - 428 S.

Hart, Jeffrey A. (2004): Technology, Television, and Competition: The Politics of Digital TV. - Cambridge: Cambridge University Press.

ping new technologies. Hart's work contributes to our understanding of relations between business and government, and of competition between the world's great economic powers.“

Nivarra, Luca (Hrsg.) (2003): *I Diritti televisivi nell'era digitale. Atti del convegno di Palermo del 18 settembre 2002 organizzato da RAI e da AIDA.* – Milano: Giuffrè. – 102 S.

Papathanassopoulos, Stylianos (2002): *European television in the digital age: Issues dynamics and realities.* – Oxford: Blackwell. – 295 S.

Rossnagel, Alexander; Sosalla, Werner; Kleist, Thomas (2003): *Der Zugang zur digitalen Satellitenverbreitung. Digitalisierung und Fernsehen ohne Grenzen - Gutachten im Auftrag der Gemeinsamen Stelle Digitaler Zugang der Landesmedienanstalten.* – Berlin: Vistas. – 350 S. (Schriftenreihe der DLM; Bd. 28).

„Die Digitalisierung der Verbreitung von Rundfunk über Satelliten schreitet – anders als im Bereich des Breitbandkabels oder von DVB-T – schon seit Jahren voran. Dies geschieht unauffällig, marktorientiert und ohne den Ruf nach staatlicher Förderung. Gleichzeitig nimmt die

Bedeutung dieses Verbreitungsweges in ganz Europa stetig zu, wobei in den europäischen Staaten unterschiedliche Ausgangsbedingungen zu unterschiedlichen Ausprägungen und Marktanteilen der verschiedenen Satellitenbetreiber geführt haben. Unter Berücksichtigung ihrer Funktion als Zuführungsmedium zu Kabelnetzen sind Satelliten ein unverzichtbarer Faktor der flächendeckenden Rundfunkversorgung geworden. Die Digitalisierung dieses Verbreitungsweges eröffnet zahlreiche Möglichkeiten, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Satellitenbetreiber können den eigenen Anteil an der Wertschöpfungskette auf dem Weg zum Zuschauer erheblich vergrößern, insbesondere, wenn sie sich nicht nur auf den Transport von Signalen konzentrieren, sondern sich auch mit den angebotenen Inhalten befassen. [...] Das vorliegende Gutachten untersucht, ausgehend von einer Bestandsaufnahme des Marktes und der rechtlichen Rahmenbedingungen, ob künftige Veränderungen im System des Satellitenrundfunks die heute vorhandene Meinungsvielfalt beeinträchtigen können. [...]“

5.3 Artikel im Fokus: Digitales Fernsehen im Lichte der Contestable Markets-Theorie

Siegbert Messmer: Digitales Fernsehen in Deutschland im Lichte der Contestable Markets-Theorie, in: Gabriele Siegert/Frank Lobigs (Hrsg.), Zwischen Marktversagen und Medienvielfalt. Medienmärkte im Fokus neuer medienökonomischer Anwendungen, Baden-Baden 2004, S. 69-82.

Im Mittelpunkt des Beitrags steht die Contestable Markets-Theorie, die auf den deutschen Markt für digitales Fernsehen angewendet wird. Der Autor stellt zunächst die Besonderheiten digitalen Fernsehens aus ökonomischer Sicht dar und geht dabei insbesondere auf das Angebotsspektrum und die Wertschöpfungskette ein. Dann werden die Grundzüge der Contestable Markets-Theorie erläutert, nach der unter der Voraussetzung vollkommen freien Marktzugangs und kostenlosen Marktaustritts potenzielle Konkurrenz ebenso effektiv sei wie tatsächlicher Wettbewerb. In diesem Zusammenhang werden die Begriffe der Subadditivität und der versunkenen Kosten erklärt, aus denen der Au-

tor eine Matrix entwickelt. Diese wird schließlich auf die drei Wertschöpfungsstufen des Digitalfernsehens – Programmproduktion, Programmveranstaltung und Distribution – angewendet. Das größte Diskriminierungspotential sei danach auf der Distributionsebene festzustellen. Kurz erläutert wird auch die Verknüpfung der verschiedenen Ebenen durch vertikale und diagonale Konzentration. Abschließend betont der Autor noch einmal die besondere Eignung der Contestable Markets-Theorie als Analyseinstrument kartellrechtlich relevanter Marktmachtstellungen im Fernsehsektor. Auf dieser Grundlage könne ein wirtschaftspolitischer Maßnahmenkatalog entwickelt werden. Konkrete Ergebnisse sind bei „Siegbert Messmer, Digitales Fernsehen in Deutschland. Eine industrieökonomische Analyse des wirtschaftspolitischen Handlungsbedarfs, Frankfurt a.M. u.a. 2002“ nachzulesen. [MZ]