



## **DocuWatch Digitales Fernsehen**

Eine Sichtung ausgewählter Dokumente  
und wissenschaftlicher Studien

**3/2005**

Aus dem Inhalt:

Digitalisierungsbericht der Landesmedienanstalten für Deutschland

HDTV-Statusbericht 2005 der Deutschen TV-Plattform

EU-Kommission fordert Beschleunigung des digitalen Switch-Over

DVB-H und DMB als Übertragungsstandards einsatzbereit

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](http://www.hans-bredow-institut.de) oder auf der Website der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten [www.alm.de](http://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](mailto: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. 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 3/2005:** Redaktionsschluss 6. Oktober 2005

Redaktion am Hans-Bredow-Institut: Hardy Dreier [H3r], Stephan Dreyer [SD], Uwe Hasebrink [Ha], Christoph Hilgert [CH], Arne Laudien [AL], Hermann-Dieter Schröder [Schr], Wolfgang Schulz [WS]

Gastautor: Philipp Plog (Buse Heberer Fromm Rechtsanwälte, Hamburg) [PP]

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

## Inhalt

<b>1</b>	<b>Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen</b> .....	<b>4</b>
1.1	Landesmedienanstalten legen Digitalisierungsbericht für Deutschland vor.....	4
1.2	Bericht der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung zur Entwicklung von DVB-T .....	6
1.3	Deutsche TV-Plattform legt HDTV-Statusbericht 2005 vor.....	8
1.4	Marktstudien sagen weltweites Wachstum von HDTV voraus.....	10
1.5	Ofcom zieht Bilanz zur Situation des britischen Kommunikationsmarktes in 2004.....	11
1.6	Sozial benachteiligte Haushalte in UK verlieren Anschluss an IuK-Entwicklung.....	13
1.7	Ergebnisse einer Switch-Over-Fallstudie in Wales .....	13
1.8	Begleitforschung zur Implementierung von DVB-T in Österreich zu Nutzer-Akzeptanz .....	14
1.9	Akzeptanz digitalen terrestrischen Fernsehens in Japan hoch .....	15
<b>2</b>	<b>Anpassung der Regelungskonzepte</b> .....	<b>16</b>
2.1	Europa: Kommission fordert Beschleunigung des digitalen Switch-Over .....	16
2.2	Österreich: KommAustria ergänzt ihr Digitalisierungskonzept.....	18
2.3	USA: Stand der Regulierung digitaler Rundfunksignal-Übertragung .....	19
2.4	USA: FCC modifiziert Anforderungen an die Ausstattung digitaler Empfangsgeräte .....	19
2.5	Frankreich: Neuer Dekret-Entwurf zur Programmdistribution vorgelegt .....	19
<b>3</b>	<b>Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern</b> .....	<b>21</b>
3.1	Deutschland: DVB-T auch für ländliche Regionen / Start in Baden-Württemberg.....	21
3.2	Frankreich: Acht terrestrische Digital-Programme zugelassen.....	21
3.3	USA: Senatsanhörung zu Übergang zum digitalen Fernsehen .....	21
3.4	Großbritannien: Ofcom-Statement zum Switch-Over auf DTT-Fernsehen .....	22
<b>4</b>	<b>Einzelthemen</b> .....	<b>23</b>
4.1	DVB-H und DMB als Übertragungsstandards einsatzbereit .....	23
4.2	ULR vergibt Gütesiegel für Digital-Dekoder.....	24
4.3	Europa: EICTA legt Mindeststandards für HDTV-Receiver fest und stellt Label vor .....	25
4.4	Kabelverband beansprucht Recht zur digitalen Verbreitung.....	26
4.5	USA: FCC scheitert vor Gericht mit „Broadcast Flag“-Richtlinie.....	26
4.6	EuGH-Urteil: Near-VoD-Angebote sind „Fernsehen“ i.S.d. Fernsehrichtlinie .....	27
4.7	OLG: Kooperation von Pay-TV-Anbieter und Programmzeitschriftverlag zulässig.....	28
<b>5</b>	<b>Literaturhinweise</b> .....	<b>30</b>
5.1	Zeitschriftenveröffentlichungen .....	30
5.2	Einzelstudien- und Buchveröffentlichungen.....	32

# 1 Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen

## 1.1 Landesmedienanstalten legen Digitalisierungsbericht für Deutschland vor

*Die Gemeinsame Stelle Digitaler Zugang der Landesmedienanstalten (GSDZ) hat die zentralen Befunde einer im Juli 2005 durchgeführten Erhebung zur Entwicklung des digitalen Fernsehens in Deutschland in einem Digitalisierungsbericht 2005 zusammengestellt.*

Die am 30. August 2005 veröffentlichte Studie beschreibt den durch die Digitalisierung eingeleitete Umbruch in der deutschen Fernsehlandschaft. Dabei werden die Entwicklung des digitalen Rundfunks sowie des wirtschaftlichen Umfelds und der technischen Ausrüstung der Rezipienten nachgezeichnet. Ein umfangreiches Datenkapitel dokumentiert den aktuellen Stand der Digitalisierung (s. auch nachstehende Grafiken). Der Bericht zeichnet zudem gesellschaftliche, wirtschaftliche und regulatorische Herausforderungen auf, denen sich Unternehmen, Politik und Regulierungsinstanzen derzeit gegenüber sehen. Einige Kernaussagen werden hier wieder gegeben.

### *Umbruch in der deutschen Fernsehlandschaft*

Durch den Paradigmenwechsel, weg von einer langfristigen Subventionierung von Übertragungsplattformen hin zu kurzfristigeren, investorientierten Finanzierungsstrategien und unterstützt durch den technischen Wandel – insbesondere das Hinzutreten breitbandiger Internetanschlüsse und Personal-Videorecorder –, seien bisherige Finanzierungsmodelle privater Rundfunkveranstalter unter Druck geraten. In einer digitalen Umgebung würden neue Refinanzierungsstrategien zur Schlüsselfrage der Wettbewerbsfähigkeit. Dazu bedürfe es auf Rezipientenseite eines noch größeren Anteils an einzeln adressierbaren Endgeräten. Gebremst werde die Entwicklung aber durch die nur langsam voranschreitende Digitalisierung der Kabelnetze zu breitbandigen Anschlüssen für Fernsehprogramme, Internet und Telefonie.

### *Analog-Digital-Übergang*

Insbesondere das Kabelnetz spiele für die Entwicklung digitalen Fernsehens in Deutschland eine zentrale Rolle. Gründe für den nur langsa-

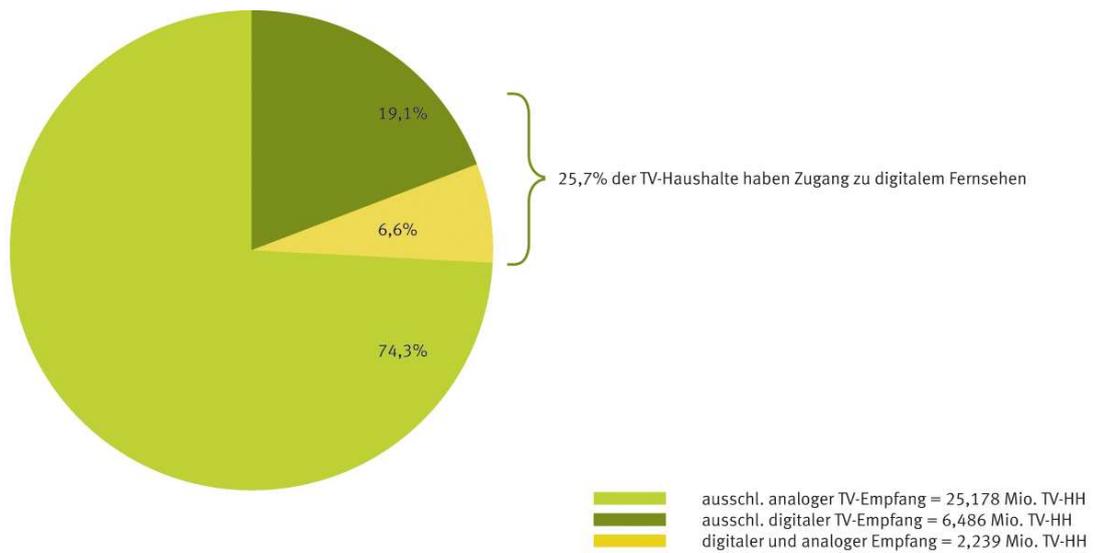
men Ausbau seien die historisch bedingten, getrennten Netzebenen sowie eine fehlende Einigung zwischen Kabelgesellschaften und privaten Fernsehveranstaltern. Nach dem Switch-Off sei zu klären, wie die „digitale Dividende“ maximiert werden könne, inwiefern etwa frei werdende Frequenzen auch für neue Kommunikationsdienste genutzt werden könnten.

### *Öffentlich Interessen und Regulierung*

Der Bericht konstatiert für die Entwicklung digitalen Rundfunks einen wesentlich größeren Anteil an Marktsteuerung als noch bei der Einführung analogen Fernsehens. Politik und Regulierung könnten dabei insbesondere die Rahmenbedingungen für Wachstum und Vielfalt fördern. Aufgrund der Konvergenzentwicklung der Netze, Endgeräte und Inhalte müsse moderne Regulierung allerdings nicht an bestimmte Netzformen oder herkömmliche Funktionen ansetzen, sondern Ziele unabhängig von der Technik der Übertragungswege formulieren. So könnte die unter Knappheitsbedingungen bisher angezeigte Lizenzierungspraxis unter Vielkanalbedingungen an Bedeutung verlieren, so lange die Marktzutrittsregulierung konzentrationsrechtliche und sachliche Zulassungsvoraussetzungen abdeckt. Für den Nutzer sei wesentlich, dass er entscheiden können müsse, welche Inhalte oder Dienste er von welchen Anbietern nutze. Dafür sei die Herstellung und Bewahrung eines funktionsfähigen Wettbewerbs von Anbietern, Dienstleistern und Übertragungsplattformen zwingend erforderlich. Als Regulierungsmittel dafür kämen vor allem Moderation und Maßnahmen zum Interessensausgleich in Betracht. Außerdem müsse die Kooperation zwischen Landesmedienanstalten, Bundesnetzagentur und Bundeskartellamt verstärkt werden.[SD]

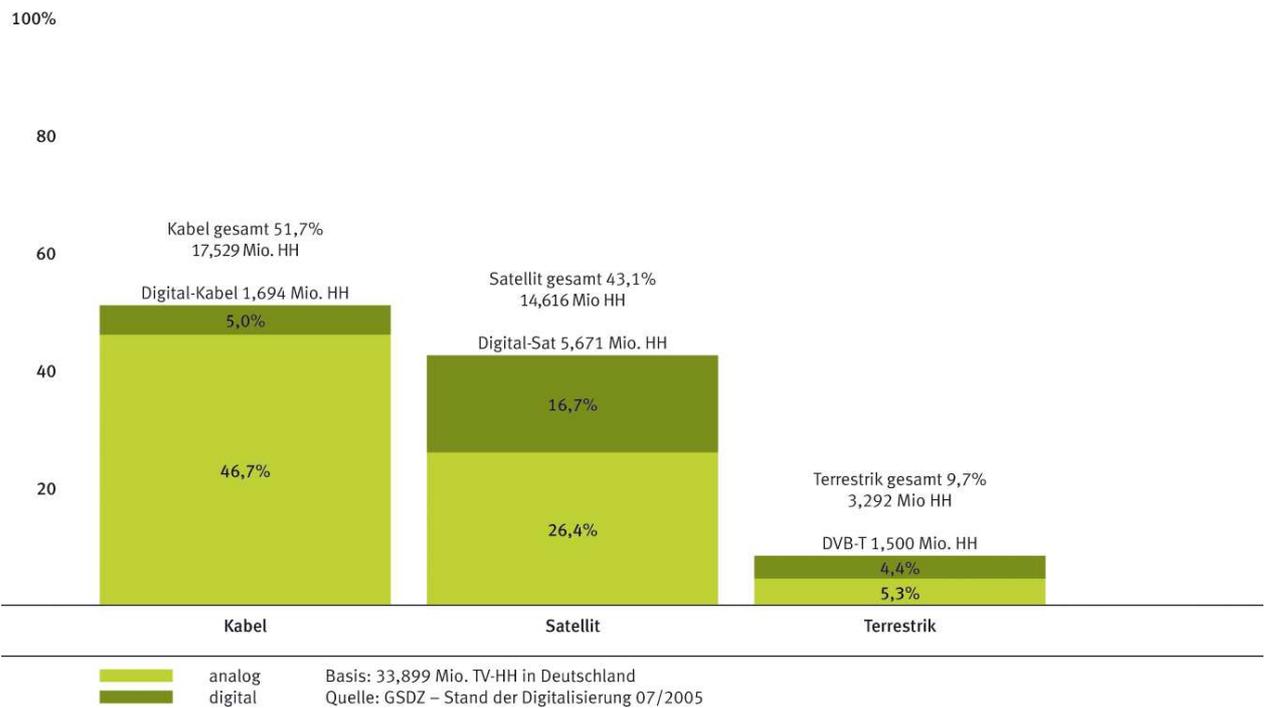
*Gemeinsame Stelle Digitaler Zugang (GSDZ) der DLM; Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) (Hrsg.) (2005): Digitalisierungsbericht 2005. Digital-TV und Analog-Digital-Übergang. Herausforderungen für Unternehmen, Politik und Regulierung. Daten und Fakten inklusive aktueller Erhebungen, Berlin: Vistas. Als Online-Ressource: [http://www.alm.de/fileadmin/Download/Digitalisierungsbericht\\_2005.pdf](http://www.alm.de/fileadmin/Download/Digitalisierungsbericht_2005.pdf).*

**Abbildung 1: Stand der Digitalisierung in den TV-Haushalten (Stand: Juli 2005)**

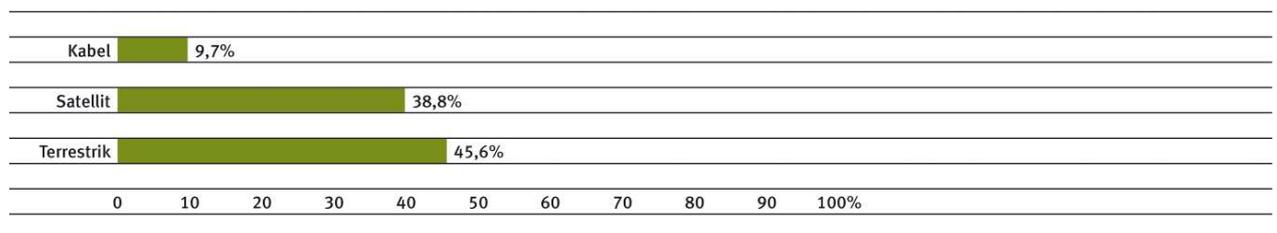


Basis: 33,899 Mio. TV-HH in Deutschland  
 Quelle: GSDZ – Stand der Digitalisierung 07/2005

**Abbildung 2: Zugang über Kabel, Satellit und Terrestrik gesamt**

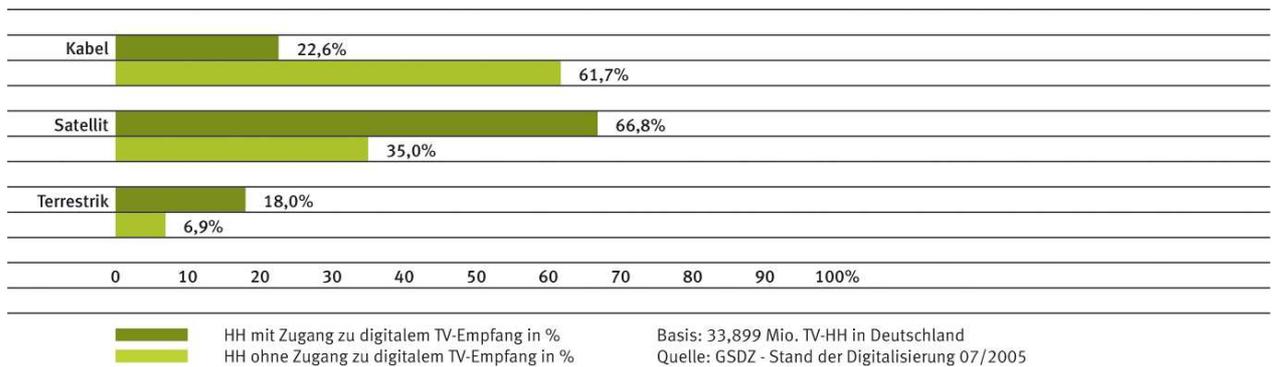


**Abbildung 3: Digitalisierungsgrad innerhalb der Empfangsebenen( in Prozent)**

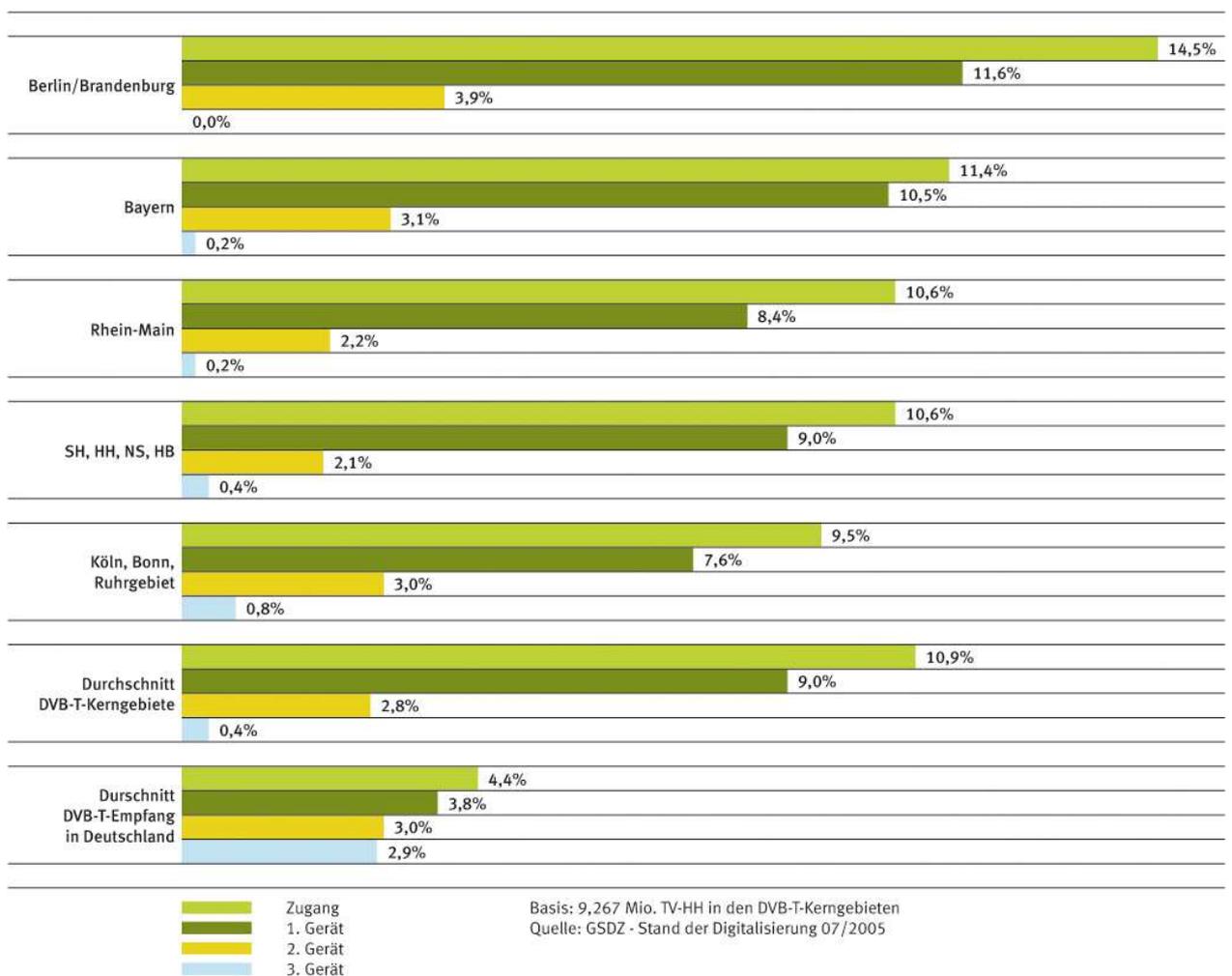


Basis: 33,899 Mio. TV-HH in Deutschland  
 Quelle: GSDZ – Stand der Digitalisierung 07/2005

**Abb. 4: Zugang zu Empfangsebenen in den Haushalten mit/ohne digitalem TV-Empfang (in Prozent)**



**Abbildung 5: Anteile DVB-T-Empfang in den DVB-T-Kerngebieten**



Abbildungen aus: GSDZ; ALM (Hrsg.) (2005): Digitalisierungsbericht 2005, S.59 (= Abb. 1), S. 60 (=Abb. 2), S. 61 (= Abb. 3 u. 4), S. 65 (= Abb. 5)

## 1.2 Bericht der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung zur Entwicklung von DVB-T

Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) veröffentlichte im März einen Bericht zur Entwicklung des digitalen terrestrischen Fernsehens auf der Grundlage der Ergebnisse des AGF/ GFK-Fernsehpanels.

Aus dem Bericht geht hervor, dass am 1.1.2005 5,65 Mio. Haushalte in der Bundesrepublik digitales Fernsehen mit einem Receiver empfangen konnten, dies entspricht 16,2 % der deutschen Haushalte. Davon verfügten rund 870.000

Haushalte über eine digitale terrestrische Empfangsmöglichkeit. Die sich verändernden Anteile der Zusammensetzung der Digitalhaushalte zeigt die nachstehende Übersicht.

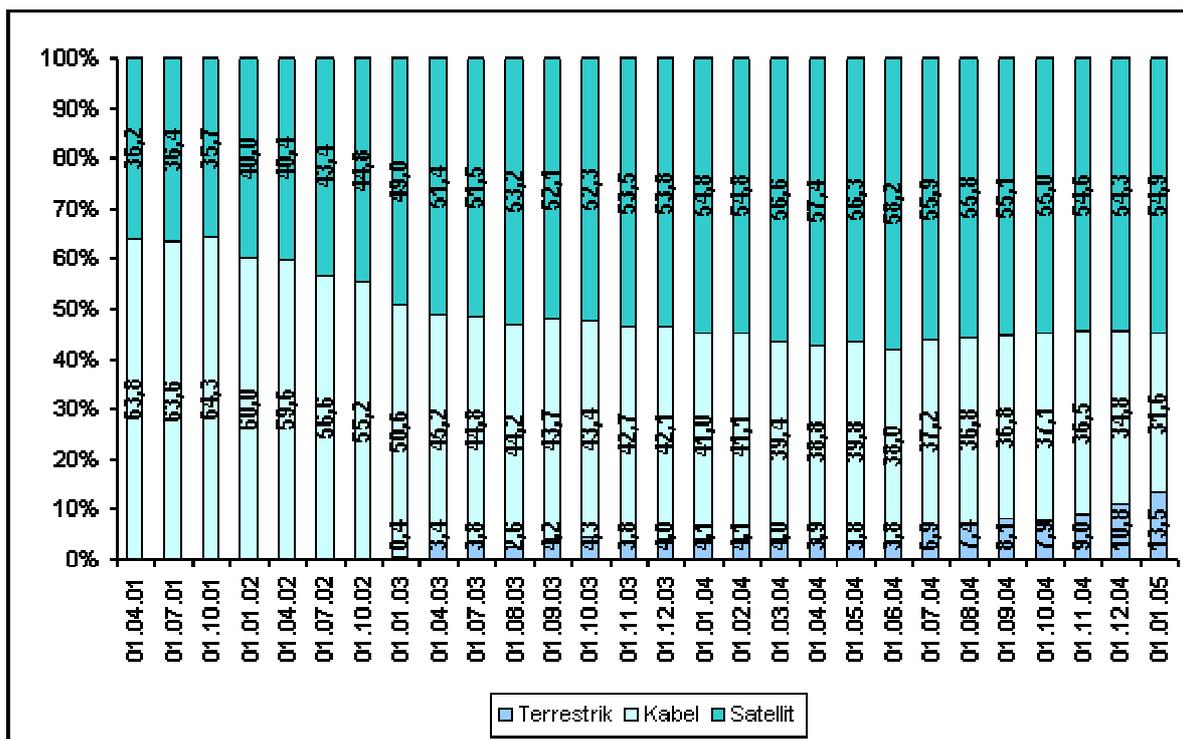
Nach wie vor gilt, dass in Haushalten mit digitalem Fernsehen der Anteil von Männern, jüngeren Zielgruppen und damit Berufstätigen höher als im Durchschnitt der Bevölkerung ist. Mehr-Personen-Haushalte und Haushalte mit Kindern sind ebenfalls häufiger Digital-Haushalte. Im besonderen Fall der terrestrischen Haushalte findet man in solchen mit digitalen Empfangsmöglichkeiten überdurchschnittlich viele Frauen, ältere Personen, Personen mit hoher formaler Bildung und 1-Personen-Haushalte mit geringem Einkommen. Siehe dazu die nachstehend dokumentierte Tabelle.

Seit dem Jahr 2003 lässt sich in Haushalten, die sowohl analoge als auch digitale Programme empfangen, der Anteil der Nutzungszeit nach Distributionsweg unterscheiden. Dabei zeigt sich, dass der Anteil der ausschließlich digital verbreiteten Programme an der Fernsehnutzung steigt, von 220 Minuten wurden Ende 2004 21 Minuten digitales Fernsehen genutzt. Dieser Wert lag ein Jahr zuvor noch bei 13 von 217 Minuten.

Der Bericht ist gegen eine Schutzgebühr bei der AGF erhältlich. [H3r]

*Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (2005): DVB-T in Deutschland. Ein Bericht der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung zur Entwicklung von digital terrestrischem Fernsehen in Deutschland mit Ergebnissen aus dem AGF/GfK-Fernsehpanel, Frankfurt a.M.*

**Übersicht: Anteil der Empfangsebenen (nach AGF) an allen Digital-Haushalten (Anteil HH in %)**



**Tabelle: Strukturen digitaler Haushalte (zum 1. Januar 2005)**

Stichtag 01.01.2005	Alle HH		HH mit angeschl. Digital-Receiver		HH mit terrestr. Digital-Receiver	
	Potenzial in Mio.	Anteil in %	Potenzial in Mio.	Anteil in %	Potenzial in Mio.	Anteil in %
<b>Erwachsene ab 14 Jahre</b>	65,38	100	12,00	100	1,25	100
Männer ab 14 J.	31,31	47,9	6,29	52,4	0,52	41,6
Frauen ab 14 J.	34,06	52,1	5,71	47,6	0,73	58,4
Erwachsene 14-29 J.	12,89	19,7	2,46	20,5	0,13	10,0

Erwachsene 30-49 J.	22,97	35,1	5,46	45,5	0,31	24,8
Erwachsene 50-64 J.	14,64	22,4	2,46	20,5	0,30	23,6
Erwachsene ab 65 J.	14,87	22,7	1,62	13,5	0,52	41,5
Erw. Volks - Hauptschule	33,92	51,9	6,19	51,6	0,66	52,7
Erw. weiterf. Schule ohne Abitur	21,00	32,1	4,15	34,6	0,31	24,9
Erw. Abitur - Studium	10,46	16,0	1,65	13,8	0,28	22,4
Erw. berufstätig	31,44	48,1	6,83	56,9	0,48	38,7
Erw. Rentner - Pensionär	18,72	28,6	2,25	18,8	0,57	45,9
Erw. in Ausbildung	7,69	11,8	1,39	11,6	0,07	5,9
Erw. nicht berufstätig	7,52	11,5	1,52	12,7	0,12	9,5
Haushaltsführende mit Kinder	6,64	10,2	1,53	12,7	0,06	4,8
<b>Haushalte Gesamt</b>	<b>34,83</b>	<b>100</b>	<b>5,65</b>	<b>100</b>	<b>0,87</b>	<b>100</b>
HH-Netto-Eink. bis 1.250 €	10,37	29,8	1,29	22,8	0,32	36,4
HH-Netto-Eink. 1.250-1.750 €	7,63	21,9	1,10	19,5	0,17	19,2
HH-Netto-Eink. 1.750-2.500 €	8,66	24,9	1,52	26,9	0,20	23,0
HH Netto-Eink. 2.500 und mehr €	8,18	23,5	1,75	30,9	0,19	21,5
1 Personen-Haushalte	12,17	34,9	1,54	27,2	0,50	56,9
2 Personen-Haushalte	12,13	34,8	1,74	30,7	0,25	29,1
3 Personen-Haushalte	5,22	15,0	1,15	20,3	0,08	9,7
4 Personen-Haushalte	3,95	11,3	0,92	16,2	0,03	3,8
5 und mehr Personen-Haushalte	1,35	3,9	0,31	5,5	0,00	0,5
Haushalte mit Kindern	6,79	19,5	1,51	26,8	0,08	9,1
Haushalte ohne Kinder	28,04	80,5	4,14	73,2	0,79	90,9

Übersicht und Tabelle nach: AGF (2005): DVB-T in Deutschland, S. 9 bzw. 10.

### 1.3 Deutsche TV-Plattform legt HDTV-Statusbericht 2005 vor

*Die Deutsche TV-Plattform hat einen Statusbericht zur Einführung des hochauflösenden digitalen Fernsehens (HDTV) in Deutschland vorgelegt. Der Bericht fasst die unterschiedlichen Vorstellungen und Positionen zur Einführung von HDTV zusammen. Die Arbeitsgruppe geht davon aus, dass die technischen Standards festgelegt sind, es einen längerfristigen Übergangsprozess geben wird und die Rundfunkanbieter als letzte den Schritt zu HDTV machen werden. Zudem enthält das Papier einzelne Stellungnahmen von deutschen Programmanbieter, Übertragungsplattformen und der Geräteindustrie zur HDTV-Entwicklung.*

Die Deutsche TV-Plattform geht davon aus, dass die Entwicklung vom bisherigen Standard Fernsehbildstandard PAL zu HDTV zwangsläufig und umkehrbar sei. Bislang sei die technische Weiterentwicklung des Fernsehens allerdings stets „rückwärts kompatibel“ möglich gewesen, so dass Zuschauer für neue Dienste meist ihre alten Geräte behalten konnten und

ihre technische Ausstattung ggf. um Zusatzgeräte wie Set-Top-Boxen ergänzen mussten. Bei HDTV werde die Zeilenzahl auf dem Bildschirm vergrößert, so dass keinerlei Kompatibilität mit bisherigen Systemen und Geräten mehr gegeben sei. Da auch andere Komprimierungs- und Modulationsstandards verwendet würden, könne HDTV auch nicht mit digitalen Set-Top-Boxen der bisherigen Generationen empfangen und decodiert werden.

Die Deutsche TV-Plattform geht davon aus, dass HDTV künftig per Satellit und Kabelnetz, aber nicht terrestrisch übertragen werde. Da für die Übertragung eines HDTV-Programms mehr Übertragungskapazitäten erforderlich seien, würden die Vorteile der DVB-T-Übertragung, d.h. die ausgeweitete Programmvierfalt, wieder zunichte gemacht. Der Umstieg auf HDTV erfordere zudem auch technische Umstellungen bei den TV-Sendern. Zunächst sei ein Simulcast-Betrieb notwendig, so dass zusätzliche Übertragungskanäle benötigt würden, was etwa

bei Satelliten-Übertragung weniger eine Kapazitäts- als eine Kostenfrage sei. Im Gegensatz zu Pay-TV-Sendern könnten Free-TV-Sender durch eine Umstellung keine neuen Zuschauer gewinnen, so dass sich der Simulcast-Betrieb derzeit für sie nicht lohne. Auch bei der Inhaltsproduktion erfordere der Umstieg auf HDTV neue Produktionslogiken. Das verwendete Breitbildformat 16:9 zeige andere Bildausschnitte, durch die höhere Bildarstellung seien mehr Details erkennbar, was z.B. neue Anforderungen an Studiobau und Maske stelle.

Der Statusbericht gibt zudem einen Überblick über die Ausgangslage in anderen Ländern. In Japan, USA, Australien und Korea würden bereits heute regelmäßig TV-Sendungen im HDTV-Standard produziert und verbreitet. In Europa und Deutschland verhielten sich die Programmanbieter eher abwartend.

Zudem sieht die Deutsche TV-Plattform in der Einführung eines europaweit gültigen HDTV-Labels, das die Einhaltung bestimmter Mindestanforderungen in Bezug auf Standards und Schnittstellen signalisiert, einen geeigneten Weg. Es wird auf die Einführung des „HD-ready“-Logos für Displays des europäischen Verbandes der Geräteindustrie (EICTA) verwiesen (s. 4.3, S. 25 in dieser Ausgabe). Das Label wäre allerdings nicht nur für Bildschirme sondern auch für Empfänger (Set-Top-Box und Receiver) und andere HDTV-Quellen (Blu-ray Disc bzw. HD-DVD) denkbar.

Strittig bei der Spezifikation der Gerätestandards für ein HDTV-Label für Empfänger sei derzeit vor allem noch die Frage des Kopierschutzes an der digitalen Schnittstelle. Während die Programmhersteller und damit vor allem die großen Hollywood-Studios den Kopierschutz (HDCP = High Definition Copy Protection) fordern, lehnten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten dieses ab, da HDTV-Receiver unverschlüsselt empfangene HDTV-Signale nach der Decodierung auch unverschlüsselt über die analogen und digitalen Schnittstellen im HDTV-Bildformat abgeben müssten.

Handlungsbedarf wird laut dem Statusbericht vor allem in zwei Bereichen gesehen. Zum einen sei aus Verbrauchersicht eine Spezifikation der Anforderungen an Receiver oder Set-Top-Boxen verbunden mit einem HDTV-Label wünschenswert. Dieses Thema sei derzeit auf euro-

päischer Ebene u.a. bei den Veranstaltern (EBU) und der Geräteindustrie (EICTA) auf dem Tisch. Zum anderen sei erforderlich, dass die Free-TV-Anbieter definitive Migrationsschritte zum Übergang vom SDTV zum HDTV entwickelten. Bereits jetzt verwendeten viele Fernseh- und Filmproduzenten HD-Technik, um die künftige Verwendung des Materials in HDTV-Umgebung sicherzustellen. Auch testeten vielen Fernsehsender die HD-Technik, um Erfahrungen mit der Technik zu sammeln, allerdings ohne dass die Sender eine Einführungsstrategie für HDTV veröffentlicht hätten.

Zudem geben Programmanbieter, die Übertragungsplattformen und die Geräteindustrie in ihrem Statusbericht 2005 einzelne Stellungnahmen zur Einführung von HDTV ab:

- Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (Stellungnahme der ARD) planen zunächst, schrittweise die Möglichkeiten der Qualitätsverbesserung bei der digitalen Satellitenverbreitung auszuschöpfen und etwa mehr 16:9-Sendungen auszustrahlen und die Datenraten zu erhöhen. Bis mit der HDTV-Ausstrahlung in Deutschland begonnen werde, müssten die Übertragungsstandards europaweit geklärt und weitere Gerätespezifikationen wie die Möglichkeit, unverschlüsselte Signale auch unverschlüsselt an den Schnittstellen auszugeben, festgelegt werden.
- Die privaten Free-TV-Anbieter (Stellungnahme des VPRT) sehen erst mit steigendem Ersatz der Empfangstechnik und höherer Marktpenetration eine Etablierung von HDTV beim Zuschauer. Zudem wird auf die hohen Kosten hingewiesen, die durch den Simulcast-Betrieb entstehen würden.
- Der Pay-TV-Anbieter Premiere sieht sich als Motor des digitalen Fernsehens in Deutschland und Österreich und hält den deutschen Markt bereits jetzt reif für die Einführung von HDTV. Durch höhere Kompressionsraten sei eine Übertragung wirtschaftlich rentabel und für Endkunden attraktiv. Premiere hat angekündigt ab November 2005 drei HDTV Kanäle auszustrahlen, die bis Januar von den Kunden ohne Zusatzentgelt genutzt werden können.
- Der größte europäische Satellitenbetreiber SES-ASTRA engagiere sich kräftig bei dieser Innovation. Bereits im vergangenen Jahr seien

testweise Programme in HDTV-Qualität über die Satelliten der Gruppe im Simulcast-Betrieb übertragen worden. Bis zum Jahr 2010 erwartet der Betreiber, dass HDTV die Strukturen im europäischen TV-Markt bedeutend beeinflussen werde und dass Deutschland, Großbritannien und Frankreich in Europa 73 % des Marktes für HDTV-Geräte repräsentierten.

- Der Verband der Kabelnetzbetreiber (ANGA) sieht sich für die HDTV-Einführung technisch gerüstet. Da Breitbandkabelnetze über ausreichend Kapazitäten verfügten, sei jetzt vor allem eine Erweiterung der Kabelkopfstellen erforderlich. Der Erfolg hänge maßgeblich von dem Verhalten der Free-TV-Anbieter ab, für die dann jedoch höhere Ausstrahlungskosten entstünden. HDTV stelle einen großen Anreiz für den weiteren Ausbau der Kabelnetze dar.
- Bei der Consumer Industrie (Stellungnahme von Thomson) habe HDTV den Endkundenmarkt bereits erreicht. Mit Flachbildschirmen im Breitbildformat 16:9 ausgerüstet mit digitalen Schnittstellen für Set-Top-Boxen könne HDTV bereits heute Realität werden.
- Im Bereich der Studioteknik und Übertragung (Stellungnahme von SONY) werde seit vielen Jahren Videoproduktion mit HD-Technik durchgeführt. Neue Fernsehstudios in den USA und Japan würden fast ausschließlich

nur noch mit HD-Technik ausgerüstet; auch in Europa sei der Marktanteil stark steigend.

Als gemeinsame Zielvorstellungen hat sich die Arbeitsgruppe HDTV der Deutschen TV-Plattform darauf verständigt, bereits zum Start von HDTV-Übertragungen die effizientesten Technologien zu verwenden. So solle etwa das MPEG 4 / AVC-Format zur Datenreduktion und DVB-S2 zur Übertragung im Satellitenkanal oder DVB-C mit 256 QAM im Kabelnetz verwendet werden. An die Geräte-Konfiguration stellt die Deutsche TV-Plattform die Forderung, dass diese „format-neutral“ sowohl bei der Auflösung 720/50(60)p und 1080/50/(60)p empfangen und verarbeiten können. [AL]

*Deutsche TV-Plattform – Arbeitsgruppe „HDTV und Bildqualitätsverbesserung“, HDTV in Deutschland: Situation – Positionen – Zielsetzungen. Statusbericht 2005 zur Verbesserung der Bildqualität des digitalen Fernsehens und zur Einführung des hochauflösenden Fernsehens (HDTV = High Definition Television) in Deutschland und Europa, Version 1.0 (14.7.05), [http://www.tv-plattform.de/download/HDTV/HDTV%20in%20D\\_Rel%201-0.pdf](http://www.tv-plattform.de/download/HDTV/HDTV%20in%20D_Rel%201-0.pdf).*

*INFO: Die Deutsche TV-Plattform ist eine branchenübergreifende Arbeitsgemeinschaft der elektronischen Medienwirtschaft mit Vertretern von TV-Geräteherstellern, Rundfunkveranstaltern, Dienste-, Service- und Content-Anbietern sowie Forschungsinstituten, Landesmedienanstalten und Vertretern aus Politik, Verwaltung und von Regulierungsbehörden.*

## 1.4 Marktstudien sagen weltweites Wachstum von HDTV voraus

*Verschiedene kommerzielle Marktforschungs- und Consultingunternehmen gehen in jüngst vorgestellten Studien offenbar übereinstimmend von einer weltweit bevorstehenden Etablierung hochauflösenden Fernsehens (HDTV) aus.*

Das britische Beratungsunternehmens „Screen Digest“ sagt für die kommenden Jahre eine steigende Marktdurchdringung von HD-fähigen Geräten in den USA voraus. Bereits jetzt sei der Begriff „high definition“ ein Schlüsselsatz für künftige Businessmodelle der Unterhaltungsindustrie. Der so genannte Mini-Report stützt sich auf verschiedene Marktanalysen. Danach haben vor allem die Pay-TV-Anbieter schon länger HDTV-Übertragungen geplant, um neben dem Angebot von PVRs und Video-on-Demand eine zusätzliche Erlösquelle von bisherigen Kunden

zu eröffnen. Auch IPTV-Plattformen wie das Projekt „Lightspeed“ von SBC-Communication oder „CinemaNow“ von Lions Gate seien an der Übertragung in HDTV interessiert. Der Übertragungsstandard HDTV habe auch die großen Hollywoodstudios dazu bewegt, sich schnell auf einen neuen HD-fähigen Datenträger zu einigen: Eine Entscheidung stehe zwischen Blu-ray Disc und HD DVD an.

Die Nachfrage der Endverbraucher nach HD-TV-fähigen Geräten werde steigen. In 2004 verfügten 12,6 Mio. US-Haushalte über ein entsprechendes Gerät. Screen Digest sagt für 2008 einen Anstieg auf 48 Mio. US-Haushalte voraus; das seien dann 94 % aller digitalen TV-Geräte in den USA. Von den 12,6 Mio. US-Haushalten könnten 2004 allerdings nur 4,6



2,3 Mrd. Pfund, die Werbeerlöse lagen bei 3,5 Mrd. und die Erlöse aus Abonnementgebühren bei 3,6 Mrd. Pfund.

Das Umsatzvolumen des britischen Kommunikationsmarktes, der für das Ofcom aus Rundfunk und Telekommunikationsmarkt besteht, belief sich im Jahr 2004 auf 55,9 Mrd. Pfund. Dies entspricht einen Anteil von 4,1 % am britischen Bruttoinlandsprodukt. Den größten Anteil an diesem Volumen hatte die Telekommunikation mit 44,6 Mrd., gefolgt vom Fernsehen mit 10,1 Mrd. und dem Hörfunk mit einem Umsatz von 1,2 Mrd. Pfund.

Für den Hörfunk bedeutete dies ein Wachstum gegenüber dem Jahr 2003 um 4 %, knapp die Hälfte des Umsatzes entfiel auf kommerzielle Anbieter. Der Anteil des Hörfunks am Werbemarkt bleibt stabil, der Onlinebereich wird als Werbeträger mittlerweile als wichtiger eingeschätzt als der Hörfunk. 215 der 372 britischen Hörfunksender können über Digital Audio Broadcasting (DAB) empfangen werden, allerdings verfügen nur 5 % der Haushalte über entsprechende Empfangsgeräte. 35 % der Nutzer von digitalem Fernsehen gaben an, bereits mit dem Fernseher Radioprogramme empfangen zu haben, 19 % der Personen mit Zugang zum Internet wählten diesen Weg für den Empfang der Programme.

Die Umsätze auf dem Fernsehmarkt stiegen im Jahr 2004 im Vergleich zum Vorjahr um 9 %. Die britischen Haushalte können mittlerweile zwischen 350 Kanälen wählen, mehr als

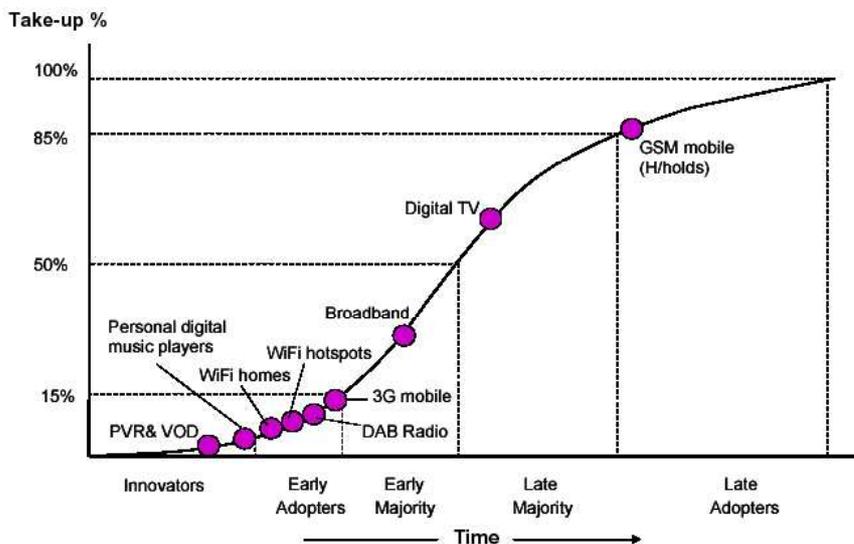
60 % der Haushalte empfangen digitale Programme. Die Summe der Nutzungszeit für Programme, die ausschließlich digital angeboten werden, übertraf zum ersten mal den Nutzungszeit von BBC ONE oder ITV 1. Von den Kunden von BskyB nutzen mittlerweile 10 % den Sky+-Service, der die Aufnahme und Speicherung von Programmen ermöglicht. Die Fernsehveranstalter haben angekündigt, sich in neuen Bereichen zu engagieren, so sind weitere Kanäle und On-Demand-Angebote angekündigt. Die nachstehende Grafik 3 zeigt, für welche Genres im Jahr 2004 neue Lizenzen vergeben wurden.

Der Umsatz des Telekommunikationssektor hat sich im Vergleich zum Vorjahr 2003 um 5 % gesteigert. Ende 2004 hatten mehr als sechs Mio. Haushalte einen Breitbandanschluss. Die Preise für Breitbandzugänge sinken bei einer steigenden Geschwindigkeit der Verbindungen, so dass mit einem weiteren Wachstum zu rechnen ist.

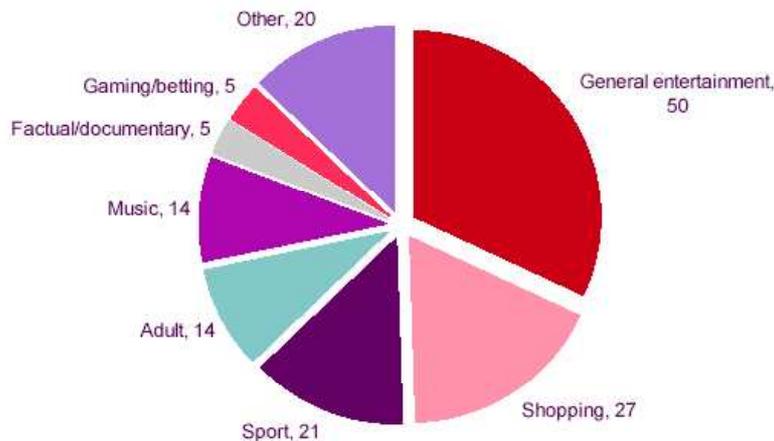
Auch der Markt für mobile Kommunikation ist in Bewegung, auch wenn 3G noch nicht verbreitet ist. Mittlerweile übertrifft der Umsatz mit Sprach- und Datendiensten für Mobiltelefone den Umsatz im Festnetz. Im Onlinebereich zeichnet sich eine wachsende Bedeutung von VoIP im Firmenkundenbereich ab. Der Markt ist insgesamt in Bewegung geraten. [H3r]

Office of Communications (2005): *The Communications Market 2005* (July 2005), <http://www.ofcom.org.uk/research/cm/cm05/>.

**Grafik 2: Übersicht über die aktuelle Verbreitung führender Kommunikationstechniken**



Source: Ofcom *The Communications Market*: Figure 1.4, S. 15.

**Grafik 3: Aufschlüsselung der 2004 neu vergebenen Lizenzen (nach Genre)**

Note: excludes digital replacement licences issued to Channel 3, 4 and 5 licensees, and multiple licences issued for simulcast or timeshifted services  
Source: Ofcom

The Communications Market: Figure 4.5, S. 186.

## 1.6 Sozial benachteiligte Haushalte in UK verlieren Anschluss an IuK-Entwicklung

Im Mai stellte das Office of Communications (Ofcom) eine Studie seines unabhängigen Consumer Panels zur Verbreitung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken (IuK) in britischen Haushalten vor.

Zentrales Ergebnis der Studie ist die Feststellung, dass sozial benachteiligte Bevölkerungsgruppen, wie etwa Senioren, Behinderte oder Geringverdiener, Gefahr laufen, den Anschluss an die technische Entwicklung im Bereich der IuK-Techniken zu verlieren.

Die Untersuchung nahm dabei neben Telefonie, Breitbandkabel, Digital-Radio auch das di-

gitale Fernsehen in den Blick. So wurde festgestellt, dass trotz der intensiven Bemühungen zur Information der Öffentlichkeit immer noch ein knappes Drittel der britischen Bevölkerung den Begriff des „digital Switch-Over“ nicht kennt. [H3r]

Ofcom Consumer Panel (2005): Ofcom's Consumer Panel's research challenges industry to raise its game, 10.5.05, <http://www.ofcomconsumerpanel.org.uk/nr/050510.htm>.

Ofcom Consumer Panel (2005): Consumers and the communications market: where we are now (May 2005), [http://www.ofcomconsumerpanel.org.uk/publications/consumer\\_panel\\_report.pdf](http://www.ofcomconsumerpanel.org.uk/publications/consumer_panel_report.pdf).

## 1.7 Ergebnisse einer Switch-Over-Fallstudie in Wales

Im Juli präsentierte das Department for Culture, Media and Sport (dcms) die Ergebnisse einer Fallstudie zum Einführungsprozess des digitalen terrestrischen Fernsehens. Für diesen Versuch wurde in zwei Gemeinden in Wales im November 2004 die digitale Übertragung in Betrieb genommen, im März 2005 wurde dann die analoge Übertragung abgeschaltet. Die Fragestellungen im Rahmen dieses Versuchs waren, ob und wie die Bevölkerung den Umstieg auf die digitale Fernsehübertragung reibungslos vornehmen könne.

Die wichtigsten Argumente, um die Bevölkerung in der Gemeinde für den Versuch zu gewinnen, waren die zusätzlich empfangbaren Fernsehprogramme. An Stelle von vier analogen Fernsehprogrammen konnten die Haushalte 25 digitale Fernsehprogramme und Datendienste nutzen und verfügten über 14 digitale Radioprogramme, darüber hinaus bestand die Möglichkeit zur Nutzung von Pay-TV.

In der Umstellungsphase wurde in der Region eine umfangreiche Informationskampagne gestartet, in deren Rahmen auch die praktischen Aspekte der Umstellung angesprochen wurden.

Tatsächlich gelang es den meisten Haushalten, die neuen Empfangsgeräte selbständig zu installieren, auch wenn dies in einigen Fällen z.B. aufgrund älterer Fernsehgeräte kleine Schwierigkeiten bereiteten. Allerdings zeigte sich, dass ältere und behinderte Menschen Unterstützung bei der Installation benötigten. Besondere Probleme bei der Nutzung bereiteten zusätzliche Fernbedienungen, die vor allem bei älteren Personen zur Hürde wurden, da diese mit der Bedienung nicht zurechtkamen. Entweder waren die Fernbedienungen zu komplex aufgebaut oder in der Bedienung nicht funktional. Darüber hinaus zeigte sich, dass der technische Zustand der Übertragungswege in den Häusern zu Problemen führen kann, die allerdings mit vergleichsweise geringem Aufwand behoben werden können. Für Haushalte, die aufgrund von technischen Problemen beim Empfang Unterstützung benötigten, trat das Problem auf, dass hier Kosten für den zusätzlichen Support entstanden. Entscheidende Faktoren für den Erfolg der Umstellung waren in der Gemeinde Kommunikationsmöglichkeiten, um Probleme schnell lösen zu können.

Besonders positiv wurden in der Gemeinde die neuen Möglichkeiten der Aufzeichnung mit Personal Videorecorders (PVRs) aufgenommen,

auch der Electronic Programme Guide (EPG) war sehr erfolgreich. Hierfür war die Möglichkeit zur eigenen Nutzung entscheidend, allein aufgrund von Informationen war die Skepsis bei der Bevölkerung gegenüber diesen neuen Angeboten nicht gewichen. Im Rahmen dieses Versuchs wurde auch eine Untersuchung in Haushalten von Personen, die älter als 75 Jahre sind, durchgeführt, um die besonderen Probleme dieser Gruppe beim Umstieg auf digitales Fernsehen zu ermitteln. Hier zeigte sich, dass die Benutzerfreundlichkeit der Geräte für diese Altersgruppe noch stark verbessert werden muss. In dieser Gruppe ist die Skepsis gegenüber den neuen Angeboten besonders groß und sie braucht besondere Betreuung, um die neuen Möglichkeiten für sich zu erschließen. [H3r]

*Department of Trade and Industry (DTI) / Department of Culture, Media and Sport (DCMS) (2005): Report of a digital switchover technical trial at Ferryside and Llansteffan (July 2005), [http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf\\_documents/publications/Digital\\_SwitchoverTrial\\_Report.pdf](http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf_documents/publications/Digital_SwitchoverTrial_Report.pdf).*

*IPSOS (2005): Ferryside and Llansteffan Digital Switchover Technical Trial: Research on Vulnerable Households (12313UZ02, July 2005: prepared for Department for Culture, Media and Sport), [http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf\\_documents/publications/Ipsos\\_Report.pdf](http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf_documents/publications/Ipsos_Report.pdf).*

## 1.8 Begleitforschung zur Implementierung von DVB-T in Österreich zu Nutzer-Akzeptanz

*Im Rahmen der Begleitforschung zum Pilotprojekt in Graz hat die RTR eine Untersuchung zur Akzeptanz des digitalen Fernsehens veröffentlicht, die am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg durchgeführt wurde.*

An zwei Gruppendiskussionen waren Teilnehmer des Pilotprojekts in Graz beteiligt, in sechs weiteren waren es Vertreter unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen an verschiedenen Standorten, die bisher keinen Zugang zu DVB-T haben: technisch Interessierte, Jugendliche, sozial Schwache, Rentner und Personen in ländlicher Umgebung.

Bei den Diskussionen im Versuchsgebiet erweist sich das Geschlecht als zentraler Faktor für die Bewertung des digitalen Fernsehens: Es sind vor allem die Männer, die sich den technischen Anwendungen und den Angeboten im Testbetrieb auseinandersetzen und diese aus-

probieren, während die Frauen überwiegend zurückhaltend sind. Auch das Alter stellt sich als Hemmschwelle auf dem Weg zur neuen Technologie dar.

Bei den möglichen künftigen Nutzern sind die Kenntnisse über digitales Fernsehen eher gering. Es wird eher mit stationärem Betrieb verbunden; nur wenige erwarten einen besonderen Nutzen durch die Möglichkeit mobiler Nutzung. Ein latentes Interesse an interaktiven und multimedialen Zusatzdiensten zeichnet sich ab; insbesondere EPGs, digitaler Datentext und Hintergrundinformationen zu einzelnen Sendungen werden als sinnvoll angesehen. Auch bei den künftigen Nutzern sind Alter und Geschlecht wichtige Faktoren für die Akzeptanz digitalen Fernsehens.

In einer weitergehenden Auswertung der Gruppendiskussionen wurde eine Nutzertypologie erstellt und mit den Typen kontrastiert, die

aus der internationalen Literatur abgeleitet werden können (s. nachstehende Übersicht). Der Vergleich lässt erwarten, dass in Österreich die Nutzertypen „Zufällige Digital-Nutzer“, „digitale Satellitennutzer“, „Skeptiker“ und „Unentschlossene“ auf längere Sicht bestehen bleiben werden. Bei den „uneingeschränkt Interessierten“ wird wegen der geäußerten Interessen insbesondere eine Entwicklung hin zur digitalen Kabel- oder Satellitennutzung erwartet, bei den „Interessierten“ eher der Übergang zur freiwilligen DVB-T-Nutzung. Bei den „Befürwortern“ wird erwartet, dass es für sie persönlich eine

Änderung des Empfangsweges vornehmlich dann geben wird, wenn ohnehin ein neues Fernsehgerät angeschafft werden muss oder die analoge Übertragung eingestellt wird. [Schr]

*Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH (RTR) (2005): Zur Implementierung von DVB-T in Österreich. Eine qualitative Studie von Ingrid Paus-Hasebrink unter Mitarbeit von Eva Hammerer und Christina Ortner im Auftrag der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH), Wien (Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH; Bd. 3/2005), [http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/B389C91EA1F9A03DC12570350032C267/\\$file/Schriftenreihe\\_03\\_2005.pdf](http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/B389C91EA1F9A03DC12570350032C267/$file/Schriftenreihe_03_2005.pdf).*

Österreichische Nutzertypen		Internationale Nutzertypen	
Nutzertypen	Empfang	Nutzertypen	Empfang
Zufällige Digital-Nutzer	dig. KaSat	Unfreiwillige	DVB-T
Digitale Satelliten-Nutzer	dig. KaSat	Freiwillige	DVB-T
Uneingeschränkt Interessierte	analog	Zusatzgeräte-Nutzer	DVB-T
Interessierte	analog	Zufällige Digital-Nutzer	dig. KaSat
Befürworter	analog	Digitale KaSat-Nutzer	dig. KaSat
Unentschlossene	analog	Unentschlossene	analog
Skeptiker	analog	Skeptiker	analog

Tabelle aus: Paus-Hasebrink (2005): Zur Implementierung von DVB-T in Österreich, S. 158.

## 1.9 Akzeptanz digitalen terrestrischen Fernsehens in Japan hoch

*Die Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens in Japan geht rasch voran. Dies zeigt eine Übersicht des japanischen Ministeriums für innere Angelegenheiten und Kommunikation vom Juni 2005. Wurden bis Dezember 2003 in Japan insgesamt 736.000 entsprechende Empfangsgeräte verkauft, waren es von Januar 2004 bis März 2005 mehr als 3,1 Mio. Geräte.*

Eine Umfrage hat ergeben, dass mehr als 60 % der Befragten mit dem terrestrischen Digitalfernsehen eher zufrieden waren. Nur 9 % zeigten sich eher unzufrieden.

Zu den häufigsten Erwartungen an das terrestrische digitale Fernsehen gehören der Zugang zu Programmen mit hoher Bild- und Tonqualität (66 %), der Zugang zu mehr nützlichen Informationen (51 %), Zugang zu ganz aktuellen Informationen wie Nachrichten und Wettervorhersagen durch Datenangebote (45 %) sowie Programmsuche und Programmwahl durch Electronic Programme Guides (31 %). [Schr]

*Ministry of Internal Affairs and Communications (2005): Information and Communications in Japan 2005. Feature: Stirrings of u-Japan (Outline; June 2005), insbes. S. 38, [http://www.johatsusintokei.soumu.go.jp/whitepaper/eng/WP2005/press\\_information01.pdf](http://www.johatsusintokei.soumu.go.jp/whitepaper/eng/WP2005/press_information01.pdf).*

## 2 Anpassung der Regelungskonzepte

### 2.1 Europa: Kommission fordert Beschleunigung des digitalen Switch-Over

*In einer Mitteilung vom 24. Mai 2005 fordert die Kommission die Mitgliedstaaten auf, den Prozess des Übergangs vom analogen zum digitalen Rundfunk zu beschleunigen. Nur so könne die „digitale Dividende“ ausgeschöpft werden, die durch die Nutzung dann frei gewordener Frequenzkapazitäten entstehen kann. Als Frist für die Abschaltung schlägt die Kommission Anfang 2012 vor.*

Die Mitteilung stützt sich auf die bisherigen Aussagen der Kommission in diesem Bereich, so etwa auf die Mitteilung über den Übergang vom analogen zum digitalen Rundfunk aus dem Jahr 2003 sowie die im Aktionsplan „eEurope“ veröffentlichten Übergangspläne: Die Kommission verweist erneut auf die ökonomischen Vorteile der Digitalisierung sowie die bisher kaum stattfindende Koordinierung der mitgliedstaatlichen Übergangspläne. Im Hinblick auf diese fehlende Koordination der Staaten untereinander erarbeitet die Kommission daraufhin die beiden zentralen Faktoren, die nach ihrer Ansicht zu einer erfolgreichen europaweiten Übergangsstrategie beitragen: Zum einen sollte der Übergangsprozess nach Meinung der Kommission neben einer rein marktgesteuerten Umstellung zusätzlich auf eine parallele staatliche Koordinierung aufsetzen, etwa durch Vorgabe eines verbindlichen Zeitrahmens. Zum anderen sei auch das Bestehen einer effizienten Strategie zur Verbraucherinformation ein wichtiger Faktor für einen Übergangserfolg. Als zentrale Informationen für die Bürger nennt das zu der Mitteilung gehörende Arbeitspapier neben den exakten zeitlichen und geografischen Daten des Switch-Off Hinweise auf die Empfangbarkeit digitalen Rundfunks auf den verschiedenen Übertragungsplattformen sowie Programmtabellen. Außerdem müsse es ausreichend Hinweise auf die erforderliche Technik sowie digitale Zusatzangebote wie 16:9 oder HDTV geben. Als mögliche Techniken zur Verbraucherinformation nennt das Arbeitspapier Hotlines und Internetseiten sowie Spots im analogen Fernsehen.

Durch einen erfolgreichen Switch-Over werden Frequenzkapazitäten frei, die durch die Mitgliedstaaten in gesellschaftlicher, innovativ-wirtschaftlicher wie ökonomischer Sicht effizient verwendet werden könnten, etwa für neue oder bessere Rundfunkdienste, Data-casting-Angebote oder andere neuartige elektronische Kommunikationsdienste. Insbesondere durch das Auftreten neuer Marktakteure könne es im Bereich der frei gewordenen Frequenzbänder zur Innovationssteigerung und Wettbewerbsverstärkung kommen. Da aber zunächst während einer Simulcast-Phase von einem Frequenzspektrumsengpass auszugehen ist, sei ein früherer Switch-Over auf nationaler Ebene ein Garant für die dadurch ebenfalls früher einsetzenden, beschriebenen Vorteile. Ebenfalls für einen möglichst frühen Übergang spricht die hohe Leistungsabgabe analoger Sender sowie die Interferenzempfindlichkeit analoger Empfänger: So werden die Kapazitätsgewinne eines Staates durch den Switch-Over maßgeblich von der Zahl der Nachbarstaaten abhängen, die ebenfalls die analoge Rundfunkübertragung eingestellt haben.

Vor diesem Hintergrund schlägt das Papier allen Mitgliedstaaten Anfang 2012 als letzten Termin für die Analogabschaltung vor, bis Ende 2005 sollen alle Mitgliedstaaten ihre Pläne für den rechtzeitigen Switch-Over vorlegen.

Die Frequenznutzungspläne der einzelnen Mitgliedstaaten sollten während des Switch-Over allerdings hinreichend flexibel gestaltet sein, um künftig auch andere elektronische Kommunikationsdienste als digitalen Rundfunk in die frei werdenden Frequenzbänder aufnehmen zu können. Die Kommission weist daneben im Hinblick auf maximale Nutzervorteile darauf hin, dass Unternehmen mit erheblicher Marktmacht im Bereich der digitalen Rundfunkübertragung angemessene Verpflichtungen gemäß Art. 16 der Rahmenrichtlinie auferlegt werden könnten. Im Arbeitspapier wird daneben die Problematik angesprochen, dass es insbesondere im Simulcast-Zeitraum zu Wettbewerbsverzerrungen kommen kann, wenn Rundfunkanbietern

in einigen Mitgliedstaaten das (teurere) Senden von analogen und digitalen Signalen für einen Übergangszeitraum gesetzlich auferlegt wird, während Anbieter in anderen Staaten ggf. bereits vollständig auf die digitale Technik umschalten können. Hier mahnt die Kommission genaue Untersuchungen im Vorfeld des Switch-Over an. [SD]

*Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2005): Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen über die Beschleunigung des Übergangs vom analogen zum digitalen Rundfunk, KOM (2005) 204 endgültig (24.05.2005), [http://europa.eu.int/information\\_society/policy/ecom/doc/info\\_centre/communic\\_reports/switchover/com\\_2005\\_0204\\_f\\_de\\_acte.pdf](http://europa.eu.int/information_society/policy/ecom/doc/info_centre/communic_reports/switchover/com_2005_0204_f_de_acte.pdf).*

### ***Roll-Out des digitalen terrestrischen Rundfunks in der EU (gemäß Rückmeldung)***

<b>Mitgliedstaat</b>	<b>Datum</b>	<b>Bemerkungen</b>
Belgien	2005 (in Flandern)	
Dänemark	1. Juli 2005 (ganzes Land)	ggf. regionale Verspätungen
Deutschland	2002-2010	Inselmodell
Finnland	Seit 2001/2002	Reichweite: 100 % der Gesamtbevölkerung in 2005
Frankreich	Seit 2005	Reichweite: 35 % der Gesamtbevölkerung noch in 2005
Griechenland	Seit 2005	Sektorweiter Roll-out
Großbritannien	Seit 1998	Reichweite: 70-80 % der Gesamtbevölkerung
Irland	k.A.	Re-Evaluierung der Pläne in 2004
Italien	Seit Ende 2003	Reichweite: 50 % der Gesamtbevölkerung in 2004, 70 % in 2005
Litauen	30.6.2006	Inselmodell, später Ausweitung (Plan: 2009 Versorgung von 95 % der Gesamtbevölkerung)
Luxemburg	Derzeit 1 TV Kanal	
Niederlande	Seit 2003	Ballungsraum Amsterdam
Österreich	2006-2010	Inselmodell
Polen	k.A.	Ratifizierung eines Digitalisierungsplans in 2006 erwartet
Portugal	Seit 2004	Roll-Out Region um Region
Schweden	Seit 1999/2000	Reichweite: 90 % der Gesamtbevölkerung
Slowakei	Start noch in 2005	Inselmodell
Slowenien	2008-2012	
Spanien	Seit 2000	
Ungarn	Ab 2007	Inselmodell

### ***Switch-Off-Daten in der EU (gemäß Rückmeldung)***

<b>Mitgliedstaat</b>	<b>Datum</b>	<b>Bemerkungen</b>
Belgien	2012 in Flandern	Start des Switch-Off in 2010
Dänemark	Noch keine Entscheidung	
Deutschland	2010 (geplant)	Switch-Off in Ballungsräumen Schritt für Schritt seit 2003
Griechenland	Nach 2010	
Spanien	31.12.2011 (vorläufig)	
Frankreich	Noch keine Entscheidung	
Ungarn	31.12.2012	Switch-Off Schritt für Schritt
Irland	Noch keine Entscheidung	Bisher keine Frequenzknappheit festgestellt, die

		einen Switch-Off implizieren würde
Italien	2006	
Litauen	Beginn 2012	Switch-Off in Regionen erst bei 90 % Reichweite der Digitalsender
Luxemburg	Noch keine Entscheidung	Bisher ein analoger Kanal abgeschaltet
Niederlande	Noch keine Entscheidung	
Österreich	2010 (geplant)	
Polen	Noch keine Entscheidung	
Portugal	Noch keine Entscheidung	
Finnland	31.08.2007	
Schweden	Februar 2008	Ggf. regional früher
Slowenien	2012	
Slowakei	2012	
Großbritannien	2007-2012 (vorläufig)	

## 2.2 Österreich: KommAustria ergänzt ihr Digitalisierungskonzept

Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) hat ihr bisheriges Digitalisierungskonzept (DocuWatch 4/2003, S. 14ff.) auf der Grundlage eines Gutachtens der LfK Baden-Württemberg (DocuWatch 3/2004, 2.8, S. 13-14) in mehreren Punkten modifiziert und ergänzt. Danach soll die Einführung von DVB-T nun so rasch vollzogen werden, dass spätestens ein Jahr nach der Multiplex-Zulassung das digitale Fernsehsignal für mindestens 60 % der österreichischen Bevölkerung technisch empfangbar ist.

Darüber hinaus sollen bei der Frequenzzuweisung für DVB-T Behelfslösungen vermieden und von Anfang an die besten verfügbaren Frequenzen genutzt werden, auch wenn das in der Übergangsphase für analoge Programme eine Frequenzänderung zur Folge hat. Dabei kann es auch dazu kommen, dass die analoge Verbreitung eines Programms ganz eingestellt wird, falls Ersatzfrequenzen nicht verfügbar sind. Die Simulcast-Phase soll unter Berücksichtigung der Ausstattung der Konsumenten mit digital-tauglichen Empfangsgeräten möglichst kurz gehalten werden und 12 Monate nicht überschreiten. Für eine erfolgreiche Einführung des digitalen Fernsehens soll überdies ein umfassendes Kommunikationskonzept genutzt werden, das Rundfunkveranstalter, Elektrofachhändler und -dienstleister, Kabelnetzbetreiber, Endgeräteindustrie und Konsumentenschutzverbände einbezieht.

Im Anschluss hat die KommAustria auch ihre Auswahlgrundsätze für die Erteilung einer terrestrischen Multiplex-Zulassung festgelegt. Sofern es mehrere Antragsteller gibt, die die gesetzlichen Voraussetzungen erfüllen, soll nach folgenden Kriterien ausgewählt werden:

1. rasch erreichter hoher Versorgungsgrad der Bevölkerung mit digitalen Signalen,
2. hervorragende technische Qualität der digitalen Signale,
3. Einbindung der Fachkenntnis von Rundfunkveranstaltern beim Aufbau und Betrieb der digitalen Plattformen,
4. für die Konsumenten nutzerfreundliches Konzept,
5. Konzept für die Förderung der Verbreitung von Entgeräten zum Empfang digitaler Signale,
6. meinungsvielältiges Angebot an digitalen Programmen, wobei Programme mit österreichbezogenen Beiträgen vorrangig verbreitet werden.

Diese Kriterien werden in der Verordnung näher operationalisiert. [Schr]

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) (2005): Ergänzung zum Digitalisierungskonzept gemäß § 21 Abs. 5 PrTV-G, KOA 4.000/05-08, 9.5.05, [http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/12C7078912A7FE8BC1256FFC004C6145/\\$file/Ergaenzung\\_zum\\_Digitalisierungskonzept.pdf](http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/12C7078912A7FE8BC1256FFC004C6145/$file/Ergaenzung_zum_Digitalisierungskonzept.pdf).

## 2.3 USA: Stand der Regulierung digitaler Rundfunksignal-Übertragung

*Die Federal Communications Commission (FCC) veröffentlichte im Februar den zweiten Bericht zur Vorgehensweise bei der Regulierung der Übertragung digitaler Rundfunksignale. Das Papier bezieht sich auf den ersten Bericht aus dem Jahr 2001 (FCC Rcd 2598 2001). In der Zwischenzeit sind eine Reihe von Vorschriften zur Konkretisierung des Übergangs zur digitalen Übertragung beschlossen worden. Der Bericht fasst die unterschiedlichen Standpunkte verschiedener Akteure zur Gestaltung des Übergangs zusammen. Dabei werden die Kommentare der Veranstalter von Programmen, der Profisportverbände, der Kabelanbieter und der Branchenverbände berücksichtigt.*

Im Mittelpunkt dieses Berichts steht die Frage, ob die Sender zu einer gleichzeitigen Übertragung von analogen und digitalen Signalen verpflichtet werden können. Nach Auffassung der FCC wird dies negativ beurteilt, da durch eine solche Vorschrift die Rechte der Sender zu

stark eingeschränkt werden. Damit bekräftigt die FCC ihre bisherige Position. Dies ist auch für die bisherigen Vorgaben für Multicast der Fall. Wenn ein Veranstalter sich entschließt, das ihm zur Verfügung stehende Übertragungsspektrum aufzuteilen, so ist von den Regelungen zur verpflichtenden Übertragung nur einer der so entstehenden Streams betroffen, über die Verwendung der anderen Übertragungsmöglichkeiten kann der Veranstalter frei entscheiden. Als Anhang zu dem Bericht gibt es eine Reihe von Stellungnahmen von Mitgliedern der FCC, die teilweise die Formulierungen des Berichtes konkretisieren und ergänzen und ihnen zum Teil auch widersprechen. [H3r]

*Federal Communications Commission (2005): Second Report and Order and first Order on Reconsideration in the Matter of: Carriage of Digital Television Broadcast Signals: Amendments to Part 76 of the Commission's Rules, CS Docket No. 98-120, FCC 05-27, [http://hraunfoss.fcc.gov/edocs\\_public/attachmatch/FCC-05-27A1.pdf](http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-05-27A1.pdf).*

## 2.4 USA: FCC modifiziert Anforderungen an die Ausstattung digitaler Empfangsgeräte

*Die FCC lehnte im Juni Forderungen der Consumer Electronics Association (CEA) und der Consumer Electronics Retailers Association (CERC) ab, die Anforderungen für die Ausstattung von Fernsehempfangsgeräten zu lockern. Bislang galten für unterschiedliche Gerätegruppen Vorgaben für die Ausstattung mit Empfangsgeräten zu einem bestimmten Zeitpunkt. So sollten 50 % der angebotenen mittelgroßen Fernseher mit einer Diagonale zwischen 25“ und 36“ bis zum 1.7.2006 mit digitalen Empfangsmöglichkeiten ausgestattet sein. Die geltenden zeitlichen Vorgaben für die Ausstattung der angebotenen Geräte wurden von der FCC weiter verschärft.*

So sollen nun bereits zum 1.3.2006 alle neuen TV-Empfangsgeräte mit einer Bildschirmdiago-

nale zwischen 25“ und 36“ digitales Fernsehen empfangen können.

Auch für alle anderen neu produzierten TV-Empfangsgeräte – mit anderen Bildschirmdiagonalen, Videorekorder oder auch DVD-Spieler etc. – wurden die zeitlichen Vorgaben verändert. Diese Geräte müssen nun schon zum 31.12.2006 digitales Fernsehen empfangen können und nicht wie bisher vorgesehen zum 1.7.2007. [H3r]

*Federal Communications Commission (2005): Report and Order and further notice of proposed rulemaking in the matter of Requirements for Digital Television Receiving Capability, ET Docket No. 05-24, 9.6.05, [http://hraunfoss.fcc.gov/edocs\\_public/attachmatch/FCC-05-121A1.pdf](http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-05-121A1.pdf).*

## 2.5 Frankreich: Neuer Dekret-Entwurf zur Programmdistribution vorgelegt

*Das französische Kulturministerium hat am 19. August 2005 dem Staatsrat einen überarbeiteten Dekretsentwurf für die Regulierung der Pro-*

*grammdistribution zur Prüfung vorgelegt. Die Neufassung enthält wesentliche Änderungen*

*gegenüber dem Erstentwurf vom 27. Januar 2004.*

Die Änderungen sind offenbar auf die Interventionen der Regulierungsinstanzen und der Marktakteure zurückzuführen, die Anfang des Jahres 2004 vom Kulturministerium zur Stellungnahme aufgerufen worden waren (dazu DocuWatch 1/ 2005, 2.3, S. 12). Die Verpflichtung der Programmdistributoren, mindestens 50 % der im Gesamtbouquet vermarkteten Programme mit unabhängigen Anbietern zu bestücken, wurde aus dem Entwurf herausgenommen.

Es ist derzeit noch unklar, wann diese gesetzliche Vorgabe (Artikel 30-3 des Kommunikationsgesetzes) umgesetzt werden wird. Der Dek-

retsentwurf gestaltet im Einzelnen die Anzeigepflicht aus, welcher die Betreiber der Programmdistribution im analogen und digitalen Fernsehen vor der Betriebsaufnahme unterliegen. Im Rahmen der Anzeige sind u. a. die zu vermarktenden Programme, die beabsichtigte Bouquet-Struktur (Basispaket, Optionspakete, Menüstruktur etc.) und die Kapitalstruktur des Betreibers offenzulegen. [PP]

*Premier ministre, Transmission au Conseil d'Etat du projet de décret sur les distributeurs de services (décret pris pour l'application des articles 30-2, 34 et 34-2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986), 19.08.2005, [http://www.ddm.gouv.fr/article.php3?id\\_article=984](http://www.ddm.gouv.fr/article.php3?id_article=984).*

### 3 Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern

#### 3.1 Deutschland: DVB-T auch für ländliche Regionen / Start in Baden-Württemberg

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ARD und ZDF haben beschlossen, DVB-T über die Startregionen hinaus nun zügig auf die Fläche auszudehnen. Es wird angestrebt, dass bis 2008 über 90 % der Haushalte Digitalfernsehen mittels Dachantenne kostengünstig empfangen können. Gegenüber der bisherigen analogen Verbreitung sollen dabei auch die Kosten für die Ausstrahlung verringert werden.

Unterdessen wurde bekannt, dass die baden-württembergische Landesanstalt für Kommunikation (LFK) für 2006 die Einführung des terrestrischen digitalen Fernsehens auch in Baden-Württemberg plant. Als Sendgebiete sind zunächst das Rhein-Neckar-Dreieck um Mannheim, Heidelberg und Ludwigshafen sowie die Region Stuttgart vorgesehen. Voraussetzung ist die Freigabe bisher noch analog genutzter Frequenzen. Die meisten privaten Programme wer-

den schon heute nicht mehr analog ausgestrahlt. SWR und ZDF haben inzwischen ihre Bereitschaft zur Umstellung bekundet. [Schr]

*Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD), Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) (2005): Erfolgsmodell DVB-T auch in ländliche Regionen, Pressemitteilung vom 22.9.2005, <http://www.ard.de/intern/pressteservice/-/id=8058/nid=8058/did=347832/ime12/index.html>.*

*Landesanstalt für Kommunikation (LFK) (2005): LFK begrüßt DVB-T-Entscheidung von SWR und ZDF: Start von DVB-T in Baden-Württemberg geplant, Pressemitteilung vom 26.08.2005, <http://www.lfk.de/presseundpublikationen/pm/2005/05-11.html>.*

*Landesanstalt für Kommunikation (LFK) (2005): LFK: Abschied vom alten Antennenfernsehen 2006:DVB-T-Start in Baden-Württemberg möglich, Pressemitteilung vom 13.07.2005, <http://www.lfk.de/presseundpublikationen/pm/2005/05-09.html>.*

#### 3.2 Frankreich: Acht terrestrische Digital-Programme zugelassen

Der Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) hat zum 19. Juli 2005 acht TV-Programme für das digitale terrestrische Fernsehen in Frankreich zugelassen. Die Ausschreibung war notwendig geworden, da der Staatsrat (Conseil d'Etat) am 20. Oktober 2004 die Lizenzen mehrerer Sender wegen des Verstoßes gegen die damaligen Medienkonzentrationsregelungen für nichtig erklärt hatte (dazu DocuWatch 4/2004, 2.2, S. 12 f. und 1/2005, 3.4, S. 17). Mit der erneuten Lizenzvergabe wurden nun jeweils vier Free-TV- und vier Pay-TV-Angebote ab September 2005 zugelassen. Damit sind von den insgesamt fünf Multiplexen des digitalen terrest-

rischen Fernsehens in Frankreich allein zwei ausschließlich mit Free-TV-Angeboten bestückt und ein weiterer ausschließlich mit Pay-TV; die verbleibenden zwei Multiplexe sind „gemischt“. Darüber hinaus hat der CSA entschieden, bis Herbst 2006 die technische Reichweite des digitalen terrestrischen Fernsehens auf zwei Drittel der französischen Haushalte zu erstrecken. [PP]

*Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2005), TNT: sélection de 8 nouvelles chaînes, Communiqué de presse vom 10.05.2005, [http://www.csa.fr/actualite/communiqués/communiqués\\_detail.php?id=25563](http://www.csa.fr/actualite/communiqués/communiqués_detail.php?id=25563).*

#### 3.3 USA: Senatsanhörung zu Übergang zum digitalen Fernsehen

In Washington fanden im Juli Anhörungen vor dem Committee on Commerce, Science and Transportation des Senats zum Übergang zur digitalen Rundfunkübertragung statt. Bei diesen Anhörungen bekamen Vertreter von Unternehmen und Verbänden die Möglichkeit, in Stellungnahmen ihre Positionen zur Gestaltung des

Übergangs zum digitalen Rundfunk zu vertreten. Die Stellungnahmen zeigen eine kontroverse Situation. Insbesondere die Kabelanbieter sehen einen harten Umstieg sehr skeptisch, da sie befürchten, einen Teil ihrer Kunden zu verlieren.

Andere Akteure sehen in dieser Haltung eine Blockade des Umstiegs auf das digitale Fernsehen. Bereits im Mai hatte sich etwa der Vorsitzende der Consumer Electronics Association (CEA) Gary Shapiro an den Kongressabgeordneten Joe Barton gewandt, um für einen harten Übergang von der terrestrischen Übertragung analoger zu digitalen Rundfunksignalen zu plädieren. Aus Shapiros Sicht haben die 13 % der Zuschauer, die ihr Rundfunksignal auf diesem Weg empfangen, genügend Alternativen, um sich Zugang zum Fernsehen zu verschaffen. In seiner Argumentation versucht Shapiro zu begründen, dass dies der beste Weg sei, um die Digitalisierung voran zu bringen. Bei Haushalten, die ausschließlich terrestrischen empfangen wird das Fernsehen ohnehin weniger intensiv genutzt als in Kabel- und Satellitenhaushalten. Zweitgeräte mit terrestrischem Empfang könnten mit entsprechenden Zusatzgeräten den Kabel- oder Satellitenempfang des Erstgeräts mitnutzen so dass eine schnelle Abschaltung den Übergang beschleunigen würde.

Verknüpft mit dieser Debatte ist die Frage, welche Kosten auf alle Beteiligten zukommen und welche Rolle diese Kosten insbesondere für die Akzeptanz der Bevölkerung für das digitale Fernsehen spielen, die in vielen Fällen neue

Empfangsgeräte benötigen werden. Diesen Bedarf sahen bei den Senatsanhörungen die Vertreter der Geräteindustrie entsprechend durchaus positiv und fordern einen harten Umstieg. Die Vertreter der Verbraucher forderten für diesen Fall allerdings eine finanzielle Unterstützung von Verbrauchern beim Umstieg. Schließlich verknüpften einige Vertreter in ihren Stellungnahmen mit der Hoffnung auf Änderungen in der Regulierung des Rundfunksystems, um auch auf dieser Ebene eine Modernisierung zu erreichen. [H3r]

*Die Beiträge der Anhörungen liegen als pdf- sowie als Video-Dateien auf der Website des US-Senats vor; siehe dazu:*

*United States Senate Committee on Commerce, Science and Transportation (2005): Digital Television Transition – Hearing I (Full Committee Hearing), 12.07.2005, <http://commerce.senate.gov/hearings/witnesslist.cfm?id=1567>*

*United States Senate Committee on Commerce, Science and Transportation (2005): Digital Television Transition – Hearing II (Full Committee Hearing), 12.07.2005, <http://commerce.senate.gov/hearings/witnesslist.cfm?id=1568>.*

*Consumer Electronics Association (CEA) (2005): CEA's Shapiro encourages a hard analog cut-off in letter to Congressman Barton, Press-release 11.05.2005, <http://www.industrypressroom.com/CEA/press/detail.jsp?pressId=1114810568269&showId=1066741883082>*

### 3.4 Großbritannien: Ofcom-Statement zum Switch-Over auf DTT-Fernsehen

Im Juni veröffentlichte das Office of Communications (Ofcom) eine Stellungnahme zum aktuellen Status des Switch-Over in Großbritannien. Die Stellungnahme geht auf eine Konsultation vom Februar 2005 zurück, in der unterschiedliche Optionen für den Übergang zum digitalen Fernsehen vorgestellt wurden.

Für die Verbreitung digitalen terrestrischen Fernsehens sollen für die BBC die bestehenden drei Multiplexe mit der gleichen technischen Ausstattung genutzt werden. Dabei soll die technische Reichweite auf 98,5 % der britischen Haushalte ausgebaut werden. Kommerzielle Betreiber von Multiplexen sollen ihre Aktivitäten möglichst selbständig entwickeln, allerdings soll die technische Reichweite nicht unter den bestehenden Wert von 73 % sinken. Vielmehr wird angestrebt, dass diese Anbieter die Reichweite auf 90 % erhöhen. Ziel des Ausbaus der digitalen terrestrischen Übertragung ist der

Switch-Over im Zeitraum zwischen 2008 und 2012.

In Bezug auf die Entwicklung des Übertragungsstandards für digitales terrestrisches Fernsehen wird als Ergebnis des Konsultationsprozesses ein Übergang vom so genannten 2k-Standard zum 8k-Standard im Jahr 2012 vorgesehen. Darüber hinaus stellt Ofcom fest, dass die Planungen für die unterschiedlichen Übertragungswege aufeinander abgestimmt werden müssen und dass eine Lösung für die technisch versorgten Regionen gefunden werden muss, dort sind rund 375.000 Haushalte ohne Empfangsmöglichkeit für digitales terrestrisches Fernsehen. [H3r]

*Office of Communications (2005): Planning Options for Digital Switchover – Statement (01.06.2005), <http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/pods1/main/statement/statement.pdf>.*

## 4 Einzelthemen

### 4.1 DVB-H und DMB als Übertragungsstandards einsatzbereit

*Der Übertragung digitaler Rundfunksignale auf mobile Endgeräte wird derzeit besonderes Interesse entgegen gebracht. Mit Digital Video Broadcasting-Handheld (DVB-H) und Digital Mobile Broadcasting (DMB) sind zwei Übertragungsstandards einsatzbereit und werden nun auch in Deutschland in Modellversuchen getestet.*

DVB-H ist eine Weiterentwicklung des DVB-T-Standards, um Video-, Audio- und internetbasierte Multimediainhalte auf mobile, batteriegetriebene Endgeräte (Mobiltelefone, PDAs, Laptops) zu transportieren. DVB-H ist ein European Telecommunications Standards Institute (ETSI)-Standard, der auch IP-Datenübertragung nach dem Internetstandard gewährleisten soll. Die Veränderungen gegenüber DVB-T ist dergestalt, dass der Empfang auf kleinen Bildschirmen optimiert und Stromspareffekte beim Empfänger realisiert werden können. DVB-H nutzt DVB-T-Frequenzkapazitäten. Es ist eine Nettodatenrate von ca. 9 Mbits/s pro Multiplex möglich.

DMB ist eine Weiterentwicklung des DAB-Standards, um Video-, Audio- und Multimedia-Inhalte auf mobilen Endgeräten zu transportieren; ein IP Datacast ist allerdings derzeit nicht vorgesehen. DMB wird seit zurzeit vor allem in Südkorea verwendet und erfreut sich offenbar hoher Akzeptanz. Der DMB-Standard wurde vom ETSI anerkannt. Das DMB-Übertragungssystem nutzt DAB-Frequenzkapazitäten und verfügt mit 0,9 bis 1 Mbit/s pro Multiplex über geringere Nettodatenraten als DVB-H. DMB ist aber kurzfristig bundesweit verfügbar, wenn das L-Band genutzt wird.

DVB-H hat also eine höhere Übertragungskapazität, das DVB-H-Netz ist teurer, das System pro Programm allerdings billiger als DMB. Aus Nutzersicht sind die Unterschiede nach bisheriger Beobachtung gering. Es wird auf kleinen Bildschirmen etwa eines PDA ein scharfes Fernsehbild realisiert. Was Endgeräte angeht, wird damit gerechnet, dass DMB-Geräte früher zur Verfügung stehen, als DVB-H-Produkte.

#### *DVB-H-Modellversuche in Berlin und Norddeutschland*

In den fünf norddeutschen Ländern Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein wird auf den DVB-H-Standard gesetzt. Das dort als „Handy-TV“ bezeichnete Angebot soll ab 2007 im Regelbetrieb laufen, für 2006 sind im Zusammenhang mit der Fußballweltmeisterschaft Erprobungen vorgesehen, die die Attraktivität und Leistungsfähigkeit von DVB-H der Öffentlichkeit präsentieren sollen.

Neben öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehprogrammen sollen auch spezielle neue Inhalte und Dienste mit internetbasierten Formaten verfügbar sein. Die norddeutschen Landesmedienanstalten sehen sich vor allem in der Rolle der Koordinatoren und Moderatoren, da es noch kein erprobtes Modell für die organisatorische Zusammenarbeit der unterschiedlichen Akteure gibt.

Bereits im Februar hat die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) bekannt gegeben, dass der erste DVB-H-Sender in Europa in Betrieb genommen wurde. Bereits zuvor hatte das Broadcast-Mobile-Covergence-Forum (BMCO) unter Beteiligung von Nokia, Vodafone, Philipps und Universal DVB-H-Pilotprojekte initiiert.

#### *DMB-Projekte in Süddeutschland*

In Bayern ist Regensburg die Pilotregion, in der DMB im zweiten Halbjahr 2005 wird. Nach Auffassung der bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) soll Regensburg als erstes Glied einer Reihe weiterer Projekte im Bereich mobilen Multimediaempfangs fungieren. Es wird angestrebt, DMB auch zur Fußballweltmeisterschaft 2006 in München im Echtbetrieb zu präsentieren, hier ist eine Kooperation mit dem bayerischen Rundfunk und dem Institut für Rundfunktechnik (IRT) geplant. Darüber hinaus wurde mit dem südkoreanischen Ministerium für Information und Kommunikation eine enge Zusammenarbeit in Fragen des digitalen Rund-

funks, insbesondere mit Blick auf DMB, vereinbart.

Im September hat auch die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) eine Änderung der Kapazitätsverteilung beschlossen, um die Ausschreibung eines Erprobungsprojektes in DMB-Standard zu ermöglichen. Das Pilotvorhaben ist Bestandteil eines länderübergreifenden Erprobungsprojektes mit mobilen Rundfunkdiensten im DMB-Standard.

Die Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz hat am 10. Oktober entschieden, auf Basis von Sendekapazitäten des digitalen Hörfunks (DAB) ebenfalls die Veranstaltung von Fernsehen, Hörfunk sowie sonstigen Diensten im Rahmen eines einheitlich vermarkteten Angebotspakets auszuschreiben. Das „Handy-TV“-Angebot soll zunächst in den Austragungsorten der Fußball-WM in Deutschland empfangbar sein, also für Rheinland-Pfalz im Raum Kaiserslautern. Danach ist die Ausweitung des Versorgungsbereichs vorgesehen. [WS]

*Komfeld, Michael; Reimers, Ulrich (2005): DVB-H – the emerging standard for mobile data communication, in: EBU Technical Review (January 2005), [http://www.ebu.ch/trev\\_301-dvb-h.pdf](http://www.ebu.ch/trev_301-dvb-h.pdf).*

*European Telecommunications Standards Institute (ETSI) (2005): ETSI TR 102 401 V1.1.1 (2005-05) Technical Report: Digital Video Broadcasting (DVB); Transmission to Handheld Terminals (DVB-H); Validation Task Force Report, [http://webapp.etsi.org/action/PU/20050517/tr\\_102401v010101p.pdf](http://webapp.etsi.org/action/PU/20050517/tr_102401v010101p.pdf).*

*Teng, Rudy / In-Stat (2005): Digital Multimedia Broadcasting in Korea (January 2005), [http://www.instat.com/promos/05/WP\\_korea.asp](http://www.instat.com/promos/05/WP_korea.asp).*

*Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) (Hrsg.) (2005): Präsentation T-DMB von Dr. Kim (ETRI), 15.3.05, [http://www.blm.de/apps/documentbase/data/de/dr\\_kim\\_etri\\_.pdf](http://www.blm.de/apps/documentbase/data/de/dr_kim_etri_.pdf).*

*Walter Berner / Landesanstalt für Kommunikation (LfK) (2005): Was bringen DMB und DVB-H? (Präsentation auf dem LfK-Digitalforum am 27. Juli 2005, <http://www.lfk.de/veranstaltungen/sonstige/download/Vortrag-Berner-270705.pdf>.*

*Hamburgische Anstalt für neue Medien (2005): Die norddeutschen Landesmedienanstalten wollen den Weg ebnen für „Handy-TV“ (DVB-H), Pressemitteilung vom 16.08.2005, <http://www.ham-online.de/details.php?id=77>.*

*Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) (2005): Erste „Digitale Dividende“ in Europa: DVB-H-Sender für mobil empfangbare Multimediaangebote in Betrieb genommen, Pressemeldung vom 25.02.2005, <http://www.mabb.de/start.cfm?content=Presse&template=pressemeldungsanzeige&id=890>.*

*Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) (2005): BLM plant Pilotprojekt „Digital Multimedia Broadcasting“ in Regensburg - Auftaktveranstaltung zu DMB-Projekt mit hoher Resonanz (Pressemitteilung 21/2005, 17.3.05), [http://www.blm.de/inter/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen.cfm?fuseaction\\_pre=detail&prid=841&](http://www.blm.de/inter/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen.cfm?fuseaction_pre=detail&prid=841&).*

*Kettner, Peter (Bayerische Landeszentrale für neue Medien); Biehn, Rainer (Bayerische Medientechnik GmbH) (2005): Digital Advanced Broadcasting: DMB-Projekt Regensburg - Projektinformation (15.3.05), [http://www.blm.de/apps/documentbase/data/de/dmb-projekt\\_regensburg\\_produkinformation.pdf](http://www.blm.de/apps/documentbase/data/de/dmb-projekt_regensburg_produkinformation.pdf).*

*Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) (2005): BLM und koreanisches Ministerium für Information und Kommunikation vereinbaren enge Zusammenarbeit beim digitalen Rundfunk – Memorandum of Understanding in München unterzeichnet (Pressemitteilung 22/2005, 14.4.05), [http://www.blm.de/inter/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen.cfm?fuseaction\\_pre=detail&prid=846&](http://www.blm.de/inter/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen.cfm?fuseaction_pre=detail&prid=846&).*

*Landesanstalt für Kommunikation (LfK) (2005): LfK-Vorstand gibt Startschuss für DMB-Erprobungsprojekt, Pressemitteilung 15/05 (26.09.2005), <http://www.lfk.de/presseundpublikationen/pm/2005/05-15.html>.*

*Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) (2005): Ausschreibung für „Handy TV“ in Rheinland-Pfalz, Pressemitteilung 25 vom 10.10.2005, [http://www.lmk-online.de/aktuelles\\_presse\\_detail.asp?id=326](http://www.lmk-online.de/aktuelles_presse_detail.asp?id=326).*

## 4.2 ULR vergibt Gütesiegel für Digital-Dekoder

*Seit Ende Mai 2005 vergibt die Unabhängige Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien (ULR) auf Antrag eine Gütesiegel für besonders gebrauchstaugliche Digital-Dekoder nach Maßgabe einer Zertifizierungs- und Gütesiegelsatzung (ZERGÜSS). Die Prüfung, Zertifizierung und Gütesiegel-Vergabe erfolgt in Zusammen-*

*arbeit mit der Kieler Forschungsgruppe Industrieanthropologie (FIA). Das vorliegende Qualitätsprüfungs- und Zertifizierungskonzept gibt Auskunft über Bereiche und Kriterien der Usabilityprüfung.*

Das auf zwei Jahre befristete Gütesiegel vergibt die ULR für „gute Gebrauchstauglichkeit“

auf Antrag des Herstellers eines Digital-Dekoders und gegen Kostenerstattung von 1.000,- Euro. Von dem Gütesiegel verspricht sich die Landesmedienanstalt eine Orientierungshilfe für potentielle Käufer. Als Maßgabe für den jetzt vorgestellten Zertifizierungsablauf diente eine Studie zur Entwicklung eines Prüfungsprogramms, das Standards für gute Gebrauchstauglichkeit setzt und an der neben der ULR und der IFA auch Dekoderhersteller selbst beteiligt waren.

Das der Zertifizierung zugrundeliegende Prüfungsprogramm umfasst sechs Bereiche (Basis-einheit, Fernbedienung, Bildschirmdarstellung, Betriebsprozeduren, Gebrauchsanleitung und weitere Hilfsangebote) und insgesamt 52 Kriterien. Als Methoden für das Prüfverfahren sieht das Programm Prüfungen mit Versuchspersonen sowie durch Experten, Befragung und Beobachtung von Versuchspersonen bei der Bedienung des Geräts sowie die metrische Erfassung der Fernbedienung und den anthropometrischen Ab-

gleich zur Bewertung der Anpassung zwischen Gerät und Mensch vor.

Dem Entschluss zur Vergabe eines Usability-Zertifikats ging eine Studie zur Gebrauchstauglichkeit von Dekodern aus dem Jahr 2002 voraus, die gravierende Mängel in den Bedienungskonzepten der Hersteller feststellte und die Dekoder selbst teilweise als „Zugangsbarriere“ zum digitalen Rundfunk identifizierte. [SD]

*Unabhängige Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien (ULR) (2005): Satzung der Unabhängigen Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien (ULR) über die Zertifizierung von technischen Einrichtungen für den Zugang und die Nutzung von audiovisuellen Angeboten sowie die Verleihung eines Gütesiegels (Zertifizierungs- und Gütesiegelsatzung - ZERGÜSS) vom 11.05.2005 (Amtsbl. Schl.-H./AAz. S. 492), [http://www.ulr.de/ULR\\_Rechtsgrundlagen/Filebase/ZERGUESS.pdf](http://www.ulr.de/ULR_Rechtsgrundlagen/Filebase/ZERGUESS.pdf).*

*Unabhängige Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien (ULR) (2005): Qualitätsprüfungs- und Zertifizierungskonzept (Gebrauchstauglichkeit / Usability) für Zugangseinrichtungen und Verfahren zur Nutzung digitaler Medienangebote, [http://www.ulr.de/ULR\\_Start/Filebase/Zusammenfassung\\_deutsch.pdf](http://www.ulr.de/ULR_Start/Filebase/Zusammenfassung_deutsch.pdf).*

#### 4.3 Europa: EICTA legt Mindeststandards für HDTV-Receiver fest und stellt Label vor

*Der Europäische Fernsehgeräte-Industrie Verband (EICTA) hat sich auf Mindestanforderungen für HDTV-Bildschirme geeinigt und das gemeinsame Logo „HDTV“ präsentiert. Mit der Festlegung von Mindestanforderungen soll sichergestellt werden, dass Receiver oder Set-Top Boxen mit dem „HDTV-Label“ mit HDTV-fähigen Fernsehgeräten, die das EICTA Label „HD-ready“ tragen, problemlos zusammenarbeiten.*



Die technischen Spezifikationen gelten für Free-to-air- und Pay-TV-Receiver, die DVB-C, DVB-T oder DVB-S Empfang ermöglichen.

Für die jeweilige Übertragungsplattform gelten unterschiedliche Übertragungsstandards. Alle Receiver müssen jedoch MPEG-2 und MPEG-4-komprimierte Datenströme verarbeiten können und über analoge YpbPR- oder digitale DVI- oder HDMI-Schnittstellen zum Anschluss der „HD-ready“ gekennzeichneten Fernseher verfügen. Als Bildschirmauflösungen müssen die Geräte 1280x720 oder 1920x1080

Punkte darstellen können. Zudem enthalten die Vorgaben weitere Spezifikationen wie etwa unterstützte Audioformate.

Die Initiative zur Einigung auf Mindeststandards bei den zusätzlichen Receivern geht auf den Satellitenbetreiber SES-ASTRA zurück. Der Verband erhofft sich, den Konsumenten somit mehr Klarheit bei der Kaufentscheidung für HDTV-fähige Geräte bieten zu können (zur Bedeutung, die dem Logo im Zuge der HDTV-Einführung beigemessen wird, siehe 1.3, S. 8 ff. in dieser Ausgabe). [AL]

*European Industry Association for Information Systems, Communication Technologies and Consumer Electronics (EICTA) (2005): EICTA announces Minimum Requirements for High Definition Television Receivers and unveils "HDTV" logo, Pressemitteilung 31.08.05, <http://www.eicta.org/files/PressRelease08.05-174441A.pdf>.*

*European Industry Association for Information Systems, Communication Technologies and Consumer Electronics (EICTA) (2005): EICTA "HDTV" Minimum Requirements for HD Television Receivers (25.8.05), <http://www.eicta.org/files/MinReqHDTV08-05-174441A.pdf>.*

#### 4.4 Kabelverband beansprucht Recht zur digitalen Verbreitung

*Der Deutsche Kabelverband fordert das Recht zur digitalen Verbreitung aller Fernsehprogramme, deren analoge Verbreitung rundfunkrechtlich vorgeschrieben ist.*

Bisher werde die digitale Weiterverbreitung ihrer Programme im Kabel von den großen Fernsehunternehmen ProSiebenSat.1 und RTL nicht gestattet. Die VG Media Verwertungsgesellschaft zur Wahrnehmung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH (Gesellschafter sind RTL und Pro Sieben Digital Media) sei bisher nicht mit der Wahrnehmung von Rechten aus digitaler Verbreitung im Kabel beauftragt. Die seit einem Jahr andauernden Verhandlungen der Veranstalter mit dem Kabelverband seien bislang nicht zu einem Ergebnis gekommen.

Der Kabelverband, in dem die regionalen Netzbetreiber Kabel Deutschland, ish, iesy und Kabel BW zusammengeschlossen sind, sieht darin den Versuch der Veranstalter, ihre Vor-

machtstellung im Kabel zu sichern und sich dem stärkeren Wettbewerb zu entziehen, der mit der Ausweitung der Übertragungskapazitäten durch die Digitalisierung entsteht. Der Kabelverband will nun prüfen, ob sich aus der rundfunkrechtlichen Pflicht zur Einspeisung des analogen Signals auch entsprechende Folgerungen für die digitale Einspeisung ins Kabel ergeben.

Für 2005 haben die Kabelbetreiber Investitionen von 185 Mio. Euro in die Aufrüstung ihrer Netze für Digitalfernsehen, schnellen Internetzugang und Telefon geplant. Damit sollen Ende 2005 rund 4,1 Mio. Haushalte in der Lage sein, diese besonderen Angebote zu nutzen. Ende 2004 waren es nach Angaben des Verbandes erst 3,65 Mio. Haushalte. [Schr]

*Deutscher Kabelverband (2005):Kabel-Boykott der Privatsender unzulässig, Pressemitteilung 25.08.2005, [http://www.deutscherkabelverband.de/web/cms/upload/pdf/PM\\_Kabel\\_Boykott\\_der\\_Privatsender\\_unzulässig.pdf](http://www.deutscherkabelverband.de/web/cms/upload/pdf/PM_Kabel_Boykott_der_Privatsender_unzulässig.pdf).*

#### 4.5 USA: FCC scheitert vor Gericht mit „Broadcast Flag“-Richtlinie

*Ein US-Gericht hat der Klage von Bürgerrechtsorganisationen gegen die so genannte „Broadcast Flag“-Richtlinie der FCC stattgegeben (vgl. DocuWatch 3/2004, 4.3, S. 20 f. sowie 1/2005, 4.4, S. 22). Nach Ansicht des Gerichts hatte die FCC ihre Kompetenzen überschritten und durfte die Richtlinie nicht erlassen.*

Die Richtlinie verpflichtete Hersteller digitaler TV-Empfänger, den Empfang und die Verarbeitung eines von der Unterhaltungsindustrie entwickelten Kopierschutzsignals in ihren Geräten zu implementieren. Die Ausstrahlung des „Broadcast Flag“ sollte Kopierschutzmaßnahmen ermöglichen, so dass bei der Ausstrahlung des „Flags“ digitale TV-Geräte die hochauflösende Qualität des Fernsehsignals reduziert und ggf. die Aufnahmemöglichkeit der Sendung beschränkt oder sogar unterbunden hätten. Das Signal wird aber in den Geräten erst verarbeitet, nachdem der Empfang des digitalen TV-Signals abgeschlossen ist. Technisch findet die Verar-

beitung in Demodulations-Modulen statt, die unabhängig vom Empfangsmodul arbeiten.

Dieses nahm das Gericht zum Anlass, die Zuständigkeit des US-Regulierers Federal Communications Commission (FCC) zu verneinen. Das ermächtigende Gesetz, der Communications Act 1934, sehe zwar vor, dass die FCC für den Erlass technischer Spezifikationen für Fernsehempfangsgeräte zuständig sei. Allerdings nur für den Empfangsvorgang selbst und nicht für technische Vorgänge, die danach stattfinden, entschied das Gericht. Es stütze sich bei der Urteilsfindung maßgeblich auf die historische Auslegung und den Gesetzgebungsprozess des Kongresses. Dem Urteil lässt sich entnehmen, dass der Kongress dem Regulierer damals gerade keine generelle Kompetenz zur Vorgabe von technischen Spezifikationen von TV-Empfangsgeräten einräumen wollte, sondern die Regelungskompetenz lediglich auf den Empfang des TV-Signals beschränken wollte.

Die Richtlinie („Flag Order“) wurde vom Gericht damit für ungültig erklärt. Das für die FCC

negative Urteil hatte sich schon bei der mündlichen Verhandlung im Februar 2005 angedeutet. Zwei von drei Richtern hatten die Kompetenz der FCC deutlich hinterfragt und dem Regulierer unter anderem vorgeworfen, er könne „nicht die ganze Welt regieren“. [AL]

*United States Court of Appeals for the District of Columbia Circuit vom 6.05.2005, No. 04-1037, <http://pacer.cadc.uscourts.gov/docs/common/opinions/200505/04-1037b.pdf>.*

*Weitere Informationen zu technischen Spezifikationen des „Broadcast Flag“ und der rechtlichen Einordnung in folgenden Aufsätzen: Seltzer, Wendy (2005): The Broadcast Flag: It's not just TV, in: Federal Communications Law Journal, Vol. 57 (2005) No. 2, S. 209-214 sowie Kaplan, Debra (2005): Broadcast Flags and the War Against Digital Television Piracy: A Solution or Dilemma for the Digital Era? In: Federal Communications Law Journal, Vol. 57 (2005) No. 2, S. 325-344.*

#### 4.6 EuGH-Urteil: Near-VoD-Angebote sind „Fernsehen“ i.S.d. Fernsehrichtlinie

*Near-Video-on-Demand-Angebote stellen „Fernsehen“ im Sinne der Fernsehrichtlinie dar, so dass die rechtlichen Vorgaben der Richtlinie – etwa die europäische Produktionsquotenregelung – auch für solche Dienste gelten. Das hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) entschieden.*

Der EuGH musste Stellung zu der Vorlagefrage eines niederländischen Gerichts beziehen, die das verschlüsselte Near-Video-on-Demand-Angebot eines Pay-TV-Anbieters betraf. Technisch liegt dem Dienst zugrunde, dass aus einem Katalog von 60 Filmen pro Monat per Entgelt einzelne Filme über die Fernbedienung oder das Telefon bestellt werden können. Nach der Bezahlung erhält der Abonnent einen individuellen Schlüssel, der es ermöglicht, den Film zu entschlüsseln. Der Film wird nicht individuell zum Abonnenten übertragen, sondern in Wiederholungsschleifen an alle angeschlossenen Kunden gesendet.

Der EuGH stufte das Angebot als „Fernseh-sendung“ i.S. von Art. 1 a) der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ (89/552/EWG, geändert durch 97/36/EG) ein. Voraussetzung sei, dass unabhängig von der Übertragungstechnik der Dienst der Sendung von Erstsendung von Fernsehprogrammen dient, die zum Empfang durch die Allgemeinheit bestimmt sind. Ausgeschlossen seien Kommunikationsdienste, die individuell abgerufen werden könnten. Der Pay-TV-Veranstalter stellte sich auf den Standpunkt, dass sein Near-Video-on-Demand-Angebot in der Praxis als individuell abrufbar einzuordnen sei, da die Wiederholungsschleifen verschlüsselt und nur durch individuell zugewiesene Schlüssel zugänglich seien.

Dem schloss sich der EuGH nicht an. Das Gericht prüfte aber neben der „Fernseh-Richtlinie“ auch die „Richtlinie über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der Normen und technischen Vorschriften“ (98/34/EG geändert durch 98/48/EG): Das Angebot entspreche zwar den ersten beiden aber nicht der letzten Voraussetzungen des Begriffs der „Dienstleistung der Informationsgesellschaft“ i.S.v. Art. 1 Nr. 2 der „Richtlinie über ein Informationsverfahren“ auf dem Gebiet der Normen und technischen Vorschriften“. Der angebotene Near-VoD-Dienst sei eine Dienstleistung, die über Fernabsatz und teilweise mittels Geräten für die elektronische Verarbeitung, allerdings nicht auf „individuellen Abruf eine Empfängers“ erbracht werde. Das letzte Kriterium scheitere, da der Anbieter die Liste der zur Auswahl stehenden Filme erstelle und diese allen Abonnenten unter den gleichen Bedingungen über Zeitschrift oder Bildschirmtext bekannt mache und zu von ihm festgelegten Sendestunden ausstrahle. Die individuelle Vergabe des Schlüssels diene nach Ansicht des EuGH nur der Entcodierung der Signale, die zeitgleich an alle Abonnenten verbreitet werden. Individueller Abruf setze vielmehr voraus, dass der einzelne Empfänger „in einem interaktiven Rahmen seine Programme frei wählen“ könne.

Zusätzlich verpflichtete der EuGH Veranstalter von Near-VoD-Angeboten auch, sicherzustellen, dass die nach Art. 4 der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ bestimmten Quoten für europäische Werke berücksichtigen. Zwar könne der Veranstalter nicht bestimmen, welche Angebote die Zuschauer sich tatsächlich entschlüsseln ließen. Ihm sei es jedoch möglich, die Gesamtsendezeit seines Angebots zu

bestimmen und die ihm auferlegte Verpflichtung einzuhalten. [AL]

*Europäischer Gerichtshof (2005): Urteil in der Rechtssache C-89/04 (Vorabentscheidungsersuchen des Raad van State [Niederlande]): Mediakabel BV gegen Commissariaat voor de Media, 02.06.2005; Leitsätze dokumentiert im Amtsblatt der Europäischen Union vom 23. 07.2005), <http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/site>*

*/de/oj/2005/c\_182/c\_18220050723de00160016.pdf; weitere Sätze des Verfahrens sind unter Angabe des Aktenzeichens C-89/4 zu finden über <http://curia.eu.int/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=de>.*

*Siehe zu den Auswirkungen des Urteils auf die deutsche Rechtslage die Urteilsanmerkung von Torsten Schreier in MultiMedia und Recht-Rechtsprechung, Jg. 8 (2005) Nr. 8, S. 519-520.*

#### 4.7 OLG: Kooperation von Pay-TV-Anbieter und Programmzeitschriftverlag zulässig

*Ein Pay-TV-Anbieter darf mit einem TV-Zeitschriftenverlag, der eine „Special-Interest-Zeitschrift“ zum digitalen Bezahlfernsehprogramm herausgibt, zusammenarbeiten. Bedingung ist jedoch, dass die redaktionelle Unabhängigkeit gewahrt bleibt, entschied das Hanseatische Oberlandesgericht.*

In dem einstweiligen Rechtsschutzverfahren hatte eine Konkurrentin gegen die neue TV-Zeitschrift „TV Digital“ und die Zusammenarbeit des herausgebenden Verlages mit dem Pay-TV-Anbieter Premiere geklagt und Unterlassung verlangt. „TV Digital“ legt den Schwerpunkt ihrer Berichterstattung auf die Darstellung des digital-empfangbaren Fernsehprogramms, stellt jedoch auch die frei-empfangbaren Programme dar. Der Gründung der Zeitschrift liegt ein Vertrag zwischen Premiere und dem herausgebenden Verlag zugrunde, nach dem dieser im 14-tägigen Rhythmus die Programmzeitschrift verlegen und neben dem freien Verkauf diese gezielt Premiere-Abonnenten anbieten wird. Im Gegensatz verpflichtet sich Premiere gegen Zahlung einer Provision, für fünf Jahre als Handelsvertreter exklusiv die Zeitschrift zu bewerben und Neukunden zu akquirieren. In dem Vertrag wird herausgestellt, dass die verlegerische, kaufmännische und redaktionelle Verantwortung beim Verlag und nicht bei Premiere liegt.

Die Konkurrentin hatte sich an diesem Vertrag und an der herausgehobenen Berichterstattung über das Premiere-Programm im redaktionellen Mantelteil und der Programmübersicht gestört und darin einen Verstoß gegen den Grundsatz der Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten erblickt. Redaktionelle Besprechungen und Empfehlungen etwa zu Spielfilme und Sportübertragungen betrafen zu über 60 % Premiere-Sendungen. Nach Ansicht des Hanseatischen Oberlandesgerichts stellt

diese ungleich gewichtete Berichterstattung und der zugrundeliegende Vertrag jedoch per se keine Schleichwerbung dar. Es liege im verlegerischen Ermessen des Verlags, den redaktionellen Schwerpunkt auf digitales Bezahlfernsehen zu legen und damit hauptsächlich über den – zum Zeitpunkt des Urteils einzigen am Markt auftretenden – Fernsehsender zu berichten. Ein Verlag könne aufgrund verfassungsrechtlicher Vorgaben nicht verpflichtet sein, die Zusammensetzung seiner Programmzeitschrift anhand den realen Marktverhältnissen am Zuschauermarkt auszurichten. (Der Marktanteil am Zuschauergesamtmarkt von Premiere lag nach Feststellung des Gerichts bei 2,4 %). Es wurde jedoch darauf hingewiesen, dass zukünftig ggf. auch weitere digitale Pay-TV-Angebote, etwa das des Kabelnetzanbieters Kabel Deutschland, berücksichtigt werden müssten.

Als Schleichwerbung sei nur solche Berichterstattung zu bezeichnen, wenn „unter der redaktionellen Tarnkappe Wirtschaftswerbung betrieben“ werde, mit dem Ziel, den Leser zu täuschen. Eine Verletzung der Grundsätze sei auch möglich, wenn unentgeltlich über bestimmte Unternehmen oder Produkte bzw. Dienstleistungen berichtet wird und dabei nicht die sachliche Unterrichtung des Publikums im Vordergrund stehe. Solange dies der Fall ist und kein werblicher Überschuss besteht, dürften Produktnamen, Bezugsquellen und weitere Angaben zur Information des Publikums veröffentlicht werden.

Eine solche „unsachliche“ Berichterstattung konnte der Senat in der Art der redaktionellen Mantelberichterstattung nicht erkennen. Die explizite Vereinbarung eines Fernsehveranstalters mit einem Verlag, über sein Programm in einer Programmzeitschrift zu berichten, sei so lange unbedenklich, wie redaktionelle Freiheit

über die „Art und Weise der Darstellung“ beim Verlag verbleibt. Die als „zu positiv“ gerügte Berichterstattung hat das Gericht nicht überprüft, da diese Meinungsäußerungen darstellten und eine Gefährdung des Leistungswettbewerbs nicht erkennbar sei. Auch muss der Verlag künftig nicht auf die Kostenpflichtigkeit der Leistungen von Premiere sowie die zusätzlichen Kosten der per Near-Video-on-Demand abrufbaren Filme hinweisen, da der Verlag nicht für das Angebot der Programme verantwortlich sei.

Den Abdruck der entsprechenden Bestellnummern dieser Programme rechtfertigte das Gericht mit dem Informationsinteresse der Leser und potentiellen Zuschauer. [AL]

*OLG Hamburg, Urteil 5 U 96/04 (14.04.2005), dokumentiert in: AfP – Entscheidungen: Zur Zulässigkeit der Kooperation eines TV-Zeitschriftenverlages mit einem Pay-TV-Sender, Urteil vom 14.4.05 (OLG Hamburg), in: AfP - Zeitschrift für Medien- und Kommunikationsrecht Jg. 36 (2005) Nr. 3, S. 282-287.*

## 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

#### Broadcasting & Cable

Vol. 135 (2005) Nr. 20

Kerschbaumer, Ken (2005): Who's really watching? How cable's digital box will rock the rating world. – S. 14-16.

„As advertisers and networks hunt for a better way to measure who's watching which shows, the answer may be in front of them: little black boxes on TV sets around the country. Some of the largest U.S. cable operators are quietly testing a service in nearly 2 million homes that may offer the first real competitor – or complement – to Nielsen ratings. The technology can record every click of the remote control by every digital subscriber. And it offers an instant census of millions of homes that dwarfs Nielsen's current universe of thousands.“

Vol. 135 (2005) Nr. 34

Kerschbaumer, Ken (2005): HD Special Report: Low-Cost – Cheaper gear means more players in the game. – S. 16.

„Until very recently, conventional wisdom held that only those with deep pockets could afford HDTV production. [...] But today, small local broadcasters, production companies and even independent producers can afford to create content in HD [...]“

#### EBU Technical Review

Nr. 302 (April 2005)

Brugger, Roland; Mayer, Kerstin (2005): Spectrum Management: RRC-06 – technical basis and planning configurations for T-DAB and DVB-T. – 10 S. *Online-Ressource*: [http://www.ebu.ch/trev\\_302-brugger.pdf](http://www.ebu.ch/trev_302-brugger.pdf)

„One fundamental part of the RRC planning process is to carry out a compatibility analysis. To facilitate this procedure, a reduction in the large number of possible transmitter configurations, down to just a few reference planning configurations, is useful. For compatibility calculations, SFNs may be represented by generic reference networks, whereas single transmitters are described by their “real” characteristics. This article describes various planning configurations and reference networks for T-DAB and

DVB-T, while keeping an eye on DVB-H requirements as well. “

Kozamernik, Franc; Vermaele, Lieven (2005): Will Broadband TV shape the future of broadcasting? – 21 S. *Online-Ressource*: [http://www.ebu.ch/trev\\_302-kozamernik.pdf](http://www.ebu.ch/trev_302-kozamernik.pdf)

„Broadband Television (BTV) is a new emerging platform for distributing digital television channels to home consumers using a TV screen. This article focuses on BTV services which use the conventional telephone infrastructure (i.e. twisted-pair copper lines). These BTV services are often called ADSL TV or DSL TV. Other delivery mechanisms such as coaxial cable, power line communications (PLC), fibre (FTTH) and wireless (UMTS, Wi-Fi and Wi-MAX) are not covered here. If commercially successful, Broadband TV may complement traditional DTV services – which use satellite, cable and terrestrial delivery – and may even evolve into a fourth mass-market platform for digital television services. “

Sunna, Paola (2005): Video Compression: AVC/H.264 - an advanced video coding system for SD and HD broadcasting. – 6 S. *Online-Ressource*: [http://www.ebu.ch/trev\\_302-sunna.pdf](http://www.ebu.ch/trev_302-sunna.pdf)

„A bitrate of about 270 Mbit/s is needed to transmit uncompressed digital video that accords with ITU-R Rec. BT. 601 (i.e. standard-definition television). Digital HDTV, on the other hand, needs a considerably greater bitrate and – regardless of the modulation scheme adopted – transmission via traditional broadcast channels is impossible without the application of advanced video compression techniques. This article gives an overview of the current video coding technologies that are suitable for HDTV transmission; in particular, AVC/H.264. “

Mornington-West, Allen (2005): TV Anytime: The UK TV Anytime test bed. – 12 S. *Online-Ressource*: [http://www.ebu.ch/trev\\_302-tv\\_anytime.pdf](http://www.ebu.ch/trev_302-tv_anytime.pdf)

„Formed in 1999, the TV-Anytime Forum is developing open specifications for interoperable and integrated systems that will allow consumer electronics manufacturers, content creators, telecommunications companies, broadcasters and other service providers to most effectively utilize high-volume digital storage (PVRs) in consumer devices. The TV-Anytime Phase 1 specification was published as an ETSI Techni-

cal Specification in October 2003. In the UK, the Digital TV Group set up a test bed in 2004 to prove that TV Anytime is workable within the constraints of the UK DTT platform (DVB-T). If it could be shown to provide a commercial advantage on this platform, then it should also work as the core for almost any other delivery system (e.g. DVB-S, Broadband TV and Mobile TV). This article gives an overview of the TV Anytime system, in the context of the UK test bed. “

Boinnard, Nadège (2005): Content Management: „I want clips“ – an introduction to the JIBS scheme for the exchange of educational video clips. – 9. S. *Online-Ressource: [http://www.ebu.ch/trev\\_302-boinnard.pdf](http://www.ebu.ch/trev_302-boinnard.pdf)*  
 „The exchange of programme material in a digital world involves not only satellite distribution channels, but also important decisions over the best video compression format to use and, of course, the development of meaningful metadata to accompany the content material. This article provides an introduction to the JIBS platform that has been developed to enable the buying, selling and exchange of educational video clips among broadcasters and educational establishments. “

Abraham, Denis; Méry, Dominique u.a. (2005): The challenge of QoS for digital television services. – 11 S. *Online-Ressource: [http://www.ebu.ch/trev\\_302-abraham.pdf](http://www.ebu.ch/trev_302-abraham.pdf)*  
 „Quality of Service (QoS) in digital television broadcasting has been the subject of many studies during the last decade. This has led to the establishment of various standards and recommendations by organisations such as ETSI and the ITU. More than twenty relevant parameters and associated measurement methods have been specified by ETSI for DVB but their interpretation, usage and exploitation are often considered ‘difficult’ – in that they require a high level of expertise. This article describes how three ‘synthetic’ parameters (SAE, SDE and SIE) have been developed to make assessment of QoS considerably easier. They could represent the keystone of QoS in digital TV services. “

#### Nr. 303 (July 2005)

Lo Iacono, Anna; Colamussi, Michela (2005): Rai Click – „I want my own TV“. – 9 S. *Online-Ressource: [http://www.ebu.ch/departments/technical/trev/trev\\_303-fastweb.pdf](http://www.ebu.ch/departments/technical/trev/trev_303-fastweb.pdf)*  
 „Rai Click was Italy’s first Video-on-Demand (VoD) television service. It was launched in 2000 by a partnership between the Italian state broadcaster Rai (60%) and FastWeb (40%), the country’s first ‘Triple Play’ telecom operator. So far, Rai Click is the only Italian channel that can also be accessed via the Web; is the only Rai television channel with a subscription fee

and direct client base, and is the first Italian television channel to develop editorial and commercial formats that exploit the interactive capabilities of broadband.“

Fawcett, Andrew (2005): iTunes for TV? IPTV in the UK – a viable fourth digital TV platform? – 6 S. *Online-Ressource: [http://www.ebu.ch/departments/technical/trev/trev\\_303-fawcett.pdf](http://www.ebu.ch/departments/technical/trev/trev_303-fawcett.pdf)*  
 „While France and Italy, in particular, are forging ahead with Broadband TV services, it has been a different story in the UK – arguably the most mature Digital TV market in Europe. So why has the UK fallen behind some of its neighbours in the provision of Broadband TV services? And what does the future hold for a fourth Digital TV platform in the UK? This article sets out to provide some answers.“

#### epd medien

(2005) Nr. 71

Merschmann, Helmut (2005): Fußball-WM im „Scharffernseher“. HDTV und Überallfernsehen auf der IFA. – S. 6-8.

#### Funkkorrespondenz

Jg. 53 (2005) Nr. 35

Ressing, Philippe (2005): Noch keine Euphorie. DMB oder DVB-H und Fernsehen per Handy. – S. 9-11.

#### Media Perspektiven

(2005) Nr. 4

Matheus, Kirsten; Morich, Rolf; Specks, Will (Hrsg.) (2005): Marktchancen von DAB und DVB-T: Ein Lagebericht zu den digitalen terrestrischen Rundfunkübertragungstechnologien. – S. 142-151. *Als Online-Ressource: [http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/04-2005\\_matheus.pdf?foid=14637](http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/04-2005_matheus.pdf?foid=14637)*  
 „Der Artikel beschreibt die Marktzusammenhänge von Rundfunkverbreitungstechnologien im Allgemeinen und die Marktsituationen der Technologien DAB und DVB-T im Besonderen. Der Forschungsbericht entstand im Auftrag der Automobilindustrie, seine Befunde haben aber darüber hinaus allgemeine Bedeutung. [...] Die Automobilindustrie ist durchaus daran interessiert, eine Technologie wie DAB ins Fahrzeug zu bringen, da DAB neue Dienste und Hörfunkprogramme in besserer Qualität im Fahrzeug ermöglicht. Sie kann aber auf Marktentwicklungen bei DAB nur reagieren, nicht sie herbeiführen. Sie ist bei DAB nur einer von vielen Teilnehmern der Wirkungskette. Die Koordination dieser Teilnehmer ist notwendig - in der Motivation, in der Schaffung eines sichtbaren Mehrwerts und im weiteren Vorgehen.“

Wenn dieser Mehrwert vorhanden ist, wird der digitale Hörfunk auch in Deutschland erfolgreich sein.“

(2005) Nr. 7

Reevell, Philip (2005): Konsolidierungsphase für Digital-TV in Großbritannien. Erfahrungen mit der Nutzung digitaler Angebote. – S. 343-350. *Als Online-Ressource: [http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/07-2005\\_reevell.pdf?foid=15021](http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/07-2005_reevell.pdf?foid=15021)*

„Großbritannien ist mit 50 Prozent digitalen Fernsehhaushalten der am weitesten entwickelte digitale Fernsehmarkt in Europa. Einen kräftigen Schub bekam die Digitalisierung hier durch DVB-T. [...] Der Erfolg von Freeview (Wachstumsrate 2004 im Vergleich zum Vorjahr: 55 %) ist ein wichtiges Element für das Ziel der britischen Regierung, ab 2008 bis 2012 Region für Region auf digitale Übertragungstechnik umzustellen, denn Freeview erreicht offenbar auch bisherige Verweigerer der digitalen Pay-TV-Angebote von Sky. [...] Bezogen auf alle digitalen Haushalte bleiben BBC1 (19,3 %) und ITV (18,5 %) Marktführer, die übrigen drei traditionellen Programme erzielen 18,6 Prozent Marktanteil, auf alle anderen Kanäle entfallen 43 Prozent. Im digitalen Satellitenfernsehen sieht die Situation für

die traditionellen Marktführer BBC1 und ITV ungünstiger aus, hier erzielen die "anderen" Kanäle insgesamt 60 Prozent. Im digital-terrestrischen Fernsehen hingegen ist die Lage für die traditionellen Kanäle deutlich besser: BBC1 und ITV erzielen hier 28 bzw. 23 Prozent Marktanteil, BBC2, Channel 4 und Five zusammen rund 32 Prozent, die "anderen" gut 17 Prozent. Diese Nutzungsunterschiede je nach digitaler Plattform zeigen sich ähnlich auch bei den digitalen Ablegern der traditionellen Hauptprogramme. Insgesamt lässt sich die gegenwärtige Entwicklung des digitalen Fernsehens in Großbritannien als eine Konsolidierungsphase bezeichnen, in der sich die Anbieter neu positionieren und wegen der vielfältigen Konkurrenz von Programmen auch programm-inhaltliche Strategien entwickeln müssen.“

## Werben & Verkaufen

Jg. 43 (2005) Nr. 35

Seemann, Wolfgang M. (2005): Schützenhilfe vom Fernsehen. – S. 50-51.

„Bislang konnte sich Digitales Radio (DAB) nicht durchsetzen. Auf der IFA droht jetzt neue Konkurrenz: Radiohören über DVB-T. Hat das System Erfolg, ist für DAB endgültig Schluss.“

## 5.2 Einzelstudien- und Buchveröffentlichungen

Eronen, Leena (2004): User Centered Design of New and Novel Products: Case Digital Television. – Diss. Helsinki University of Technology, Espoo: Otamedia Oy. – 108 S. *Als Online-Ressource: <http://lib.tkk.fi/Diss/2004/isbn9512273225/isbn9512273225.pdf>*

„[...] Digital television and the new interactive applications enable a transition in the user behavior from straightforward channel surfing to active application usage. This thesis concentrates on user centered design during the early phases of interactive application design for digital television. The aim of research was to find techniques to meet users' future needs and to provide examples of future product concepts. Several techniques were used: a user study based on 'Cultural probes' method, interviews, focus groups, design sessions, usability testing, and storytelling. [...]“

Lu, Karyn Y. (2005): Interaction design principles for interactive television. – Atlanta: Master-Thesis, Georgia Institute of Technology. – 202 S. *Online-Ressource: <http://www.itvt.com/KarynLu-MasterThesis.pdf>*

„Interactive television (iTV) is an umbrella term used to cover the convergence of television with digital media technologies such as computers, personal video recorders, game consoles, and

mobile devices, enabling user interactivity. Increasingly, viewers are moving away from a 'lean back' model of viewing to a more active 'lean forward' one. When fully realized on a widespread scale in the United States, our current experience of watching television will be dramatically transformed. Because iTV is a new medium in its own right, however, standards for iTV programming and interaction in the United States remain undefined. This document identifies and articulates interaction design principles for interactive television programming in the United States. [...]“

Slama, Drik (2005): Das Schwarzseher-Problem beim Pay-TV. - Köln: Institut für Rundfunkökonomie. - 127 S. (Dipl.-Arbeit Universität Köln, zugl. Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln; Heft 203). *Online-Ressource: <http://www.rundfunkinstitut.uni-koeln.de/institut/pdfs/20305.pdf>*

„Schwarzsehen ist für die Anbieter von Pay-TV ein erhebliches Problem, und für die Anbieter illegaler Piraterieprodukte (Smartcards, Software etc.) ist es ein lukratives Geschäft. [...] Die Verhinderung unberechtigten Schwarzsehens verursacht den Pay-TV-Anbietern hohe Kosten, die sich nur rechnen, wenn ihnen ein höherer Nutzen gegenübersteht - sowohl als

pekunärer Nutzen (Vermeidung entgangener Pay-Einnahmen) als auch als nicht-pekunärer Nutzen (z. B. in Form einer mit einer hoher Schwarzseherdichte verbundenen Erosion der Zahlungsbereitschaft vorhandener und potentieller Abonnenten). Die Arbeit stellt eine solche Kosten-Nutzen-Analyse von Pay-TV-Anbietern an. Ergänzend analysiert sie die Entscheidung zur Zahlung oder Piraterie auch aus Sicht der Zuschauer: Hierbei wird der mit dem Schwarzsehen verbundene Nutzen für die Zuschauer (in Form vermiedener Entgeltzahlungen) verglichen mit den damit verbundenen Kosten (vorrangig in Form von Transaktionskosten sowie den mit einer Entdeckungswahrscheinlichkeit zu gewichtenden Kosten einer Sanktionierung des Schwarzsehens). Abschließend werden aus beiden Ansätzen Handlungsempfehlungen für die Bekämpfung von Pay-TV-Piraterie abgeleitet.“

Zu Salm, Christiane (Hrsg.) (2004): Zaubermaschine interaktives Fernsehen? TV-Zukunft zwischen Blümenträumen und Businessmodellen.

– Wiesbaden: Gabler Verlag. – 240 S.  
 „Das Stichwort Interaktivität beherrscht die Diskussion um die Zukunft des Fernsehens. Im Zentrum steht dabei die Kluft zwischen technischen Visionen und real machbaren interaktiven Geschäftsmodellen. Wie interaktiv wird das Fernsehen von morgen sein? Was sind die Erfolgsfaktoren für interaktive TV-Angebote? Welche Form von Interaktivität will der Zuschauer? Namhafte Medienmanager und wissenschaftliche Experten [...] berichten über ökonomische Trends, Nutzungsmuster sowie rechtliche und politische Rahmenbedingungen des interaktiven Fernsehens. Sie liefern aktuelle Erkenntnisse über die Marktentwicklung in Deutschland und anderen Ländern. Sie zeigen langfristige Perspektiven für das Fernsehen von morgen auf. [...] Mit Beiträgen von: Lutz Goertz, Thomas Hess / Arnold Picot / Martin Schmid, Fabrice Sergent, Rainer Schäfer, Hans Mahr, Klaus Schönbach, Horst Stipp, Norbert Bolz, Lutz Hachmeister / Christian Zabel, Wolf-Dieter Ring, Johannes Kreile, Hans Hege, Hubert Burda und Peter Glotz.“