

# DocuWatch Digitales Fernsehen

Im Auftrag der Landesmedienanstalten

1/2002

<b>1</b>	<b>NUTZUNG DES DIGITALEN FERNSEHENS</b>	<b>2</b>
1.1	Großbritannien: Bericht zum digitalen Fernsehen aus Zuschauerperspektive	2
1.2	Großbritannien: Viele Nutzer von Digital-TV zeigen Interesse an Unified Messaging	3
1.3	Frankreich: Arthur D. Little-Studie zur kommerziellen terrestrischen Distribution	3
1.4	Frankreich: GfK-Studie über Marktanteile bei digitalen Empfangsgeräten	4
1.5	Niederlande: Entwicklung von DVB-T	4
1.6	Europa: Deutschland Nachzügler beim digitalen Fernsehen	4
<b>2</b>	<b>TECHNISCHE ASPEKTE DER DISTRIBUTION</b>	<b>6</b>
2.1	Europa: Entwicklung der Frequenzpläne	6
2.2	Großbritannien: Studie zur Zukunft des Frequenzmanagements	6
2.3	Deutschland: Teletext mit Internet-Verbindung	7
2.4	Deutschland: DVB-T-Planung in Mitteldeutschland	7
2.5	Australien: Kanalvergabe für die Umstellung von analogem zu digitalem Fernsehen	7
<b>3</b>	<b>ANPASSUNGEN DER REGELUNGSKONZEPTE FÜR DIGITALES FERNSEHEN</b>	<b>9</b>
3.1	Frankreich: Studie zu digitaler Distribution und Wettbewerbsrecht	9
3.2	Frankreich : Neue Must-Carry-Regelung	9
3.3	Großbritannien: ITC verabschiedet neue Richtlinien für Cross-Promotion	10
3.4	Großbritannien: ITC erteilt BT landesweite Lizenz für Rundfunkangebote über Kabel- und Telefonnetze	10
3.5	Europa: Arbeitspapier der EU-Kommission zu Lösungen im Digital Rights Management	11
<b>4</b>	<b>EINZELTHEMEN</b>	<b>12</b>
4.1	Japan: Bericht der "Study Group on Broadcasting Policy" veröffentlicht	12
4.2	Großbritannien: Preis für bessere Digitalfernsehgeräte ausgesetzt	12
4.3	Großbritannien: Zur Zukunft des lokalen Fernsehens	12
4.4	Großbritannien: Informationen über Pay-TV	12
4.5	Spanien: Konzentration auf dem Markt für digitales Fernsehen	13
4.6	Deutschland: Bundeskartellamt untersagt Verkauf der Breitbandkabelnetze an Liberty Media	13
4.7	DLM Positionen zur Revision der Fernsehrichtlinie	13
4.8	Expertenseminar zum Übereinkommen über grenzüberschreitendes Fernsehen	14
4.9	Markt für Set-Top-Boxen in 2002 stabil	14
4.10	DVB: Systemvergleich mit ATSC	14
<b>5</b>	<b>LITERATURHINWEISE</b>	<b>15</b>
5.1	Zeitschriften	15
5.2	Buchveröffentlichungen	16

# 1 Nutzung des digitalen Fernsehens

## 1.1 Großbritannien: Bericht zum digitalen Fernsehen aus Zuschauerperspektive

[Ha] Das im September 2000 vom britischen Minister für Kultur, Medien und Sport eingesetzte Viewers' Panel, das die Interessen der Zuschauer in dem Prozess der Digitalisierung des Fernsehens einbringen soll, hat im Dezember 2001 einen Bericht vorgelegt, der einige wesentliche Herausforderungen formuliert, die sich bis zu dem geplanten Switch-Over stellen. Basis ist eine Synopse einer vom Panel angeregten Befragung sowie weiterer verfügbarer Studien zur Akzeptanz digitalen Fernsehens in Großbritannien.

Befragungsergebnisse zu den Einstellungen der Bevölkerung unterstreichen die Bedeutung ausreichender Informationen über das digitale Fernsehen: Unter denjenigen, die sich zumindest einigermaßen informiert fühlen, ist die Meinung, digitales Fernsehen stelle eine klare Verbesserung gegenüber analogem Fernsehen dar, deutlich weiter verbreitet. Das Panel weist insbesondere auf den Befund hin, dass zwei Fünftel der Bevölkerung eigenen Angaben zufolge nichts über digitales Fernsehen und erst recht nichts über die geplante Umstellung wissen. Falsche Vorstellungen bestehen oft darin, dass digitales Fernsehen mit Pay-TV gleichgesetzt wird, oder es wird angenommen, digitales Fernsehen sei auf einen bestimmten Übertragungsweg festgelegt (z.B. Satellit). Hier ist zu beobachten, wie die starke Marktposition eines bestimmten Anbieters, in diesem Fall SkyDigital, das Gesamtbild digitalen Fernsehens so stark prägt, dass alternative Optionen gar nicht erst in den Sinn kommen.

Die Bereitschaft, für den Wechsel zum digitalen Fernsehen zu zahlen, ist begrenzt. Im Hinblick auf die im Vergleich zur Situation in Deutschland hohe Verbreitung von mittlerweile gut einem Drittel der Bevölkerung ist zu berücksichtigen, dass mehr als

60 Prozent der Nutzer digitalen Fernsehens bereits zuvor Pay-TV-Abonnenten (eben meist BSkyB) waren; die Zahl der originär für das digitale Fernsehen gewonnenen Zuschauer ist also geringer, als es die hohe Gesamtverbreitung zunächst vermuten lässt. Das Potenzial für Pay-TV-Programme wird in dem Bericht bei maximal 50 Prozent der Bevölkerung gesehen; die andere Hälfte kann also höchstens über attraktive digitale Free-TV-Programme gewonnen werden. Der Wunsch nach zusätzlichen Kanälen ist dabei durchaus begrenzt. Nach wie vor sind viele Zuschauer mit den bestehenden fünf analogen Programmen zufrieden; und auch die Digital-TV-Haushalte widmen diesen Basisprogrammen einen großen Teil ihrer Nutzung.

Ausgehend von diesen Ergebnissen und weiteren Befunden über mögliche Barrieren für die weitere Verbreitung digitalen Fernsehens kommt der Bericht im Hinblick auf den geplanten Switch-Over zu folgenden Empfehlungen:

- Die drei Kriterien für den Switch-Over – digitales Fernsehen soll hinreichend technisch verfügbar, zu zumutbaren Preisen abonnierbar und in der Bevölkerung verbreitet sein (availability, affordability, take-up) – sollten präzisiert und für die Zuschauer nachvollziehbar formuliert werden.
- Im Hinblick auf die *technische Verbreitung* sollten die Möglichkeiten für terrestrisches digitales Fernsehen so weit wie möglich ausgelotet werden. So sollten die Zuschauer in der Lage sein, zumindest eine Free-TV-Plattform zu empfangen. Hier wird der BBC eine wichtige Rolle zugewiesen.
- Im Hinblick auf die *zumutbare Preisgestaltung* wird abermals auf die Notwendigkeit von Free-TV-Plattformen hingewiesen, außerdem sollten Anreize für die Produktion preiswerter Set-Top-

Boxen geschaffen und Förderprogramme für benachteiligte Haushalte aufgelegt werden.

- Die Mindestgrenze für die Verbreitung digitalen Fernsehens wurde ursprünglich bei 95 Prozent angesetzt. Der Bericht geht davon aus, dass dieser Richtwert nicht ohne deutliche Interventionen erreichbar sein wird. Diese Interventionen müssten von allen Akteuren kommen – von den Veranstaltern, der Elektronikindustrie, dem Fachhandel, der Politik und den Anbietern verschiedener Dienstleistungen (z.B. EPGs).
- Die „analogen Zuschauer“ müssten eindeutige Informationen über geplante Veränderungen in der Versorgung mit analogen Signalen erhalten und die Gewähr bekommen, dass die verfügbaren analogen Programme nicht mit Blick auf die digitalen Programme schrittweise ausgedünnt würden.
- Zur Förderung flächendeckender Verbreitung digitalen Fernsehens müsse dafür gesorgt werden, dass alle möglichen Vorteile dieser Technologie ausgeschöpft werden (z.B. die Interaktivität); eine Kanalvermehrung allein werde nicht hinreichen.
- Schließlich empfiehlt der Bericht, den Umstellungsprozess mit intensiver Forschung zu begleiten, um potenzielle Barrieren für die neue Technologie zu überwinden und potenzielle Benachteiligungen bestimmter Gruppen zu vermeiden.

[DCMS: Digital Decisions: Viewer Choice and Digital Television. A report by the Viewers' Panel to the Secretary of State for Culture, Media and Sport, Dezember 2001, [www.digitaltelevision.gov.uk/consumers.html](http://www.digitaltelevision.gov.uk/consumers.html)]

## 1.2 Großbritannien: Viele Nutzer von Digital-TV zeigen Interesse an Unified Messaging

[Schr] Auf der Basis einer Befragung von 400 britischen Haushalten mit digitalem Fernsehen hat Comverse Technology ein

großes Potential für Unified Messaging per Fernsehen ermittelt. Unified Messaging ist eine Art persönlicher Nachrichtenmanager, der alle Nachrichten von unterschiedlichen Kommunikationsquellen wie z.B. E-mail, SMS, Fax oder Telex in einem einzigen E-mail-Fach sammelt. 17 Prozent der Haushalte nutzt bereits E-mail per Fernsehen. Mehr als 30 Prozent der Befragten wünschen sich Voicemail per Fernsehen, 24 Prozent halten SMS per Fernsehen für sinnvoll. 35 Prozent sind an Gelben Seiten per Fernsehen interessiert. Ein Paket aus E-mail, Voicemail, SMS, Gelbe Seiten und Adressbuch per Fernsehen ist für mehr als 30 Prozent der Befragten von so großem Interesse, dass sie monatlich 2,50 oder mehr dafür bezahlen würden.

[DigitalBroadcasting.com: Comverse Research Indicates That Many UK Digital TV Subscribers Are Ready To Pay For TV -Based Messaging Applications, 23. Januar 2002, [www.digitalbroadcasting.com/content/news/article.asp?DocID={0C74AE16-0EA2-11D6-A789-00D0B7694F32}](http://www.digitalbroadcasting.com/content/news/article.asp?DocID={0C74AE16-0EA2-11D6-A789-00D0B7694F32})]

## 1.3 Frankreich: Arthur D. Little-Studie zur kommerziellen terrestrischen Distribution

[PP] Im Auftrag des CSA hat Arthur D. Little am 9. März eine Studie vorgelegt, die davon ausgeht, dass ein digitales terrestrisches Angebot die bislang zögerlichen Konsumenten in deutlich höherem Maße als Kabel- und Satellitendistribution erreichen kann. In Frankreich empfangen derzeit etwa 60 Prozent der Haushalte ausschließlich analoge terrestrische Programme.

Von den verfügbaren 33 digitalen terrestrischen Kanälen werden 20 durch Ausschreibung unter 67 Bewerbern für Programmangebote vergeben, der Rest ist den landesweiten terrestrischen und den regionalen Angeboten vorbehalten. Insbesondere die neuen Free-TV-Angebote könnten die Migration ankurbeln, da es sich um eine „kostenlose“ Anbieterweiterung handele, die zudem über selbst installierbare Empfangsgeräte erreicht werde („plug & play“). Sobald die Haushalte auf das digitale Free-TV umgestiegen seien, könne die Migration als Hebel für den Umstieg auf

entgeltliche Angebote eingesetzt werden (über Werbung, Direktmarketing). Im Bereich der kommerziellen Distribution seien höchstens zwei Plattformen wirtschaftlich sinnvoll, wobei der Gewährleistung diskriminierungsfreien Zugangs besondere Bedeutung zukomme.

[CSA : Principales conclusions de la mission d'étude Arthur D. Little pour le CSA sur les perspectives de la distribution commerciale de la TNT, 9. März 2002, [www.csa.fr/avecflash.htm](http://www.csa.fr/avecflash.htm) und [www.tvnt.net](http://www.tvnt.net)]

#### 1.4 Frankreich: GfK-Studie über Marktanteile bei digitalen Empfangsgeräten

[PP] Das Institut GfK hat im März 2002 eine Marktanalyse zu digitalen Empfangsgeräten vorgelegt. Danach haben sich im Jahr 2001 die Verkaufszahlen der digitalen Decoder – nach vorübergehender Flaute – verdreifacht, insbesondere wegen der niedrigen Preise für „Free-to-Air“-Geräte (unter 150 Euro), dem erweiterten Angebot von Common-Interface-Geräten sowie der Möglichkeit der Decodermiete. Von den insgesamt in Frankreich verkauften Decodern sind 19% für den digitalen Empfang bestimmt. Es wird analysiert, über welche Marktanteile die Anbieter von Conditional-Access-Systemen in Frankreich verfügen (Mediaguard 14,8%, Viaccess 24,3%, Universel 22,2%) und über welche Vertriebswege die Endkunden die Geräte im einzelnen beziehen.

[GfK : Réception numérique: des ventes de décodeurs numériques extrêmement dynamiques, März 2002, [www.tvnt.net/news.htm#10](http://www.tvnt.net/news.htm#10)]

#### 1.5 Niederlande: Entwicklung von DVB-T

[H3r] Nach einem Bericht der Netherlands Broadcasting Corporation verfügen Ende 2001 95 Prozent der 6,5 Millionen Fernsehhaushalte in den Niederlanden über einen Kabelanschluss, 3 Prozent nutzen den Zugang über Satellit und lediglich 2 Prozent nutzen terrestrische Empfangsmöglichkeiten für das Hauptfernsehgerät im Haushalt. Trotzdem hat der terrestrische Empfang für die Bevölkerung der Niederlande eine wichtige Bedeutung, da für ei-

nen großen Teil der Zweit- und Drittgeräte diese Empfangsmöglichkeit genutzt wird.

Aufgrund der Chancen, die sich aus der Digitalisierung dieser Übertragungsmöglichkeit ergeben, wird die Attraktivität der terrestrischen Übertragung steigen. Vor allem die Möglichkeit, eine größere Zahl von Programmen zu übertragen und neue Dienste anzubieten, wird dabei ein wichtiger Aspekt sein. Eine wichtige Rolle bei der Einführung des digitalen terrestrischen Rundfunks in den Niederlanden spielt die Organisation "Digitenne", in der NOS als Vertreter des öffentlichen Rundfunks, Vestra für die privaten Anbieter, Canal+ als Pay-TV-Veranstalter und das Distributionsunternehmen Nozema, beteiligt sind. Bis 2003 soll die Möglichkeit der digitalen Rundfunkübertragung sichergestellt werden. Dazu werden bis Oktober 2002 von Nozema technische Tests durchgeführt. Parallel soll ein Szenario für den Übergang zur digitalen terrestrischen Übertragung entwickelt werden.

[Hilversummary December 2001, S.6: Digital Video Broadcasting-Terrestrial in the Netherlands]

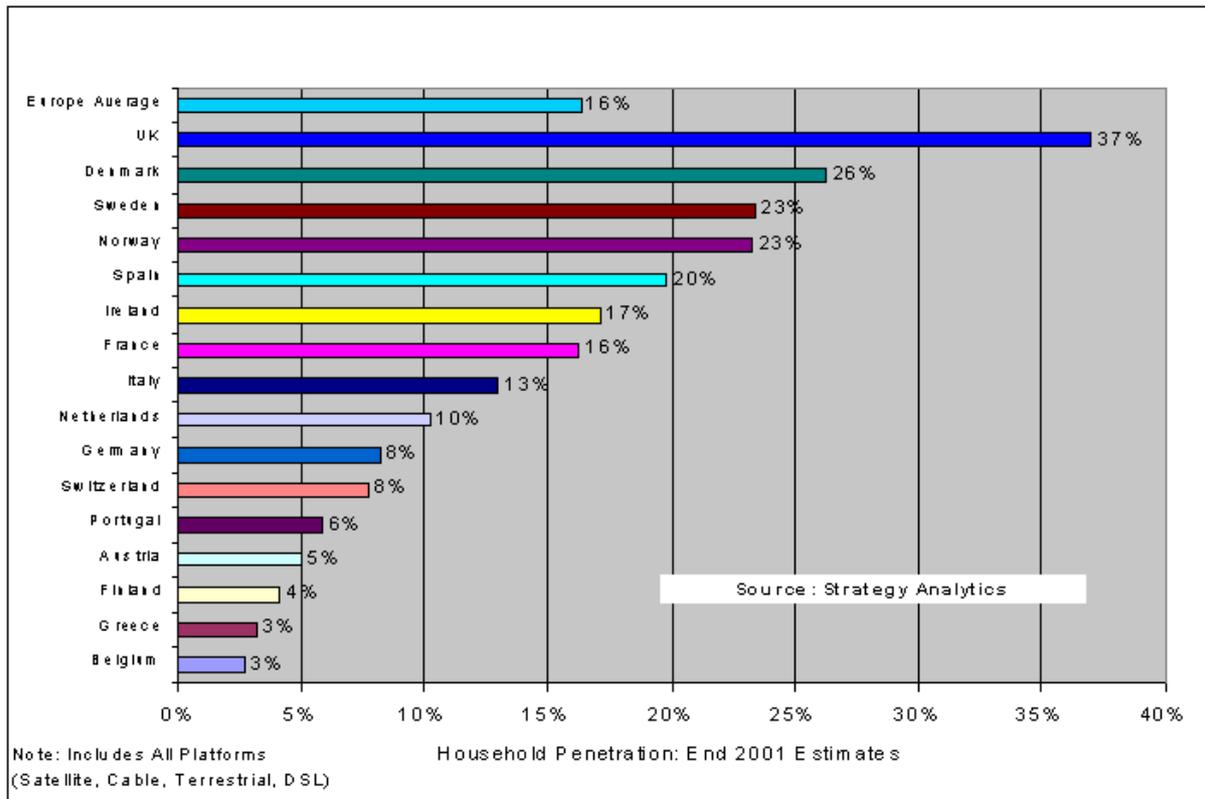
#### 1.6 Europa: Deutschland Nachzügler beim digitalen Fernsehen

[Schr] Nach einer Übersicht der Strategy Analytics gehört Deutschland in Europa zu den Nachzüglern bei der Einführung digitalen Fernsehens. Großbritannien hat die Rolle des Vorreiters in Europa. Hier gibt es bereits vier Übertragungswege für digitales Fernsehen: Satellit, Kabel, Terrestrik und DSL. 37 Prozent der Haushalte hatten Ende 2001 bereits digitales Fernsehen. In Deutschland waren es erst acht Prozent. Der europäische Durchschnitt wird mit 16 Prozent angegeben. Die Übertragung erfolgt für rund 70% der Nutzer digitalen Fernsehens per Satellit, für 22,5% per Kabel, für 7,4% terrestrisch.

Die folgende Tabelle zeigt den prozentualen Anteil der Haushalte mit digitalem Fernsehen in den europäischen Ländern:

[Strategy Analytics: UK dominates European Digital TV, 15. Januar 2002, [www.strategyanalytics.com/press/PRD\\_M032.htm](http://www.strategyanalytics.com/press/PRD_M032.htm)]

## Digital-TV-Haushalte in Europa



Entnommen aus: <http://www.strategyanalytics.com/press/PRDM032.htm>.

## 2 Technische Aspekte der Distribution

### 2.1 Europa: Entwicklung der Frequenzpläne

[H3r] Im Juni 2001 entschied die ITU als Reaktion auf die Wünsche mehrerer europäischer Länder, den Frequenz-Plan von Stockholm aus dem Jahr 1961 (ST61) zu überarbeiten, um eine neue Frequenzplanung für die Einführung des digitalen Fernsehens zu ermöglichen. Die erste Konferenz zur Überarbeitung wird im Mai 2004 stattfinden, eine weitere ist für 2005 oder 2006 vorgesehen.

Neben dem Frequenz-Plan von Stockholm gibt es unter Mitwirkung der ITU die Abkommen von Genf von 1975 und 1984, die sich vor allem mit Hörfrequenzen beschäftigen. Mit den Abkommen von Wiesbaden (WI95) und Chester (CH97) wurden Fragen der Einführung von DAB-T und DVB-T im Rahmen der European Conference of Postal and Telecommunications Administrations geregelt.

Nachdem sich die bisherige Regelung auf der Grundlage von ST61 als erfolgreich erwiesen hat, sollten die Erfahrungen aus dem Umgang mit diesem Vertrag genutzt werden, um die künftige Planung zu gestalten.

Die Grafik im Anschluss an 2.5 (S. 8) zeigt einen Überblick der Rundfunkfrequenzpläne, die bisher in ITU-Konferenzen verabschiedet wurden.

[EBU Technical Review vom April 2002: Revision of ST61 – Lessons learned from history, [www.ebu.ch/trev\\_290-contents.html](http://www.ebu.ch/trev_290-contents.html)]

### 2.2 Großbritannien: Studie zur Zukunft des Frequenzmanagements

[H3r] In einer Untersuchung für die britische Regierung über die Perspektiven des Frequenzmanagements werden die unterschiedlichen Optionen für die künftige Entwicklung in diesem Bereich aufgezeigt. Unter anderem werden die Vergabe von

Übertragungskapazitäten durch Auktionen, Möglichkeiten der öffentlichen Förderung der Entwicklung des Marktes und Aspekte der Liberalisierung für die kommerzielle Nutzung der zur Verfügung stehenden Übertragungskapazitäten diskutiert. Dabei werden neben dem zur Rundfunkübertragung genutzten Spektrum auch alle anderen Übertragungsmöglichkeiten in die Betrachtung einbezogen.

Der Autor sieht die Notwendigkeit eines radikalen Wechsels in der Praxis des Frequenzmanagements, um eine bestmögliche Verwendung dieser Ressource sicherzustellen. Die bisherigen Formen der Verwendung des Frequenzspektrums und die damit verbundenen Kosten führen nach seiner Auffassung zu einem unbefriedigenden Ergebnis der Nutzung dieser begrenzten Ressource. Nach seiner Auffassung sollte ein wesentlicher Teil der zur Verfügung stehenden Übertragungskapazität nach den Regeln des Marktes für die kommerzielle Nutzung zur Verfügung gestellt werden, wobei Verfahren wie die Auktion von Frequenzen und der Handel mit Übertragungskapazitäten eine wichtige Rolle spielen. Durch diese Instrumente soll eine möglichst effiziente Nutzung der zur Verfügung stehenden Kapazitäten sichergestellt werden, um die aktuelle Situation, in der Übertragungskapazitäten häufig nicht in vollem Umfang genutzt werden, zu ändern.

Daneben sollte aber auch ein Bereich für die öffentliche Nutzung reserviert werden, der unter der Bedingung der sinnvollen Nutzung für Aktivitäten in diesem Bereich zur Verfügung stehen kann. Dabei sollte jedoch eine "Hortung" von Kapazitäten bei den Akteuren durch intensive Kontrolle vermieden werden, um einen möglichst großen Teil der Übertragungsmöglichkeiten für die kommerzielle Nutzung zur Verfügung zu stellen. Von dieser Überlegung ist neben dem öffentlichen Rundfunk auch

die militärische Nutzung von Übertragungsmöglichkeiten betroffen.

[DTI: Review of Radio Spectrum Management 2002, 6. März 2002, [www.spectrumreview.radio.gov.uk/news/welcome.htm](http://www.spectrumreview.radio.gov.uk/news/welcome.htm)]

### 2.3 Deutschland: Teletext mit Internet-Verbindung

[H3r] Auf der Funkausstellung 2001 wurden die ersten Empfangsgeräte für den Dienst TeleWeb vorgestellt. Dieses Angebot erweitert die bisherigen Funktionen des Videotextes durch eine Verknüpfung mit dem Internet. Das wichtigste Konkurrenzsystem ist das in den USA eingesetzte OpenTV, das ebenfalls interaktive Anwendungen zulässt. Mitglieder des TeleWeb-Konsortiums sind u.a. Sony Europe GmbH, Philips Consumer Electronics B.V., Grundig AG, ARD- und ZDF-Text, Pro Sieben Digital media GmbH, Micronas GmbH und die FAST TV SERVER AG. TeleWeb ist ein offener Standard, der mit dem MHP-Standard kompatibel ist. Eine Reihe von Anbietern verfügen bereits über Erfahrungen mit dem Einsatz der neuen Technik. So haben ARD, ZDF, Phoenix, 3sat, Viva und Kabel1 bereits Angebote auf der Grundlage dieses Standards erstellt.

[EBU Technical Review vom April 2002: Teleweb – teletext with internet connection, [www.ebu.ch/trev\\_290-contents.html](http://www.ebu.ch/trev_290-contents.html)]

### 2.4 Deutschland: DVB-T-Planung in Mitteldeutschland

[H3r] In Mitteldeutschland haben sich die MSA, TLM und SLM auf ein gemeinsames Vorgehen bei der Frequenzplanung für das Digitale Fernsehen geeinigt. Die in dieser Region benötigten Frequenzen sollen die Verbreitung von zwei landesweiten nicht regionalisierbaren Programmen und je eines subregionalen Programmes für die Landeshauptstädte und Ballungsräume

ermöglichen. Zusätzlich werden lokale Übertragungsmöglichkeiten benötigt. In Verbindung mit dem mitteldeutschen DVB-T-Projekt soll dieser Bedarf mit ARD, ZDF und MDR abgestimmt werden und als gemeinsame Anmeldung für die Nationale Gruppe zur Vorbereitung der Revision des Abkommens "Stockholm 1961" formuliert werden. Ein bundesweit abgestimmtes Planungsverfahren für den Übergang zur digitalen terrestrischen Übertragung, das ein koordiniertes Vorgehen der einzelnen Bundesländer ermöglicht und die Interessen öffentlich-rechtlicher und privater Veranstalter berücksichtigt, wird befürwortet.

[Set-Top-Box.de-News vom 19. Februar 2002: Mitteldeutschland plant DVB-T, [www.set-top-box.de/news/news.php?id=1014](http://www.set-top-box.de/news/news.php?id=1014)]

### 2.5 Australien: Kanalvergabe für die Umstellung von analogem zu digitalem Fernsehen

[Schr] Die Australian Broadcasting Authority hat nun auch für die Region New South Wales Vorschläge zur Umstellung des analogen Fernsehens auf digitale Verbreitung zur Diskussion gestellt. Ziel ist es, das vorhandene Spektrum möglichst effizient zu nutzen und durch die Verlegung von Frequenzen für analoge Verbreitung Kapazitäten für digitale Verbreitung zu gewinnen. Geplant ist eine Aufnahme des digitalen Sendebetriebs ab 31.3.2003, und zwar zunächst als Simulcast mit analoger und digitaler Verbreitung. Dabei soll der Umstellungsaufwand für die Zuschauer möglichst gering gehalten werden.

[ABA: ABA proposes channels for digital television services in Inland NSW and the ACT, 22. März 2002, [www.aba.gov.au/abanews/news\\_releases/2002/24nr02.htm](http://www.aba.gov.au/abanews/news_releases/2002/24nr02.htm)]

## Overview of ITU conferences that produced a broadcasting frequency plan relevant to Europe

	LF/MF - AM	VHF - FM	VHF - TV	UHF - TV	SHF (12 GHz) - Satellite
1920					
1930	Prague '29 Luzern '33				
1940	Montreux '39				
1950	Copenhagen '48	Stockholm '52			
1960		Stockholm '61			
1970	Geneva '75				Geneva '77
1980		Geneva '84			
1990					
2000					WRC '00 *
2010			Geneva '05		

\* Article S30 and S30A of the RR

Entnommen aus: Doeven, J.: Revision of ST61 – Lessons learned from history. In: EBU Technical Review - April 2002

## 3 Anpassungen der Regelungskonzepte für digitales Fernsehen

### 3.1 Frankreich: Studie zu digitaler Distribution und Wettbewerbsrecht

[PP] Der Direktor der staatlichen Wettbewerbsaufsicht, Jérôme Gallot, hat im Februar 2002 eine im Auftrag des Wirtschafts- und Finanzministeriums angefertigte Studie zur Distribution im Bereich der Terrestrik vorgelegt. Darin wird insbesondere die Variante der Abwicklung über eine einzige Plattform untersucht, nachdem sich zunächst in wirtschaftlicher Hinsicht ein solches Szenario abzeichnete, da nur Canal Plus (Vivendi-Universal) eine solche betreiben wollte (inzwischen wollen TF1 und M6 evtl. eine zweite Plattform anbieten). Hintergrund sind zum einen die begrenzte Zahl von Programmen (insgesamt 33) und zum anderen die hohe Anschubfinanzierung (250 bis 300 Euro pro Abonnent für die Distribution).

Die erste Variante ist demnach eine *einzelne Vermarktungsplattform*. Diese Variante sei grundsätzlich realisierbar, doch müsse die marktbeherrschende Position durch wettbewerbsrechtliche Vorkehrungen abgefangen werden, insbesondere in den Vertragsverhältnissen zu den Programmveranstaltern: Überwachung transparenter Vergütungskriterien, die zudem nicht nur auf Zuschaueranteilen basieren dürfen; strikte juristische und kaufmännische Trennung von Programmaktivitäten des Plattformbetreibers; Untersagung der missbräuchlichen Kündigung von Distributionsverträgen; Aufnahme von Verhaltensregeln in die Lizenz des Plattformbetreibers und Überwachung durch den CSA als Schlichtungsinstanz (Art 30-5 Kommunikationsgesetz). Als weitere Varianten werden Formen einer *gemeinsamen Vermarktungsplattform* untersucht. Dies entweder durch Erwerb von Aktien der Plattform durch die unterschiedlichen Nutzer (Konzentration) oder durch Bildung einer kooperativen Ad-hoc-Struktur in

Gestalt eines Joint Venture. In beiden Fällen wäre allerdings eine Genehmigung der Europäischen Kommission einzuholen, während der Start der Ausstrahlung bereits für den kommenden Herbst geplant ist, um das Weihnachtsgeschäft 2002 zur Stimulierung nutzen zu können. Der Bericht untersucht des Weiteren die möglichen Programmstrategien und die Erfordernisse der Entwicklung im technischen Bereich.

[Gallot, Jérôme : La télévision numérique de terre, Rapport sur la mission confiée par le ministre de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, Februar 2002, [www.minefi.gouv.fr/DGCCRF/consommation/telecom/tnt0202.pdf](http://www.minefi.gouv.fr/DGCCRF/consommation/telecom/tnt0202.pdf) sowie [www.tvnt.net](http://www.tvnt.net); siehe dazu Guy Duthheil/Bénédicte Mathieu: La télévision numérique suspendue à l'épineuse question de la distribution, in: Le Monde, 28.2.2002, [www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr)]

### 3.2 Frankreich : Neue Must-Carry-Regelung

[PP] Am 1. Februar 2002 wurde das so genannte Must-Carry-Dekret erlassen, welches die französischen Kabelbetreiber im wesentlichen verpflichtet, die Free-TV-Programme, die ab Herbst 2002 für das digitale terrestrische Fernsehen zugelassen werden, kostenfrei anzubieten. Die Maßnahme soll der digitalen Terrestrik einen komplementären Distributionsweg sichern und damit die Investitionen in neue Programmangebote fördern. Im einzelnen wird bei der Ausgestaltung des Must-Carry zwischen Betreibern analoger und digitaler Kabelnetze unterschieden. Die *analogen* Kabelbetreiber sind verpflichtet, alle analog-terrestrisch ausgestrahlten Programme (öffentliche und private) sowie Arte und das Auslandsfernsehen TV 5 zu befördern. Die Betreiber *digitaler* Kabelanlagen müssen darüber hinaus auch alle digital-terrestrisch verbreiteten Programme des Free TV einspeisen, nach derzeitigem Planungsstand also insgesamt rund 15 Programmangebote. Ausgenommen sind lediglich elektronische Programmführer (EPG) sowie der jeweilige digitale Zusatzkanal, den die landesweiten Anbieter durch

Gesetz - ohne Ausschreibung - zugewiesen bekommen (im einzelnen dazu DocuWatch 3/00). Zusätzliche Daten für interaktive Applikationen sind ebenfalls aus dem Must-Carry herausgenommen. Die Kabelbetreiber müssen die Anforderungen innerhalb von zwei Monaten erfüllen, nachdem die Programme auf Sendung gegangen sind. Die Konvention, die der CSA (Medienregulierung) mit den einzelnen Kabelbetreibern aushandelt, präzisiert die einzelnen Programme sowie die Bouquetstruktur (Grundlagen- und Zusatzbouquets).

[Décret n° 2002-125 du 31 janvier 2002 (...) concernant l'autorisation d'exploitation des réseaux distributeurs des services de radiodiffusion sonore et de télévision par câble, JO n° 27 du 1<sup>er</sup> février 2002, p. 2154, [www.legifrance.gouv.fr/citoyen/pagetail.ow?heure1=172209244561&rang=26](http://www.legifrance.gouv.fr/citoyen/pagetail.ow?heure1=172209244561&rang=26)]

### 3.3 Großbritannien: ITC verabschiedet neue Richtlinien für Cross-Promotion

[SD] Die ITC hat Anfang Januar neue Richtlinien für den Bereich Cross-Promotion erlassen, die neben Vorschriften über Programmankündigungen innerhalb der gleichen Senderfamilie auch die Werbung für digitale Angebote im Programm reglementieren. Die Regelungen sehen in im einzelnen folgendes vor:

- Programmankündigungen für Sendungen oder Angebote des eigenen Senders oder eines Senders der gleichen Senderfamilie werden nicht auf Werbezeiten angerechnet, dürfen aber nicht im Programm erfolgen; Ausnahmen sind Ankündigungen, die einen redaktionellen Bezug zur aktuellen Sendung haben und die die Programmfreiheit des Veranstalters nicht beeinträchtigen – dazu zählen auch Hinweise auf interaktive Elemente bei Digitalem Fernsehen.
- Programmankündigungen für Sendungen oder Angebote eines fremden Senders fallen unter gewöhnliche Fernsehwerbung.
- Werbung für bzw. Informationen über Digitales Fernsehen allgemein werden

nicht auf die Werbezeit angerechnet, dürfen aber keine Informationen oder Preisangaben hinsichtlich einzelner Anbieter enthalten.

- Werbung für eigene und fremde digitale Plattformen hat ausschließlich in Form von bezahlter Fernsehwerbung – mit den entsprechenden Vorgaben wie etwa Werbezeitbeschränkungen – zu erfolgen.
- Marktbeherrschende digitale Kanäle müssen auf Anfrage von Plattformanbietern ihr Fernsehsignal für diese frei von interaktiven Elementen halten, wenn solche Features auf der entsprechenden Plattform nicht genutzt werden können.

Darüber hinaus will die ITC regelmäßig überprüfen, inwieweit die Richtlinien den Informationsinteressen der Verbraucher entgegenkommen und dem Wettbewerb dienlich sind. Nach der Auswertung der Stellungnahmen zu den vorangegangenen Konsultationspapieren von Mai und Oktober 2001 (Dokuwatch 2/01, 1.6 und 4/01, 4.1) hofft die ITC mit dem 11.01.2002 in Kraft getretenen Vorschriften nun das Ziel zu erreichen, den Zuschauern durch die Richtlinien den Zugang zu Informationen über Angebote digitalen Fernsehens zu erleichtern, gleichzeitig aber auch wettbewerbs- und verbraucherschutzrechtlichen Problemlagen in diesem Bereich entgegenzutreten zu können.

[ITC: New ITC Rules on the Promotion of Programmes, Channels and Related Services on Commercial Television, 15. Januar 2002, [www.itc.org.uk/latest\\_news/press\\_releases/release.asp?release\\_id=556](http://www.itc.org.uk/latest_news/press_releases/release.asp?release_id=556)]

### 3.4 Großbritannien: ITC erteilt BT landesweite Lizenz für Rundfunkangebote über Kabel- und Telefonnetze

[SD] Nach der Ausschreibung der Lizenz im Juli 2000 und der Bewerbung der British Telecommunications plc im November 2001 hat die ITC der BT daraufhin am 5. März 2002 die nicht-exklusive Lizenz erteilt, landesweit über breitbandige Kabel-

und Telefon- sowie Funknetze mehrkanalige Rundfunkprogramme und -dienste anzubieten. BT wird ihr Kabelangebot zunächst in 3.000 Haushalten nutzen. Die ITC hatte die auf 15 Jahre begrenzte Lizenz vor dem Hintergrund der Ankündigung der Regierung, mehr Wettbewerb im landesweiten britischen Breitbandkabelmarkt zu schaffen, für 1 £ ausgeschrieben (vgl. Broadband Britain, 1998). Aus diesem Grund wird die ITC auch weiteren Bewerbern eine derartige Lizenz erteilen, soweit die Erbringung entsprechender Dienste technisch und finanziell hinreichend gesichert ist.

[ITC: Award of non-exclusive local delivery licence to British Telecommunications PLC, 5. März 2002, [www.itc.org.uk/latest\\_news/press\\_releases/release.asp?release\\_id=566](http://www.itc.org.uk/latest_news/press_releases/release.asp?release_id=566)]

### 3.5 Europa: Arbeitspapier der EU-Kommission zu Lösungen im Digital Rights Management

[SD] Bei dem nicht offiziell von der Kommission beschlossenen Papier zu DRM-Systemen (Digital Rights Management Systems) vom 14. Februar 2002 handelt es sich um eine überblicksartige Arbeitsgrundlage für die derzeitige Diskussion über technische Lösungen im Bereich der Einführung von Digitalen Rechten. Unter DRMS versteht man technische Kontrollsysteme, die das Identifizieren von urheberrechtlich geschützten Werken erleichtern bzw. die die Interessen der Rechteinhaber durch Verschlüsselungstechniken oder eine erleichterte Abrech-

nung stärken sollen, ohne dabei die rechtsstaatlichen Erfordernisse, insbesondere solche des Datenschutzes und der Verteilergerechtigkeit außer Acht zu lassen. In Bezug auf die Implementierung derartiger Systeme bzw. Kontroll- und Kopierschutzmechanismen im Bereich Digitalen Fernsehens wurde durch die Arbeitsgruppen DVB-CP (Copy Protection) und DVB-CPT (Technical Module) des DVB-Project die Schaffung eines DRMS, dem DVB Copy Protection and Content Management System (CPCM), anvisiert, das einen durchgängigen Schutz der Inhalte von der Distribution bis hin zum Rezipieren durch den Endanwender gewährleisten soll. Das DVB-CPCM soll dabei plattformübergreifend einsetzbar sein und sowohl den Einsatz in Digitalen Netzwerken (Kabelnetze, Internet) wie auch bei Endgeräten (z.B. Set-Top-Boxen, Digitale Videorecorder) erlauben. Hinsichtlich einzelner Inhalte soll durch das CPCM ausgelesen werden können, ob der Inhalt urheberrechtlich geschützt ist, und inwieweit dieser auf bestimmten Plattformen genutzt und kopiert bzw. übertragen werden kann. Auf den im Juli 2001 von der DVB-CPT im Hinblick auf die Spezifikation eines solchen CPCM veröffentlichten Call for Proposals gingen 24 Stellungnahmen ein, die derzeit evaluiert werden.

[EU-Kommission: Urheberrecht: Kommission veranstaltet Workshop über Verwaltung digitaler Rechte, um den Schutz und die Verbreitung digitaler Inhalte über das Internet zu fördern, 27. Februar 2002, [http://europa.eu.int/information\\_society/newsroom/reinfo/dir000/dir004/dir24/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/information_society/newsroom/reinfo/dir000/dir004/dir24/index_en.htm)]

## 4 Einzelthemen

### 4.1 Japan: Bericht der "Study Group on Broadcasting Policy" veröffentlicht

[H3r] Die im Jahr 2000 eingerichtete "Study Group on Broadcasting Policy" hat im Dezember 2001 einen Bericht veröffentlicht, in dessen Mittelpunkt die Auswirkungen der aktuellen Entwicklungen im Rundfunkbereich auf NHK stehen. Ein zentraler Gegenstand des Berichts ist die Rolle von NHK im dualen Rundfunksystem Japans. Auf dieser Grundlage werden Fragen nach Beteiligungsmöglichkeiten von NHK an anderen Unternehmen diskutiert. Dabei wird zum einen herausgehoben, dass zur Sicherung der Stellung von NHK im Rundfunkbereich solche Beteiligungen erforderlich sind. Zum anderen ergeben sich aus dem öffentlichen Charakter der Institution besonders hohe Forderungen nach Transparenz. Eine weitere Fragestellung, die in dem Bericht eine zentrale Rolle spielt, ist das Engagement von NHK im Online-Bereich. In diesem Zusammenhang werden Aspekte der Finanzierung und Gestaltung des Online-Angebotes von NHK diskutiert. Ein weiterer zentraler Punkt in diesem Bericht ist die Frage nach der Bereitstellung und Nutzung von Inhalten. Dies betrifft sowohl die Programminformationen als auch z.B. den Handel mit Inhalten, die NHK gehören.

[MPHPT Communications News Vol. 12/No. 22: First Report of "Study Group on Broadcasting Policy" Released, [www.soumu.go.jp/joho\\_tsusin/eng/Releases/NewsLetter/Vol12/Vol12\\_22/Vol12\\_22.html](http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/eng/Releases/NewsLetter/Vol12/Vol12_22/Vol12_22.html)]

### 4.2 Großbritannien: Preis für bessere Digitalfernsehgeräte ausgesetzt

[Schr] Nach einer Umfrage der ITC, die im November 2001 veröffentlicht wurde, ist digitales Fernsehen und besonders interaktives Fernsehen für die Nutzer fast ebenso schwierig zu bedienen wie ein Computer. Vor diesem Hintergrund haben die ITC und die Verbrauchervereinigung einen

Preis für verbesserte Produktgestaltung ausgelobt. Damit sollen Ideen von Studenten gefördert werden, die dazu dienen, die Nutzung von digitalem Fernsehen zu erleichtern. Für die beste Idee winkt ein Preis 5.000 zur weiteren Entwicklung des Vorhaben.

[ITC: Students to make it easier to switch-on to Digital TV, 13. März 2002, [www.itc.org.uk/latest\\_news/press\\_releases/release.asp?release\\_id=572](http://www.itc.org.uk/latest_news/press_releases/release.asp?release_id=572)]

### 4.3 Großbritannien: Zur Zukunft des lokalen Fernsehens

[H3r] Die ITC hat in Reaktion auf eine vorangegangene Diskussion zu einem Dokument über die Perspektiven des lokalen Fernsehens eine Stellungnahme veröffentlicht, in der der bisherige Kurs einer zurückhaltenden Kontrolle in diesem Bereich bestätigt wird. Zum derzeitigen Zeitpunkt sieht die ITC vor allem eine Veränderung im Charakter der Lizenzen als wichtig an. So werden neben den wirtschaftlich ausgerichteten Anbietern auch solche ohne Profitinteressen lizenziert. Die momentan unklare Situation über die Perspektive der Anbieter bei der Digitalisierung der Distribution lässt zur Zeit eine Änderung der Regulierung nicht angemessen erscheinen.

[ITC: ITC Publishes Conclusions on future of local television services, 9. Januar 2002, [www.itc.org.uk/latest\\_news/press\\_releases/release.asp?release\\_id=552](http://www.itc.org.uk/latest_news/press_releases/release.asp?release_id=552)]

### 4.4 Großbritannien: Informationen über Pay-TV

[H3r] Zur besseren Information von Hausbesitzern hat die Regierung eine Broschüre zum Übergang zum digitalen Fernsehen herausgegeben. Auf diesem Wege soll sichergestellt werden, dass Hausbesitzer zu Fragestellungen in Verbindung mit der Umstellung auf digitale Übertragung, interaktive Angebote und deren Finanzierung Informationen erhalten. Inhalt der Broschüre sind auch technische Informationen und die Adressen von Ansprechpartnern.

[DTI, DCMS: Government eases landlords switch to digital TV, 10. Januar 2002, [www.digitaltelevision.gov.uk/press\\_notices/dcms04\\_02.html](http://www.digitaltelevision.gov.uk/press_notices/dcms04_02.html)]

#### 4.5 Spanien: Konzentration auf dem Markt für digitales Fernsehen

[H3r] Die spanische Regierung bemüht sich, einen Zusammenschluss der drei existierenden digitalen Plattformen Via digital, Canal Satellite Digital und Quiero zu ermöglichen. Motivation für diese Entscheidung ist die schwierige wirtschaftliche Situation der Anbieter, die auf dem begrenzten spanischen Fernsehmarkt nicht nebeneinander existieren können. Um die Voraussetzung dafür zu schaffen, werden die Regelung über die Beteiligungsmöglichkeiten an Fernsehveranstaltern verändert, so dass eine Erweiterung der Beteiligungen der Unternehmen ermöglicht wird.

[DigitalTVGroup-News vom 8. März 2002: Spain Sanctions Future Digital Merger, [www.dtg.org.uk/news/world/-spain\\_merger.htm](http://www.dtg.org.uk/news/world/-spain_merger.htm)]

#### 4.6 Deutschland: Bundeskartellamt untersagt Verkauf der Breitbandkabelnetze an Liberty Media

[UJ] Das Kartellamt begründete die Entscheidung, der Liberty Media den Erwerb der Breitbandkabelnetze von der Deutschen Telekom zu untersagen im wesentlichen wie folgt: „Die Verstärkung marktbeherrschender Stellungen auf dem Markt für die Belieferung von Endkunden mit Rundfunksignalen (Endkundenmarkt Kabelfernsehen), dem Markt für die Einspeisung von Signalen in Breitbandkabelnetze (Einspeisemarkt) und dem Markt für die Belieferung der Netzbetreiber der Netzebene 4 mit Signalen der Netzebene 3 (Signallieferungsmarkt) und die damit einhergehende Verschlechterung der Wettbewerbssituation für den Verbraucher auf Grund der sich verstärkenden Marktstellung für den Markt der Belieferung von Endkunden mit Rundfunksignalen (Kabelfernsehen) ohne gleichzeitige Verbesserung auf anderen Märkten (Telefonie)“. Welche Folgen die Entscheidung für die Entwicklung des deutschen Breitbandkabel- aber auch Me-

dienmarktes haben wird ist derzeit noch nicht absehbar. Erste Einschätzungen und Stellungnahmen sind bei der DLM zu finden ([www.alm.de/aktuelles/presse/p270202.htm](http://www.alm.de/aktuelles/presse/p270202.htm)), im April findet eine Anhörung des Deutschen Bundestages zu diesem Thema statt.

[Pressemitteilung des Bundeskartellamtes vom 26. Februar 2002: Bundeskartellamt untersagt Zusammenschlussvorhaben Liberty Media/KDG, [www.bundeskartellamt.de/26\\_02\\_2002.html](http://www.bundeskartellamt.de/26_02_2002.html)  
Beschluss: [www.bundeskartellamt.de/B7-168-01.pdf](http://www.bundeskartellamt.de/B7-168-01.pdf)]

#### 4.7 DLM Positionen zur Revision der Fernsehrichtlinie

[UJ] Die DLM spricht sich im Zusammenhang mit der Revision der EG-Fernsehrichtlinie grundsätzlich für eine Anpassung der Werbe- und Jugendschutzbestimmungen an die technischen und inhaltlichen Veränderungen des klassischen Fernsehens und anderer audiovisueller Angebote aus. Mit Blick auf die Überführung der Fernseh- in eine Content-Richtlinie sollte die Regulierungsdichte am Gefährdungspotenzial der jeweiligen Dienstekategorie und nicht an dem Übertragungsweg orientiert sein. Das gelte speziell für die Jugendschutz- und Werberegungen. Was die Werbevorschriften angeht, spricht sich die DLM für einen Abbau einer Vielzahl von Bestimmungen aus, festgehalten werden müsse allerdings an folgenden Vorgaben: Kennzeichnung der Werbung und deren Trennung vom redaktionell gestalteten Programm, Verbot der Schleichwerbung in Abgrenzung zu zulässigem Product Placement, Schutz von Kindern und Jugendlichen, inhaltliche und gegenständliche Ge- und Verbote, wie das Verbot für Tabak- und Arzneimittelwerbung. Werbemengenhöchstgrenzen im Tagesverlauf sind nach Ansicht der DLM nicht notwendig, allerdings sollten pro Stunde nicht länger als zwölf Minuten Werbe- und Teleshopping-Spots ausgestrahlt werden dürfen. Beibehalten wissen sollten im Zuschauerinteresse nach Ansicht der DLM das Blockwerbegebot sowie Festlegungen zum Mindestabstand zwischen den Werbepausen. Unterbrecherregelungen könnten vereinfacht

und zu pauschaliert werden. Vorbehalte des VPRT fand insbesondere der Vorschlag der DLM, den Kennzeichnungs- und Trennungsgrundsatz auch auf neue, durch die Digitalisierung möglich gewordene Werbetechniken zu erstrecken, die die EG-Fernsehrichtlinie bislang nicht regelt.

[DLM: Stellungnahme der Landesmedienanstalten in Deutschland zur Revision der EG-Fernsehrichtlinie, 25. Januar 2002, [www.alm.de/aktuelles/position.htm](http://www.alm.de/aktuelles/position.htm)]

#### 4.8 Expertenseminar zum Übereinkommen über grenzüberschreitendes Fernsehen

[UJ] Der Europarat hat jüngst die Statements einiger ausgewiesener Experten zur Fortführung und Modifizierung des Übereinkommens über grenzüberschreitendes Fernsehen veröffentlicht. Bernd Holznagel, Tarlach McGonagle, Ian Blair, Yvon Thiec und Vicror Sampredo nahmen insbesondere zu den Themen der Rundfunkregulierung in Zeiten der Konvergenz, der Konturierung von Anwendungsbereichen der gängigen Regelwerke mit Blick auf neue Medien, der Regulierung neuer Werbeformen und der Möglichkeit der Vielfaltssicherung durch das Übereinkommen Stellung.

[EU: Expert Seminar on "The European Convention on Transfrontier Television in an Evolving Broadcasting Environment", 6. Dezember 2001, [www.humanrights.coe.int/media/events/2001/main\\_TTT\\_sem.htm](http://www.humanrights.coe.int/media/events/2001/main_TTT_sem.htm)]

#### 4.9 Markt für Set-Top-Boxen in 2002 stabil

[Schr] Nach einem Report der Unternehmensberatung Allied Business Intelligence Inc. mit Sitz in Oyster Bay, NY wurden in den Jahren 1999 bis 2001 mehr Set Top Boxen für digitales Kabelfernsehen produziert, als abgesetzt werden konnten.

Weltweit wird im Jahr 2002 ein Absatz von Set Top Boxen für Digitales Fernsehen (per Satellit, Kabel oder Terrestrik) von 45 Mio. Stück erwartet. 2001 waren es noch 36 Mio. und im Jahr 2000 nur 28 Mio.

[DigitalBroadcasting.com: Digital Set-Top Box Market To Stay The Course In 2002 Despite Overproduction And Inventory Issues, Says Allied Business Intelligence, 14. Januar 2002, [www.digitalbroadcasting.com/content/news/article.asp?DocID={EAB42765-05EE-11D6-A789-00D0B7694F32}](http://www.digitalbroadcasting.com/content/news/article.asp?DocID={EAB42765-05EE-11D6-A789-00D0B7694F32})]

#### 4.10 DVB: Systemvergleich mit ATSC

[H3r] Bei einem Vergleichstest der Systeme ATSC und DVB-T in Südkorea zeigte sich, dass DVB-T im Vergleich zum amerikanischen Konkurrenzsystem leistungsfähiger ist. Der für den Test verantwortliche Ausschuss hat der südkoreanischen Regierung empfohlen, die 1997 getroffene Entscheidung für das amerikanische System zu überdenken und sich für DVB-T zu entscheiden.

[Set-Top-Box.de-News vom 6. Februar 2002: DVB-T besser als amerikanisches ATSC, [www.set-top-box.de/news/968](http://www.set-top-box.de/news/968)]

## 5 Literaturhinweise

Im Folgenden wird die Literatur ausgewertet, die für die Literaturlisten der Zeitschrift „Medien & Kommunikationswissenschaft“ bis zum Redaktionsschluss dieses Newsletters erfasst wurden.

### 5.1 Zeitschriften

#### **afP - Jg 32 (2001) Nr 5**

Gesellensetter, Catrin: Der Jugendschutz in digital verbreiteten privaten Fernsehprogrammen: die Rechtslage nach dem Fünften Rundfunkänderungsstaatsvertrag. – S. 369-372

Die Verfasserin stellt die rechtlichen Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrages in der Fassung des 5. Rundfunkänderungsstaatsvertrages unter besonderer Berücksichtigung der Vorgaben für Angebote des digitalen Fernsehens dar. Dabei untersucht und bejaht die Autorin die Frage, ob die Vorsperre als Eingriff in die Rundfunkfreiheit angesehen werden kann, der allerdings als verhältnismäßig anzusehen ist. Bevor in einem Ausblick neben einer Angleichung der europäischen Vorgaben für eine intensivere Kooperation der für den Jugendschutz verantwortlichen europäischen Stellen plädiert wird, geht die Verfasserin noch näher auf das Problem der Vorsperre als Inländerdiskriminierung ein.

#### **Communications - Jg 26 (2001) Nr 3**

Garitaonandia, Carmelo; Fernandez, Emilio; Oleaga, José: Relationships between the use of pay-per-view, levels of television consumption, and the communication technology equipment of Spanish households. – S. 297-310

#### **Convergence - Jg 7 (2001) Nr 3**

Wheeler, Mark: Regulating communications in the UK: a new future. – S. 28-37

Caron, André H.; Caronia, Letizia: Active users and active objects: the mutual construction of families and communication technologies. – S. 38-61

„The purpose of this study was to focus on the subjective construction of the meaning people give to technologies and their uses within the family. The adoption and use of new communication technologies are interpreted as series of social actions undertaken by its members, under precise conditions, for specific motives. For this reason this research took us inside the homes of nine families (with and without children and teenagers), in a natural, everyday-life context or uses of communication technologies. We looked closely at the cumulating effects of household technologies in a contextualist-interactionist theoretical perspective and concentrated on analyzing the synergy between three families of technology: telephone, television and the computer-internet. Our results appear to show that active users meet active objects, and this encounter leads to a reciprocal construction. A process of co-construction between family members and the cumulating of communication technologies in the household seems to take place. Its main feature thus appears to be: a process of spiral, ongoing mutual definition.“

#### **Kommunikation & Recht - Jg 4 (2001) Nr 10**

Ladeur, Karl-Heinz: Einspeisung digitaler Fernsehprogramme: zur Rechtsstellung von Kabelnetzbetreiber und Programmveranstalter. – S. 496-505

„Durch das In-Kraft-Treten des Vierten Rundfunkstaatsvertrags hat sich im Bereich der Einspeisung von Fernsehprogrammen in Kabelnetze einiges getan. Bisher war die Belegung von Kabelkanälen öffentlich-rechtlich organisiert, nun können Anbieter außerhalb des Must-Carry-Bereichs eigene Programmbouquets zusammenstellen. Hier wird es vor allem zu Abgrenzungsproblemen im Aufgabenbereich und Zusammenspiel zwischen den Landesmedienanstalten und der Regulierungsbehörde kommen. Im nachfolgenden Beitrag werden die Möglichkeiten und Konsequenzen der neuen Regelungen aufgezeigt und einer kritischen Würdigung unterzogen.“

#### **Jg 4 (2001) Nr 11**

Janik, Viktor: Rundfunkregulierung auch im Internet? – S. 572-582

„Die Möglichkeiten, die das Internet bietet, auch Rundfunkprogramme und rundfunkähnliche Inhalte zu verbreiten, wirft die Frage der rechtlichen Einordnung dieser Angebote auf. Online-TV oder Web-Radio – auch öffentliche Rundfunkanstalten nutzen diese Form, um ihr Angebot zu verbreitern und die Publikumsbindung zu fördern. Die Einordnung solcher „Mediendienste“ fällt indes nicht nur den Landesmedienanstalten schwer, es ist fraglich, was hiervon noch durch den Staatsauftrag gedeckt ist und inwieweit umgekehrt hier das Recht der Medien- und Pressefreiheit gilt. Im nachfolgenden Beitrag plädiert der Autor daher für eine umfassende gesetzliche Neuordnung der Rahmenvorgaben unter Einbettung der technischen Weiterentwicklung hin zu einer einheitlichen Medienordnung jenseits der bisherigen Untergliederung von Rundfunk, Mediendienste, Teledienste und Telekommunikation.“

#### **Mass Communication & Society - Jg 4 (2001) Nr 4**

Chaffee, Steven H.; Metzger, Miriam J.: The end of mass communication? – S. 365-380

#### **Media Asia - Jg 28 (2001) Nr 3**

Trivedi, Bela; Thaker, Kosha: Social dimensions of media convergence in India. – S. 157-163

#### **Media psychology - Jg 3 (2001) Nr 4**

Vorderer, Peter; Knobloch, Silvia; Schramm, Holger: Does entertainment suffer from interactivity?: the impact of watching an interactive TV movie on viewer's experience of entertainment. – S. 343-364

#### **Multimedia und Recht - Jg 4 (2001) Nr 11**

Grünwald, Andreas: Fernsehen unter dem Hammer: Möglichkeiten und Grenzen einer Versteigerung von Rundfunkfrequenzen. – S. 721-726

Der Beitrag geht der Frage nach, inwieweit Versteigerungsverfahren, wie sie im Telekommunikationsbereich bereits angewendet werden, bei der Digitalisierung des terrestrischen Fernsehens auf Frequenzvergabeverfahren übertragbar sind. Dabei geht der Verfasser insbesondere auf die gemeinschafts- und verfassungsrechtlichen Bindungen, aber auch auf medienpolitische Perspektiven ein. Im Ergebnis kommen reine Versteigerungsverfahren im Rundfunkbereich nach Ansicht des Verfassers nicht in Frage.

da dem Erfordernis sachgerechter Vergabekriterien nicht entsprechen würde. Als Lösungsvorschlag werden aber modifizierte Auktionsverfahren in Betracht gezogen, bei denen im Voraus Bewerber anhand von so genannte „Soft Criteria“ (z.B. der zu erwartende Programmanteil an Informations-, Bildungs-, Beratungs- und Unterhaltungssendungen) zu der jeweiligen Frequenzversteigerung zugelassen werden.

#### Jg 4 (2001) Nr 12

Freund, Natascha; Ruhle, Ernst-Olav: Neuorganisation der Regulierung für Telekommunikation und Medien in Österreich. – S. 801-805

#### Jg 5 (2002) Nr 1

Kröger, Detlef: Enge Auslegung von Schrankenbestimmungen: wie lange noch? Zugang zu Informationen in digitalen Netzwerken. – S. 18-20

Platho, Rolf: Cross-Promotion in TV-Senderfamilien. – S. 21-25

Der Beitrag befasst sich mit der rechtlichen Behandlung von Programmankündigungen für Sendungen eines anderen Rundfunkveranstalters aus der eigenen „Senderfamilie“ und geht insbesondere der Frage nach, inwieweit solche Ausstrahlungen nach Auslegung nationaler und europarechtlicher Vorschriften als „Eigenwerbung“ zu qualifizieren sind und damit nicht auf die Werbezeit angerechnet werden müssen. Der Verfasser kommt zu dem Ergebnis, dass die entsprechenden Regelungen eng auszulegen und somit nicht veranstaltereigene Senderhinweise, sondern (Wirtschafts-)Werbung sind.

#### New media & society - Jg 3 (2001) Nr 3

Sy, Peter: Barangays of IT: Filipinizing mediated communication and digital power. – S. 296-312

#### Jg 3 (2001) Nr 4

Dijk, Jan A.G.M van; Vos, Loes de: Searching for the Holy Grail: images of interactive television. – S. 443-465

Der Beitrag entwickelt zunächst Definitionen für „Fernsehen“ und „Interaktivität“. Eine Befragung von 74 ITV-Unternehmensexperthen aus den Bereichen Fernseh- und Multimedia-Content-Produktion in Amerika, Asien und Europa ermittelt deren Vorstellungen von den Aktivitätstypen, die sie dem ITV zuordnen (von der menügesteuerten Auswahl bis zur Kommunikation), der Distributionsplattform (STB und PC) und des sozialräumlichen Nutzungskontextes (Wohnzimmer). TV-Produzenten entwerfen ITV dabei als ein vervielfachtes, um Wahloptionen und Transaktionsmöglichkeiten erweitertes Fernsehangebot. Internet-Produzenten erwarten dagegen, dass die vielfältigen Möglichkeiten kommunikativer und wirtschaftlicher Transaktionen der Netzkommunikation mit ITV einen breiteren Kreis von Beteiligten finden. Beide Gruppen erwarten eine rasche Durchsetzung von ITV, sind aber immer noch auf der Suche nach einem Geschäftsmodell.

#### Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht - Jg 45 (2001) Sonderheft

Schulz, Wolfgang; Held, Thorsten; Kops, Manfred: Perspektiven der Gewährleistung freier öffentlicher Kommunikation: ein interdisziplinärer Versuch unter Berücksichtigung der gesellschaftlichen Bedeutsamkeit und Marktfähigkeit neuer Kommunikationsdienste. – S. 621-642

„Bei dem [...] Text handelt es sich um den Überblick über die Ergebnisse einer interdisziplinären Untersuchung, die juristische – vornehmlich verfassungsrechtliche – und ökonomische Argu-

mentationen integriert. Ausgangspunkt ist die Frage, wie angesichts der mit der technischen Konvergenz verbundenen Ausdifferenzierung unterschiedlicher Kommunikations-Dienstetypen die verfassungsrechtlich geforderte Gewährleistung freier öffentlicher Kommunikation realisiert werden kann. Es handelt sich um ein Gutachten, das die Verfasser im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) erstellt haben. [...] Die zentrale Fragestellung dieser Untersuchung lautet: Werden die verfassungsrechtlichen Anforderungen an öffentliche Kommunikation auch im Hinblick auf neue, vor allem privatwirtschaftlich erbrachte Kommunikationsdienste erfüllt? Inwiefern besteht Handlungsbedarf für den ausgestaltenden Gesetzgeber?“ Hierzu werden zunächst die Kriterien herausgearbeitet, die die besondere Bedeutung von Kommunikationsdiensten für die Zielvorgaben aus Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG ausmachen, und diese Kriterien auf verschiedene Online-Dienste angewendet. Im zweiten Schritt wird untersucht, inwieweit das kommerzielle Angebot dieser Dienste Defizite im Hinblick auf die Erfüllung der verfassungsrechtlichen Ziele aufweist. Dies erfolgt mit Hilfe der wirtschaftswissenschaftlichen Theorie der Marktmängel bzw. des Marktversagens. Schließlich werden beispielhaft drei Optionen zum Ausgleich von Defiziten dargestellt: die Unterstützung von Non-Profit-Organisationen wie Stiftungen, die Einbeziehung weiterer Dienstetypen in die Aktivitäten öffentlich-rechtlichen Rundfunks und die Selbstbindung von privaten Unternehmen (d.h. die Schaffung von Anreizen zur Veränderung von Arbeitsabläufen und Organisationsformen).

## 5.2 Buchveröffentlichungen

ALM (Hrsg.): Programmbericht zur Lage und Entwicklung des Fernsehens in Deutschland 2000/01/. – Konstanz: UVK Verl., 2001. – 441 S.

DLM (Hrsg.): Konzentrationskontrolle im Rundfunk und wettbewerbliche Fusionskontrolle: Dokumentation des Fachgesprächs der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) und der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). – Berlin: Vistas, 2001. – 97 S. (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten; 21)

DLM (Hrsg.): Jahresbericht 1997 bis 2000: Gemeinsame Stelle Jugendschutz und Programm (GSJP) der Landesmedienanstalten (DLM): DLM, 2001. – 103 S.

Dörr, Dieter: Jugendschutz in den elektronischen Medien – Bestandsaufnahme und Reformabsichten: eine Untersuchung der verfassungsrechtlichen Vorgaben unter besonderer Berücksichtigung der Situation im Rundfunk. – München: R. Fischer, 2001. – 133 S. (BLM-Schriftenreihe; 67)

Dörr, Dieter; Hubertus Gersdorf: Der Zugang zum Digitalen Kabel: zwei Rechtsgutachten im Auftrag der Gemeinsamen Stelle Digitaler Zugang der Landesmedienanstalten. – Berlin: Vistas, 2002 (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten; 22)

Grimme, Katherina: Digital television standardization and strategies. – London: Artech House, 2001. – 283 S.

Höckels, Astrid: Internationaler Vergleich der Wettbewerbsentwicklung im Local Loop. – Bad Honnef: WIK, 2001. – 104 S. (Diskussionsbeiträge; 228)

Price, Monroe E.; Verhulst, Stefaan G. (Hrsg.): Parental control of Television broadcasting. – Mahwah: Erlbaum, 2001. – 314 S.

### **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 aus dem wissenschaftlichen Bereich sowie von Regulierungsinstanzen, in- und ausländischen sowie supranationalen Organisationen und Verbänden und erstellt Zusammenfassungen, die auf die für die Arbeit der Landesmedienanstalten relevanten Fragen fokussiert sind. Im Mittelpunkt stehen dabei neben inländischen Institutionen solche aus den USA, Kanada, Großbritannien und Frankreich. Daneben wird die am Institut gesammelte wissenschaftliche Literatur ausgewertet.

### **Arbeitsgruppe digitales Fernsehen am Hans-Bredow-Institut**

Hardy Dreier, Stephan Dreyer, Uwe Hasebrink, Uwe Jürgens, Hermann-Dieter Schröder

Gastautor: Philipp Plog

Koordination: Wolfgang Schulz sowie Fernando Reimann

Redaktionsschluss: 31. März 2002