



DocuWatch Digitales Fernsehen

Eine Sichtung ausgewählter Dokumente
und wissenschaftlicher Studien

1/2006

Aus dem Inhalt:

Erste Ergebnisse von Pilotprojekten zu mobilem Rundfunk

EU-Kommission empfiehlt weiter freiwillige Standards für interaktives DTV

Konzentrationsbericht zu den französischen Medien

Review of BBC Charter

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

ISSN 1611-8677

Schutzgebühr: 10,00 EUR

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

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

Zum DocuWatch

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

DocuWatch Digitales Fernsehen 1/2006: Redaktionsschluss 30.Mai 2006

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 Sebastian Thiele

Inhalt

1	Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen	
1.1	Status der Entwicklung des digitalen Fernsehen in Großbritannien.....	4
1.2	Lokale Inholdedienste im digitalen Public Service Broadcasting	4
1.3	Erste Ergebnisse von Pilotprojekten zu mobilem Rundfunk in England.....	5
1.4	Studie ermittelt Zahlungsbereitschaft für Handy-TV.....	6
1.5	Britischer Bericht zur künftigen Bedeutung von TV Metadaten.....	7
2	Anpassung der Regelungskonzepte	
2.1	EU-Kommission genehmigt Wettbewerbsöffnung am Breitbandmarkt	8
2.2	Anhörung der Bundesnetzagentur zur Identifizierung „neuer Märkte“	8
2.3	BNetzA stellt zukünftige Frequenzvergabe für Rundfunkdienste zur Diskussion.....	8
2.4	EU-Kommission empfiehlt weiter freiwillige Standards für interaktives DTV.....	9
2.5	EU-Kommission legt 11. Bericht zur elektronischen Kommunikation vor.....	10
2.6	Senatsausschuss führt Anhörung zu „Broadcast-Flag“ durch.....	10
2.7	CSA Richtlinien zur Interoperabilität im digital-terrestrischen Pay-TV Frankreichs.....	11
2.8	Französisches Gutachten zur Regulierung der terrestrischen Verbreitung.....	11
2.9	CRTC erörtert Regulierungsrahmen für mobiles Fernsehen in Kanada	11
2.10	Technische Anforderungen für die Übertragung von DTV (DTS).....	12
2.11	EU-Kommission gestattet Regulierung der Kabelnetze in den Niederlanden	12
3	Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern	
3.1	Deutschland: DVB-H und DMB im Probelauf	14
3.2	USA: Kongress verabschiedet Gesetz zu digitalen Übertragungswegen	16
3.3	USA: CEA Stellungnahme zum Ende der analogen Übertragung	17
3.4	Frankreich: Konzentrationsbericht zu den französischen Medien.....	17
3.5	Australien: Neues Maßnahmenpaket zur Durchsetzung des digitalen Fernsehens.....	18
3.6	UK: Daten zum Übergang in den Regionen.....	19
3.7	Japan: In 2006 erstmals überall terrestrisches DTV	19
3.8	Schweiz: Kanton Tessin stellt am 24. Juli 2006 analoge TV-Ausstrahlung ein.....	20
3.9	Indien: Strategie für Digitalisierung des indischen Kabelfernsehens	20
4	Einzelthemen	
4.1	Review of BBC Charter	21
4.2	Forum Digitale Medien (FDM) tritt an die Stelle der Initiative Digitaler Rundfunk	21
4.3	Die mabb klagt gegen Entscheidung der EU-Kommission zu Beihilfen	22
4.4	Vereinbarungen über digitale Einspeisung werbefinanzierter Sender in Deutschland.....	22
4.5	Hierarchische Modulation in Berlin als DVB-T-Variante im Test.....	23
4.6	Start für HDTV bei Premiere	23
4.7	ULR verleiht Gütesiegel für gute Gebrauchstauglichkeit für Satellitendekoder.....	23
4.8	Elektronikkonzern Samsung setzt auf DMB-T-fähiges Mobiltelefon	23
4.9	Kontinuierliches Absatzwachstum für Set-Top-Boxen	24
4.10	Zulassung für DVB-T-Plattformbetreiber in Österreich.....	24
4.11	Studie zu Konvergenz und Steuerangelegenheiten	24
4.12	Sogecable stellt analoges Pay-TV-Programm ein.....	25
4.13	Aufsichtsbehörden prüfen Fusion der Programm-Bouquets Canal Satellite und TPS.....	25
4.14	Abschaltung der analogen Satellitenübertragung von BBC World.....	25
4.15	EU verstärkt Zusammenarbeit mit Mercosur.....	26
5	Literaturhinweise	
5.1	Zeitschriftenveröffentlichungen	27
5.2	Einzelstudien- und Buchveröffentlichungen	31
5.3	Buch im Fokus: Unterhaltung schlägt Information.....	31

1 Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen

1.1 Status der Entwicklung des digitalen Fernsehen in Großbritannien

Im März 2006 veröffentlichte das Office of Communications (Ofcom) den aktuellen Bericht zur Entwicklung des digitalen Fernsehens. Ende 2005 nutzten in Großbritannien knapp 70 % der Haushalte diese Zugangsform. In keinem anderen europäischen Land hat derzeit mehr als die Hälfte der Bevölkerung Zugang zu digitalem Fernsehen.

In einigen Regionen hat die Zahl der Haushalte dabei schon einen Anteil von mehr als 80 % erreicht. Besonders stark ist digitales Fernsehen bei jüngeren Personen und in Haushalten mit Kindern verbreitet.

32,9 % der britischen Haushalte nutzen digitales Satellitenfernsehen, 30,5 % haben ein Abonnement von BSkyB, 2,4 % nutzen andere Satellitenangebote. Mit rund 7,7 Mio. Kunden ist BSkyB der wichtigste Anbieter in Großbritannien. Für digitales terrestrisches Fernsehen wurden in Großbritannien 10,5 Millionen Empfangsgeräte verkauft. Innerhalb von zwei Jahren ist der Preis der Geräte dabei um die Hälfte gesunken. Allein im letzten Quartal 2005 wurden 1,9 Mio. Freeview-Boxen verkauft. 70 % der Haushalte, die Freeview nutzten, kamen im Jahr 2005 dazu. Digitales Kabelfernsehen wird in Großbritannien von ca. 2,72 Mio. Haushalten genutzt. Rund 600.000 Haushalte nutzen analoge Kabelangebote. Diese Zahl sinkt jedoch kontinuierlich: Im letzten Quartal 2005 ging die Zahl der Abonnenten lokaler Dienste um 58.000 zurück, während 71.000 Kunden für digitale Angebote gewonnen werden konnten. Damit ist

neben der Ausweitung der Abonnentenzahl von BSkyB vor allem der Erfolg des digitalen terrestrischen Fernsehens entscheidend für die zunehmende Verbreitung des digitalen Fernsehens. Nach Modellrechnungen des Ofcom wird die Verbreitung bis 2010 auf 95 % der Haushalte steigen.

Ende 2005 hatten bereits knapp ein Viertel der Haushalte alle Fernsehgeräte umgestellt, 65 % aller TV-Geräte wurden allerdings noch für analoge Fernsehangebote genutzt.

Allerdings sind nicht alle Fernsehgeräte in gleicher Weise von der Umstellung zum digitalen Fernsehen betroffen. So werden einige z.B. ausschließlich in Verbindung mit Spielkonsolen genutzt. Mittlerweile entfällt weniger als die Hälfte der Fernsehnutzungszeit auf analoges Fernsehen (Rückgang gegenüber 2002: 15 %). Neben den Fernsehgeräten sind auch 34 Mio. Videogeräte betroffen, die ausgewechselt werden müssen. Ende 2005 gab es 1,4 Mio. Personal Video Recorder (PVR) in den Haushalten, von denen die meisten Sky+-Boxen waren. Dazu kamen 2,3 Mio. DVD-Rekorder. In vielen Fällen fehlt den Geräten abgesehen von den Sky+-Boxen ein integrierter digitaler Tuner, so dass sie nur eingeschränkt als Ersatz für einen Videorekorder dienen können. [H3r]

Office of Communications (Ofcom) (2006): The Communications Market: Digital Progress Report, März 2006 - http://www.ofcom.org.uk/research/tv/reports/dtv/dtu_2005_q4/q4_2005.pdf

1.2 Lokale Inheldienste im digitalen Public Service Broadcasting

Im Januar veröffentlichte das Office of Communications (Ofcom) unter dem Titel „Digital Local“ einen Bericht zu den Perspektiven digitaler lokaler Inhalteangebote als Bestandteil des Public Service Broadcasting.

Die Untersuchung der Möglichkeiten für die Anbieter von lokalen und regionalen Inhalten, bis zum Übergang zum digitalen Fernsehen im Jahr 2012 erfolgreiche Geschäftsmodelle zu entwickeln, ergab, dass es ein großes Interesse

der Bevölkerung für solche Inhalte gibt und dass insbesondere eine Nachfrage nach lokalen Nachrichten und dem Zugang zu lokalen und regionalen Serviceangeboten besteht. Darüber hinaus zeichnet sich auch ein großes Interesse an Möglichkeiten zur Teilnahme an der Gestaltung gesellschaftlicher und politischer Aktivitäten ab.

Digitale Dienste ermöglichen Einzelnutzern und Organisationen auch, eigene Inhalte zu

entwickeln und zu verbreiten. Weitere positive Aspekte der Entwicklung sind die Möglichkeiten zur verbesserten Unterstützung der lokalen und regionalen Wirtschaft z.B. durch Aus- und Weiterbildung. Als Finanzierungsmöglichkeit für lokale Angebote ist es möglich, Werbeerlöse zu nutzen, da sich für die Werbung treibende Wirtschaft mit solchen Diensten die Möglichkeit ergibt, auch auf dieser Ebene die Bevölkerung zu erreichen.

Neben den Informationen zur Art der Inhalte zeigt der Bericht auch, dass die alternativen Möglichkeiten zum linearen Fernsehen für die Verbreitung von großer Bedeutung sind. Breitbandinternet und On-Demand-Angebote werden bereits heute genutzt. Die meisten dieser Angebote werden zur Zeit noch auf einem Computerbildschirm geschaut. In der Zukunft wird erwartet, dass der Fernsehbildschirm für diese Angebote eine wichtigere Rolle spielt, da die Nutzung gemeinsamer Verteilnetze und die Leis-

tungsfähigkeit der Empfangsgeräte sich verändern wird.

Die Entwicklung lokaler und regionaler Inhalte wird derzeit von einer Vielzahl unterschiedlicher Akteure erprobt, beteiligt sind hier z.B. neben den Rundfunkanbietern lokale und nationale Medienanbieter, Behörden, Institutionen und Vereine. Die Angebote richten sich dabei an unterschiedlich große Zielgruppen, die von mehreren tausend Personen in einem Bezirk bis zu einer ganzen städtischen Region mit mehreren hunderttausend Einwohnern reichen. [H3r]

Office of Communications (Ofcom) (2006): Digital Local. Options for the future of local video content and interactive services (19.1.06) - http://www.ofcom.org.uk/tv/psb_review/digital_local/digital_local.pdf

Office of Communications (2006): Ofcom examines prospects for Local Digital Content Services, Pressemitteilung vom 19.01.06 - http://www.ofcom.org.uk/media/news/2006/01/nr_20060119

1.3 Erste Ergebnisse von Pilotprojekten zu mobilem Rundfunk in England

Im April 2006 wurden Ergebnisse zweier Pilotprojekte zum mobilen Rundfunk in Großbritannien veröffentlicht. Im Folgenden sind erste Erkenntnisse dieser Studien kurz zusammengetragen.

Im ersten Pilotprojekt hat die British Telecom ihr digitales Fernseh- und Hörfunkangebot BT Movio vor seiner Einführung im Laufe des Jahres bei einer Stichprobe von ca. 1.000 Personen in London untersucht. Die Stichprobe sollte verschiedene Nutzertypen sowohl im Umgang mit dem Fernsehen als auch bei der Nutzung der Mobilkommunikation abbilden. Es wurden zwei Befragungswellen realisiert, eine kurz nach Erhalt der Geräte, eine zweite zwei bis drei Monate später.

Dem Bericht zufolge hielten zwei Drittel der Teilnehmer es für wahrscheinlich, dass sie für dieses Dienstpaket zahlen würden, wenn es von ihrem bisherigen Netzbetreiber angeboten würde; ein Drittel gab an, für diesen Dienst auch den Netzbetreiber wechseln zu wollen. Zu bedenken ist dabei allerdings, dass es gerade im Fernsehbereich noch zu einigen technischen Einschränkungen kam.

Die Testnutzer berichteten, im Durchschnitt knapp viermal pro Woche Fernsehdienste zu nutzen; die Nutzungsdauer betrug 66 Minuten pro Woche. Die Werte für Hörfunkdienste liegen leicht darüber. Für die im Test verfügbaren Zusatzdienste wären zwei Drittel der Testnutzer bereit, bis zu 12 € pro Monat zu zahlen.

Auch von einem DVB-H Pilotprojekt in Oxford liegen erste Ergebnisse vor. Hier waren 375 O2-Kunden mit DVB-H-tauglichen Mobiltelefonen ausgestattet worden.

Die Testpersonen sahen etwa ein bis zweimal pro Tag mit ihrem Handy fern, insgesamt drei Stunden pro Woche. Die häufigsten Nutzungskontexte waren: zu Hause (36%), bei der Arbeit/Schule (23%) im Bus (21%), im Auto (7%). Außerdem wurde der Wunsch auch nach digitalen Radioprogrammen und interaktiven Diensten geäußert. [Ha]

EBU (2006): Mobile TV — results from the BT Movio DAB-IP pilot in London, EBU Technical Review, No.306, April 2006 - http://www.ebu.ch/en/technical/trev/trev_306-movio.pdf

EBU (2006): Mobile TV — results from the DVB-H trial in Oxford, EBU Technical Review, No.306, April 2006 - http://www.ebu.ch/en/technical/trev/trev_306-mason.pdf

1.4 Studie ermittelt Zahlungsbereitschaft für Handy-TV

Die Bereitschaft, für die Nutzung von so genanntem Handy-TV Entgelt zu zahlen, ist derzeit ein wichtiger Untersuchungsgegenstand und eine zentrale Variable in den ökonomischen Erwägungen der einschlägigen Marktakteure und der Marktforschungsunternehmen. Im vergangenen November wurde etwa die Studie „Mobinet 2005“ von dem Management-Beratungsunternehmen A.T. Kearney vorgelegt.

Nach Angaben der Studie ist die Zahlungsbereitschaft international noch vergleichsweise gering. Gleichwohl registrieren die Autoren im Vergleich zu den Vorjahren insgesamt eine Zunahme der Nutzung mobiler Datendienste, insbesondere mit Blick auf den mobilen Zugriff auf das Internet, die Nutzung von Multimedia-Message-Services (MMS) und der Versand von E-Mails oder den Download von Musik oder Spielen.

Das multimediale Mobiltelefon – und damit die Palette der jetzt und künftig prinzipiell darüber zugänglichen Dienste – werde immer mehr zum selbstverständlichen Bestandteil des Alltags, wird konstatiert. Wer ein Handy mit Multimedia-Funktionen besitze, der setze diese in der Regel auch ein.

Hier werden allerdings geographische bzw. kulturelle Unterschiede deutlich. Die Nutzungsbereitschaft von Multimediadiensten über das Mobiltelefon sei vor allem in Asien hoch, in Europa vergleichsweise unterdurchschnittlich. Allerdings zeichne sich hier, so die Einschätzung, ein Angleichungsprozess ab. Die Wachstumsrate in Europa liege im Vergleich zu 2004 mit etwa 73 % deutlich über der weltweiten Zuwachsrate von 56 %. Insbesondere Deutschland nehme hier im europäischen Raum eine Vorreiterstellung ein.

Dem komme die hohe Verbreitung der jeweils neuen Handy-Generationen entgegen, mithin seien also die technischen Voraussetzungen zur Nutzung solcher Dienste auch weithin gegeben. Ältere Geräte würden im signifikanten Umfang regelmäßig durch neuere Modelle ausgetauscht.

Vor diesem Hintergrund wird speziell auf das Potenzial mobilen Fernsehens eingegangen. Nach Angaben der Studie empfänden besonders die befragten Mobiltelefonnutzer zwischen 18

und 44 Jahren in den Staaten Lateinamerikas, Asiens und Osteuropas die Idee attraktiv, Fernsehangebote über das Mobiltelefon zu verfolgen. In dieser Altersgruppe fänden sich auch eher Nutzer, die nach eigenen Angaben bereit sind, für dieses Handy-TV auch ein Entgelt zu entrichten. In Europa und Nordamerika sei man hier zurückhaltender, wenn auch interessiert.

Die entscheidende Variable sei das Preis-Leistungs-Verhältnis. Während nach Angaben von A.T. Kearney 32 % der befragten Mittel- und Südamerikaner und 25 % der Asiaten, Russen und Osteuropäer prinzipiell dazu bereit seien, ein besonderes Entgelt zu entrichten, erklärten dies zum damaligen Zeitpunkt nur etwa 7 % der Amerikaner und etwa 11 % der Westeuropäer.

An Inhalten für mobile Fernsehangebote interessieren im Durchschnitt aller befragten Nutzer offenbar besonders Nachrichten/ Information (49 %), Sport (17 %) aber auch Musik (16 %); Filme und „Soaps/ Reality“ spielen dabei eine geringere Rolle (9 bzw. 8 %).

Grundsätzlich hätten die Qualitäts-Erwartungen an multimediale Dienste im Vergleich zu 2004 zugenommen. Eine von den Nutzern vielfach empfundene Diskrepanz zwischen dem inhaltlichen Angebot und dessen Kosten habe zu einer Verfünffachung derer geführt, die die Nutzung aus Unzufriedenheit aufgegeben hätten. 57 % der Befragten waren 2005 nicht bereit, mehr als 5 US-\$ pro Monat für solche Dienste auszugeben; im Jahr 2004 waren es nur 53 % gewesen. Zudem zeichnet sich ab, dass dabei Prepaid-Modelle auf größere Zustimmung als Flatrate-Modelle stoßen.

Die Studie weist aber auch darauf hin, dass bei der Bewertung solcher multimedialen Angebote zunehmend nicht die Kosten an sich, als vielmehr Aspekte wie die zurzeit vielfach als mangelhaft empfundene Übertragungsgeschwindigkeit (bzw. „slow access“) und vor allem die gebotenen Inhalte („poor content“) aber auch Fragen der Sicherheit (Viren etc.) zentral sind. Hier deckten sich weitgehend die Erfahrungen der (ehemaligen) Nutzer solcher Dienste mit den Erwartungen bzw. Annahmen von Nicht-Nutzern.

Die Studie stützt sich auf eine 2005 durchgeführte Befragung von 4.000 aus dem „Mobinet“-Panel zufällig ausgewählten Mobiltelefonnutzern in 21 Ländern in Asien, Amerika sowie vor allem Europa; in Deutschland etwa wurden 304 Personen befragt. Die Stichprobe enthielt 56 % Männer, mehr als die Hälfte der Befragten war zwischen 25 und 44 Jahren alt. [CH]

A.T. Kearney GmbH (2005): A.T. Kearney- und Cambridge University Mobinet-Studie 2005: Geringe Zahlungsbereitschaft für Handy-TV (Pressemitteilung, 16.11.05), Düsseldorf -

http://www.atkearney.de/content/misc/wrapper.php/id/49531/name/pdf_atkearney_pm_mobinet2005_1132146077ba4c.pdf

A.T. Kearney, Inc./ Judge Institute of Management (University of Cambridge) (2005): Mobinet 2005. Raising the Stakes, London - http://www.atkearney.de/content/misc/wrapper.php/id/49531/name/pdf_mobinet2005_1132920468bb1c.pdf

A.T. Kearney, Inc./ Judge Institute of Management (University of Cambridge) (2005): Mobinet 2005. A Selection of Key Findings - http://www.atkearney.de/content/misc/wrapper.php/name/file_mobinet_2005_detailed_results_1132920382d186.pdf

1.5 Britischer Bericht zur künftigen Bedeutung von TV Metadaten

Im Auftrag des Department of Trade and Industry (DTI) legte das Unternehmen Scott Gronmark Associates im Dezember 2005 einen Bericht zur künftigen Bedeutung von TV Metadaten vor. Anlass für den Bericht ist die zu treffende Entscheidung über die Gestaltung der technischen Grundlagen für die Übertragung dieser Metadaten. Auf der Grundlage der Arbeit des TV Anytime Forums, das seit 1999 existiert und dem eine Reihe von Personal Video Recorder (PVR)- und Set-Top-Box-Herstellern angehören, werden universelle offene Standards gefordert, um die Entwicklung des digitalen Fernsehens zu fördern.

Die Autoren stellen zunächst fest, dass mit der Einführung des digitalen Fernsehens vor allem drei Entwicklungen zentral für die Entstehung neuer Verwendungsformen von Programminformationen sind:

- Die massenhafte Verbreitung der Nutzung lokaler Datenspeicher zum zeitversetzten Fernsehen
- Die Nutzung von On-Demand-Angeboten
- Der Zugang zu Fernsehsendungen über alternative technische Plattformen.

In allen drei Fällen ergeben sich Auswirkungen auf die Zusammenstellung der Informationen im Kontext mit der Nutzung und Verbreitung der Programme. Ausgangspunkt der Überlegungen des Berichts ist die Verwendung von PVRs, bei denen die Verfasser erwarten, dass sie sich stark in der Bevölkerung verbreiten. Bisher werden die Rekorder vor allem für die einfache Aufnahme von Programmen mit Hilfe des Electro-

nic Programme Guide (EPG) und die Vermeidung von Werbung genutzt. Prognosen gehen davon aus, dass 40 % der Fernsehnutzung in der Zukunft zeitversetzt stattfinden werden.

Da der PVR unter anderem als Bestandteil von Set-Top-Boxen ein wesentlicher Faktor für die Popularität des digitalen Fernsehens ist, sollen offene Standards bei der Übertragung von Metadaten wie z. B. Anfangs- und Endzeiten, Genreklassifikationen, Inhaltsangaben, Regisseuren etc. im Rahmen des TV Anytime Forums (TVA) festgelegt werden. TVA als Standard erfüllt dabei zwei Funktionen: Einerseits ist es der technische Standard für PVRs, andererseits soll ein Klassifikationssystem für die Erschließung von Fernsehinhalten etabliert werden, das dem Zuschauer hilft, sich zu orientieren und den PVR adäquat zu nutzen. Darüber hinaus soll der Standard auch geeignet sein, die Nutzung von Fernsehinhalten mit alternativen Endgeräten wie Mobiltelefonen zu vereinfachen.

Der Bericht zeigt die Perspektiven der Entwicklung von TVA in Großbritannien auf und benennt Anforderungen, Akteure und Zeitpläne für die Einführung eines solchen Systems in Großbritannien. [H3r]

Department of Culture, Media and Sport (DCMS) / Department of Trade and Industry (DTI) (Hrsg.) (2006): TV Anytime (TVA) Metadata Provision, A report for the DTI by Scott Gronmark Associates, Dezember 2005 - http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf_documents/publications/TVA%20report2Dec.pdf

2 Anpassung der Regelungskonzepte

2.1 EU-Kommission genehmigt Wettbewerbsöffnung am Breitbandmarkt

Nach der Mitteilung der Bundesnetzagentur (BNetzA) im November 2005, den Markt des Großkunden-Bitstromzugangs (VDSL) aus der Regulierung auszuschließen, teilte die Kommission im Dezember 2005 der BNetzA ihre ernsthaften Bedenken an diesem Vorgehen mit. Nach der Anhörung der Beteiligten änderte die BNetzA den Entwurf ihrer Marktdefinition dahingehend, dass sie den Bitstrom-VDSL-Zugang als Teil des Großkunden-Breitbandzugangsmarkts betrachtet. Damit können auch Wettbewerber der Deutschen Telekom AG (DTAG), die in diesem Segment marktbeherrschend ist, Bitstromprodukte auf Großkunden-

basis einkaufen und den Endkunden anbieten. Diese im Endkundenmarkt als ADSL2 oder ADSL2+ beworbenen Produkte sind Voraussetzung für das Angebot von hochauflösendem IPTV. [SD]

Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2005): Telekommunikation: Kommission genehmigt die Entscheidung des deutschen Regulierers, die Breitbandmärkte, einschließlich Hochgeschwindigkeitsnetze (VDSL), dem Wettbewerb zu öffnen, Pressemitteilung IP/05/1708 vom 23.12.05. - <http://www.europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/05/1708&format=PDF&aged=0&language=DE&guiLanguage=en>

2.2 Anhörung der Bundesnetzagentur zur Identifizierung „neuer Märkte“

Die Bundesnetzagentur (BNetzA) hat eine Anhörung zu Regulierungsfragen von „neuen Märkten“ durchgeführt. Mit einem neun Fragen umfassenden Katalog möchte sich der Regulierer der Frage nähern, ob und wann „neue Märkte“ zu regulieren sind. Die Abgabefrist endete im April.

Das Problem der Regulierung neuer Märkte wird etwa von der Monopolkommission darin gesehen, dass durch eine drohende Regulierung Anreize vermindert würden, in Neuerungen zu investieren, wenn es den Unternehmen nicht möglich sei, die Erträge zur Finanzierung der Neuerungsaufwendung zu erwirtschaften. Andererseits könne ein Unternehmen bei fehlender Regulierung auf einem Markt eine dauerhafte Monopolstellung erlangen, wenn die Wettbewerber keinen Zugang zu der Neuerung hätten und die Duplizierung oder Nachahmung nicht möglich oder unwirtschaftlich sei.

Hintergrund der Diskussion ist die von der Deutschen Telekom AG geplante Investition in den Ausbau des DSL-Netzes zum VDSL-Netz, das Übertragungsraten von bis 50 MBit/s ermöglichen soll. Das Unternehmen plant, über das „neue Hochgeschwindigkeitsnetz“ Fernsehprogramme zu übertragen (siehe 2.1 dieser Ausgabe). Für die Sicherung der Investitionen hat das Unternehmen von der Bundesregierung eine „Regulierungspause“ von mehreren Jahren verlangt, in denen die Wettbewerber keinen Zugangsanspruch zum Hochgeschwindigkeitsnetz erhalten sollen. [AL]

Bundesnetzagentur (2006): Anhörung zur Identifizierung neuer Märkte im Bereich Telekommunikation sowie zu deren regulatorischer Behandlung, Amtsblatt der Bundesnetzagentur 04/2006 vom 22.02.2006 - <http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/4746.pdf>

2.3 BNetzA stellt zukünftige Frequenzvergabe für Rundfunkdienste zur Diskussion

Aufgrund der immer dichter werdenden Belegung des Frequenzspektrums hat die Bundesnetzagentur (BNetzA) untersucht, ob und in welchem Umfang die durch die Digitalisierung möglich gewordene Ausweitung von Übertra-

gungskapazitäten Spielräume für die Übertragung neuer multimedialer Dienste schafft.

Die Ergebnisse stellte sie in einem Eckpunktetpapier am 11. Januar 2006 zur Diskussion. Bis zur Frist am 31. März gingen 19 Stellungnah-

men ein. Die Inhalte des Eckpunktepapiers sowie eine Zusammenfassung der Stellungnahmen folgen in *Docuwatch 2/2006*. [SD]

Bundesnetzagentur (2006): Eckpunkte für die bedarfsgerechte Bereitstellung von Übertragungskapazitäten für Rundfunk und für multimediale Dienste auf Frequenzen, die dem Rundfunkdienst zugewiesen sind (Anhörungspapier vom 6.1.06) - <http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/4621.pdf>

2.4 EU-Kommission empfiehlt weiter freiwillige Standards für interaktives DTV

Eine erneute Begutachtung der Entwicklung interaktiver Digitalfernsehanwendungen lässt die Kommission zu dem Ergebnis kommen, dass das Verschreiben eines festen Standards für die weitere Marktentwicklung in diesem Bereich nicht erforderlich ist. In einer Mitteilung vom Februar 2006 erörtert sie die Entwicklung und zeigt Vorzeigemodelle der Markteinführung von interaktivem Digitalfernsehen auf.

Die Mitteilung der Kommission vom 2. Februar 2006 zur Überprüfung der Interoperabilität digitaler Fernsehdienste baut auf den Ergebnissen der Anhörungen (s. *DocuWatch 2/2004*, 2.2, S. 11 ff.) und der Mitteilung vom Juli 2004 auf. Damals war die Kommission zu dem Schluss gekommen, dass die Mitgliedstaaten auf freiwilliger Basis offene und interoperable Normen für das interaktive Digitalfernsehen fördern sollen, da es keine eindeutigen Argumente für eine verbindliche Normung gab (s. *DocuWatch 3/2004*, 2.1, S. 8 f.). Die damalige Mitteilung sah allerdings eine erneute Überprüfung der Empfehlung im Jahr 2005 vor. 18 Monate danach erörtert die Kommission mit der jetzt veröffentlichten Mitteilung die aktuelle Marktentwicklung und stellt ihre daraus gezogenen Schlussfolgerungen vor.

Zunächst stellt der Bericht fest, dass sowohl die tatsächliche Nachfrage nach interaktiven Fernsehanwendungen als auch der geschäftliche Erfolg hinter den Erwartungen zurückgeblieben ist. Als einziges positives Beispiel für eine erfolgreiche Einführung MHP-fähiger Endgeräte (MHP = Multimedia Home Platform) nennt die Kommission Italien, wo bis 2005 mehr als 2 Millionen MHP-Set-Top-Boxen verkauft wurden. Dennoch verfügten die Geräte größtenteils nicht über einen Rückkanal – die Telefondosen in den meisten Wohnungen seien zu weit von dem Standort des Decoders entfernt.

Die Kommission weist im Hinblick auf die auf den ersten Blick erfreuliche Entwicklung in Italien zudem darauf hin, dass MHP-fähige

Endgeräte zum einen meist für DVB-T genutzt werden, so dass weitaus weniger Programme empfangbar sind und damit auch die absolute Zahl der interaktiven Fernsehangebote klein bleibt. Zum anderen werden die Decoder staatlich subventioniert, so dass die Entwicklung durch die italienische Regierung zumindest aktiv begleitet wurde. Als Merkmale mit Modellcharakter für andere Länder stellt die Mitteilung die Selbstverpflichtung der italienischen Rundfunkanbieter, MHP zu verwenden, sowie die Festlegung gemeinsamer Anwendungsspezifikationen heraus – ein Umstand, dessen Fehlen die Entwicklung in Deutschland ihr schleppendes Vorwärtkommen verschulde.

Die in Folge der italienischen Subventionierung von entsprechenden Set-Top-Boxen gesunkenen Preise in Italien (<100,- EUR) hätten sich allerdings nicht auf die Märkte der übrigen Mitgliedsstaaten ausgewirkt. Dabei sei der Preis ein ausschlaggebendes Kriterium für die Endnutzer, die sich im Zweifel für günstigere Geräte ohne MHP („Zapping-Boxen“) entschieden hätten, z.B. in den skandinavischen Ländern.

In Bezug auf andere Standards weist der Bericht auf die Verabschiedung weiterer Normen hin, die die Kommission nach Verabschiedung durch ETSI ebenfalls auf die Normenliste gemäß Art. 17 der Rahmenrichtlinie setzen wird. So sind auch MPEG-5 und WTVML weit verbreitet, ein zukünftiges Format könnte daneben aufgrund einer hohen Interoperabilität auch das Portable Content Format (PCF) sein.

Vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklung zieht die Kommission den Schluss, dass eine verbindliche Norm für interaktive Fernsehanwendungen weder geboten noch der Marktentwicklung zuträglich erscheint. Die Kommission nennt aber Maßnahmen, die für den zukünftigen Erfolg interaktiven Fernsehens Priorität haben: Neben der Förderung offener Standards und der Interoperabilität der Dienste müssen zunächst Anstrengungen gemacht werden,

den digitalen Switch-Over in allen Mitgliedstaaten als Voraussetzung für die weitere Entwicklung interaktiven Fernsehens zu erreichen. Weitere wichtige Voraussetzung ist die einvernehmliche Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten und allen beteiligten Akteuren. [SD]

Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2006): Interaktives Digitalfernsehen: Die Einführung neuer digitaler Dienste in Europa ist nach Ansicht der Kommission am besten durch freiwilli-

ge Standardisierung zu erreichen, Mitteilung der Kommission v. 02.02.2006 an den Rat, das Europäische Parlament, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen zur Überprüfung der Interoperabilität digitaler Fernsehdienste gemäß der Mitteilung der Kommission KOM(2004) 541 vom 30. Juli 2004, KOM(2006) 37 endg. - <http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/06/127&format=PDF&aged=0&language=DE&guiLanguage=en>

2.5 EU-Kommission legt 11. Bericht zur elektronischen Kommunikation vor

Die Kommission hat den jährlichen Bericht zur Markt- und Regulierungssituation im Geltungsbereich des Rechtsrahmens für die elektronische Kommunikation vorgelegt. Der Bericht dient der Kommission als Datenbasis zur Analyse der Auswirkungen des Richtlinienpakets von 2002. Insgesamt wertet die Kommission die Perspektiven der Telekommunikationsanbieter als günstig. Während die Mobilfunkverbreitung vor allem in den neuen Mitgliedsstaaten voranschreitet, schwächt sich der Markt für Sprachtelefoniedienstleistungen auf hohem Niveau etwas ab. Als bedeutenden Trend beobachtet Brüssel, dass die Betreiber in 2005 begonnen haben, Angebotspakete zu schnüren, die eine Kombination aus günstigen Sprachtelefoniediensten,

Internetzugang und audiovisuellen Diensten („Triple oder Quadruple Play“) darstellen.

Nachdem Griechenland zu Beginn des Jahres 2006 sein Telekommunikationsrecht novelliert hat, ist die Umsetzung des Richtlinienpakets von 2002 in nationales Recht jetzt in allen Mitgliedsstaaten abgeschlossen. [AL]

Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2006): Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen zur Überprüfung der Interoperabilität digitaler interaktiver Fernsehdienste gemäß der Mitteilung der Kommission KOM(2004) 541 vom 30. Juli 2004 Brüssel (KOM(2006) 37 vom 2.2.06) - http://europa.eu.int/information_society/policy/ecommdoc/info_centre/communic_reports/interoperability_idtv/comm_pdf_com_2006_0037_f_de_acte.pdf

2.6 Senatsausschuss führt Anhörung zu „Broadcast-Flag“ durch

Der US-Senatsausschuss für Handel, Wissenschaft und Verkehr hat in einer Anhörung die Einführung des „Broadcast Flag“ beraten. Die eingeladenen Experten – Abgesandte von Geräteherstellern, Rundfunkanbietern, dem Zentrum für Technologie und Demokratie – wurden zu ihrer Meinung gefragt, den US-Rundfunkregulierer FCC per Gesetz zu ermächtigen, den umstrittenen „Broadcast Flag“ wieder einzuführen.

Der „Broadcast Flag“ ist ein von der Unterhaltungsindustrie gefordertes und bereits technisch umgesetztes Kopierschutzsignal. Die FCC hatte die Gerätehersteller angewiesen, die entsprechende Kopierschutztechnik in ihren TV-Receivern zu integrieren, um unerlaubtes vielfältigen digital verbreiteter Rundfunkprogramme unterbinden zu können. Ein US-Gericht

hatte die Anordnung der FCC für unwirksam erklärt, weil ihr die gesetzliche Ermächtigungsgrundlage zur Einführung dieser Technik fehle (s. *DocuWatch* 1/2005, 4.4, S. 22).

Die Senatoren äußerten zum einen Verständnis für die Notwendigkeit des „Broadcast Flags“, zum anderen wurden aber auch Bedenken diskutiert, dass die Kopierschutztechnik Verbraucherinteressen zuwider laufe und Schulen und Universitäten das Angebot von E-Learning-Techniken erschweren könnte. [AL]

U.S. Senate Committee on Commerce, Science and Transportation (2006): Full Committee Hearing: Broadcast and Audio Flag (January 24 2006 - 10:00 AM - D-562) - <http://commerce.senate.gov/hearings/witnesslist.cfm?id=1704>

2.7 CSA Richtlinien zur Interoperabilität im digital-terrestrischen Pay-TV Frankreichs

Pay-TV-Anbieter, die in Frankreich terrestrisch ausstrahlen, unterliegen umfangreichen gesetzlichen Pflichten; sie müssen u.a. gewährleisten, dass ihre Programmangebote auf sämtlichen Zugangssystemen - und damit auch auf sämtlichen Decoderparks - empfangen werden können (Art. 30 - 3 und 95 Kommunikationsgesetz; siehe u.a. *DocuWatch* 2/2005, 4.4.2, S. 32 f.; *DocuWatch* 4/2005, 2.2, S. 13 f.). Die Regulierungsinstanzen wollen so verhindern, dass sich die Zuschauer mit der Wahl eines Programm-bouquets zugleich für eine (proprietäre) Empfangstechnologie entscheiden müssen. Nachdem das digitale terrestrische Pay-TV im September 2005 in den Regelbetrieb gegangen ist, sind die Betreiber der Programmplattformen nunmehr verpflichtet, nachzuweisen, dass sie diesen gesetzlichen Vorgaben nachgekommen sind – dass also jeder französische TV-Zuschauer ohne technische Hindernisse zwischen den Programm

bouquets durch Einstecken einer Smart Card wechseln kann. Die Regulierungsbehörde Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) hat darauf hingewiesen, dass die Plattformbetreiber ihr gegenüber offen legen müssen, zu welchen finanziellen und technischen Konditionen die Programmdistribution zwischen Sendern und Plattformen vereinbart wurde (Zugangssystem, Schnittstelle, Tarife, Smart Card). Die Frist dafür endete am 13. März 2006. [PP]

Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) (2006): TNT – Le Conseil adopte une délibération sur la mise en oeuvre de l'interopérabilité des décodeurs des chaînes payantes, 30. Januar 2006 - http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=113924

Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA): TNT – Le Conseil a ouvert une consultation sur la mise en oeuvre de l'interopérabilité des décodeurs, 15. Dezember 2005 - http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=34090

2.8 Französisches Gutachten zur Regulierung der terrestrischen Verbreitung

Im Dezember 2005 hat der Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) ein Gutachten zur Marktregulierung im Bereich der technischen Verbreitung des (analogen und digitalen) terrestrischen Fernsehens und Radios veröffentlicht. Der CSA weist unter anderem auf die besonderen Kosten der digitalen terrestrischen Verbreitung aus Veranstaltersicht hin. Nach den Programmausgaben seien diese Kosten für terrestrische Programmveranstalter regelmäßig die zweitgrößte Kostenposition (im Schnitt rund 14 % der Gesamtkosten). Daraus folge, dass die Programmveranstalter ein elementares Interesse an einem funktionsfähigen Wettbewerb auf dem nachgelagerten Markt der terrestrischen Verbreitung haben; der CSA spricht sich daher im Bereich der analogen Verbreitung für eine getrennte Buchführung zwischen analoger und digitaler

Verbreitung aus und fordert eine ex-ante-Regulierung dieses Marktsegments. Für die digitale terrestrische Verbreitung wird nach den möglichen technischen Szenarien des Netzausbaus differenziert. Der CSA fordert hier unter anderem die wettbewerbliche Überwachung der Zugangskonditionen zum Übertragungsnetz des ehemaligen staatlichen Monopolisten TDF sowie eine Preiskontrolle. Darüber hinaus werden auch hier die Möglichkeiten einer ex-ante-Regulierung exploriert. [PP]

Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) (2005): Observations du CSA en réponse à la saisine de l'ARCEP concernant le Marché 18, 6. Dezember 2005 - http://www.arcep.fr/dossiers/marches/dcsa-marche_18.pdf

2.9 CRTC erörtert Regulierungsrahmen für mobiles Fernsehen in Kanada

Der Regulierungsrahmen für mobile Fernsehdienste in Kanada wird derzeit näher bestimmt. Mitte April veröffentlichte die Canadian Radio-

television and Telecommunications Commission (CRTC) eine rechtliche Einordnung bestehender – internetgestützter – Dienste auf Basis des

aktuellen Rechtrahmens sowie ein Anhörungspapier, das Ausgangspunkt für eine Neufassung der Bestimmungen zur Behandlung mobiler Fernsehdienste sein soll.

Inhalt der Broadcasting Public Notice CRTC 2006-47 ist die Klarstellung, dass Unternehmen, die derzeit mobile Fernsehdienste in Kooperation mit dem US-amerikanischen Provider MobiTV Inc. über das Internet verbreiten, unter die so genannte „New Media Exemption Order“ fallen. Damit folgt die CRTC der Auffassung der betroffenen Unternehmen LOOK Communications Inc., Bell Mobility Inc., TELUS Mobility und Rogers Wireless Inc. sowie den Erkenntnissen einer Anhörung weiterer Akteure.

Die Dienste der Anbieter werden zwar grundsätzlich als Rundfunk im Sinne von Abschnitt 2 des Broadcasting Act gewertet, was den Erwerb einer Sendelizenz erfordern würde, erfüllen jedoch Ausnahme-Erfordernisse des Exemption Order for New Media Broadcasting Undertakings. Die Anbieter übertragen ihre Dienste zwar über Hot-Spots an kabellose Empfangsgeräte; gleichwohl bliebe der Charakter einer

Übertragung und des Empfangs „über das Internet“ gewahrt. Zudem wird auf die begrenzte Reichweite, die geringen Übertragungskapazitäten sowie auf die technischen Einschränkungen bei den Empfangsgeräten verwiesen. Die CRTC folgt dieser Einschätzung, nahm aber zugleich die Anregung auf, die rechtlichen Rahmenseetzungen für derartige und künftige Angebote mobilen Fernsehens zu überarbeiten bzw. klarer zu fassen. Zu diesem Zweck wurde ebenfalls im April ein „Call for Comments“ veröffentlicht. Bis zum Redaktionsschluss lagen hier noch keine Antworten bzw. Ergebnisse vor. [CH]

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) (2006): Regulatory framework for mobile television broadcasting services, Broadcasting Public Notice CRTC 2006-47 (12.4.06) - <http://www.crtc.gc.ca/archive/ENG/Notices/2006-pb2006-47.htm>

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) (2006): Call for comments on a proposed exemption order for mobile television broadcasting undertakings, Broadcasting Public Notice CRTC 2006-48 (12.4.06) - <http://www.crtc.gc.ca/archive/ENG/Notices/2006/pb2006-48.htm>

2.10 Technische Anforderungen für die Übertragung von DTV (DTS)

Die Federal Communications Commission (FCC) veröffentlichte im November 2005 eine Ankündigung für Regelungen zur technischen Gestaltung der Übertragung von digitalem Fernsehen. Nach einer Konsultation zur Nutzung eines Systems zur Verbreitung des Fernsehsignals in schwer zugänglichen Regionen kündigt die FCC an, Regelungen für den Betrieb entsprechender technischer Einrichtungen zu erlassen und bestehende Regelungen für den Betrieb des Distributed Transmission Systems (DTS) anzupassen. Regelungen werden technische Standards, Lizenzfragen, die regionale Reich-

weite, Schutz vor Interferenzen und technische Vorgaben für Antennen im Hinblick auf Bauweise und Sendestärke enthalten. Gelegenheit zur Erwiderung auf die Ankündigung der FCC bestand innerhalb einer Frist von 90 Tagen nach Veröffentlichung des Dokuments. [H3r]

Federal Communications Commission (2005): Clarification order and notice of proposed rulemaking in the matter of Digital Television Distributed Transmission System Technologies, FCC 05-192 (MB Docket No. 05-312) November 2005 - http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-05-192A1.pdf

2.11 EU-Kommission gestattet Regulierung der Kabelnetze in den Niederlanden

Die Kommission hat der Niederländischen Regulierungsbehörde für Telekommunikation (OPTA) erlaubt, den drei größten Kabelnetzbetreibern des Landes Preiserhöhungen für das kommende Jahr zu untersagen. Erstmals kann damit ein Mitgliedsstaat den Endkundenmarkt für Rundfunkübertragungen regulieren.

Ursprünglich hatte OPTA vorgeschlagen, den Endkundenmarkt der niederländischen Kabelnetze für die Dauer von drei Jahren zu regulieren. Ins Auge gefasst war eine Vorabregulierung der Preise, eine Preisobergrenze für die Endkundertarife und eine Verpflichtung zur Kostenorientierung aufzuerlegen. OPTA ist der

Ansicht, die betreffenden Märkte seien nicht wettbewerbsorientiert und alle drei Kabelbetreiber verfügten über eine marktbeherrschende Stellung. Die drei größten Kabelnetzbetreiber der Niederlande erreichen 85 % aller Kabelteilnehmer, fast 90 % der Bevölkerung waren 2004 an das Kabelnetz angeschlossen.

Die Kommission hatte die Verhältnismäßigkeit des Vorschlags und die Vereinbarkeit der Maßnahme mit dem EU-Rechtsrahmen für elektronische Kommunikation bemängelt. Dieser sieht vor, dass Regulierungsbehörden nur bei einem anhaltenden Versagen des Marktes eingreifen dürfen und wenn das Wettbewerbsrecht zur Lösung des Problems nicht ausreicht. Die Regulierung der Endkumentarife ist lediglich als letztes Mittel vorgesehen. Die Kommission geht davon aus, dass die niederländischen Kabelnetzbetreiber durch den Wettbewerb unterschiedlicher Übertragungsmöglichkeiten für

Rundfunksignale (Breitband, terrestrisches Fernsehen und Satellit) zunehmend unter Druck geraten.

Nach einer freiwilligen Vereinbarung der betroffenen Kabelnetzbetreiber, die Tarife einzufrieren, änderte OPTA seine geplante Maßnahme und verkürzte den Regulierungszeitraum auf ein Jahr und sah von der Tarifregulierung ab. Die Kommission genehmigte darauf am 21. Dezember 2005 dieses Konzept und verpflichtete OPTA, die Marktentwicklung 2006 zu beobachten. [AL]

Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2005): Kommission gestattet der niederländischen Regulierungsbehörde für Kabelfernsehen und -hörfunk eine geringfügige, auf ein Jahr befristete Regelungsmaßnahme, Pressemitteilung IP/05/1662 vom 21.12.05 - <http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/05/1662&format=PDF&aged=0&language=DE&guiLanguage=en>

3 Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern

3.1 Deutschland: DVB-H und DMB im Probelauf

Nach der Planung zur Erprobung von DVB-H- und DMB-Angeboten zur Fußball-WM haben die Landesmedienanstalten im Winter 2005/2006 auf Grundlage eines ALM-Eckpunktepapiers mit den Ausschreibungsverfahren zur Lizenzvergabe begonnen und bereits den ersten Plattformbetreiber lizenziert.

Nach dem Grundsatzbeschluss zur Erprobung für mobile Rundfunkdienste der Direktorenkonferenz (DLM) am 29. August 2005 hat die DLM eine Koordinierungsfunktion für die weiteren Ausschreibungs- und Vergabeverfahren übernommen und Eckpunkte für die Vergabeverfahren empfohlen. Ziel der Modellprojekte, deren erste Angebote zur Fußball-WM 2006 starten, ist die Erkenntnisgewinnung über die technische und wirtschaftliche Realisierbarkeit, die Nutzerakzeptanz und die Chance eines bundesweiten Regelbetriebs aber auch über allgemeine kommunikationswissenschaftliche und medienrechtliche Fragestellungen. Prioritäten sollen bei der Erprobung der neuen Dienste der Wahrung von Technologieneutralität und eines diskriminierungsfreien Zugangs zukommen.

In der darauffolgenden Direktorenkonferenz am 19. und 20. September 2005 erfolgte die Verständigung auf die weiteren Verfahrensschritte sowie die Beauftragung der Technischen Kommission der Landesmedienanstalten (TKLM) zur Bedarfsklärung. Als Ausschreibungstermine für die Vergabeverfahren verständigten sich die Direktoren auf Oktober/ November. Daneben wurde die DLM-Arbeitsgruppe „Mobile Rundfunkdienste“ zur Erarbeitung von Eckpunkten für die DVB-H-Vergabeverfahren eingerichtet, die auf der DLM-Empfehlung der Eckpunkte für die DMB-Vergabe aufbauen.

Die von der DLM empfohlenen „gemeinsamen inhaltlichen Eckpunkte für Vergabeverfahren der Landesmedienanstalten im Zuge länderübergreifender DMB-Erprobungsprojekte“ sehen neben den technischen DMB-Parametern die Vergabe der Übertragungskapazitäten an einen privaten oder öffentlich-rechtlichen Anbieter vor, der in dem DMB-Container ggf. unter einem Electronic Programme Guide

(EPG) private wie öffentlich-rechtliche Rundfunkdienste anbietet. Als über die Vorgaben der Landesmediengesetze hinausgehende formelle Voraussetzungen sehen die Eckpunkte unter anderem vor, dass die Bewerber ihr Geschäftsmodell und ihre geplanten Angebotsinhalte inklusive eines Businessplans für drei Jahre und einer Vorausschau auf weitere zwei Jahre einreichen. Weitere Informationspflichten betreffen neben dem geplanten Sendestart die geplante Ausgestaltung des EPGs, die zu nutzende Netzinfrastruktur und die Bedingungen für den Zugang von Nachfragern. Auch allgemeine Prognosen über die Entwicklung des Endgerätemarktes und der erwarteten Akzeptanz sollen Bestandteil der Bewerberunterlagen werden.

Einer der wichtigen inhaltlichen Punkte des Eckpunktepapiers ist die Ausgestaltung der Vergabeverfahren derart, dass der Anbieter verpflichtet werden soll, über die DMB-Programmplattform mindestens ein privates oder öffentlich-rechtliches Hörfunkprogramm, das inhaltlich auf das Bundesgebiet ausgerichtet ist, unverschlüsselt und außerhalb des Pay-Bereichs auszustrahlen. Daneben soll das Gesamtangebot so ausgestaltet sein, dass die Inhalte der angebotenen Programme „in wesentlichen Teilen jedenfalls auch Nachrichten, Kultur und Sport umfassen“. Im Hinblick auf die Fußball Weltmeisterschaft soll diesem sportlichen Ereignis in besonderer Weise Rechnung getragen werden.

Die Ausschreibungen der Landesmedienanstalten sollen darüber hinaus so gestaltet werden, dass die Zuweisung mindestens für drei Jahre erfolgt und eine Verlängerung bei Erkennbarkeit der Verfolgung der Erprobungsziele möglich ist. Die potenziellen Bewerber sollen auch auf die Verpflichtungen aufmerksam gemacht werden, dass der Anbieter einen jährlichen Erfahrungsbericht vorzulegen hat, für DRM-Systeme offene Standards zu benutzen sind und die Vorschriften des § 53 RStV und der darauf aufsetzenden Satzungen zur Zugangsoffenheit einzuhalten sind.

Der Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) reagierte auf den

DLM-Entwurf eines Eckpunktepapiers zu den DVB-H-Vergabeverfahren, das größtenteils auf den eben beschriebenen Vorgaben für DMB aufbaut, mit ersten Anmerkungen. Während der Verband die grundsätzliche Entscheidung zur Durchführung von Erprobungsprojekten im DMB- und DVB-H-Standard grundsätzlich begrüßt, ist die größte Sorge des VPRT danach, dass die Vergabeverfahren für die Erprobungsprojekte – nicht zuletzt auch aufgrund der relativ kurzfristigen Koordinierung – bereits zu vorweggenommenen Rahmenbedingungen und Entscheidungen sowie verfestigten Marktpositionen der Betreiber hinsichtlich des späteren Regelbetriebs führen könnten. Die Diskussion über die Eckpunkte wurde allerdings durch die bereits erfolgten Ausschreibungen der Landesmedienanstalten überholt.

Im Winter 2005/2006 starteten die Lizenz Ausschreibungen in den einzelnen Bundesländern, wobei sich die formalen und inhaltlichen Anforderungen der Ausschreibungen größtenteils nach dem DLM-Eckpunktepapier richteten.

Die Vergabeverfahren verfolgen das Ziel, die im jeweiligen Bundesland vorgesehenen Übertragungskapazitäten im DVB-H- und bzw. oder DMB-Standard an jeweils denjenigen „Plattformbetreiber“ zuzuweisen, der am besten geeignet zur Verwirklichung der Erprobungsziele erscheint.

Mit Ablauf der Bewerbungsfristen zählten die Landesmedienanstalten in der Regel drei bis vier Bewerber, wobei einige der Bewerber sich bei mehreren oder gar allen Landesmedienanstalten beworben hatten, darunter die anix TV GmbH & Co. KG, die MFD Mobiles Fernsehen Deutschland GmbH, die Walk'n Watch Gesellschaft für mobiles Fernsehen mbH, die Western Star GmbH und Radio Starlet Programm- und Werbegesellschaft GmbH. Nach Ablauf der Fristen in den ersten Bundesländern gab die Gemeinsame Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz der Landesmedienanstalten

(GSPWM) die Empfehlung, die ausgeschriebenen DMB-Kapazitäten dem Bewerber Mobiles Fernsehen Deutschland GmbH (MFD) zuzuweisen. Die bisher erfolgten Zuweisungen folgen dieser Empfehlung.

Für die ihr zugewiesenen Übertragungskapazitäten plant die MFD bis zu vier Fernseh- und zwei Hörfunk-Kanäle. Neben dem Nachrichtenprogramm von N24 soll in Kooperation mit ProSiebenSat.1 ein Comedy- und Entertainmentkanal sowie – in Kooperation mit MTV – ein Musikangebot verbreitet werden. Die beiden TV-Programme wurden im April von der HAM lizenziert. Auf einem weiteren Kanal soll das ZDF-Programm ausgestrahlt werden. In Hinblick auf das Hörfunkangebot plant MFD das bundesweit ausgerichtete Radioprogramm BigFM2see zu verbreiten, das u.a. Comedy, bundesweite Serviceelemente und Weltnachrichten sowie Musik beinhaltet. Auf einem weiteren Kanal soll voraussichtlich das Hörfunkprogramm Regiocast Digital mit Beiträgen zu sportlichen und kulturellen Großereignissen, tagesaktuellen Informationen, Nachrichten und Serviceelementen angeboten werden. Die Radiosender wurden Ende Januar von der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) lizenziert.

Die umseitige Tabelle stellt den status quo der Ausschreibungsverfahren und Lizenzvergabe dar (Stand: 01. Juni 2006). [SD]

Landesanstalt für Kommunikation (LFK)/ Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) (2005): Gemeinsame inhaltliche Eckpunkte für Vergabeverfahren der Landesmedienanstalten im Zuge länderübergreifender DMB-Erprobungsprojekte (20.9.05) - http://www.lmsaar.de/upload/download/pdf_bibliothek/DMB-DVBH-Eckpunktepapier.pdf

VPRT (2006): Erste Anmerkungen des VPRT zum Entwurf der DLM "Gemeinsame inhaltliche Eckpunkte für Vergabeverfahren der Landesmedienanstalten im Zuge länderübergreifender DVB-H-Erprobungsprojekte" (17.1.06) - http://www.vprt.de/dateien/sn_170106_lfk_dvbh.pdf

Bundesland	Landesmedienanstalt	Übertragungskapazitäten	Anzahl Bewerber	Lizenzierte Plattformbetreiber
Baden-Württemberg	LFK	DMB	4	MFD*
Bayern	BLM	DMB	k.A.	MFD
Berlin / Brandenburg	mabb	DVB-H	2	In Aussicht gestellt: MFD und Walk'n Watch
Bremen	brema	s. Niedersachsen	-	-
Hamburg	HAM	DVB-H DMB	8 (DVB-H) 4 (DMB)	k.A. (DVB-H) MFD (DMB)
Hessen	LPR Hessen	DMB	7	MFD
Mecklenburg-Vorpommern	LRZ	DMB	k.A.	MFD
Niedersachsen	NLM	DVB-H DMB	9 (DVB-H) 4 (DMB)	k.A. (DVB-H) MFD (DMB)
Nordrhein-Westfalen	LfM	DMB	4	MFD
Rheinland-Pfalz	LMK	DMB	k.A.	MFD
Saarland	LMS	DMB	4	MFD
Sachsen	SLM	DMB	5	MFD
Sachsen-Anhalt	MSA	DMB	k.A.	MFD
Schleswig-Holstein	ULR	DMB	5	k.A.
Thüringen	TLM	DMB	4	MFD

* Ein Widerspruch der Walk'n Watch GmbH wurde durch die LFK zurückgewiesen, der Konkurrentenklage wurde durch das Verwaltungsgericht nicht stattgegeben.

Quelle: Pressemitteilungen der Landesmedienanstalten (eigene Recherchen)

3.2 USA: Kongress verabschiedet Gesetz zu digitalen Übertragungswegen

Im Februar verabschiedete der US-Kongress die Digital TV Bill, in dem der Übergang zum digitalen Fernsehen geregelt wird. Das mittlerweile von Präsident Bush unterschriebene Gesetz legt fest, dass am 17. Februar 2009 die analoge Übertragung des Fernsehens beendet wird. Dieses Datum ersetzt den bisher offenen Zeitpunkt für die Abschaltung der analogen Fernsehübertragung.

Die bisherigen Bestimmungen sahen vor, dass bis zur Nutzung des digitalen Fernsehens durch 85 % der Haushalte keine Abschaltung der analogen Übertragung vorgesehen ist. Die Gründe für den Vorgehenswechsel werden vor allem in der Schaffung von Sicherheit über die Entwicklung bei Konsumenten, Herstellern, Rundfunkveranstaltern und dem Handel gesehen.

Wichtige Argumente für das Vorgehen der Regierung beim Übergang zum digitalen Fernsehen sind unter anderem, dass auf diesem We-

ge ein Teil des Übertragungsspektrums wieder frei wird, der zur Verbesserung der inneren Sicherheit genutzt werden kann. Im Verlauf der bisherigen Entwicklung wurden den Rundfunkveranstaltern zusätzliche Frequenzen zur digitalen Übertragung ihrer Programme zur Verfügung gestellt, von denen 2009 ein großer Teil wieder zurückgegeben werden müssen. Ein weiteres wichtiges Argument für den Übergang zur digitalen Übertragung ist die Erwartung, aus der Versteigerung der Frequenzen für die Übertragung von digitalen Diensten 10 Mrd. US-\$ einzunehmen und so einen Beitrag zur Reduzierung des Haushaltsdefizits zu leisten. Daneben werden auch neue Dienste und sinkende Preise für die Konsumenten sowie wirtschaftliches Wachstum mit positiven Effekten für den Arbeitsmarkt erwartet.

Bei der Gestaltung des Übergangs soll die Bevölkerung durch ein Programm der National

Telecommunications and Information Administration (NTIA) unterstützt werden. Im Rahmen dieses Programms, für das 990 Mio. US-\$ eingeplant sind sollen unter anderem Empfangsgeräte entwickelt und an die Bevölkerung verteilt werden. 100 Mio. US-\$ werden dabei für den administrativen Aufwand der NTIA veranschlagt, 5 Mio. US-\$ für die Information der Konsumenten. Die NTIA kündigte bereits einen größeren Kapitalbedarf von mindestens 1,5 Mrd. US-\$ an und veranschlagte die administrativen Kosten auf 160 Mio. US-\$.

Im Rahmen der Umstellung wird erwartet, dass lediglich 15 % der Haushalte zu diesem Zeitpunkt ausschließlich analoges Fernsehen empfangen. Als Lösung für diese Haushalte ist unter anderem vorgesehen, Geräte zur Konvertierung des digitalen Signals in ein analoges zu entwickeln, damit die vorhandenen Endgeräte

weiter genutzt werden können. Dies betrifft vor allem Haushalte, die ihr Programm terrestrisch empfangen. Haushalte, die ihr Programm über Kabel oder Satellit empfangen, sollen von ihren Anbietern mit Programmen versorgt werden, die auch mit analogen Endgeräten nutzbar sind.

Im Rahmen des Gesetzes werden für die Entwicklung eines Kommunikationssystems zur Stärkung der öffentlichen Sicherheit Mittel in Höhe von 1 Mrd. US-\$ zur Verfügung gestellt. Für dieses Kommunikationssystem sollen vor allem freiwerdende Kapazitäten zur Fernsehübertragung genutzt werden. [H3r]

Consumer Electronics Association (CEA) (2006): DTV Finish Line is in Sight as President Bush Signs Bill Setting Hard Date for Analog Cut-Off, 8.2.06 - http://www.ce.org/shared_files/pr_attachments/DTV%20Bill%20Signingv2.doc

3.3 USA: CEA Stellungnahme zum Ende der analogen Übertragung

In einer Reaktion auf die Unterzeichnung des Gesetzes in dem der Übergang zum digitalen Fernsehen in den USA auf den 17. Februar 2009 festgelegt wird (vgl. 3.2 dieser Ausgabe), stellte der Präsident der Consumer Electronics Association (CEA) Shapiro fest, dass dies für die Unterhaltungselektronikbranche einen erheblichen Nachfrageschub nach neuen Fernsehern und möglicherweise auch nach neuen zusätzlichen Geräten zu den Fernsehern wie z.B. Blu-ray-Produkten bedeuten wird.

Schon für das Jahr 2006 wird gegenüber dem Vorjahr ein Umsatzwachstum von 50 % erwar-

tet. Shapiro fordert alle Branchen dazu auf, die Konsumenten mit den neuen Möglichkeiten des digitalen Fernsehens vertraut zu machen, um einen problemlosen Übergang vom analogen zum digitalen Fernsehen zu ermöglichen und die USA zu einer „DTV Nation“ zu machen. [H3r]

Consumer Electronics Association (CEA) (2006): DTV Finish Line is in Sight as President Bush Signs Bill Setting Hard Date for Analog Cut-Off, 8.2.06 - http://www.ce.org/shared_files/pr_attachments/DTV%20Bill%20Signingv2.doc

3.4 Frankreich: Konzentrationsbericht zu den französischen Medien

Im Dezember 2005 hat die Commission Lancelot ihren Konzentrationsbericht für die gesamten französischen Medien vorgelegt. Die Kommission war im März 2005 vom Parlament eingerichtet worden, um die Konzentrationsentwicklung in Frankreich zu beobachten.

Der sehr detaillierte Bericht zu den einzelnen Mediensektoren, der vom damaligen Premierminister Jean-Pierre Raffarin in Auftrag gegeben wurde, umfasst rund hundert Seiten. Die Kommission gelangt zur Einschätzung, dass die publizistische Vielfalt in Frankreich derzeit

nicht akut gefährdet ist. Dies beruhe zum einen auf der weitreichenden Regulierung bei Fernsehen, Radio und Presse. Zum anderen habe sich die Konzentrationsdynamik im Vergleich zu den 90er Jahren und zu anderen europäischen Ländern eher abgeschwächt.

Bei der Konzentrationskontrolle für analoges und digitales Fernsehen sieht die Kommission allerdings Reformbedarf. Die bisherige Regulierung, die sich in erster Linie durch eine Begrenzung der Sendelizenzen und der Kapitalanteile an Lizenzträgern auszeichnet, solle durch eine

Begrenzung anhand des Zuschauermarktanteils ersetzt werden; dieses Kriterium sei stärker entwicklungs- und anpassungsfähig im Hinblick auf technologische Veränderungen. Darüber hinaus werden Vorschläge zur Regulierung der Pressekonzentration und der medienübergreifenden Konzentration sowie zum Phänomen der vertikalen Konzentration unterbreitet. Die fran-

zösische Regierung hat daraufhin entschieden, eine öffentliche Anhörung zu den Vorschlägen durchzuführen. [PP]

Commission Lancelot (2005) : Les problèmes de concentration dans le domaine des medias, Rapport au Premier Ministre, Paris, Dezember 2005 - http://www.ddm.gouv.fr/IMG/pdf/rapport_lancelot.pdf

3.5 Australien: Neues Maßnahmenpaket zur Durchsetzung des digitalen Fernsehens

Angesichts der im Vergleich zu Großbritannien sehr zögerlichen Nachfrage des Publikums nach digitalem Fernsehen hat der australische Parlamentsausschuss für Kommunikation, Information, Technologie und Kunst eine Enquete zu diesem Thema unternommen, zu der fast 100 Stellungnahmen abgegeben worden sind. Im Februar 2006 wurden die Ergebnisse vorgelegt.

Ein wesentlicher Hinderungsgrund für die Durchsetzung digitalen Fernsehens am Markt wird darin gesehen, dass der Zeitpunkt für die Abschaltung der analogen Übertragung zwar für 2008 geplant, aber noch nicht verbindlich festgelegt ist. Die umfangreichen Ergebnisse der Enquete hat der Ausschuss einstimmig in zwölf Empfehlungen zusammengefasst.

I. Digitales Fernsehen voranbringen, analoges Fernsehen beenden

1. Die australische Regierung sollte am 1. Januar 2010 landesweit die analoge Fernsehübertragung einstellen.
2. Die australische Regierung sollte eine unabhängige Untersuchung über die gegenwärtige Frequenznutzung und künftige Erfordernisse in Auftrag geben, die zum 1. Januar 2008 vorliegen und folgende Punkte berücksichtigen sollte:
 - a) Optionen für die Nutzung zurückgegebener Frequenzen nach dem Ende analoger Ausstrahlung,
 - b) Neuordnung der Frequenzen mit dem Ziel, die Fernsehübertragung zu bündeln und zusammenhängende Frequenzbereiche für künftige Zuweisungen zu erhalten,
 - c) Möglichkeiten für zusätzliche Fernsehprogramme, einschließlich gemeindlicher Programme für indigene oder andere Minderheiten,
 - d) künftiger Frequenzbedarf für drahtlose Datenübertragung oder andere neue Technologien.

II. Inhalte und Qualität

3. Die Regierung sollte die Einschränkungen für die gleichzeitige Übertragung mehrerer frei empfangbarer Programme (multichannelling) für die landesweiten Veranstalter so schnell wie möglich aufheben.
4. Für kommerzielle Veranstalter sollten die Beschränkungen des Multichannelling bei frei empfangbaren Programmen zum 1. Januar 2008 aufgehoben werden.
5. Das Verbot, die Übertragungskapazitäten für frei empfangbare Programme per Multichannelling auch für Pay-TV zu nutzen, sollte bestehen bleiben.
6. Die gegenwärtigen Mindestquoten für HDTV bei frei empfangbaren Programmen sollten bis zum 1. Januar 2011 bestehen bleiben.
7. Bis zum 1. Januar 2011 sollte die Regierung eine Einschätzung vornehmen, ob die gegenwärtigen Quoten für HDTV aufgehoben, erhöht oder gesenkt werden sollen.
8. Die gegenwärtigen Beschränkungen für Datacasting, die Übertragung von Zusatzinformationen neben dem eigentlichen Fernsehprogramm, sollten überprüft und ggf. zum 1. Januar 2008 aufgehoben werden.

III. Digitales Fernsehen verkaufen

9. Die australische Regierung sollte sicherstellen, dass die Standards für minimalen Energieverbrauch und für einen Stromverbrauch von nicht mehr als einem Watt im Standby-Betrieb zum Zeitpunkt der Beendigung des analogen Sendebetriebs vollständig umgesetzt sind.
10. Gemeinsam mit Interessenvertretern der Industrie sollte die Regierung ein Zentrum zum Testen digitalen Fernsehens und der Einhaltung der Standards einrichten. Dafür sollen im ersten

Jahr 1 Mio. AUS-\$ bereitgestellt werden.

11. Die Regierung sollte die Einführung eines verbindlichen Schemas für eine korrekte Kennzeichnung von Fernsehgeräten und digitalen Empfangsgeräten koordinieren. Das Schema sollte auf dem von der Industrie entwickelten Digital Television Marketing Code basieren.

12. Die Regierung sollte ihr gegenwärtiges Programm zur Verbesserung der analogen Fernsehversorgung in Gebieten mit schlechten Empfangsbedingungen durch ein Programm für die digitale Fernsehversorgung einführen. [Schr]

Parliament of Australia: House of Representatives – Standing Committee on Communications, Information Technology and the Arts (2005): New Inquiry: Digital television – who’s buying it? (Pressemitteilung vom 17.3.05) - <http://www.aph.gov.au/house/committee/cita/digitaltv/media/media01.pdf>

Parliament of Australia: House of Representatives – Standing Committee on Communications, Information Technology and the Arts (2005): Inquiry into the uptake of digital television: Background discussion paper (März 2005) - <http://www.aph.gov.au/house/committee/cita/digitaltv/infopaper.pdf>

Parliament of Australia: House of Representatives – Standing Committee on Communications, Information Technology and the Arts (2006): Digital television – who’s buying it? (Pressemitteilung vom 13.2.06) - <http://www.aph.gov.au/house/committee/cita/digitaltv/media/media13.pdf>

Parliament of Australia: House of Representatives – Standing Committee on Communications, Information Technology and the Arts (2006): Digital Television: Who’s Buying It? Inquiry into the uptake of digital television in Australia (Februar 2006) - <http://www.aph.gov.au/house/committee/cita/digitaltv/report/fullreport.pdf>

3.6 UK: Daten zum Übergang in den Regionen

Das Department for Trade and Industry (DTI) veröffentlichte im Januar einen Brief in dem die Verantwortlichen in den einzelnen ITV-Regionen über den regionalen Zeitplan zum Übergang zum digitalen Fernsehen informiert werden. Die Daten liegen dabei zwischen 2009 und 2012. Zusätzlich zum Zeitplan wurde mit dem Brief auch eine Vielzahl von Informationen zum Switch-Over verschickt. Neben Hintergrundinformationen über die technischen Anforderungen wird die Organisation Digital UK vorgestellt, die als Non-Profit-Organisation die Ein-

führung des digitalen Fernsehens begleiten wird. Darüber hinaus werden Fragen aus den Bereichen Wohnungswirtschaft, behinderte Menschen und Müllentsorgung angesprochen, also in erster Linie praktische Aspekte der Einführung des digitalen Fernsehens. [H3r]

Department of Culture, Media and Sport (DCMS) / Department of Trade and Industry (DTI) (2006): Generic Letter to all Local Authorities in England, Wales, Scotland and Northern Ireland vom 13.1.2006, http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf_documents/publications/Digital_Switchover_LABriefing1.pdf

3.7 Japan: In 2006 erstmals überall terrestrisches DTV

In ganz Japan soll bis Ende dieses Jahres erstmals die terrestrische Ausstrahlung digitaler Fernsehsignale aufgenommen worden sein. Das zuständige Ministerium für Innere Angelegenheiten und Kommunikation (MIC) hat Anfang des Jahres in Abstimmung mit dem Nationalen Rat zur Förderung terrestrischen digitalen Rundfunks sowie dessen regionalen Gliederungen einen entsprechenden Fahrplan zur Errichtung der notwendigen Sendeanlagen vorgelegt. Vorbehaltlich technischer Hindernisse soll der Betrieb in dem Großteil der Hauptinsel Honshu bis Ende Mai, mit der Region um Ishikawa bis Juli bzw. für die Region östlich von Hiroshima wie auch für die Insel Shikoku im Oktober aufge-

nommen worden sein. Die Insel Hokkaido soll ab Juni digital-terrestrische Fernsehsignale erhalten, die Insel Kyushu wie auch die Region Okayama auf Honshu im Dezember.

Der vollständige Umstieg, der auch in ländlichen Regionen die nötige Bedeckung erfordert, wird derweil erst 2011 abgeschlossen sein. [CH]

Ministry of Internal Affairs and Communications (MIC) (2006): MIC National Council for Promotion of Terrestrial Digital Broadcasting — Roadmap to Construct Relay Stations for Terrestrial Digital TV Broadcasting, in: MIC Communications News (Biweekly Newsletter of the MIC), Vol. 16 (2006) Nr. 6, S. 5. Online - http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/eng/Releases/NewsLetter/Vol16/Vol16_06/Vol16_06.pdf

3.8 Schweiz: Kanton Tessin stellt am 24. Juli 2006 analoge TV-Ausstrahlung ein

Die SRG SSR idée suisse baut im Auftrag des Bundesrates ein flächendeckendes Sendernetz für digitales terrestrisches Fernsehen. Als erste Region in der Schweiz stellt nun der Kanton Tessin vollständig vom analogen zum digitalen Antennenempfang um; der analoge Sendebetrieb wird am 24. Juli 2006 eingestellt. Bereits am 1. August 2003 war in diesem Kanton das flächendeckende digitale Sendernetz in Betrieb gegangen. Im September 2006 ist der Switch-Off im Engadin geplant.

Bis 2008 soll die gesamte Schweiz flächendeckend mit terrestrischem Digitalfernsehen versorgt werden. Die analoge terrestrische Verbreitung soll bis 2009 schrittweise einge-

stellt werden. Mit der Digitalisierung soll auch den privaten Veranstaltern der Zugang ermöglicht werden, soweit die technische Verbreitungsqualität der vier SRG-SSR-Programme gewahrt bleibt und die privaten Veranstalter sich anteilmäßig an den Verbreitungskosten beteiligen. [Schr]

SRG SSR idée suisse (2006): Der Kanton Tessin stellt als erste Region in der Schweiz vollständig vom analogen auf den digitalen Antennenempfang um. Die analoge Verbreitung wird am 24. Juli 2006 eingestellt, Pressemitteilung vom 31.1.06 - [http://www.srgssrideesuisse.ch/125.0.html?&tx_ttnews\[tt_news\]=909&cHash=5916a2454b](http://www.srgssrideesuisse.ch/125.0.html?&tx_ttnews[tt_news]=909&cHash=5916a2454b)

3.9 Indien: Strategie für Digitalisierung des indischen Kabelfernsehens

Die Telecom Regulatory Authority of India (TRAI) hat im Herbst 2005 eine Strategie für die Digitalisierung des indischen Kabelfernsehens entworfen. Dabei wird grundsätzlich ein weicher Übergang im Land angestrebt. Zunächst sollen in einem ersten Schritt die städtischen Zentren des Landes mit mehr als 1 Mio. Einwohnern zwischen April 2006 und den Commonwealth-Spielen im März 2010 etappenweise an die Digitalisierung herangeführt werden; ein generelles Switch-Off-Datum ist dagegen noch nicht absehbar. Der Startschuss ist in den Großstädten Delhi, Mumbai, Chennai, Pune und Bangalore gefallen, wo teilweise schon vor einigen Jahren erste Pilotprojekte stattgefunden haben.

Als weitere Aufgaben für die erste Phase des Umstiegprozesses wurden von der TRAI insbesondere folgenden Punkte formuliert:

- Der Zugang zu Fernsehsendungen über alternative technische Plattformen

- Die Implementation eines rechtlichen Rahmens für die Lizenzvergabe
- Die Modifikation von Importzöllen und Steuern insbes. im Hinblick auf die Verbreitung von Set-Top-Boxen,
- Die Information der Verbraucher (Rückgriff bei Finanzierung auf Unterhaltungssteuer)
- Die Ermunterung zur Entwicklung von eigenen Decodern in Verantwortung von Anbietern und Nutzern. [CH]

Telecom Regulatory Authority of India (TRAI) (2005): TRAI Provides its Recommendations on Digitalisation of Cable Television, Pressemitteilung 74/2005 vom 14.9.05 - <http://www.trai.gov.in/PR14sep05.htm>

Telecom Regulatory Authority of India (TRAI) (2005): Recommendations on Digitalisation of Cable Television, New Dehli - <http://www.trai.gov.in/Recom14sep05.pdf>

Vgl. dazu auch: <http://www.trai.gov.in/consulpaper3jan.pdf> und <http://www.trai.gov.in/comments25feb05.pdf>

4 Einzelthemen

4.1 Review of BBC Charter

Das im März 2005 vom House of Lords eingesetzte Select Committee on BBC Charter Review veröffentlichte im November 2005 seinen ersten Bericht zur Überarbeitung der Royal Charter der British Broadcasting Corporation (BBC). Dieses Dokument ist die zeitlich befristete Grundlage der Tätigkeit der BBC, es behandelt neben der Frage der Finanzierung der BBC auch die Rolle des öffentlichen Rundfunks beim Wechsel zur digitalen Übertragung.

Die Laufzeit der aktuellen Charter endet am 31.12.2006. Die Diskussion über die Erneuerung der Charter begann bereits im September 2003. Seitdem wurden in einer Vielzahl von Diskussionsbeiträgen, Berichten und Studien unterschiedliche Teilfragen in Verbindung mit der Neuformulierung der Charter behandelt. Zu diesen Themen zählen die Onlineaktivitäten der BBC, die Rolle der BBC beim Übergang zum digitalen Fernsehen, die Gestaltung der Angebote der BBC, die Unabhängigkeit von politischem Einfluss und die Sicherung von Qualität.

Das aus zwölf Mitgliedern des House of Lords bestehende Committee unter der Leitung von Lord Fowler wird dabei von Professor Collins von der Open University beraten. Im Rahmen des Prozesses der Neuformulierung unterstützt das Committee das Parlament bei der Überprüfung der Stellungnahme der Regierung zur Neuformulierung der Charter. Zu den Ergebnissen des Committees zählt unter anderem die Kritik daran, dass ein Teil der durch den Übergang zum digitalen Fernsehen anfallenden Kosten aus den Gebühren der BBC finanziert werden soll. Außerdem befürwortet das Com-

mittee die Sicherung einer großen Auswahl von Programmangeboten, die BBC soll nicht darauf beschränkt werden, nur in solchen Bereichen Inhalte anzubieten, in denen dies nicht von kommerziellen Veranstaltern getan wird.

In einer ersten Erwiderung des DCMS vom Januar 2006 beharrt die Regierung allerdings darauf, dass die BBC beim Übergang zum digitalen Fernsehen eine aktive Rolle spielen soll und für diese Funktion auch Gebührengelder eingesetzt werden sollen. Die Forderungen nach einer Intensivierung der Forschung insbesondere im Hinblick auf den Übergang zum digitalen Fernsehen und die Etablierung einer ständigen Forschungseinrichtung wird auch von der Regierung unterstützt. Darüber hinaus stellt die Regierung in ihrer Stellungnahme fest, dass die BBC ihre Position nicht missbrauchen darf indem sie z.B. in übermäßigem Ausmaß Cross-Promotion zwischen Fernseh- und Onlineangeboten betreibt. Darüber hinaus wird darauf verwiesen, dass auch 25 % der Onlineangebote von unabhängigen Produzenten zugeliefert werden müssen.

In einem weiteren Schritt wird die Regierung in den nächsten Monaten ein so genanntes White Paper veröffentlichen, in dem bereits wesentliche Bestandteile der künftigen Charter formuliert sind. [H3r]

House of Lords - Select Committee on the BBC Charter Review (2005): The Review of the BBC's Royal Charter, Volume I: Report (1st Committee Report of Session 2005-06) - <http://www.publications.parliament.uk/pa/ld200506/ldselect/ldbcc/50/50i.pdf>

4.2 Forum Digitale Medien (FDM) tritt an die Stelle der Initiative Digitaler Rundfunk

Als neues Koordinationsgremium für das weitere Vorgehen bei der Digitalisierung der Medien wurde am 10. Februar 2006 das Forum Digitale Medien (FDM) ins Leben gerufen. Es tritt an die Stelle der 1998 eingerichteten Initiative Digitaler Rundfunk, die mit der Einführung des terrestrischen digitalen Rundfunks ihre Aufgabe

weitgehend erfüllt hat und im November 2005 aufgelöst wurde.

Zu den Mitgliedern des FDM sollen neben den Rundfunkveranstaltern auch Betreiber von Sendeanlagen, Kabelunternehmen, Satellitenbetreiber, Industrie- und Fachverbände, Telekommunikationsunternehmen sowie Vertreter

aus Wissenschaft und Forschung gehören. Die Geschäftsstelle wird beim Bundeswirtschaftsministerium angesiedelt. In verschiedenen Arbeitsgruppen sollen u.a. mobile Anwendungen, DVB-T, Digitalisierung des Kabels, digitaler Hörfunk, Internet-TV und Rechtsfragen behandelt werden.

Bei der Eröffnungsveranstaltung in Berlin haben neben Wirtschaftsminister Michael Glos und Ministerpräsident Kurt Beck als dem Vorsitzenden der Rundfunkkommission der Länder auch Vertreter von ARD, ZDF, VPRT und BITKOM ihre Erwartungen an die weitere Digitalisierung vorgetragen. Kurt Beck hat in zehn Eckpunkten für die Digitalisierung im terrestrischen Bereich einen Interessenausgleich zwischen DVB-T einerseits und DMB/DVB-H

andererseits gefordert. Wenn der Versorgungsgrad für DVB-T bei öffentlich-rechtlichen Anstalten 90 % und bei den privaten Veranstaltern sogar nur 45 % erreicht, seien ungenutzte Frequenzen für DVB-H bzw. DMB zu nutzen. Auch digitaler Hörfunk, insbesondere DAB, müsse über DMB-Geräte und später auch DVB-H-Geräte frei empfangbar sein. In diesem Zusammenhang sei ein integratives Konzept zu wünschen, das auch UMTS einbezieht. HDTV sei hingegen auf absehbare Zeit nicht terrestrisch, sondern nur per Kabel oder Satellit zu realisieren. [Schr]

Forum Digitale Medien - Aktion für Rundfunk und Neue Medien (FDM) - <http://www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Wirtschaft/Telekommunikation-und-Post/forum-digitale-medien.html>

4.3 Die mabb klagt gegen Entscheidung der EU-Kommission zu Beihilfen

Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) hat beim Gericht Erster Instanz der Europäischen Gemeinschaften Klage gegen die Entscheidung der Kommission erhoben, in der die Förderung von DVB-T in Berlin-Brandenburg zu einer unzulässigen Beihilfe erklärt wird. Auf diese Weise habe erreicht werden können, dass sich die Veranstalter zu einem fünfjährigen Sendebetrieb verpflichten, anstatt aus Kostengründen die terrestrische Versorgung einzustellen. Auch durch das Auslaufen von Lizenzen hätte der Umstieg so nicht erreicht werden können. Nur mit gleichzeitiger Beteiligung öffentlich-rechtlicher und privater Veranstalter habe in Berlin-Brandenburg die Umstellung auf digi-

tales Fernsehen gelingen können. Die Kommission könne kaum das Recht haben, ihre nachträgliche Beurteilung an die Stelle eines Konzeptes zu setzen, das von der zuständigen Stelle in Deutschland auf deutschen Rechtsgrundlagen entwickelt worden ist und zum Erfolg des weltweit ersten Umstiegs geführt hat. [Schr]

Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) (2006): Klage der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) gegen die Entscheidung der Europäischen Kommission im Beihilfe-Verfahren zur Förderung von DVB-T in Berlin-Brandenburg, Pressemeldung vom 30.01.2006 - <http://www.mabb.de/start.cfm?content=Presse&template=pressemeldungsanzeige&id=1282>

4.4 Vereinbarungen über digitale Einspeisung werbefinanzierter Sender in Deutschland

Die großen Kabelnetzbetreiber Kabel Deutschland, Kabel-BW und Unity Media (ein Zusammenschluss von ish, iesy und Tele Columbus) haben zwischen Dezember und Februar mit RTL, ProSiebenSat.1 und weiteren Fernsehveranstaltern die digitale Verbreitung der bisher nur analog eingespeisten Programme in die Kabelnetze vereinbart. Vorgesehen ist eine Grundverschlüsselung, bei der keine laufende

Gebühr, sondern nur ein einmaliges Entgelt für die Freischaltung verlangt wird. [Schr]

Unity Media (2006): RTL-Senderfamilie und Unity Media schließen Vereinbarung über digitale Einspeisung, Pressemitteilung 3.1.06 - http://www.unitymedia.de/Generic/PM_RTLdigitaldeutsch_5.pdf

Unity Media (2006): ProSiebenSat.1-Gruppe und Unity Media schließen Vertrag über Einspeisung ins digitale Kabel, Pressemitteilung 13.1.06 - http://www.unitymedia.de/Generic/13_01_06_Pressemittteilung_PTS1_0.pdf

4.5 Hierarchische Modulation in Berlin als DVB-T-Variante im Test

Nach dem Ende der analogen Fernsehübertragung in Berlin testet die Gesellschaft zur Förderung der Rundfunkversorgung (GARV), eine gemeinsame Einrichtung der Landesmedienanstalten rbb, mabb und LRZ-MV, die hierarchische Modulation als Variante von DVB-T. Hierfür kann der frei gewordene Fernsehkanal 51 genutzt werden. Hierarchische Modulation bietet ein höheres Versorgungspotential und Unterstützung für mobilen Empfang. Sie erlaubt es,

zwei vollkommen getrennte Datenströme mit unterschiedlich gewählten Parametern und damit für unterschiedliche Empfangssituationen über ein Sendernetz auf einer Frequenz zu übertragen. [Schr]

Gesellschaft zur Förderung der Rundfunkversorgung mbH (GARV) (2006): GARV/mabb_T-Systems testen hierarchische Modulation bei DVB-T, Pressemitteilung vom 3.2.06 - <http://www.garv.de/downloads/Pressemitteilung-06-02-03.pdf>

4.6 Start für HDTV bei Premiere

Seit dem 28. Januar bietet Premiere in Deutschland und Österreich auch High Definition Television (HDTV). In drei Kanälen werden ausgewählte Sendungen aus den Programmbereichen Sport, Film und Dokumentation im hoch auflösenden Format verbreitet, die gegen einen monatlichen Aufpreis ab zwölf Euro genutzt werden können. Es ist u.a. geplant, alle 64 Spiele der Fußball-Weltmeisterschaft in diesem Standard zu senden. Ein geeigneter HDTV-Receiver kann gekauft oder von Premiere gemietet werden.

Bisher ist HDTV in Deutschland kaum bekannt. Die Hälfte der Deutschen hat noch nie etwas davon gehört, so ist das Ergebnis einer

repräsentativen Umfrage durchgeführt von forsa und fischerAppelt, die im Dezember 2005 veröffentlicht wurde. Von den befragten Männern haben 8 % angegeben, dass sie die Anschaffung von HDTV-Equipment planen, von den Frauen waren es sogar nur 2 %. [Schr]

Premiere AG (2006): Breiter Marktstart von PREMIERE HD am 28. Januar 2006, Pressemitteilung vom 27.1.06) - http://info.premiere.de/inhalt/de/medienzentrum_news_uk_27012006.jsp

fischerAppelt (2006): HDTV in der Defensive: 50% der Deutschen kennen neuen Fernsehstandard nicht, 7.Dezember 2005 - http://www.fischerappelt.de/fischerappelt/_aktuell/meldung.php?Na_vEbene=1&we_objectID=615

4.7 ULR verleiht Gütesiegel für gute Gebrauchstauglichkeit für Satellitendekoder

Die ULR hat im Dezember 2005 erstmals ein Gütesiegel für gute Gebrauchstauglichkeit eines Satelliten-Digitaldekoders verliehen. Ein Satelliten-Digitaldekoder der Firma Humax Digital GmbH hat alle 52 Prüfkriterien erfüllt, die im Auftrag der ULR als Maßstab für die Nutzerfreundlichkeit von der Forschungsgruppe In-

dustrieanthropologie der Universität Kiel entwickelt worden waren. [Schr]

Unabhängige Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien (ULR) (2005): Weltpremiere in Schleswig-Holstein: ULR verleiht erstes Gütesiegel für „Gute Gebrauchstauglichkeit“ für TV-Digitaldekoder für Satelliten-Digitaldekoder der Firma Humax Digital GmbH, Pressemitteilung 29-05 vom 15.12.2005 - http://www.ulr.de/ULR_Akt_Presse05/PM_29-05.pdf

4.8 Elektronikkonzern Samsung setzt auf DMB-T-fähiges Mobiltelefon

Samsung forciert auch außerhalb Südkoreas den Absatz von Mobiltelefonen, die mittels Digital Mobile Broadcasting Terrestrial (DMB-T) in der Lage sind, mobile Fernsehdienste zu empfangen. Anfang Januar wurde mit den zwei

führenden Anbietern von mobilem Fernsehen in China – Beijing Jolon Digital Media Co. Ltd. und Guangdong Mobile Television Media Co. Ltd. – vereinbart, im Laufe des Jahre insgesamt 500.000 entsprechende Telefone zu liefern. Der

reguläre Sendestart für mobiles Fernsehen in China war für das erste Halbjahr 2006 vorgesehen. Entscheidende Impulse werden indes von den Olympischen Spielen in Peking 2008 erwartet. Samsung beteiligt sich zudem an der Entwicklung des chinesischen DMB-T-Standards sowie der dafür vorgesehenen Mehrwertdienste. Auch mit Blick auf die Fußballweltmeisterschaft erhofft sich Samsung derweil in Europa eine frühzeitige und starke Marktpräsenz für seine DMB-T-Geräte; in Barcelona wurde ein Mobiltelefon vorgestellt, das neben der Fähigkeit zum Empfang und der Aufzeichnung von Fernseh- und Hörfunkdiensten auch über Kamera und MP3-Player verfügt. [CH]

Kim Tae-gyu (2006): *Samsung exports T-DMB Phones to China*, in: *Korea Times*, 8.1.06 - <http://times.hankooki.com/lpage/tech/200601/kt2006010820122311780.htm>

Samsung Electronics (2006): *Samsung Electronics to Supply the First Terrestrial DMB Phones to China* (Pressemitteilung vom 9.1.06) - http://www.samsung.com/ph/presscenter/samsunginthephilippines/productnews_20060111_0000224829.asp

Samsung Electronics (2006): *Samsung stellt TV-fähiges Mobiltelefon für Europa vor* (Pressemitteilung vom 13.2.06) - <http://presse.samsung.de/getpdf.asp?url=http%3A%2F%2Fpresse%2Eesamsung%2Ede%2Fpress%5Fmeldung%5Fpdf%2Easp%3Fd%3D1317>

4.9 Kontinuierliches Absatzwachstum für Set-Top-Boxen

Der Absatz von digitalen „high-end“ Kabel-Receivern – d.h. Set-Top-Boxen inklusive Personal Video Recorder (PVR) und/ oder High Definition Television (HDTV)-Fähigkeit – ist in 2005 im Vergleich zum Vorjahr abermals angewachsen, so das Marktforschungsunternehmen In-Stat. 12,2 Mio. dieser Boxen seinen 2005 weltweit abgesetzt worden, 2004 waren es 10,8 Mio. Erstmals seit 2000/ 2001 sei der Absatz in zwei aufeinander folgenden Jahren gestiegen. Zudem wurden erstmals weniger einfache Boxen als die kostenintensiveren „high-

end“ Receiver von den Herstellern – hier dominierten offenbar vor allem die Firmen Motorola und Scientific-Atlanta – ausgeliefert. In-Stat erwartet mit Blick auf Nordamerika und China auch für 2006 und 2007 eine starke Nachfrage dieser Geräte. [CH]

In-Stat Market Research (2006): *Digital Cable Set Top Box Unit Shipments Post Second Consecutive Year of Growth According to In-Stat* (Pressemitteilung vom 17.1.06) - <http://www.instat.com/press.asp?Sku=IN0502144ME&ID=1541>

4.10 Zulassung für DVB-T-Plattformbetreiber in Österreich

Die Österreichische Rundfunksender GmbH & Co. KG hat Ende Februar von der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) für den Zeitraum 1.8.2006-1.8.2016 die Zulassung für den Betrieb eines DVB-T-Sendernetzes erhalten. Schrittweise soll nun eine zweifache Bedeckung über einen MUX A und MUX B aufgebaut und angefangen von den Ballungszentren bis 2010 gemäß den Vorgaben aus dem Digitalisierungs-

konzept eine Vollversorgung erreicht werden (vgl. *DocuWatch* 4/2003, 3.5, S. 14-16). [CH]

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)/ *Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR)* (2006): *Bescheid auf Zulassung zum Betrieb einer terrestrischen Multiplex-Plattform (DVB-T) durch die Österreichische Rundfunksender GmbH & Co KG, KOA 4.200/06-002* - [http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/D7D1C2A2D8A3-3692C125711F002131D5/\\$file/KOA4200-06-002-MUX-ORS.pdf](http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/D7D1C2A2D8A3-3692C125711F002131D5/$file/KOA4200-06-002-MUX-ORS.pdf)

4.11 Studie zu Konvergenz und Steuerangelegenheiten

Das Beratungsunternehmen Deloitte hat die Studie „The trillion dollar challenge – Principles for profitable convergence“ vorgelegt. Die Untersuchung dreht sich um steuerrechtliche Herausforderungen, die die digitale Konvergenz für

ein in dem Bereich tätiges Unternehmen darstellt.

Konvergenz bringe danach zahlreiche kritische Steuerfragen mit sich, etwa die Frage, welcher Staat angesichts verschwindender Grenzen

überhaupt für die Steuererhebung des Unternehmens zuständig sei. Die Studie bietet nach eigenen Angaben Lösungsansätze für die Steuerplanung eines Unternehmens, die sich angesichts der vielschichtigen Fragen, die durch die Konvergenz auftauchen, in Gewinn oder Verlusten eines Geschäfts deutlich bemerkbar machen könnten. Zudem werden indirekte Steuer-

fragen, wie die Behandlung von Mehrwertsteueraspekten, behandelt. [AL]

Deloitte Touche Tohmatsu (2006): The Trillion Dollar Challenge: Principles for profitable convergence, November 2005, http://www.deloitte.com/dtt/cda/doc/content/dtt_tmt_TheTrillionDollarChallengeLOWREZ_110805%281%29.pdf

4.12 Sogecable stellt analoges Pay-TV-Programm ein

Der spanische Pay-TV-Anbieter Sogecable hat sein analoges Angebot Canal+ eingestellt und am 7. November 2005 auf der gleichen Senderkette das werbefinanzierte Programm Cuatro gestartet. Ende 2004 hatte es bei Canal+ noch 441.000 Abonnenten gegeben. Das digitale Angebot Digital+ hatte Ende 2005 rund 1,96 Mio. Abonnenten, das sind gut 307.000 mehr als ein Jahr zuvor. Aufgrund günstiger Tarife

für Abonnenten, die von Canal+ zu Digital+ gewechselt sind, blieben die Erträge aus Pay-TV 2005 gegenüber dem Vorjahr unverändert bei 1,06 Mrd. Euro. [Schr]

Sogecable S.A. (2006): Consolidated Financial Results as of December 31st 2005: Fourth Quarter of 2005, 14.2.06 – http://www.sogecable.com/Media/pdfs/2006/SGC_FY05_results.pdf

4.13 Aufsichtsbehörden prüfen Fusion der Programm-Bouquets Canal Satellite und TPS

Die französischen Wettbewerbsbehörden prüfen derzeit die Fusion der beiden führenden Programmplattformen im französischen Satellitenfernsehen, Canal Satellite und TPS. Anders als in Deutschland, Großbritannien, Italien und Spanien verfügt Frankreich bislang über einen starken Wettbewerb der Pay-TV-Plattformen. Canal Satellite wird von Vivendi und Lagardère betrieben und hatte Ende des Jahres 2005 rund 3,2 Mio. Abonnenten. Über sein herkömmliches, terrestrisch verbreitetes Pay-TV-Programm (Canal Plus2), das bereits in den 80er Jahren gestartet wurde, verfügt die Groupe Canal Plus über weitere 5 Mio. Abonnenten. TPS wurde Ende der 90er Jahre von den führenden Free-TV-Anbietern in Frankreich gestartet (TF1/ Bouygues, M6/ Suez/ Bertelsmann) und hatte Ende 2005 über 1,7 Mio. Abonnenten. Mit der Fusion würde vor allem die Stellung von

Vivendi im französischen Pay-TV-Markt massiv gestärkt. Die vereinigten Plattformen würden rund 75 % der Sportübertragungsrechte und 65 % der Übertragungsrechte an US-Blockbustern auf sich vereinen. Deshalb gibt es Widerstand von Seiten der Produzenten und der öffentlichen Programmanbieter. Die Wettbewerbsbehörden haben den Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) gebeten, bis zum 28. Mai 2006 eine rundfunkrechtliche Stellungnahme abzugeben. [PP]

Emmanuel Berretta, Le Point (2006): France Télévisions attaque la fusion TPS/Canal +, Meldung vom 11.05.2006 - <http://www.lepoint.fr/medias/document.html?did=178223>

Nicole Vulser, Le Monde (2006) : TPS-Canal+, fusion à risques, Meldung vom 04.04.2006 - http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARC_H_30J&objet_id=939893

4.14 Abschaltung der analogen Satellitenübertragung von BBC World

Ende Januar hat die British Broadcasting Corporation (BBC) bekannt gegeben, dass die analoge Übertragung ihres Programms BBC World Mitte April eingestellt wird und nur noch in digitaler Form verbreitet wird. [H3r]

British Broadcasting Corporation (BBC) (2006): Analogue Switch Off in Europe - http://www.bbcworld.com/content/template_clickpage.asp?pageid=2753&home=1

4.15 EU verstärkt Zusammenarbeit mit Mercosur

Die Europäische Union (EU) bemüht sich im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) um eine stärkere Zusammenarbeit mit den Staaten des lateinamerikanischen Wirtschaftsverbundes Mercado Común del Sur (Mercosur). Im Januar wurde mit Vertretern aus Brasilien und Argentinien eine Intensivierung des Austauschs über politische und rechtliche Praktiken sowie der Ausbau von Forschungs- und Handelskooperationen im IKT-Bereich vereinbart. Dabei stand insbesondere auch die Digitalisierung des Fernsehroundfunks im Blickpunkt. Die EU verweist auf das

sozialpolitische, industrielle und wirtschaftliche Potenzial dieser Technologie, deren Einführung auch in den Mercosur-Staaten ansteht. Dem Mercosur gehören aktuell Argentinien, Brasilien, Paraguay und Uruguay an, weitere Staaten Mittel- und Südamerikas sind assoziiert. [CH]

Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2006): EU sucht verstärkte IKT-Partnerschaft mit Mercosur-Ländern, Pressemitteilung IP/06/91 vom 30.1.06 - <http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAciton.do?reference=IP/06/91&format=PDF&aged=0&language=DE&guiLanguage=en>

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 (December 2005) Nr. 52

Becker, Anne (2005): TV Braces for DVR Ratings – S.17.

„The television industry may be talking in different ratings languages in the coming weeks, say TV executives, when Nielsen begins to include programs recorded on digital video recording devices (DVRs) in the viewing it tracks for networks and advertisers.”

Cable and Satellite

Is. 253 (November 2005)

Bartosova, Daniela (2005): IPTV: The Business Case – S.24-28.

„Despite the hype surrounding IPTV, only a handful of player in Europe have launched and marketed commercial services. Cable and Satellite Europe surveys four players at different stages of deployment to find out what lessons are being learned.”

Is. 255 (January/February 2006)

Thomson, Stuart (2006): The big band era – S.12-19.

„Competition between telecom and cable operators is heating up across the globe, with each vying to outdo the other by offering ever higher bandwidth to consumers. The next generation of Docsis technology could put cable ahead decisively, but the question remains: what is all this bandwidth for?”

Dziadul, Chris (2006): The rise of Russia – S.20-24.

„As the Russian Economy continues to grow rapidly, so too does the country’s media sector. But away from the bright lights of Moscow, there is still little incentive to upgrade the country’s cable infrastructure.”

Thomson, Stuart (2006): HD’s global market – S. 26.28.

„The number of HDTV homes is expected to expand significantly by 2010, but progress will be steady rather than dramatic, according to a new report by Informa Media. Clarity about standards will be key to its success.”

Computer und Recht

Jg. 21 (2005) Nr. 11

Wrona, Stephan (2005): Die Entgeltregulierung der Breitbandkabelnetze – S.789-796.

„Die deutschen Breitbandkabelnetzbetreiber bieten eine große Palette von Telekommunikationsdiensten an und bedienen damit eine Vielzahl von Einzelmärkten. Das Kerngeschäft der Branche besteht traditionell in der Übertragung von Rundfunk und Mediendiensten vom Inhaltanbieter bis zum Endkunden. Bedingt durch die technische Innovation, insbesondere die fortschreitende Digitalisierung der Kommunikation erschließt die Breitbandkabelbranche weitere Geschäftsfelder. Vor diesem Hintergrund sollen im nachfolgenden Überblick einige der angebotenen Dienstleistungen der Breitbandkabelnetzbetreiber im Licht der Entgeltregulierung des neuen Telekommunikationsgesetzes vom 22.6.2004 (TKG) betrachtet werden.“

Convergence

Vol.11 (2005) Nr. 3

Iosifidies, Petros (2005): Digital Switchover and the Role of the BBC Services in Digital Television Take-up – S.57-74.

„This paper discusses the process of digital switchover and assesses the role the BBC services have played in driving overall digital take-up and therefore bringing forward the likely date of analogue switch-off. The first part examines the advantages and drawbacks of digital switchover and identifies a number of challenges and policy dilemmas of making switchover an achievable objective. Part two presents an overview of current developments of digital television in the UK and outlines various measures proposed for encouraging digital take-up. The third and final part deals with the contribution of the new BBC services to digital take-up, considers free terrestrial platform Freeview’s likely effect on commercial rivals, and assesses the effectiveness of the proposed free satellite platform FreeSat to accelerate digital adoption. The paper concludes that the new digital BBC services have played a significant role in enhancing consumer interest in DTV services.”

EBU Technical Review

Nr. 305 (January 2006)

Skiöld, Daniel (2006): An economic analysis of DAB & DVB-H. – 10 S. *Online-Ressource:* http://www.ebu.ch/en/technical/trev/trev_305-skiold.pdf

„Cost comparisons between DAB and DVB-H have sometimes been inconsistent in the past. Some have claimed that DAB networks are cheaper per multiplex, while others have claimed that DVB-H will be cheaper per radio or TV channel. The underlying and hidden assumption is that the networks will be filled with content.

These kinds of comparisons leave much for speculation – as one can claim that both DAB and DVB-H can be cheaper, depending on if you calculate the costs per multiplex or per channel. To know the costs of these technologies, we need to know the market size. And clearly, we need a common measurement system, to enable fair comparisons.“

Weck, Chris/ Wilson, Edgar (2005): Broadcasting to Handhelds — an overview of systems and services. – 11 S. *Online-Ressource:* http://www.ebu.ch/en/technical/trev/trev_305-wilson.pdf

„This article stems from a study carried out by EBU Project Group B/BTH (Broadcasting to Handhelds) which has been examining the several system technology options. The group has also considered some service aspects, including business models and programme offers. The results suggest that the first task for a broadcaster is to develop a clear understanding of the various roles in the BTH value chain that he might wish to play – from content production to the consumer. He must then develop the necessary synergies with partners in the future BTH world. This may subsequently have a direct influence on the choice of technical system, rather than making a selection on the basis of technical performance only. There will also be further fundamental considerations to take into account, such as spectrum availability.“

Funkkorrespondenz

Jg. 54 (2006) Nr. 8

Reiter, Udo (2006): Mehr Regionalität in der digitalen Welt – S.3-7

Herres, Volker (2006): Das erste Knopfloch – Zur Strategie des öffentlich-rechtlichen Fernsehens im digitalen Zeitalter – S.8-12

International Journal of Media Management

Vol.7 (2005) Nr.1 & 2

Leandros, N./Tsourvakas, G. (2005): Intensive competition and company failures in subscription television: Some European experiences – S.24-38.

„The end of the 20th century is characterized by the development of new technologies in the field of communication and more specifically in the television sector. The most important change took place with the introduction of digital technology, a new way of transmitting radio and television signals where the height of the magnetic wave changes into an arithmetic-dual representation. In recent years, a theoretical dialogue focuses on issues of the competitive structure of the digital television markets as well as the strategies of those companies. There are many different views concerning competitive strategies in the digital age. Some argue that free competition leads to a price war, others that regulated competition leads to cost leadership or diversification at an optimum price level. By examining some case studies of European subscription television, this article investigates the consequences of competitive behavior of Greek companies and their European counterparts. The evidence presented in this article suggests that, in the digital television market, under conditions of free competition, aggressive expansionist policies have failed to generate sufficient demand for the services offered by the companies, although they have increased costs, and eventually lead to financial crisis.“

Journal of Media Business Studies

Vol. 3 (2005) Nr. 2

Loebbecke, Claudia/ Fischer, Matthias (2005): Pay TV Piracy and its Effects on Pay TV Provision – S.17-34.

„This article explores how pay TV piracy in Europe affects the legal providers of pay TV services. It describes the main players in the European pay TV market, the Conditional Access Systems (CAS) used in the European Union (EU 15), the European pay TV piracy market, and the most important technologies used. The authors then discuss the effects of pay TV piracy on CAS providers and pay TV providers and conclude with some proposed anti-piracy measures for more effective protection against pay TV piracy in Europe.“

Journal of Media Economics

Vol.18 (2005) Nr. 3

Sohn, S. (2005): Interindustry and intraindustry competition in satellite broadcasting: A comparative case study on the United States, Japan, England, and France – S. 167-182.

„The emergence of new broadcasting technologies - mainly cable, satellite, and the Internet is shaking the traditional structure of the broadcasting market, where a few operators maintained oligopoly. In particular, the multichannel paytelevision industry represented by cable and direct satellite broadcasting has not only emerged as a competitor to conventional terrestrial television but also is shaping a completely new inter- and intradustry market structure. Satellite broadcasting has the technological advantage of being able to offer digital multichannel services to consumers in wide-ranging regions simultaneously. This study explored the role of intra- and interindustry competition in the evolution of satellite broadcasting with case studies on the United States, Japan, England, and France. The case studies revealed that different patterns of inter- and intraindustry competition play a critical role in the business strategies of satellite broadcasters and their expansion in terms of subscription and market share. The findings of this research suggest that a policy framework that guarantees an adequate level of competition among content delivery technologies is required.“

Medien Wirtschaft

Jg. 2 (2005) Nr. 4

Barzen, Dietmar (2005): Film- und TV Rechteverwertung auf mobilen Endgeräten – S.189-189.

„Rund 50 Mrd.Euro haben die Netzwerk-Betreiber im Jahr 2000 bei der Versteigerung der UMTS-Lizenzen in Deutschland bezahlt. Die Infrastruktur ist entsprechend den Lizenzbedingungen inzwischen aufgebaut, und UMTS wurde mit einem Jahr Verspätung 2005 eingeführt. Eine der Schlüsselfragen ist die Frage nach den Wachstumstreibern, der sog. ‚Killerapplikation‘. Verschiedene Studien haben ein beachtliches Nutzerpotential für Handy-TV festgestellt, denn UMTS Handys sind TV-fähig. Im Vergleich zu mobilen Entertainment-Angeboten, Musik-Files und Klingeltönen ist beim Handy-TV mit einer breiteren Zielgruppen-Akzeptanz zu rechnen. Der folgende Beitrag untersucht anhand von vier Case Studies, wie der Handy-TV Markt in der Einführungsphase aufgebaut wird, wer die Key Player sind und welche Rolle die Network Operator, die Mediendienstleister, die Fernsehsender und die Rechteinhaber spielen. Gestützt auf zahlreiche Expertengespräche erör-

tert der Beitrag induktiv und beispielhaft die komplexen Strukturen des Zukunftsmarktes der mobilen Film- und TV-Rechteverwertung in der heutigen frühen Einführungsphase in Deutschland.“

Tillmann, Herbert (2005): HDTV – Die Zweite – S.181-188.

„HDTV‘, vier Buchstaben, die wieder salonfähig sind. Nach dem Scheitern der analogen HD-Technik war es still geworden um hochauflösendes Fernsehen. Seit geraumer Zeit ist HDTV nun wieder in aller Munde. Möglich wurde dies durch die im Bereich des Fernsehens durchgängige Einführung von digitalen Technologien. Die steigende Begeisterung für das hochauflösende Fernsehen breitet sich anscheinend unaufhaltsam aus. Was verbirgt sich tatsächlich hinter diesem vermeintlichen Boom? Ist mit HDTV eine Fernseh-Evolution zu erwarten oder doch eher eine Revolution? Wann wird aus dem neuen Fernsehstandard, das neue Standardfernsehen? HDTV wird nun auch in Europa Einzug halten, hier sind sich die meisten Fachleute einig. Die Beurteilung dieses Trends fällt allerdings im Detail durchaus unterschiedlich aus. [...]“

Theyson, Sven/ Prokopowicz, Agnieszka/ Skiera, Bernd (2005): Der Paid Content-Markt – Eine Bestandsaufnahme und Analyse von Preisstrategien – S. 170-180.

„Der Paid Content-Markt verzeichnete in den letzten vier Jahren sowohl in Deutschland als auch in den USA ein enormes Wachstum. Treiber dieser Entwicklung sind Angebote in den Bereichen ‚Information‘ (z.B. journalistische Inhalte, Wirtschaftsinformationen) und ‚persönliche Dienstleistungen‘ (z.B. Dating-Angebote, Ernährungsberatung) in den USA sowie ‚Information‘ und ‚Entertainment‘ (z.B. Musik, Spiele, Handy Downloads) in Deutschland. Ziel dieses Beitrags ist es, eine Bestandsaufnahme von Anbietern, Produktkategorien und Zahlungsbereitschaften im deutschen und US-amerikanischen Paid Content-Markt vorzunehmen und den Einfluss der Preisdifferenzierung als zentralen, Teil der Preisstrategie von Unternehmen auf den Markterfolg zu analysieren. Es wird gezeigt, dass die Preisdifferenzierung aufgrund der Unterschiede in den Zahlungsbereitschaften der Konsumenten eine erfolgsversprechende Preisstrategie darstellt. Die Mehrzahl der am Markt befindlichen Unternehmen wenden bereits verschiedene Formen der Preisdifferenzierung an, wobei die Preisdifferenzierung mit Selbstselektion dominiert. Verglichen mit dem deutschen Paid Content-Markt kann eine wesentlich höhere Anwendung der mehrdimensionalen Preisdifferenzierung und damit eine feinere Segmentierung der Konsumenten im US-amerikanischen Paid Content-Markt festgestellt werden.“

Nordicom Review

Vol. 26 (2005) Nr. 2

Rintala, Niina/ Suolonen, Sanna (2005): The Implications of Digitalization for Job Descriptions, Competencies and the Quality of Working Life – S. 53-67.

„Radio and television program production are being digitalized, but we are still not very familiar with the implications of digitalization for journalistic professions. A qualitative case study was conducted in order to understand how journalistic job descriptions and competencies change with digitalization and how these changes are experienced in terms of the quality of working life. The results suggest that changes in job descriptions can occur in different ways: by transferring tasks from one job description to another, by fusing two or more job descriptions or by adding new tasks to the traditional job descriptions. Changes in competencies were brought about by the digitalization of production technology, changes in job descriptions and the emergence of new media and new working practices. The job descriptions of journalists became more post-bureaucratic, whereas those of editors remained bureaucratic. Especially changes in competencies were experienced as stressful. The interviewees also experienced that the quality of the programs had decreased, at least during the early phases of digitalization.“

Tendenz

(2005) Nr. 4 (Scherpunkt Mediennutzung)

Nötting, Thomas (2005): Wundertüte für die Westentasche. Boom für mobile Mediennutzung prognostiziert. – S. 12-13. *Online-Ressource:* http://www.blm.de/apps/documentbase/data/de/12-13_wundertuete.pdf

„Das Handy entwickelt sich zum mobilen Monstermedium. In wenigen Jahren wird es portables Internet, Fernsehen und Radio in einem sein. Die klassischen Medien wollen sich nicht ins Geschäft funken lassen, sondern vom erwarteten Boom profitieren.“

Ecke, Oliver (2005): Personal Video Rekorder: Eine Herausforderung für die klassische TV-Werbung: Wie sich der technologische Wandel auf die Mediennutzung auswirkt. – S. 14-15.

Online-Ressource: http://www.blm.de/apps/documentbase/data/de/14-15_pvr.pdf

„PVRs revolutionieren die TV-Nutzung‘ – ‚Festplattenrekorder machen den Zuschauer zum Programmdirektor‘ – ‚Ist Time-Shifting so ähnlich, wurden in letzter Zeit Meldungen über Studien aus den USA und Europa kolportiert, die sich mit den Auswirkungen von Festplattenrekordern auf die Fernsehnutzung beschäftigen. TNS Infratest hat zu den MEDIENTAGEN MÜNCHEN 2005 im Auftrag von more.tv eine Studie zur Nutzung von Personal Video Rekordern (PVR) aufgelegt, die Oliver Ecke für ‚tendenz‘ zusammengefasst hat.“

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap

Jg. 33 (2005) Nr. 4

Aalberts, Chris/ van Zoonen, Liesbet (2005): Televisiekijken in het digitale tijdperk – S.347-364.

„The television industry has high expectations of digital television, but consumer interest has failed to follow suit. This paper seeks to explain this gap between industry predictions and audience perceptions. Using the expectancy value theory from communication studies and the domestication concept from technology studies, we contend that consumers' expectations of digital television will be related to their daily lives and current viewing habits. We have conducted interviews on this subject with Dutch respondents (singles, couples and families with young children). This paper reports on the latter group. In the hectic and – by necessity – rigidly organised daily lives of these families, passive, random and shared television viewing seems to make the best suited leisure activity. These respondents tend to regard the active, selective and individualistic viewing promised by the industry more as a threat than as an improvement to their current television use.“

5.2 Einzelstudien- und Buchveröffentlichungen

Lenkungsgruppe DVB-T Norddeutschland (2005): Renaissance der Antenne. Projektbericht: DVB-T Norddeutschland – Berlin: Vista – 136 S.

Hubertus Gersdorf (2006): Internet über Rundfunkfrequenzen. Vergabe digitaler terrestrischer Rundfunkübertragungskapazitäten an Anbieter von Nicht-Rundfunkdiensten. Rechtsgutachten. – Berlin: Vista – 104 S.

Ariane Schröfel (2006): Interaktives Fernsehen. Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven. – Saarbrücken: VDM Verlag – 130 S.

Beutler, Roland (2004): Frequency assignment and Network Planning for Digital Terrestrial Broadcasting Systems. – London: Kluwer Academic Publishers. – 309 S.

Wootton, Cliff (2005): A Practical Guide to Video and Audio Compression – From Sprockets and Rasters to Macro Blocks. – London: Focal Press.- 787 S.

Simpson, Wes (2005): Video over IP – A practical guide to technology and applications. Focal Press. – 493 S.

Feldmann, Valerie (2005): Leveraging Mobile Media: Cross Media Strategy and Innovation Policy for Mobile Media Communication. – Heidelberg: Physica Verlag. – 280 S.

Klaes, Roland L. (2005): Informationsauftrag und Programmautonomie des Rundfunks unter den Bedingungen der Digitalisierung und im Zeitalter von „Multimedia“. – Baden-Baden: Nomos. – 406 S. (Schriftenreihe des Archivs für Urheber- und Medienrecht, Bd. 231).

5.3 Buch im Fokus: Unterhaltung schlägt Information

Corsa, Uta (2005): *Unterhaltung schlägt Information. Die ersten digitalen Fernsehprogramme von 1996 bis 2003.* – Konstanz: UVK. – 405 S. (Kommunikation audiovisuell; Bd. 36).

Vor nunmehr zehn Jahren – genauer am 28.7.1996 – begann in Deutschland das digitale Fernsehzeitalter; wenn auch zunächst nur für einige Hundert Zuschauer des Senders DF1, die eine Übertragung des Formel 1-Übertragung aus Hockenheim verfolgen konnten. Die bescheidenen Anfänge sind inzwischen überwunden, 2010 soll der Analog-Switch-Off erfolgen.

Die Jahre 1996 bis 2003 können in vielerlei Hinsicht als die formativen Jahre des digitalen Fernsehens in Deutschland gelten – genug Stoff für einen Rückblick und für eine erste systematische Analyse der ersten digitalen Fernsehprogramme in Deutschland, wie sie Uta Corsa vorgelegt hat und mit der sie sich habilitierte. Corsa ist seit 1990 Mitarbeiterin am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaften der Universität Leipzig.

Corsa verspricht für den gewählten Untersuchungszeitraum eine Beschreibung der „sozialen, technischen, medialen, programmgeschichtlichen und programmstrukturellen Entwicklungen“ sowie „einen Einblick in die digitale Fernsehpolitik, in das digitale Fernsehrecht, den digitalen Fernsehmarkt, den digitalen Fernseh-

konsum in Deutschland und in eine digitale Weltgesellschaft.“ (S. 12)

Ausgangspunkt der Arbeit ist das Interesse an der Vermessung von vor allem in der Medienwissenschaft entwickelten Theorien und Prognosen hinsichtlich einer grundsätzlichen Veränderung eines herkömmlichen Programmbegriffs sowie einem Wandel der Mediennutzung, letztlich des (Massen-) Medienkommunikationsprozesses durch die Digitalisierung des Fernsehens.

Dieser theoretische Rahmen wird entfaltet und bildet die Fundierung der weiteren Analyseschritte. Corsa stützt ihre Arbeit vor allem auf eine Programm- bzw. Angebotsstrukturanalyse aller, d.h. privater wie auch öffentlich-rechtlicher digitaler Fernsehprogramme in Deutschland im Untersuchungszeitraum 1996-2003. Hinzu kommt die Auswertung von qualitativen Interviews sowie teilnehmenden Beobachtungen in 20 Digitalfernseh-Haushalten zwischen Dezember 2001 und Februar 2002, die einen ersten Aufschluss über Rezeption und praktischen Umgang mit digitalem Fernsehen geben. Die Autorin konnte dabei zudem auf unveröffentlichte Studien zurückgreifen, die für den internen Gebrauch einzelner Marktakteure bzw. Anbieter erstellt wurden.

Zunächst stellt Corsa jedoch auf 30 Seiten die gesellschaftlichen, politischen, sozialen, öko-

nomischen und technischen Bedingungen digitalen Fernsehens dar, was der Einordnung in das Mediensystem dienen soll.

Kern der Untersuchung ist dann die intensive Analyse der Programm- bzw. Angebotsstrukturen der ersten digitalen Programmbouquets in Deutschland – private (DF1, Premiere digital, Premiere World/ Premiere) in Kapitel 3, wie öffentlich-rechtliche (ARD Digital, ZDF.vision) in Kapitel 4. Zahlreiche Grafiken und Tabellen unterstreichen die dabei ausgemachten Unterschiede und verdeutlichen die spezifischen Profile und Strukturen der Angebote.

Hinzu kommt auf Basis der Interviews sowie der teilnehmenden Beobachtungen die Herausarbeitung spezifischer Rezeptions- bzw. Rezipiententypen; auch dies in Bezug sowohl auf Premiere als auch auf die öffentlich-rechtlichen Anbieter.

Angesichts der im Untersuchungszeitraum relativ geringen Verbreitung digitalen Fernsehens kann eine solche Typologisierung, wie die Autorin selbst anführt, nur ein erster Schritt sein; Corsa bezeichnet den Versuch entsprechend als Pilotstudie.

Die Schlussfolgerungen aus dieser eingehenden Untersuchung bestätigen vielfach bereits anderweitig kommunizierte, aber nicht vergleichbar belegte Thesen, wie etwa „Fernsehen bleibt Fernsehen“. Zumindest für den Untersuchungszeitraum weist Corsa nach, wie sehr auch digitales Fernsehen noch in der Tradition von Programmgestaltung verhaftet blieb. Vielfach wurden von den Nutzern offenkundig auch Erfahrungen oder Images aus der analogen Fernsehprogrammwelt auf die digitale Fernsehprogrammwelt übertragen, was insbesondere bei

den öffentlich-rechtlichen Angeboten zum Tragen komme. Prinzipiell bewogen Unterhaltungsformate zur Nutzung digitaler Angebote:

Gleichwohl wog bei der Auswahl der erwartete bzw. tatsächliche Programminhalt schwerer als die Entscheidungsmöglichkeit analog versus digital an sich; bei Simulcast-Betrieb wurde allerdings das digitale Angebot genutzt. Dabei war es im Allgemeinen dem analogen Angebot weitgehend quantitativ und qualitativ noch unterlegen. So ergab sich an durchschnittlichen Fernsehhabenden ein Mix aus analogen und digitalen Angeboten.

Mit zunehmender Verbreitung bzw. der medienpolitisch forcierten Durchsetzung digitaler Fernsehangebote seien künftig gleichwohl Änderungen wahrscheinlich. Hier bringt Corsa einen neuen medientheoretischen Begriff ins Spiel, der die durch zunehmende Konvergenz bzw. „Computerisierung des Fernsehens“ gekennzeichnete Entwicklung des digitalen Fernsehkommunikationsprozesses nach ihrer Ansicht in besonderer Weise charakterisieren soll: den „digitalen Medienraum“. Damit wird eine Verknüpfung bislang voneinander abgetrennter Begriffs_welten wie Telekommunikation und Fernsehen vorgeschlagen.

Neben den technologischen Voraussetzungen sei es indes von zentraler Bedeutung, spezifisch eigene, innovative und letztlich attraktive Programmprofile zu entwickeln. Bis 2003 habe das digitale Fernsehen jedenfalls noch keine Alternative zum analogen Programm dargestellt, urteilt Cora. Der Anfang sei gleichwohl gemacht. [CH]