



DocuWatch Digitales Fernsehen

Eine Sichtung ausgewählter Dokumente
und wissenschaftlicher Studien

2/2004

Aus dem Inhalt:

Bericht des Ofcom zum Switch-Over

Studie über Einstellungen der Briten zum Switch-Over

Diskussionspapier der GSDZ zu Anforderungen an Navigatoren

EU-Arbeitspapier zur Interoperabilität digitaler interaktiver Fernsehdienste

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

ISSN 1611-8677

Schutzgebühr: 10,00 EUR

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

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

Zum DocuWatch

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

DocuWatch Digitales Fernsehen 2/2004: Redaktionsschluss 11. Juni 2004

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

Gastautoren: Bianca Gerlach, Rechtsanwalt Philipp Plog, Lovells, Hamburg

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

Inhalt

1	Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen	
1.1	Studie ergründet Einstellungen der Briten zum Switch-Over	4
1.2	Bericht des Office of Communications zum Switch-Over	6
1.3	Konsultationen zum digitalen Rundfunkangebot der BBC	7
1.4	Dritter Bericht des House of Commons „Broadcasting in Transition“	7
1.5	Thesen zur Zukunft des TV: Fernsehen bleibt Fernsehen	8
2	Anpassung der Regelungskonzepte	
2.1	Deutschland: Diskussionspapier der GSDZ zu Anforderungen an Navigatoren	9
2.2	Europa: EU-Arbeitspapier zur Interoperabilität digitaler interaktiver Fernsehdienste	11
2.3	Europa: Gutachten der ECCA über wirtschaftliche Folgen des EU-Richtlinienpakets	13
2.4	Großbritannien: Ofcom veröffentlicht Entscheidung zu moderner Werberegulierung	14
2.5	Australien: Zusammenlegung von ABA und ACA geplant	14
3	Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern	
3.1	Australien: Geforderte Sendezeit im HDTV-Standard wird eingehalten	15
3.2	Frankreich: EU-Kommission genehmigt Zusammenschluss von Noos und UPC	15
3.3	Irland: Lizenzen für DVB-T ausgeschrieben	15
3.4	Spanien: Informations- und Diskussionsforum zu DTT	15
4	Einzelthemen	
4.1	Datenbank zur Unterstützung der MHP-Einführung	17
4.2	„DVB-T: Das ÜberallFernsehen“ zum Qualitätssiegel erhoben	17
4.3	ANGA einigt sich mit Fernsehveranstaltern auf Recht zur Kabelverbreitung	17
5	Literaturhinweise	
5.1	Zeitschriftenveröffentlichungen	18
5.2	Buchveröffentlichungen	20
5.3	Buch im Fokus: Technology, Television, and Competition: The Politics of Digital TV	21

1 Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen

1.1 Studie ergründet Einstellungen der Briten zum Switch-Over

Im Januar und Ende März hat das britische Department of Trade and Industry in Zusammenarbeit mit der Generics Group eine umfassende Studie vorgelegt, die die Einstellungen der Bevölkerung zum digitalen Fernsehen und den sich daraus ergebenden Folgen für die Anschaffungspläne der Konsumenten untersucht.

Die zweiteilige Studie wurde als Bestandteil der im Digital Television Action Plan vorgesehenen Arbeiten zu „Human Aspects“ durchgeführt. Der Schwerpunkt lag dabei beim Übergang von der analogen zur digitalen terrestrischen Signalübertragung.

Die Ergebnisse des zweiten Teils der Studie beruhen auf computergestützten persönlichen Interviews mit 1.500 Zuschauern aus Großbritannien (Nov. / Dez. 2003). Im Rahmen dieser Befragung wurden Informationen zu den Haushalten und ihren Plänen für den Übergang zum digitalen Empfang von Rundfunkprogrammen gesammelt. Darüber hinaus wurden die Teilnehmer der Befragung mit unterschiedlichen Daten für den Switch-Over konfrontiert. Im Anschluss daran wurde geprüft, inwieweit die unterschiedlichen Daten für den Switch-Over zu einer Änderung des Verhaltens der Konsumenten führen. Neben den Erkenntnissen dieser Befragung flossen auch Ergebnisse ein, die bei der im Januar veröffentlichten Studie zur Akzeptanz des digitalen Fernsehens „Attitudes to Digital Television“ gesammelt wurden. Im März 2003 waren in acht Fokus-Gruppen 4.000 Zuschauern befragt und verschiedene Stakeholder konsultiert worden.

Mit Blick auf den Übergangsprozess zum digitalen Fernsehen zeigt sich, dass die Bekanntgabe eines klaren Umstellungsdatums starke Auswirkungen auf die Haushaltsausstattung hat. Die Studie zeigt, dass mit der Bekanntgabe eines klaren Datums für den Übergang zum digitalen Fernsehen das von der britischen Regierung formulierte Ziel, nach dem 95 % der Bevölkerung für die erfolgreiche Einführung des digitalen Fernsehens Zugang zu solchen Angeboten haben müssen, tatsächlich erreichbar ist.

Bei näherer Betrachtung der Einstellungen der Konsumenten werden im Rahmen der Untersuchung vier bis fünf Typen gebildet.

Dies sind Personen,

- die bereits über digitales Fernsehen verfügen („Adopter“),
- die klare Anschaffungspläne bis 2010 haben, sowie damit verknüpft jene,
- die bei einem klaren Anlass wie der Abschaltung der analogen Übertragung wechseln würden („Likely“),
- die sich kein digitales Fernsehen anschaffen werden („Won't be“)
- und die Gruppe der Unentschlossenen („Could be“).

Die beiden ersten Gruppen, die dem digitalen Fernsehen am positivsten gegenüber stehen, verfügen im Durchschnitt über ein höheres Einkommen als die anderen drei Gruppen. Das niedrigste Durchschnittseinkommen hat die Gruppe derjenigen, die nicht zum digitalen Empfang wechseln wollen. Mehr als die Hälfte der Personen aus dieser Gruppe fürchten, den mit dem digitalen Fernsehen verbundenen Anforderungen im Hinblick auf die finanziellen Investitionen, aber auch mit Blick auf die Bedienung der Geräte nicht gewachsen zu sein. Das Durchschnittsalter dieser Gruppe liegt bei 62 Jahren.

Die Veröffentlichung eines Datums für den Übergang von der analogen zur digitalen Rundfunkübertragung fördert einerseits das Tempo der Entwicklung, andererseits stehen die Konsumenten dem Übergang kritisch gegenüber. Die Hälfte der Befragten lehnt die Setzung eines klaren Datums für den Switch-Over ab, da sie sich dann dazu gezwungen fühlen, zu reagieren. Vor allem die fehlende Klarheit über die Kosten des digitalen Fernsehens spielt für diese skeptische Haltung eine große Rolle, da auch in Großbritannien digitales Fernsehen oft mit Pay-TV in Verbindung gebracht wird. Die wichtigsten Gründe derjenigen, die dem digitalen Rundfunk positiv gegenüber stehen, sind die bessere Übertragungsqualität und die zusätzlichen Inhalte, in dieser Gruppe ist auch der Informati-

onsstand über die Kosten für die Nutzung der Programme wesentlich besser. [H3r]

Department of Trade and Industry: Generics (2004): Attitudes to digital television: Preliminary findings on consumer adoption of Digital Television, http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf_documents/publications/Attitudes_to_Digital_Television.pdf

Department of Trade and Industry: Generics Group (2004): Attitudes to digital switchover. The impact of digital switchover on consumer adoption of digital television (30.03.04), http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf_documents/publications/AttitudestoSwitchover_300304.pdf

Prognostizierte Haltung der britischen Verbraucher bezüglich DTV

Konsumenten-Typ	... und seine Haltung zu DTV	Prozent der Befragten im März 2003 *) **)	Prozent der Interviewten im Nov. / Dez. 2003 **)
„Adopter“	Hat bereits DTV	38 %	45 %
„Likely“	Beabsichtigt, DTV eher früher als später anzuschaffen	12 %	17 %
„Could be“	Unwahrscheinlich, dass Typ DTV anschaffen wird; könnte aber noch davon überzeugt werden	29 %	19 %
„Won't be“	Unwahrscheinlich, dass Typ DTV anschaffen wird; kann wohl nicht davon überzeugt werden	13 %	19 %

*) 6 % der Antwortenden hatten kein DTV und machten keine Angaben bzgl. ihrer zukünftigen Haltung.

**) Durch Rundungen ergeben die Prozentzahlen insgesamt keine 100 %.

Quelle: Table 1: Go Digital Classification, in: Attitudes to digital switchover, S. 31.

Szenarien zur Ausstattung mit Digitelempfängern abhängig von der Nennung eines unklaren bzw. klaren Umstellungsdatums

(Gemäß den Befragungsergebnissen zur Einstellung zu DTV)

a) Ohne klares Umstellungsdatum				b) Mit klarem Umstellungsdatum (2010)			
Haushalte		Geräte		Haushalte		Geräte	
Haushalte mit mindestens einem digitalen Empfangsgerät	72 % (70 % - 80 %)	Anteil der digitalen Empfangsgeräte	54 %	Haushalte mit mindestens einem digitalen Empfangsgerät	95 %	Anteil der digitalen Empfangsgeräte	Insgesamt 72 %
Haushalte mit ausschließlich digitalen Empfangsgeräten	43 %	Anteil der digitalen Hauptgeräte	72 % (70 % - 80 %)	Haushalte mit ausschließlich digitalen Empfangsgeräten	Insgesamt 61 %	Anteil der digitalen Hauptgeräte	95 %

Quelle: Conversion status, in: Attitudes to digital switchover, S. 3 + 4.

1.2 Bericht des Office of Communications zum Switch-Over

Im Auftrag der Secretary of State for Culture, Media and Sport, Tessa Jowell, hat das Office of Communications (Ofcom) einen Bericht über die möglichen Auswirkungen der Einführung des digitalen Fernsehens in den nächsten zehn Jahren erstellt. Im Rahmen dieses Berichts sollten die Optionen für die Nutzung des Übertragungsspektrums, die Probleme bei der Umsetzung des Switch-Over und die politischen Handlungsoptionen zur Förderung des digitalen Fernsehens dargestellt werden.

Die wichtigsten, positiv zu wertenden Effekte, die sich aus der Einführung des digitalen Fernsehens für Großbritannien ergeben sollen, liegen demnach in der effizienteren Nutzung des zur Verfügung stehenden Übertragungsspektrums – das dann auch für neue zusätzliche Dienste verwendet werden kann –, einer Erweiterung des digitalen Angebots auf dem Rundfunkmarkt, da neuen Marktteilnehmern der Zugang ermöglicht werden kann. Darüber hinaus verbessere sich sowohl die Zahl als auch die Qualität der für den Zuschauer zugänglichen Angebote mit dem digitalen Fernsehen. Schließlich werde durch den frühen Übergang zur digitalen Übertragung die Spitzenposition Großbritanniens in diesem Bereich gefestigt.

Den erhofften positiven wirtschaftlichen Effekten stehen die Investitionen in neue Empfangsgeräte durch die Verbraucher gegenüber. Um den Verbrauchern den Übergang zu erleichtern, sollte aus Sicht des Ofcom eine Simulcast-Phase eingeplant werden, in der sowohl analoge als auch digitale Signale übertragen werden. Um die von der Regierung formulierten Vorgaben für einen erfolgreichen Übergang zum digitalen Fernsehen zu erreichen und tatsächlich 95 % der Haushalte mit digitalem Fernsehen zu versorgen, ist eine gemeinsame Anstrengung aller Beteiligten notwendig, um von der Planung zur tatsächlichen Einführung überzugehen.

In vielen Bereichen sind die Voraussetzungen für die erfolgreiche Einführung des digitalen Fernsehens nach Ansicht der Ofcom noch nicht erfüllt. So fehlten z. B. noch die technischen Voraussetzungen um eine Reichweite von 95 %

für digitale Fernsehsignale zu erreichen. Vor diesem Hintergrund fordert das Ofcom klare Vorgaben für die Gestaltung des Switch-Overs, durch die für die Beteiligten Planungssicherheit geschaffen werden soll (vgl. 1.1, S. 4 in dieser Ausgabe).

Neben der Klärung des Zeitplanes für den Übergang zum digitalen Fernsehen besteht aus Sicht des Ofcom vor allem bei der Information der Konsumenten dringender Handlungsbedarf, um die Akzeptanz des digitalen Fernsehens zu verbessern. Dies betrifft vor allem Informationen über die Qualität der neuen Angebote und die Empfangsmöglichkeiten für kostenlose Programme.

Neben den Konsumenten sollten auch die Veranstalter Anreize für den Übergang zur digitalen Verbreitung ihrer Programme erhalten. Für die BBC und ihre privatwirtschaftliche Konkurrenz sinken zwar einerseits die Übertragungskosten, andererseits wird das Ergebnis der Entwicklung eine Steigerung des Wettbewerbes sein, die auf der Seite der kommerziellen Veranstalter das finanzielle Budget von Zuschauern und Werbekunden betrifft. Auf der Seite der BBC wird sich möglicherweise der Verlust der Bedeutung auf einem dann vielfältigeren Markt ergeben und so eventuell die Akzeptanz dieser Institution in der Bevölkerung sinken.

Zur verbindlichen Organisation des weiteren Übergangsprozesses fordert Ofcom die Einrichtung einer neuen Institution, die mit klaren Vorgaben die Entwicklung vorantreibt. Diese „SwitchCo“ sollte vor allem die Koordination der unterschiedlichen Akteure vornehmen, die an diesem Prozess beteiligt sind und möglichst unabhängig und neutral im Hinblick auf die Entwicklung des digitalen terrestrischen Fernsehens und der anderen möglichen Übertragungswege sein. [H3r]

Ofcom (2004): Driving digital switchover: a report to the Secretary of State (05.04.2004), http://www.ofcom.org.uk/research/dso_report/print/dso.pdf

1.3 Konsultationen zum digitalen Rundfunkangebot der BBC

Im Rahmen einer Konsultation der Secretary of State for Culture, Media and Sport über die Rolle der BBC bei der Einführung des digitalen Fernsehens veröffentlichte die BBC eine Studie zu den Aktivitäten des Unternehmens in diesem Bereich.

Im Rahmen dieser Studie wird auf die Fernseh- und Online-Angebote CBeebies, den The CBBC Channel, BBC Three und BBC Four eingegangen, die als Referenz für digitale Angebote entwickelt werden sollten. Im zweiten Abschnitt wird vorgestellt, in welcher Weise diese Angebote zu den Aufgaben der BBC passen. In weiteren Kapiteln stehen die Aktivitäten der BBC zur Förderung des digitalen Fernsehens und Radios, die Akzeptanz der Angebote beim Publikum, die Bedeutung der Aktivitäten der BBC im Rundfunkmarkt beim Übergangsprozess sowie die künftigen Pläne im Mittelpunkt.

Im Rahmen dieser Konsultation wurde im Auftrag der BBC durch das Unternehmen Oliver & Ohlbaum Ltd. eine Marktanalyse zu den digitalen Angeboten der BBC im Wettbewerb mit kommerziellen Anbietern durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Analyse zeigen, dass die BBC-Angebote als Bestandteile des Freeview-Angebotes einen wesentlichen Beitrag zu dessen Erfolg geleistet haben. Da neben den Programmen der BBC noch weitere Anbieter mit diesem Paket verbreitet werden, können diese ihre Reichweite vergrößern. Die Auswirkungen auf die Attraktivität des Pay-TV werden als gering eingeschätzt, da Zuschauer, die Freeview nutzen sich nicht für das Pay-TV-Angebot interessieren würden.

Besonders positiv werden die umfangreichen Investitionen der BBC in die Entwicklung neuer

Programmangebote beurteilt, die erheblich zur Entwicklung einer Produktionslandschaft beitragen. Insbesondere die Kinder- und Jugendprogramme CBeebies und The CBBC Channel, die wesentlich weniger Animationsprogramme senden als die kommerzielle Konkurrenz erfreuen sich einer hohen Akzeptanz. Auch dies habe positive Effekte für die heimische Produktionslandschaft, da hier meist Programme britischer Herkunft gezeigt würden.

Das Engagement der BBC spielt indes vor allem durch das kostenfrei empfangbare Freeview eine wichtige Rolle bei der Förderung der Akzeptanz des digitalen Fernsehens in der Bevölkerung insgesamt. Die einzelnen digitalen Programme werden sich in ihren Marktumfeldern uneinheitlich entwickeln; während BBC 3 und BBC 4 weitere Marktanteile gewinnen werden, droht CBeebies durch wachsende Konkurrenz der Verlust von Marktanteilen. Thematische Angebote der BBC werden erhebliche Auswirkungen auf die Entwicklung des Marktes haben, da der finanzielle Spielraum der Konkurrenz für Investitionen in neue Programme gering ist.

[H3r]

Department of Culture, Media and Sports (Hrsg.) (2004): An assessment of the market impact of the BBC's digital TV services (BBC 3, BBC 4, CBeebies, CBBC). A report for the BBC's submission to the DCMS by Oliver & Ohlbaum Associates Ltd (March 2004), <http://www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/ecipurtvst66vgniobgdufwzj76yj6dz72iw4narrzedire34c7us44ngageuq7ztleq4qjhiyarkmjcw3vxpouqwhh/MarketImpactvfinal.pdf>

Zu Umfang der Konsultation siehe insgesamt: Department of Culture, Media and Sports (2004): Consultation for the Independent Reviews of the BBC's Digital Television and Radio Services, http://www.culture.gov.uk/global/consultations/2004+current+consultations/bbc_digital_review_consult.htm

1.4 Dritter Bericht des House of Commons „Broadcasting in Transition“

Das Culture, Media and Sport Committee des House of Commons hat den dritten Bericht zum Strukturwandel der Rundfunklandschaft veröffentlicht. Dabei werden neben der Entwicklung der Digitalisierung auch andere strukturelle Veränderungen behandelt. In diesem Jahr be-

schäftigt sich der Bericht mit der Etablierung des Ofcom und den aktuellen Entwicklungen im privaten Rundfunk, z. B. dem Zusammenschluss der Carlton Communications plc. und Granada plc.

Einer der Gründe für die Fusion der Veranstalter Carlton und Granada liegt in der Entwicklung der Werbeeinnahmen, die für die ITV-Gesellschaften die wichtigste Finanzierungsquelle sind. Aufgrund sinkender Werbeerlöse bemühen sich die Veranstalter um Kosteneinsparungen. Diese Einsparungen werden von den Veranstaltern unter anderem durch einen massiven Stellenabbau und Einsparungen bei den Ausgaben für Programme erreicht, eine Entwicklung, die sehr kritisch beurteilt wird. So wird zwar die Steigerung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der ITV-Gesellschaften begrüßt, allerdings dürfe dies aus Sicht der Verfasser des Berichts nicht auf Kosten der Qualität der Programme gehen. So wird mit Blick auf die regionalen Programme festgestellt, dass die Zahl der Programmstunden insgesamt rückläufig ist und auch die Differenzierung der Ange-

bote für die Regionen zurückgeht. Im Rahmen des Berichts wird das Ofcom aufgefordert, diese Entwicklung genau zu beobachten und sicher zu stellen, dass die gesetzlichen Vorgaben eingehalten werden. Dies gilt insbesondere für Nachrichtensendungen, die aufgrund der mit ihnen verbundenen Kosten von den Veranstaltern nur in einem den Vorgaben des Gesetzes entsprechenden Ausmaß angeboten werden, wobei ITC und Ofcom in der Vergangenheit eine liberale Haltung bei der Beurteilung dieser Praxis verfolgten, wie im Rahmen des Berichts kritisch vermerkt wird. [H3r]

House of Commons Culture, Media and Sport Committee (2004): Broadcasting in transition - Third Report of Session 2003-04, <http://www.publications.parliament.uk/pa/cm200304/cmselect/cmumeds/380/380.pdf>

1.5 Thesen zur Zukunft des TV: Fernsehen bleibt Fernsehen

Auf der Grundlage einer im Vorfeld der Cebit durchgeführten Online-Befragung von 700 Internetnutzern haben Thomas Becker, Helmut Hauptmeier und Katja Helfers „Sieben Siegener Thesen zur Zukunft des Fernsehens“ entwickelt.

Die plakativ formulierten Thesen lauten:

1. Das Fernsehen bleibt dumm,
2. das Fernsehen wird nicht interaktiv,
3. das Fernsehen wird kein Super-PC,
4. das Fernsehen wird besser oder tritt ab,
5. das Fernsehen wird komfortabler,
6. die Digitalisierung heißt Vernetzung,
7. der PC wird den Fernseher nicht ersetzen.

Drei dieser Thesen sagen demnach aus, dass Fernsehen auch weiterhin im Wesentlichen ein Medium zur passiven Rezeption von Fernsehprogrammen ohne Interaktivität und PC-Funktionalität bleibt.

Um im intermediären Wettbewerb inhaltlich bestehen zu können, müsse sich das Fernsehen

allerdings verbessern, wie weiter ausgeführt wird. Die deutlichsten Veränderungen des Fernsehens werden bis zum Jahr 2010 auf der Ebene der technischen Komponenten erwartet. Zum einen wird sich nach Ansicht der Autoren der Komfort beim Fernsehen erhöhen, etwa durch die Einblendung von Zusatzinformationen. Zum anderen werde die Vernetzung des Fernsehers mit anderen Geräten im Haushalt (PVR, PC) an Bedeutung gewinnen. Als Bestandteil solcher Netze aus unterschiedlichen Komponenten würden „schlauer PC“ und „dummer Fernseher“ auch in der Zukunft zur Ausstattung der Haushalte gehören. [H3r]

Becker, Thomas; Hauptmeier, Helmut; Helfers, Katja (2004): TV 2010: Die Digitalisierung des Fernsehens. Was erwarten Internetnutzer vom Zusammenwachsen von TV und PC?, http://www.sceneo.tv/downloads/TV_2010.pdf

2 Anpassung der Regelungskonzepte

2.1 Deutschland: Diskussionspapier der GSDZ zu Anforderungen an Navigatoren

In der Sitzung vom 4. Mai 2004 hat die Gemeinsame Stelle Digitaler Zugang (GSDZ) ein Diskussionspapier verabschiedet, das die Anforderungen an Navigatoren im digitalen Fernsehen konkretisiert. Das Papier beleuchtet sowohl den Anwendungsbereich als auch Regelungsadressaten und genauere technische und verfahrensrechtliche Vorgaben von verschiedenen Navigator-Typen.

Mit dem Diskussionspapier will die GSDZ die Anforderungen an Navigatoren konkretisieren, die sich aus § 53 Abs. 2 RStV ergeben. Da bisher nur wenige Erfahrungen in diesem Bereich gesammelt wurden, soll das Papier zunächst den derzeitigen Diskussionsstand darstellen und eine Grundlage für Entscheidungen bieten. Das Papier wird bei neuen Erkenntnissen weiter ausgebaut bzw. konkretisiert werden.

Die Kommission beschäftigt sich zunächst mit dem Begriff des Navigators, wobei die GSDZ die Funktion als Fernsehprogrammwahlhilfe im TV-Bereich als zentralen Anknüpfungspunkt nennt. Erfasst werden damit alle Navigationssysteme, die dem Zuschauer entweder beim Einschalten seines Empfangsgerätes oder aber beim Aufrufen der entsprechenden Funktion über die Fernbedienung als übergeordnete Benutzeroberfläche angeboten werden. Vor diesem Hintergrund unterscheidet das Diskussionspapier vier unterschiedliche Navigatortypen bzw. Navigationssysteme: Portal, Bouquet- oder Programm-EPG, Basis- oder SI-Navigator und EPG-Navigator.

- Als **Portal** versteht das Papier Startseiten, über die verschiedene technische Dienste ausgewählt werden können, also etwa Rundfunk, Video-on-Demand, Internet etc. Aufgrund des fernsehdienstbezogenen Anwendungsbereiches von § 53 Abs. 2 RStV fällt eine Einordnung von Portalnavigationssystemen unter diesen Paragraphen schwer. Das auf Seiten des Navigationsbetreibers möglicherweise bestehende Interesse, den Nutzer auch auf andere Dienste als klassische Rundfunkangebote hinzuweisen, etwa aufgrund der Möglichkeit über den Internetzugang Nutzungsentgelte

einzufordern, erkennt die GSDZ in dem Papier, sieht dies allerdings vor dem Hintergrund der Konvergenz als systemimmanente Entwicklung an. Rechtliche Anforderungen aus § 53 Abs. 1 RStV ergeben sich daraus nach Ansicht der GSDZ nicht.

- Als **Bouquet- oder Programm-EPG** versteht das Papier Navigationsoberflächen, die lediglich die Navigation innerhalb eines Programmbouquets ermöglichen. Da diese Führer lediglich den Wechsel innerhalb des Angebotes eines Programmanbieters ermöglicht, sieht die Gemeinsame Stelle für diese Fälle den § 53 Abs. 2 RStV als nicht anwendbar an. Dennoch formuliert die GSDZ die Verpflichtung an die Anbieter von Bouquet- und Programm-EPGs, zumindest den Wechsel zu anderen EPGs zu ermöglichen.
- **Basis- oder SI-Navigatoren** sind dem Diskussionspapier nach Dienste, die Serviceinformationen ungefiltert, d. h. anhand von inhaltlich neutralen Kriterien darstellen. Aufgrund dieser inhaltlichen Neutralität unterstellt die GSDZ derartigen Navigatoren die geforderte Diskriminierungsfreiheit i. S. von § 53 Abs. 3 RStV.
- Als letzten Navigatortyp unterscheidet das Papier den **EPG-Navigator**. Bei einem derartigen Navigationsdienst erfolgt die Darstellung der Programmangebote nicht anhand inhaltlich neutraler Kriterien; vielmehr gliedert der Anbieter die einzelnen Fernsehprogramme in Kategorien, die auf Programmzusatzinformationen (Sendezeit etc.) Bezug nehmen. Daneben können derartige EPG-Navigatoren auch weitere Dienste, wie etwa Such-, Vorkerk- und Programmierungsfunktionen anbieten. Voraussetzung für eine Behandlung derartiger elektronischer Programmzeitschriften als Navigator i. S. von § 53 Abs. 2 RStV ist jedoch, dass diese Navigatoren vom Nutzer als Standardnavigatoren eingestellt werden können oder aber vom Boxenhersteller oder vom Plattformanbieter bereits fest in der Set-Top-Box integriert sind („embedded navigator“).

Als Regelungsadressaten des § 53 Abs. 2 RStV nennt das Papier neben dem Hersteller der Set-Top-Box auch Kabelnetzbetreiber, die Navigatoren anbieten, sowie Programmanbieter oder Dritte (etwa ein Verlag für Programmzeitschriften), die derartige Dienste zur Verfügung stellen. Nach Ansicht der GSDZ können auch Plattformbetreiber, die konkrete Parameter oder Gestaltungselemente des Navigators gegenüber Boxen- oder Navigatorenherstellern vorgeben, Verpflichtete der Vorschrift sein. In diesem Zusammenhang weist die Stelle auf die Offenlegungsverpflichtung derartiger Bedingungen nach § 53 Abs. 4 Satz 6 RStV hin.

Vor dem Hintergrund des Zwecks von § 53 Abs. 2 RStV, der Sicherung der Meinungsvielfalt, stellt das Diskussionspapier danach kurz mögliche Gefährdungslagen vor, die Entscheidungen im Rahmen von § 53 Abs. 2 RStV beeinflussen können. So besteht etwa ein erhöhtes Risiko diskriminierender Gestaltungserwägungen, wenn der Navigator von einem Unternehmen betrieben wird, welches selbst auch Inhalte anbietet. Hersteller von Set-Top-Boxen sind hier dagegen in der Regel an der Inheldistribution nicht beteiligt und richten sich im Wettbewerb um den Käufer vorwiegend an Kundeninteressen aus und weniger an den Vermarktungsinteressen einzelner Plattformbetreiber oder Inhalteanbieter. Daneben spielen technische Aspekte, etwa die Möglichkeit der parallelen Nutzung verschiedener Navigatoren, sowie der Verbreitungsgrad des fraglichen Navigators eine entscheidende Rolle bei der Bewertung der Angemessenheit, Chancengleichheit und Diskriminierungsfreiheit der Zugangsbedingungen. Aufgrund der Schwierigkeit einer abstrakten Feststellung der Unbedenklichkeit spielen aus der Sicht der Gemeinsamen Stelle die konkreten Einspeise- und Nutzungskonditionen, die ein Anbieter Dritten einräumt, hierbei eine wichtige Rolle. Sie stellt damit hohe Anforderungen an die Transparenz hinsichtlich dieser Konditionen. Die Prüfungstiefe bei einzelnen Entscheidungen hängt bei der Bewertung maßgeblich von der Marktstellung des Navigators ab: Die Anforderungen an die einzelnen Darstellungsaspekte müssen umso höher angelegt werden, je höher das Missbrauchspotenzial des fraglichen Navigators ist.

Das Papier leitet danach Anforderungen aus § 53 Abs. 2 Satz 1 i.V.m. Abs. 1 RStV an Navigatoren ab. Demgemäß müssen Anbieter von Navigatoren ihren Dienst allen Veranstaltern zu chancengleichen, angemessenen und nicht diskriminierenden Bedingungen anbieten, so dass alle von diesen Veranstaltern angebotenen Fernsehdienste von dem Navigator angezeigt und von den Zuschauern ausgewählt und angesteuert werden können. Das heißt nach Ansicht der GSDZ zunächst, dass alle empfangbaren Programminhalte angezeigt und zur Darstellung gebracht werden müssen, die im Rahmen des technisch Möglichen von der jeweiligen Box dargestellt werden können. Darüber hinaus muss die Darstellung dieser Dienste diskriminierungsfrei sein, d. h. vergleichbare Dienste dürfen nicht unterschiedlich dargestellt werden. Eine durch den Navigatorenanbieter vorgenommene Kategorisierung zum Zwecke der Programmzusammenfassung ist hierbei allerdings unbeachtlich, solange das Auffinden und die Nutzung bestimmter Inhalte im Verhältnis zu anderen nicht erschwert wird. Auch muss der Nutzer die Möglichkeit besitzen, die Reihenfolge der Programme selbst festzulegen.

Versteht man den Verweis in § 53 Abs. 2 auch auf § 53 Abs. 1 Satz 2 RStV bezogen (wovon die GSDZ nicht ausgeht), ergeben sich daraus weitere Anforderungen an Navigatoren. So muss dem Nutzer etwa die Möglichkeit eröffnet werden, andere Navigatoren und EPGs zu nutzen, sofern dies die Technik der verwendeten Set-Top-Box zulässt. Außerdem sind Informationen im Datenstrom derart zu erstellen, dass sie von jedermann verwendet werden können, der Anwendungen für Decoder herstellen will (etwa durch Verwendung eines Standards, DVB-SI etc.).

Darüber hinaus ergibt sich aus § 53 Abs. 2 Satz 2, 1. Hs. RStV die Verpflichtung an Navigatoren, dass im ersten Nutzungsschritt gleichgewichtig auf das öffentlich-rechtliche und private Programmangebot hingewiesen wird. Das Tatbestandsmerkmal „im ersten Nutzungsschritt“ ist nach Ansicht der GSDZ der erste Nutzungsschritt nach der Aktivierung des Navigators, etwa die Betätigung der Navigationstaste auf der Fernbedienung. Daneben muss der Navigator ein unmittelbares Einschalten der einzelnen Programme ermöglichen.

Auch im Hinblick auf Verfahrensfragen konkretisiert das Diskussionspapier das Vorgehen der Landesmedienanstalten: Für Navigationsdienste, die für eine Nutzung von mehr als 1.000 Haushalten bestimmt sind, muss der Anbieter der zuständigen Landesmedienanstalt unverzüglich die Aufnahme des Dienstes anzeigen (§ 53 Abs. 4 RStV). Die zuständige Landesmedienanstalt leitet die Anzeige dann der Gemeinsamen Stelle Digitaler Zugang zu, die nach Begutachtung der Einhaltung der entsprechenden Vorschriften eine Empfehlung ausspricht. Auf Grundlage dieser Empfehlung trifft die zuständige Landesmedienanstalt anschließend ihre Entscheidung. In der Anzeige muss der Dienst hinreichend beschrieben sein, insbesondere müssen alle technischen Parameter offen gelegt werden. Die GSDZ strebt hier die Vorlage einer Demo-Version an. Darüber hinaus muss die Anzeige Angaben zum Anbieter und dessen Verhältnis zu Dritten enthalten, etwa zu rechtlichen Beziehungen mit Netzbetreibern,

Boxenherstellern oder Rundfunkanbietern. Sie muss auch die für den Dienst geforderten Entgelte und sonstigen Bedingungen nach § 53 Abs. 4 Satz 6 RStV offen legen.

Eine erste Anwendung erfuhr das Diskussionspapier bei der Beurteilung der Anzeige der Kabel Deutschland, deren Navigator die Gemeinsame Stelle Digitaler Zugang die Unbedenklichkeit bescheinigen musste. Die GSDZ hat nach Prüfung dem Antrag auf Unbedenklichkeitsbescheinigung des KDG-Navigators statt gegeben. Dabei hat die Kommission deutlich gemacht, dass sie ihre Überprüfung erneut durchzuführen gedenkt, sobald Vereinbarungen von KDG und Dritten vorgelegt werden, die auch die Navigation umfassen. [SD]

Gemeinsame Stelle Digitaler Zugang / DLM (2004): Anforderungen an Navigatoren. Diskussionspapier der GSDZ; Version 1.0; Stand: 04. Mai 2004, http://www.alm.de/gem_stellen/presse_dz/Anforderungen%20an%20Navigatoren%20V1.pdf

2.2 Europa: EU-Arbeitspapier zur Interoperabilität digitaler interaktiver Fernsehdienste

Das im März 2004 vorgelegte Arbeitspapier der Kommissionsdienststellen dient der Einleitung einer offenen Konsultation über die Interoperabilität interaktiver Fernsehdienste und den damit zusammenhängenden Problemen. Das Papier stellt die bisherige rechtliche und technische Entwicklung im Bereich interaktiver Fernsehdienste dar und zeigt politische Entscheidungsmöglichkeiten auf.

Nach Art. 18 Abs. 1 der Rahmenrichtlinie (Richtlinie 2002/21/EG) sollen sich die Mitgliedstaaten dafür einsetzen, dass die Anbieter digitaler interaktiver Fernsehdienste und die Gerätehersteller eine offene Anwendungsschnittstelle (API) verwenden. In Abs. 2 sieht die Richtlinienvorschrift vor, dass sich die Mitgliedstaaten dafür einsetzen, dass die API-Eigentümer alle erforderlichen Informationen zur Verfügung stellen, damit die Betreiber digitaler interaktiver Fernsehdienste alle über ihre API laufenden Dienste voll funktionsfähig anbieten können. Im Rahmen der Untersuchung über die Auswirkungen des Art. 18, zu der die Kommission nach Abs. 3 des Art. 18 der Rahmenrichtlinie verpflichtet ist, soll das Arbeitspapier eine erste Etappe darstellen. Das Arbeits-

papier erläutert zunächst das für den analogen Rundfunk entwickelte Interoperabilitätskonzept und stellt dann die durch Digitalisierung und Konvergenz hinzugekommenen neuen Aspekte vor, die sich auf die Interoperabilität auswirken. In einem letzten Teil stellt die Kommission konkrete Fragen, die sie auf der Grundlage der vorangegangenen Analyse zu beantworten versucht.

Vor dem Hintergrund der bisherigen Entwicklung der Fernsehübertragungstechnik stellt die Kommission fest, dass ein Hauptmerkmal des analogen terrestrischen Fernsehens die Tatsache war, dass alle Dienste mit einem einzigen universellen Empfänger genutzt werden konnten. Dieses Modell bezeichnet die Kommission als „einfache Interoperabilität“. Dieses analoge Modell ermöglichte, wenige Dienste über einen einzigen Netztyp anzubieten; die Verbraucher hatten die Auswahl aus verschiedenen Standardempfängern mit einfachem Funktionsumfang. Während eine Interoperabilität auf nationaler und europäischer Ebene sicher gestellt war, gab es lediglich auf internationaler Ebene eine mangelnde Interoperabilität (PAL / SECAM / NTSC).

Die Rahmenbedingungen des Digitalfernsehens dagegen weisen aus Sicht der Kommission signifikante Unterschiede auf: Zum einen stehen nunmehr die verschiedenen Fernsehnetze (Satellitenetze, Kabelnetze, terrestrische Netze) miteinander im Wettbewerb (Multiplattform Umfeld), zum anderen ist die Entwicklung des digitalen Fernsehens weitaus dynamischer. So entstehen durch die Konvergenz neue Technologien, Funktionen oder zugehörige Einrichtungen, wie etwa Zugangsberechtigungssysteme oder API-Schnittstellen. Durch die höhere Dynamik und die technikorientierte Entwicklung haben sich neue Geschäftsmodelle mit anderen Parametern als beim analogen Fernsehen entwickelt. Vor diesem Hintergrund haben sich die Voraussetzungen für das industriepolitische Konzept der einfachen Interoperabilität mit dem Ende des analogen Zeitalters radikal verändert: Eine einfache Interoperabilität war in der Anlaufphase des digitalen Fernsehmarktes wirtschaftlich nicht machbar. Daraufhin haben Satelliten-, Kabel- und Antennengeräte unterschiedliche Empfangsteile entwickelt, die interoperabel zueinander sind. Hinzu kommt, dass diese analogen Empfangsgeräte nicht kompatibel zu digital ausgestrahlten Signalen sind. Auch ist die Einführung einer einzigen Standardtechnik für bestimmte technische Funktionen nicht immer wünschenswert, etwa bei Zugangsberechtigungssystemen, bei denen ein einheitlicher Standard höhere Sicherheitsrisiken birgt.

In einem zweiten Teil will die Kommission klären, welchen Nutzen die Interoperabilität in diesem neuen und komplexen Umfeld tatsächlich bringt und inwiefern mit anderen Konzepten die gleichen Vorteile erzielt werden können. Nach Ansicht der Kommission ist der neue EU-Rechtsrahmen bereits auf die Anforderungen des komplexen Zusammenwachsens der Netze zugeschnitten. Auf der Ebene der API-Schnittstellen kommt die Kommission zu dem Ergebnis, dass die Interoperabilität innerhalb der bisher eingeführten Systeme ihre Ursache darin hat, dass die Schnittstellen nicht von Rundfunkanbietern oder -sendern, sondern von Unternehmen entwickelt worden waren, deren Konkurrenzdenken in der IT-Branche geprägt worden war. Der Vorstoß der Industrie, MHP als Standard einzurichten, wurde von der Kommis-

sion ausdrücklich begrüßt, sie hat sich jedoch nicht ausdrücklich für MHP als einziges System ausgesprochen. Insofern erkennt die Kommission der Industrie das Recht an, alternative Interoperabilitätskonzepte in diesem Bereich zu entwickeln. Im Ergebnis kommt die Kommission zu der Ansicht, dass noch immer keine Klarheit darüber herrscht, welcher technische Ansatz sich im Digitalfernsehen durchsetzen wird. Hier kommt dem zeitlichen Ablauf auf dem von der unterschiedlich schnellen Umstellung auf die Digitaltechnik geprägten Binnenmarkt nach Ansicht der Kommission eine entscheidende Rolle zu.

Vor dem Hintergrund der Erkenntnis, dass der Markt für interaktive Fernsehdienste noch unreif ist, betrachtet die Kommission in dem Papier die Interoperabilität im größeren Zusammenhang des EU-Rechtsrahmens für elektronische Kommunikationsnetze. So gelten der Kommission insbesondere die Förderung des Wettbewerbs, die Entwicklung des Binnenmarktes und die Förderung der Interessen der Bürger als Hauptziele in diesem Bereich. Aufgrund dieser Ziele erscheint der Kommission die Lösung des Problems durch die verbindliche Vorgabe einer Norm als nicht optimal, da sich dies als Hemmnis für künftige Infrastrukturinvestitionen erweisen könnte. Proprietäre Techniken gehören vielmehr zum Wettbewerbszyklus auf derart dynamischen Märkten und stehen der Herstellung der Interoperabilität auf den verschiedenen Ebenen nicht notwendigerweise im Wege. Nach Ansicht der Kommission kann hier möglicherweise durch Integration der unterschiedlichen Systeme eine Gesamtlösung erreicht werden.

Als derzeitige politische Entscheidungsmöglichkeiten sieht die Kommission am Ende des Papiers einerseits die verbindliche Normung bei interaktiven Fernsehdiensten. Dies würde einen Normungsanreiz schaffen und die Markteinführung künftiger Technologiegenerationen nicht behindern, sofern diese ebenfalls genormt würden. Aufgrund des hohen Anteils von Empfangsgeräten mit ungenormten APIs wäre die nachträgliche Einführung allerdings mit hohen Kosten für den Austausch verbunden oder es müsste ein verringerter Funktionsumfang auf Nutzerseite hingenommen werden. Als zweite Möglichkeit nennt das Arbeitspapier die Förderung der Interoperabilität auf allen Ebenen, ohne

eine bestimmte API-Technik vorzuschreiben. Bei diesem Ansatz läge der Schwerpunkt auf der Förderung, nicht der Erzwingung von Normen, um die Interoperabilität auf allen Ebenen herzustellen. Zu diesem zweiten Ansatz gehört nach Ansicht der Kommission auch die Entwicklung weiterer Ideen für eine fortlaufende Förderung der Interoperabilität, wobei die Herausforderung darin besteht, ein gutes Gleichgewicht zwischen Interoperabilität und Innovation zu finden.

Als Rechtsgrundlage für ein Eingreifen der Kommission im Bereich der Normung sieht das Arbeitspapier Art. 17 der Rahmenrichtlinie. Aufgrund dieses Artikels hat die Kommission im Amtsblatt ein Verzeichnis von Normen und

Spezifikationen veröffentlicht, die als Grundlage für die Förderung der einheitlichen Bereitstellung elektronischer Kommunikationsnetze und -dienste sowie zugehöriger Einrichtungen und Dienste dienen.

Stichtag für die Abgabe von Stellungnahmen und Äußerungen war der 30. April 2004; bis zum Redaktionsschluss waren diese nicht publiziert. [SD]

Commission of the European Communities (2004): Commission Staff Working Paper on the interoperability of digital interactive television services, SEC (2004) 346, 18.3.04, http://www.europa.eu.int/information_society/topics/ecom/doc/useful_information/library/commiss_serv_doc/en_sec_2004_346.pdf

2.3 Europa: Gutachten der ECCA über wirtschaftliche Folgen des EU-Richtlinienpakets

Die Beratungsfirma Charles River Associates Limited hat im Auftrag der European Cable Communications Association (ECCA) ein Gutachten über „The New Regulatory Framework and the Cable Industry“ erstellt. Darin wird untersucht, welche wirtschaftlichen Folgen sich insbesondere für Kabelnetzbetreiber aus dem neuen europäischen Regulierungsrahmen ergeben. Die angesprochenen Probleme sind auch für die Digitalisierung des Kabels von Bedeutung.

Ausgangspunkt des Gutachtens ist die These, dass Infrastrukturwettbewerb der Schlüssel zu besseren Dienstangeboten ist. Neben der Umsetzung des Regulierungsrahmens in den Mitgliedstaaten seien daher vor allem die Entscheidungen der nationalen Regulierungsbehörden relevant. Insbesondere bei der Zugangsregulierung bestehe die Gefahr, dass Kabelbetreiber die Übertragung von Diensten über ihre Netze nicht mehr effizient koordinieren könnten und so von Investitionen abgeschreckt würden. Um dies zu umgehen, wird ein dreistufiger Test vorgeschlagen: Außer der beträchtlichen Marktmacht des Betreibers solle geprüft werden, ob eine Zugangsverweigerung den Wettbewerb in einem verwandten Markt beschränke und ob die Vorteile einer Zugangsverweigerung den zu erwartenden Effizienzverlust aufwiegen würden.

Was die Telefonie angehe, seien in einigen Mitgliedstaaten die Kabelbetreiber benachteiligt. So würden insbesondere Terminierungsent-

gelte ungerecht bestimmt, was angesichts der erforderlichen Investitionen einen erheblichen Nachteil bedeute. Vor allem könnten dadurch die entstehenden Kosten nicht gedeckt werden. Dies führe letztlich zu einer Stärkung der ehemaligen Monopolisten im TK-Bereich.

Weiterhin habe sich das Angebot von Breitbanddiensten über Kabelmodems als treibende Kraft erwiesen. Insbesondere in Gebieten, in denen das Breitbandkabel mit DSL-Diensten konkurriere, sei die Verbreitung erkennbar höher. Außerdem konkurriere das Kabel in diesen Bereichen zunehmend mit anderen Technologien, wie z. B. W-LAN oder den 3G-Mobilfunkdiensten. Um den Wettbewerb hier weiter zu fördern, sollte nach Ansicht der Gutachter generell von einer ex ante-Regulierung der neuen Dienste abgesehen werden. Allerdings müsse auch weiterhin der Zugang zu den Netzen ehemaliger Monopolisten sichergestellt sein.

Auch für den Bereich der Rundfunkdienste müsse ein Wettbewerb der Übertragungsnetze das vorrangige Ziel sein. So konkurrierten bereits in vielen Mitgliedstaaten Kabel-, Satelliten- und digitale terrestrische Übertragung. Indes laufe eine kabelspezifische Regulierung in Form von Must Carry-Verpflichtungen oder Zugangsregeln für Set-Top-Boxen auf eine Benachteiligung der Kabelbetreiber hinaus und verzerre so den gerade entstehenden Wettbewerb. Wenn etwa Must Carry-Verpflichtungen

unumgänglich seien, müsse zumindest für ein angemessenes Entgelt gesorgt werden. [MZ]

European Cable Communications Association (ECCA) (Hrsg.) (2004): The new regulatory framework and the cable industry. A

report to the ECCA prepared by Charles River Associates Ltd (15.12.03; veröffentlicht 25.02.04), http://www.ecca.be/pdf/ECCA_remedies_report_15_dec_final.pdf

2.4 Großbritannien: Ofcom veröffentlicht Entscheidung zu moderner Werberegulierung

Die britische Regulierungsbehörde Office of Communications (Ofcom) hat im Mai 2004 ihre Entscheidung über die zukünftige Werberegulierung im Rundfunk bekannt gegeben.

Beschlossen wurde ein neues System der Co-Regulierung, in dem Rundfunkanbieter unter bestimmten Voraussetzungen Selbstregulierungsorganisationen gründen können und dafür im Gegenzug die staatliche Regulierung zurückgenommen wird.

Dieser flexible Ansatz ist nach Ansicht der Regulierungsbehörde besonders geeignet, die

Digitalisierung der Rundfunkdienste und die Entwicklung neuer, bisher unbekannter Werbeformen zu begleiten. Hintergrund der Entscheidung für den neuen Regulierungsansatz war ein Konsultationsverfahren, das auf Grundlage des Communications Act 2003 durchgeführt wurde. [MZ]

Ofcom (2004): Ofcom's decision on the future regulation of broadcast advertising (17.05.2004), http://www.ofcom.org.uk/consultations/past/reg_broad_ad/future_reg_broad/regofbroadadv.pdf

2.5 Australien: Zusammenlegung von ABA und ACA geplant

Die australische Regierung hat in einem Diskussionspapier die Zusammenlegung ihrer Regulierungsbehörden im Bereich Telekommunikation (Australian Communications Authority, ACA) und Rundfunk (Australian Broadcasting Authority, ABA) vorgeschlagen, um vor dem Hintergrund der Konvergenz eine auf breiterer Basis stehende Regulierungsbehörde zu schaffen.

Das im August 2003 erschienene Diskussionspapier stellt zunächst den Hintergrund der politischen Entscheidung vor, eine einheitliche Regulierungsbehörde zu schaffen, wobei insbesondere auf die derzeitigen Defizite der Regulierung der konvergenten Bereiche Rundfunk und Telekommunikation durch zwei Regulierungsbehörden hingewiesen wird. Das Papier der Regierung richtet sich bei der Organisation der Zusammenlegung der beiden Behörden zu einer Australian Communications and Media Authority (ACMA) nach den Erfahrungen, die bereits in Großbritannien bei der Einrichtung der Ofcom gemacht wurden. Von der Zusammenlegung erhofft sich die australische Regie-

regulierung insbesondere eine effektivere Spektrumsplanung in den Zeiten der steigenden Nachfrage nach Frequenzen. Daneben soll die internationale Koordination im Rundfunk- und Telekommunikationssektor durch eine einheitliche Regulierungsbehörde verbessert werden sowie die Entscheidungsnahe und Flexibilität des Verwaltungsapparats vergrößert werden. Im weiteren Verlauf beschäftigt sich das Diskussionspapier insbesondere mit der Ausgestaltung der Organisationsstruktur der Behörde sowie deren Vorsitz. Die bis zum 15. September eingereichten Stellungnahmen zu dem Diskussionspapier bezeichnen die Planung der Zusammenlegung als grundsätzlich positiv. [SD]

Department of Communications, Information Technology and the Arts (2004): Proposal for new institutional arrangements for the Australian Communications Authority and the Australian Broadcasting Authority - Discussion paper (August 2003), http://www.dcita.gov.au/Article/0,,0_1-2_1-4_116552,00.html

Die Stellungnahmen sind einzusehen unter: http://www.dcita.gov.au/Article/0,,0_1-2_1-3_139-4_116553,00.html

3 Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern

3.1 Australien: Geforderte Sendezeit im HDTV-Standard wird eingehalten

Die australischen Fernsehveranstalter haben im zweiten Halbjahr ihre Auflage, pro Woche mindestens 20 Stunden ihres Fernsehprogramms im HDTV-Standard auszustrahlen, nach Feststellung der Australian Broadcasting Authority (ABA) auch eingehalten.

Dies ist teilweise mit Sendungen geschehen, die in diesem Format produziert wurden, teilweise wurde aber Programm im HDTV-Format

ausgestrahlt, das nicht so produziert, sondern vor der Ausstrahlung entsprechend konvertiert worden war. Die ABA hatte dieses Vorgehen genehmigt. [Schr]

Australian Broadcasting Authority (2004): Television broadcasters meet high definition broadcasting requirements (News Release 37/2004, 22.04.04), http://www.aba.gov.au/abanews/news_releases/2004/37nr04.htm

3.2 Frankreich: EU-Kommission genehmigt Zusammenschluss von Noos und UPC

Die EU-Kommission hat Mitte Mai die geplante Übernahme des französischen Kabelbetreibers Noos durch seinen Konkurrenten UPC als wettbewerbsrechtlich unproblematisch genehmigt. Die Überprüfung war im April eingeleitet worden.

Trotz des Zusammenschlusses der Unternehmen (vgl. DocuWatch 1/2004, 4.1, S. 18), bleibe der Wettbewerb auf den verschiedenen Märkten – insbesondere Pay-TV sowie Internet und Tele-

fonie – gewährleistet. Anderen Kabelfernsehanbietern biete die Fusion von UPC und Noos sogar Chancen zu weiterer Expansion in Frankreich. [CH]

Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2004): EU-Kommission genehmigt Fusion französischer Kabelunternehmen (Pressemitteilung IP/04/652, 18.05.04), http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action=getfile&doc=IP/04/652|0|RAPID&lg=DE&type=PDF

3.3 Irland: Lizenzen für DVB-T ausgeschrieben

Die irische Regulierungsbehörde „Commission for Communications Regulation“ (ComReg) hat im März 2004 das Lizenzierungsverfahren für die terrestrische Übertragung digitalen Fernsehens in der Republik Irland eingeleitet.

Ende 2002 war ein entsprechendes Verfahren mangels Nachfrage ausgesetzt worden (vgl. DocuWatch 4/2002, 3.6, S. 17). Die von den Bewerbern zu erfüllenden technischen Spezifi-

kationen wurden in einem 19-seitigen Dokument niedergelegt. [CH]

Commission for Communications Regulation (2004): Guidance Note: Digital Television delivery systems at 12GHz (ComReg 04/27, March 2004), <http://www.odtr.ie/fileupload/publications/ComReg0427.pdf>

Commission for Communications Regulation (2004): Technical conditions for the operation of digital television delivery systems between 11.7 GHz and 12.5 GHz (ComReg 04/28, March 2004), <http://www.odtr.ir/fileupload/publications/ComReg0428.pdf>

3.4 Spanien: Informations- und Diskussionsforum zu DTT

In Spanien wurde mit dem „Foro de Asociaciones y Profesionales para la Investigación y el Desarrollo de una Cultura Audiovisual al servicio de los ciudadanos“ (FIDECA) im Internet ein Forum eingerichtet, das sich an Unternehmen, Universitäten und andere Professionelle richtet, die sich mit audiovisuellen Medien und

auch im Speziellen mit der Digitalisierung des Fernsehens beschäftigen.

Unter anderem gehören auch Verbraucherorganisationen zu den Initiatoren dieser Plattform. Ziel ist es, durch Diskussionen und Debatten die Entwicklung des digitalen Fernsehens in Spanien voranzutreiben und die notwendigen In-

formationen zu liefern. Für die Bereiche digitales Fernsehen allgemein, sowie die Möglichkeiten digitalen Lokal- und Bürgerfernsehens sind Arbeitspapiere ins Netz gestellt. Darin werden jeweils ausführlich der Status Quo, europäische Leitideen, die spanische Gesetzesgrundlage und Vorschläge für die Entwicklung des digitalen Fernsehens vorgestellt (z. B. steuerliche Begünstigungen und Subventionen).

Als Stichtag zur voraussichtlichen Abschaltung der analogen Übertragung wird der 31. Dezember 2011 genannt. [BG]

Das FIDECA ist zu erreichen unter: <http://www.aideka.tv/wka/fideca/index.php>

Die DTT-Arbeitspapiere „Los desafíos de la televisión digital terrestre“: „I. Marco general“: <http://www.aideka.tv/docs/DesafiosTDT1.pdf>; „II. La televisión local en el nuevo entorno digital“: <http://www.aideka.tv/docs/DesafiosTDT2.pdf>; „III. La televisión pública“: <http://www.aideka.tv/docs/DesafiosTDT3.pdf>

4 Einzelthemen

4.1 Datenbank zur Unterstützung der MHP-Einführung

Um die Durchsetzung des Multimedia Home Platform-Standards (MHP) zu erleichtern, haben elf europäische Einrichtungen begonnen, gemeinsam eine Datenbank zu entwickeln, in der alle verfügbaren Informationen zu MHP gesammelt und zugänglich gemacht werden. Damit sollen vor allem Probleme der Interoperabilität von MHP-Anwendungen und neuen Endgeräten leichter gelöst werden. Das Projekt wird von der EU in ihrem 6. Rahmenprogramm gefördert.

Ein erstes Dokument bietet einen Überblick über den Stand der Einführung von MHP in

zehn Ländern. In sechs Ländern (Deutschland, Finnland, Norwegen, Spanien, Korea und Singapur) sind MHP-Anwendungen terrestrisch, per Satellit oder per Kabel bereits in Betrieb. In Belgien, Dänemark, Italien und Australien wird die Einführung in Kürze erwartet. [Schr]

MHP-KnowledgeDatabase (2004): D1: Analysis of the current situation (8.4.04), http://www.mhp-knowledgebase.org/publ/mhp-kdb_d1-analysis.pdf

MHP-KnowledgeDatabase (2004): MHP-Informationsspool für alle Anwender (Pressemitteilung, 18.3.04), http://www.mhp-knowledgebase.org/publ/press_release_ger.pdf

4.2 „DVB-T: Das ÜberallFernsehen“ zum Qualitätssiegel erhoben

Die Deutsche TV-Plattform hat im März 2004 das von ihr geschaffene Logo „DVB-T: Das ÜberallFernsehen“ zum Qualitätszeichen erhoben. Das Logo soll zukünftig nur an DVB-T-Empfangsgeräten angebracht werden dürfen, die einem von der Deutschen TV-Plattform in Kooperation mit der Geräteindustrie und Rundfunkanstalten entwickelten 20-seitigen Kanon von technischen Mindestanforderungen entsprechen. Diese Mindestanforderungen, die sowohl Hard- als auch Software betreffen, sollen vor allem der spezifischen Marktsituation Deutschlands mit seiner großen Anzahl an Fernsehveranstaltern und -sendern Rechnung tragen. Nicht alle DVB-T-Empfangsgeräte auf dem Welt-

markt seien in der Lage das „volle Angebot“ des deutschen Marktes – insbesondere bezogen auf den VHF-Empfangsbereich – wiederzugeben. Die Mindestanforderungen beziehen sich darüber hinaus auf Aspekte der Bedienbarkeit sowie der automatischen Softwareaktualisierung. [CH]

Deutsche TV-Plattform (2004): DVB-T Logo wird Qualitätszeichen (Pressemitteilung 03/2004, März 04), http://www.tv-plattform.de/pdf/PressRel/PI0403_Logo.pdf

Deutsche TV-Plattform (2004): DVB-T Minimal-Anforderungen und Leitfaden für DVB-T Endgeräte, Version 1.1 (15.08.03), <http://www.tv-plattform.de/pdf/DVB-T/MinAnfo/MinAn-V11d.pdf>

4.3 ANGA einigt sich mit Fernsehveranstaltern auf Recht zur Kabelverbreitung

Auf der Grundlage eines neuen Vertragsmodells hat sich der Verband Privater Kabelnetzbetreiber (ANGA) mit einer Vielzahl von Programmveranstaltern und Verwertungsgesellschaften auf einen Gesamtvertrag geeinigt, der die Verbreitung von Inhalten im Kabel regelt. Die Einigung schließt alle Angebote von ARD und ZDF ein, hinzu kommen in- und ausländische private Hörfunk- und Fernsehprogramme. Der

Gesamtvertrag gilt allerdings nicht für die Programme der RTL-Gruppe und der ProSieben-SAT.1 Media AG. [H3r]

ANGA (2004): ANGA erwirbt Rechte zur digitalen Kabelverbreitung (Pressemitteilung, 11.5.04), <http://www.phillion.de/anga/index.php?p=35&nid=279&PHPSESSID=f729db6562112776de9190b0dec7c4f0>

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. 134 (2004) Nr. 11

McConnell, Bill (2004): Millions could be without TV. Powell's plan to speed digital delivery angers broadcasters, threatens HD. – S. 5+18.

Cable and Satellite Europe

Is. 236 (2004) Nr. 3

Scot, Kevin (2004): Interactive TV: Games and Gambling. High stakes. – S. 16-20.

„Interactive betting services, pay-per-play games and paid access services are now proliferating across every channel genre in the UK market.“

Thomson, Stuart (2004): Low bit-rate IP-Video: dressed to compress. – S. 34-39.

„Telecom operators stand to benefit from the availability of new low bit-rate IP video compression technology. But how soon will hardware manufacturers be able to meet their needs at the economically viable price point.“

Is. 237 (2004) Nr. 4

Flaherty, Nick (2004): Ahead of the game. – S. 26-28.

„Smaller cable TV operators are starting to benefit from a shift to technology from the computer world, with low-cost and end-to-end video headend equipment solutions, enabling them to move from analogue to digital TV networks.“

Is. 238 (2004) Nr. 5

Marsh, Sarah (2004): DTT – terrestrial evolution. – S. 10-16.

„Low-cost ‚zapper‘ boxes have contributed to the success of DTT deployments across Europe. But with high-end hybrid devices coming to market, how can DTT operators overcome the risk of creating a dichotomous market?“

Tobin, Anna (2004): EPG's – remote control. – S. 10-16.

„Regulators, proprietary developers and broadcasters are all battling for control over the feature set they want to see adopted by the electronic programme guide (EPG). [...] The UK,

for example, is currently considering to what extent EPG's should be controlled.“

Brockmeyer, Dieter (2004): Germany – back to the future. – S. 28-30.

Der Artikel beleuchtet die Situation und das Potenzial auf dem deutschen Kabelmarkt nach der Übernahme von ish, iesy and Kabel Baden-Württemberg durch die Kabel Deutschland GmbH.

EBU Technical Review

Nr. 298 (April 2004)

Schramm, Paul (2004): DVB-T – C/N values for portable single and diversity reception. – 17 S. (Online-Ressource: http://www.ebu.ch/trev_298-schramm.pdf)

Lévy, Yannick (2004): DVB-T – A fresh look at single and diversity receivers for mobile and portable reception. – 10 S. (Online-Ressource: http://www.ebu.ch/trev_298-levy.pdf)

Belloul, Bachir; Saunders, Simon (2004): Accurate coverage prediction and optimization – for digital broadcasting. – 9 S. (Online-Ressource: http://www.ebu.ch/trev_298-belloul.pdf)

Kommunikation & Recht

Jg. 7 (2004) Nr. 5

Koenig, Christian; Kühling, Jürgen (2004): EG-beihilferechtlicher „Switch-Off“ für das digitale terrestrische Fernsehen (DVB-T)? Zugleich ein Beitrag zur EG-beihilferechtlichen Qualifikation staatlich benannter Einrichtungen. – S. 201-208. „Unter großem Medieninteresse wurde im Februar 2002 in Berlin / Potsdam das digitale terrestrische Fernsehen (DVB-T) in Betrieb genommen. Weitere Bundesländer, wie insbesondere Nordrhein-Westfalen, beabsichtigen in diesem Jahr ebenfalls den digitalen ‚Switch-Over‘ in der terrestrischen Rundfunkverbreitung. Dabei ist hier wie in Berlin eine massive Förderung des Wechsels geplant. Dies gilt vor allem in Bezug auf die Übernahme der Mehrkosten für die privaten Rundfunkveranstalter, die durch die Umstellung entstehen und von den Landesmedienanstalten übernommen werden (sollen). Wie so oft bei derartigen Infrastrukturprojekten sind die EG-beihilfenrechtlichen Aspekte der Fördermaßnahmen nicht weiter beachtet worden. Von

einer Notifizierung in Brüssel wurde abgesehen. Jetzt stellt sich die Frage, ob diese Förderung zugunsten der privaten Rundfunkveranstalter und mittelbar zugunsten des Betreibers der Infrastruktur [...] rechtswidrig ist und daher bereits ausgekehrte Beihilfen zurückzuzahlen sind. Dabei wirft die Forderung interessante dogmatische Fragen auf, und zwar vor allem mit Blick auf das nach wie vor unklare Tatbestandsmerkmal ‚aus staatlichen Mitteln‘.“

Publizistik

Jg. 49 (2004) Nr. 1

Scherer, Helmut; Schlütz, Daniela (2004): Das neue Medien-Menü: Fernsehen und WWW als funktionale Alternativen? – S. 6-24.

„Mit der Entwicklung und Etablierung neuer Medientechnologien und der damit verbundenen Erweiterung medialer Angebote stellt sich immer wieder die Frage, welche Auswirkungen dies auf traditionelle Medien hat. Auch das Internet hat mit seinen enormen kommunikativen Möglichkeiten Debatten über die Zukunft der alten Medien ausgelöst. In diesem Beitrag wollen wir uns mit dem Verhältnis von Fernsehen und World Wide Web (WWW) befassen. Unsere Fragestellung wird sein, ob sich die Verbreitung des WWW auf die Fernsehnutzung auswirken kann. Um diese Frage zu beantworten, werden wir in einem ersten Schritt einige relevante theoretische Ansätze kurz vorstellen und diskutieren. In einem zweiten Schritt werden wir auf den empirischen Forschungsstand zum Verhältnis von Fernseh- und Web-Nutzung eingehen. Im dritten und letzten Schritt stellen wir die Ergebnisse einer eigenen empirischen Studie vor, bei der wir versucht haben, mit Hilfe eines für die Medienforschung innovativen Untersuchungskonzeptes einige Beschränkungen der bisherigen Forschung zu überwinden.“

Satmagazine.com

Vol. 2 (2004) No. 1

(Online-Ressource:

<http://www.satmagazine.com/april2004/april2004.pdf>)

Schneiderman, Bernardo (2004): Regional Profile: Who's Who in the Latin American Satellite Market. – S. 18-19.

Amor, Joe (2004): Digital Cinema: Ready, Set Action! – S. 20-21.

TeleKommunikations- & MedienRecht (TKMR)

Jg. 56 (2004) Nr. 2

Schalast, Christoph; Abrar, Kamyar (2004): Aktuelle Rechtsprobleme der Breitbandkabel-

Gestattungsverträge: Laufzeit, Preiserhöhung, Exklusivität, Eigentum. – S. 74-83.

„Der Breitband-Gestattungsvertrag ist vermutlich eine der wirtschaftlich für die beteiligten Vertragsparteien bedeutsamsten Vertragstypen im Bereich des deutschen Telekommunikationsrechts. [...] Durch den Gestattungsvertrag räumt der Hauseigentümer [...] einem Unternehmen das Recht zur exklusiven Versorgung der Mieter mit TV-Signalen und anderen Dienstleistungen über Breitbandkabel ein. [...] Für den deutschen Markt ist dabei typisch, dass eine Vielzahl von Kabelunternehmen um Gestattungsverträge mit Hauseigentümern konkurrieren. [...] Da der Gestattungsvertrag in der Regel eine Exklusivitätsklausel enthält und Einzelparabolantennen mietvertraglich üblicherweise untersagt sind, können die Mieter mithin nur mit diesem Unternehmen kontrahieren. Hintergrund der Beschäftigung der Rechtssprechung mit Gestattungsverträgen war in der letzten Zeit vor allem, dass diese regelmäßig eine lange Laufzeit haben [...]. Dadurch wird die Dispositionsfreiheit der Gestattungsgeber in einem durch dynamischen Fortschritt gekennzeichneten Dienstleistungsbereich erheblich eingeschränkt [...].“

Tel-Com Brief

(2004) Nr. 5

Arnold, Franz (2004): Die horizontale Konsolidierung des Breitbandkabels. – S. 1-3.

Tolley's Communications Law

Vol. 9 (2004) Nr. 1

Wagner, Christoph; Grünwald, Andreas (2004): Consolidation in the German broadband cable market: scenarios and regulatory challenges. – S. 5-8.

„This article gives some background on the German cable market, explains the different consolidation scenarios at hand, and discusses the position that German regulators are likely to take against such proposals, based on experience gained from the Liberty Media case and from other relevant case law.“

Woods, Loma; Smith, Fiona (2004): GATS and the audiovisual sector. – S. 15-21.

„[...] Currently, the WTO is attempting to liberalise international trade in services following the launch of multilateral trade discussions at Doha in 2001. The interface between trade and non-trade concerns, most notably culture in the context of the audiovisual sector, is a key issue in these discussions. Always sensitive, issues relating to the audiovisual sector have become more complex following technological developments which have blurred the boundaries between different sectors and enabled new types

of services to be delivered which do not necessarily fit easily into existing categories. This article outlines the current state of negotiations and identifies the main issues relating to those negotiations [...].“

Werben & Verkaufen

Jg. 42 (2004) Nr. 13

Lob, Susanne (2004): T-Online goes TV. – S. 58.

Jg. 42 (2004) Nr. 42

Eck, Sigrid (2004): Hungerkur für die Dinosaurier. – S. 24-27.

5.2 Buchveröffentlichungen

Bornemann, Jens-Uwe (2004): Das digitale Programmangebot werbefinanzierter Fernsehveranstalter. – Köln: Institut für Rundfunkökonomie. – 106 S. (Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie; Bd. 184). (Online-Ressource: <http://www.uni-koeln.de/wiso-fak/rundfunk/pdfs/18404.pdf>)

„Mit der Digitalisierung des Fernsehens können private Veranstalter neue Programmformen und programmbegleitende Dienste anbieten und in neuer Weise vermarkten. Die vorliegende Diplomarbeit systematisiert diese Möglichkeiten und untersucht, welche Handlungsoptionen unter Berücksichtigung der wesentlichen senderübergreifenden und -spezifischen Einflussfaktoren sinnvoll sind.“

Friedrichsen, Mike (Hrsg.) (2004): Kommerz - Kommunikation - Konsum. Zur Zukunft des Fernsehens. – Baden-Baden: Nomos. – 246 S. (Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement; Bd. 5).

„Für den TV-Markt ergeben sich aufgrund der rasanten Entwicklungen der Medienmärkte neue zentrale Fragestellungen. Dabei stellt sich vor allem die Frage, wie die zukünftige digitale Medienwelt mit ihren Chancen und Risiken der neuen Informations- und Kommunikationstechniken umgehen wird. Die Bedeutung der digitalen Mehrwertdienste und Pay-TV auf den zukünftigen Medienmärkten ist dabei genauso wichtig wie die Analyse des zunehmenden Wettbewerbsdrucks im TV-Markt mit veränderten Programmstrategien bei den TV-Unternehmen. Die Veränderungen müssen auch auf der Rezipientenseite zu Anpassungseffekten führen, u.a. ist zu klären, welche Chancen sich in der Wahlfreiheit der Konsumenten hinsichtlich individuell zugeschnittener Zusatzangebote wie T-Commerce oder nutzerbezogener Werbung verbergen. Der Band dokumentiert eine

„Die fetten Jahre für 30-Sekünder sind vorbei. Mit der Digitalisierung verändert sich die TV-Landschaft radikal. Die Fragmentierung erfordert neue werbliche Ansprachen. Der klassische Spot wird zum Dinosaurier und reicht nicht mehr aus, um die Markenbotschaft breit zu transportieren.“

Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM)

Jg. 48 (2004) Nr. 4

Palzer, Carmen (2004): Marktdefinition im Bereich der audiovisuellen Medien nach dem Wettbewerbsrecht der Europäischen Gemeinschaft. – S. 279-290.

Auswahl der Vorträge der Tagungen der Fachgruppe Medienökonomie in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft vom November 2001 in Stuttgart. Er enthält Beiträge von Bernd Beckert, Thomas Döbler, Constanze Farda, Mike Friedrichsen, Klaus Goldhammer, Ulrike Handel, Tibor Kliment, Jörn Kruse, Wilfried Mödinger, Gudrun Mildner, Michael Schenk, Birgit Stark, Christian Steininger und André Wiegand.“

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Hrsg.) (2004): IRIS Spezial: Die Regulierung des Zugangs zum digitalen Fernsehen. – Straßburg. – 139 S.

Knappe, Carolyn (2003): Die deutsche Fernsehindustrie: Eine Analyse der Wettbewerbsstrategien vor dem Hintergrund zunehmender Digitalisierung von Medien. – Köln: Institut für Rundfunkökonomie. – 134 S. (Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie; Bd. 179). (Online-Ressource: <http://www.uni-koeln.de/wiso-fak/rundfunk/pdfs/17903.pdf>)

„In dieser Diplomarbeit, die am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik der European Business School, Oestrich-Winkel, eingereicht und von Susanne Strahinger betreut wurde, untersucht die Autorin Wettbewerbsstrategien deutscher Fernsehveranstalter vor dem Hintergrund zunehmender Digitalisierung von Medien. Ihre Erörterung wird ergänzt durch einen ausführlichen Anhang, der u. a. Zusammenfassungen von Interviews enthält, die die Autorin mit Experten der Fernsehbranche geführt hat.“

Pagani, Margherita (2003): Multimedia and Interactive Digital TV: Managing the opportunities created by digital convergence. – o.O.: Idea Group Publishing / IRM Press. – 233 S.

5.3 Buch im Fokus: Technology, Television, and Competition: The Politics of Digital TV

Hart, Jeffrey A. (2004): *Technology, Television, and Competition: The Politics of Digital TV*. – Cambridge: Cambridge University Press. – 262 S.

Der amerikanische Politikwissenschaftler Jeffrey Hart, Ordinarius an der Indiana University in Bloomington, zeichnet in dem hier vorgestellten Buch die industriepolitischen Umstände der Digitalisierung des Fernsehens – bezogen auf HDTV und DTV – in Japan, Europa und den USA seit Anfang der 1980er Jahre nach.

Im Zentrum steht dabei die Untersuchung der industriepolitischen Konsequenzen eines so grundlegenden technologischen Wandels innerhalb etablierter Wirtschaftssysteme bzw. insbesondere zwischen diesen. Die Herausforderungen etablierter sozioökonomischer Interessensformationen durch technologische Innovationen und die Reaktionen der Wirtschaft und der Politik werden in diesem Zusammenhang in Anlehnung an Joseph Schumpeter interpretiert (S. 1).

Die Chancen der technischen Konvergenz medialer Angebote infolge der Digitalisierung wurden nach Ansicht Harts durchaus bald erkannt. Trotzdem mangelte es insbesondere in Europa zunächst an einem branchenübergreifenden Innovationsbewusstsein und einem neu angepassten staatlichen Regulierungsrahmen. Neben der staatlichen Ebene, als Wirtschaftsförderer und Regulierer, ist somit das Geflecht sich mitunter widerstrebender Interessen von Rundfunkveranstaltern, Programmproduzenten

sowie der gesamten Unterhaltungselektronikbranche für Hart wesentlicher Faktor für die von ihm skizzierte jeweilige Entwicklung in der Wirtschaft und Industriepolitik. Erst der wachsende ökonomische Druck infolge der internationalen Konkurrenz erzeugte die nötige Bereitschaft zur Veränderung bzw. ließ bestimmte Interessensgruppen sogar zum Anwalt der Änderung werden.

Die Skepsis in Europa und den USA bezüglich einer technologischen Vorreiterrolle Japans in diesem Industriesegment habe – auch vor dem Hintergrund der japanischen Dominanz im Bereich der Unterhaltungselektronik – eine wesentliche Rolle dabei gespielt, jeweils eigenständige, miteinander in Konkurrenz tretende Digitalisierungskonzepte und technische Standards zu entwickeln. Hart konstatiert dabei auch nationalistische Motive (S. 230).

Bevor Hart diese konkurrierenden Ansätze näher bestimmt, werden die jeweiligen institutionellen, rechtlichen wie ökonomischen Charakteristika der Fernsehlandschaften, sowie deren bisheriger Wandel beschrieben, um auf dieser Wissensbasis die Besonderheiten der Veränderungen und der politischen Maßnahmen aufzeigen und verständlich machen zu können. Methodisch stützt sich Hart auf einschlägige Statistiken zur ökonomischen Entwicklung sowie insbesondere auf eine Reihe an Hintergrundgesprächen mit internationalen Experten aus Wissenschaft und Praxis. [CH]