



DocuWatch Digitales Fernsehen

Eine Sichtung ausgewählter Dokumente
und wissenschaftlicher Studien

4/2003

Aus dem Inhalt:

Britische Studie über nutzerfreundliche Gestaltung digitalen Fernsehens

DLM beschließt Abgrenzungspapier Rundfunk / Mediendienst

FCC erlässt Richtlinien zum Copyright-Schutz digitaler Sendungen

Konzept zur Einführung von DVB-T in Österreich

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 4/2003: Redaktionsschluss 31. Dezember 2003

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

Gastautor: RA 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	Britische Studie über nutzerfreundliche Gestaltung digitalen Fernsehens.....	4
1.2	Perspektiven des Breitband-Internetzugangs in den USA	5
1.3	Studie zur Zufriedenheit von Nutzern von Breitbandangeboten in den USA	7
1.4	Bericht über Breitbandkommunikation in Österreich	7
1.5	Ökonomische Entwicklung des französischen Pay-TV	7
2	Anpassung der Regelungskonzepte	
2.1	Deutschland: DLM beschließt Abgrenzungspapier Rundfunk / Mediendienst	9
2.2	Frankreich: Jugendschutz-Richtlinien im Pay-TV verschärft.....	9
2.3	Kanada: Regelungsrahmen für die Weiterverbreitung digitaler Fernsehsignale	10
2.4	USA: FCC erlässt Richtlinien zum Copyright-Schutz digitaler Sendungen	11
3	Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern	
3.1	China: Digitalisierung der TV-Kabelnetze hat begonnen	12
3.2	Deutschland: Einführung von DVB-T in Norddeutschland beschlossen	12
3.3	Frankreich: Lizenzierung von vier DTT-Multiplexen	13
3.4	Japan: DTT-Start wird von hohen ökonomischen Erwartungen begleitet	14
3.5	Österreich: Konzept zur Einführung des DVB-T.....	14
3.6	USA: Fortschritte bei der Einführung digitalen Fernsehens	16
4	Einzelthemen	
4.1	Rat der EU zum Kommissionsbericht über Switch-Over	17
4.2	Entscheidung der DLM über vier digitale Erotikkanäle.....	17
4.3	Kabel Deutschland, Primacom, Ish und der deutsche TV-Kabelmarkt	19
4.4	Fusion von Carlton Communications plc und Granada plc	19
4.5	Positive Geschäftsentwicklung bei BSkyB in 2003	19
4.6	Zahl der Premiere-Abonnenten auf über 2,8 Mio. gestiegen	20
5	Literaturhinweise	
5.1	Zeitschriften.....	21
5.2	Buchveröffentlichungen.....	25

1 Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen

1.1 Britische Studie über nutzerfreundliche Gestaltung digitalen Fernsehens

Im September 2003 wurde eine Studie zur nutzerfreundlichen Gestaltung der Zugangstechnologie zu digitalem Fernsehen vorgestellt. Erarbeitet wurde sie im Kontext des Digital Television Action Plan, der unter anderem als Ziel formuliert, dass für die Nutzung digitalen Fernsehens Endgeräte verfügbar gemacht werden, die leicht und ohne technische Modifikationen von möglichst allen Nutzerinnen und Nutzern bedient werden können. Die umfangreiche Studie basiert auf Expertengesprächen, einer Repräsentativbefragung (n=4.000), mehreren Gruppendiskussionen, Usability-Audits und Feldtests.

Die Ergebnisse bestätigen, dass sich das Equipment für die Nutzung digitalen Fernsehens bedeutsam vom analogen Fernsehen unterscheidet. Aus Nutzerperspektive handelt es sich also um eine größere Umstellung. Bestimmte Aspekte des Umgangs mit digitalem Fernsehen, wie etwa das menügesteuerte Navigieren, sind im Hinblick auf die Fernsehnutzung bisher gänzlich unbekannt und allenfalls, wenn auch anders umgesetzt, von Computern oder auch einer zunehmenden Zahl anderer Geräte des Alltagslebens (z.B. Handys, Fahrkartenautomaten etc.) vertraut.

Der Versuch abzuschätzen, inwieweit bestimmte Bevölkerungsgruppen durch die bisherigen Geräte von der Nutzung digitalen Fernsehens ausgeschlossen werden, führt zu einem Wert von gut 4 % der Nutzer analogen Fernsehens, die auf Grund verschiedener Einschränkungen der Wahrnehmungs- und kognitiven Verarbeitungsfähigkeit nicht in der Lage wären, mit den digitalen Geräten fernzusehen; weitere 1,6 % blieben von der Nutzung interaktiver Dienste ausgeschlossen. Auf der anderen Seite könnten andere mögliche Funktionalitäten digitalen Fernsehens, etwa Audio Description, umgekehrt dazu beitragen, dass auch bestimmte Bevölkerungsgruppen digitales Fernsehen besser nutzen können als bisher das analoge.

Die Hauptursache für einen Ausschluss von Teilen der Bevölkerung von der neuen Technologie stellen aber die konkreten kognitiven Her-

ausforderungen dar, mit denen die betreffenden Systeme die Nutzer konfrontieren. Das erste Problem ergibt sich für diejenigen, für die die eng an die Computerwelt angelehnten Menüsysteme nicht vertraut sind, also insbesondere ältere Menschen. Das zweite Problem ergibt sich aus der teilweise unzureichenden Gestaltung der Hard- und Software, die selbst geübte Computernutzer oft vor große Probleme stellt.

Während die Autoren vermuten, dass die vertrauten Funktionen der Fernsehnutzung in naher Zukunft annähernd so einfach zu nutzen sein werden, wie dies beim analogen Fernsehen der Fall ist, ergeben sich im Hinblick auf die interaktiven Dienste größere Probleme. Auch die Installation der Set-Top-Boxen, insbesondere für DVB-T, erfordert der Untersuchung zufolge in mindestens 15 % der Fälle die Unterstützung von Fachleuten.

Auf der Grundlage der Ergebnisse werden folgende Empfehlungen formuliert:

- Förderung des Wissens über digitales Fernsehen und seine Grundlagen;
- Initiativen zur Verbesserung von Kaufentscheidungen, zum Beispiel: computergestützte Entscheidungshilfen sowohl für die Kunden selbst als auch für die Fachhändler; spezielle Fortbildungen für Händler, möglicherweise auch entsprechende Zertifizierungen; Unterstützung der verschiedenen Interessenverbände bei der Zusammenstellung von spezifischen Empfehlungslisten; auf Grund der besonderen Bedeutung der Fernbedienungen sollten diese gut lesbar sein oder besser noch zum Ausprobieren bereit liegen.
- Verbesserung der Gebrauchsanleitungen: laufende Verbesserung bestehender Handbücher; Bereitstellung von zusätzlichen Informationsmöglichkeiten über Hotlines, das Internet oder Videos / DVDs; vorsorglich sollten die Handbücher auch die Situation des Switch-Over berücksichtigen, in der die Nutzer ihre Geräte neu einstellen müssen.
- Verbesserungen der Funktionalität der Geräte, insbesondere im Hinblick auf einfachere Lö-

- sungen für die Aufzeichnung von Programmen.
- Verbesserungen des Designs der interaktiven Elemente, etwa durch Design-Checklisten oder die Veröffentlichung von Best-practice-Beispielen.
- Verbesserungen des Designs und der Funktionalität der Fernbedienungen.
- Förderung der Entwicklung und Verbreitung integrierter digitaler Fernsehgeräte.

- Entwicklung von Konzepten zur Gewährleistung individueller Unterstützung in der Situation des Switch-Over und Kalkulation der erwartbaren Kosten. [HA]

DTI / The Generics Group (Hrsg.) (2003): Digital Television for all: a report on usability and accessible design. Prepared for the Digital Television Project by Dr Jeremy A. Klein, Simon A. Karger, Kay A. Sinclair (The Generics Group), 18 September 2003, http://www.digitalelevision.gov.uk/pdfs/Digital_TV_for_all.pdf

1.2 Perspektiven des Breitband-Internetzugangs in den USA

Das Marktforschungsunternehmen PriceWaterhouseCoopers hat unter dem Titel „The Broadband Future – Interactive, Networked, and Personalized“ einen Bericht zur Entwicklung des breitbandigen Internets vorgelegt. Dabei steht die mögliche Entwicklung auf dem amerikanischen Verbrauchermarkt im Zeitraum zwischen 2004 und 2006 im Mittelpunkt der Betrachtung.

In der Einleitung ihrer Studie stellen die Verfasser fest, dass der Übergang zur breitbandigen Übertragung von Internetinhalten vor allem für audiovisuelle Unterhaltungsangebote große Folgen haben wird. Breitband-Netzwerke würden von den Konsumenten genutzt werden, um die unterschiedlichsten Angebote über eine Vielzahl unterschiedlicher Netzwerke in unterschiedlichen individuellen und sozialen Umgebungen zu nutzen.

Ausgangspunkt der Analyse der Autoren ist die Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse der Diskussion über die künftige Entwicklung in diesem Bereich. Schwerpunkte dieses ersten Abschnitts sind die Bedingungen für die Verbreitung von Breitband-Zugängen bei den Konsumenten und die Anforderungen, die sich aus der neuen Distributionsmöglichkeit für Unternehmen ergeben. Zusammenfassend wird versucht, die vielversprechendsten Erlösmodelle für Inhalte zu ermitteln. In einem zweiten Schritt werden drei Geschäftsmodelle, mit denen Erlöse für Inhalte erzielt werden können, genauer analysiert. Als erstes steht die Auswertung existierender Inhalte im Mittelpunkt der Betrachtung, danach die Auswertung solcher Inhalte mit für die neuen technischen Möglichkeiten spezifischen Erweiterungen und schließlich werden neue, spezifisch für die Breitband-Übertragung entwickelte Inhalte und Applika-

tionen betrachtet. Am Ende des Berichtes werden die wichtigsten Ergebnisse für die Anbieter von Inhalten und Netzbetreiber zusammengefasst.

Grundlage des Berichtes sind neben einer Auswertung der vorliegenden Literatur Interviews mit Unternehmensvertretern aus den jeweiligen Bereichen.

Die zentralen Ergebnisse bisheriger Untersuchungen für das Breitband-Internet sind nach Ansicht der Autoren, dass die Übertragung traditioneller audiovisueller Inhalte über das Internet keine Killer-Application ist. In den nächsten drei Jahren wird der Einsatz audiovisueller Inhalte als Ergänzung und Erweiterung bereits existierender Onlineinhalte die zentrale Rolle spielen. Die dabei angesprochenen Dienste sind Video-Messaging, die Erweiterung von Spielen und Anwendungen zur Fernüberwachung. Ein weiterer zentraler Trend wird die Nutzung bestehender Kundenbeziehungen für die Verbreitung von personalisierten Premium-Inhalten sein; eine wichtige Rolle in diesem Markt werden Yahoo!, AOL, MSN und Real Networks spielen. In der zweiten Hälfte des Jahrzehnts wird nach Ansicht der Autoren vor allem die Interaktivität von den Anbietern genutzt werden, um den Bedürfnissen der Konsumenten zu entsprechen. Der nächste Schritt ist die Entwicklung spezifischer Angebote, die die technischen Möglichkeiten des Übertragungsweges adäquat nutzen, um im Plattformwettbewerb mit der klassischen Rundfunkübertragung zu bestehen. Entscheidend für die Akzeptanz der Breitband-Distribution in den USA sind vor allem geringe Kosten.

Nach dieser Zusammenfassung diskutieren die Verfasser die Optionen von Anbietern für

die Nutzung der Breitband-Netze. Neben der bloßen Nutzung als Distributionsmöglichkeit werden dabei auch die Erweiterung existierender Inhalte um onlinespezifische Bestandteile und die Entwicklung spezieller Onlineinhalte aufgegriffen. Fördernde und hemmende Faktoren der Entwicklung auf unterschiedlichen Ebenen werden gegeneinander abgewogen und schließlich werden die zentralen Charakteristika der Entwicklung zusammengefasst (vgl. nachstehende Grafik).

Am Ende des Berichtes empfehlen die Autoren Inhalte-Anbietern und Netzbetreibern, Unternehmensnetzwerke zu bilden, die Nutzer von der Zahlung für hochwertige Dienste zu überzeugen und flexibel bei der Entwicklung von Angeboten für unterschiedliche technische Plattformen und Finanzierungsmodelle zu sein. [H3r]

PriceWaterhouseCoopers (2003): The broadband future: interactive, networked, and personalized (November 2003), http://www.pwcglobal.com/pl/eng/lins-soll/publ/2003/tice_broadband_11.pdf

Value Chain	Content	Network	Devices	Consumers
Past	Passive	Separate	Standalone	Aggregated
	↓	↓	↓	↓
Future	Interactive	Converged	Networked	Personalized
Past	Professionally created, designed for one-way broadcast	Mail, retail, broadcast, one-way cable	Standalone devices such as TVs, stereos, DVD players, PCs, phones, PDAs	Passive consumption of content distributed via broadcast physical media
Present	User-generated content beginning to compete with professional content; interactivity on the rise	Content distribution via Internet supplements broadcast and cable but the two networks remain separate. Internet connections moving to broadband but still asymmetric	Expanding pool of digital devices becoming more interconnected, but still have limited ability to deliver content to consumer's preferred device	Two separate content consumption experiences: passive TV viewing for broadcast, interactive PC use for Internet. Only TV viewing can be a group experience
Future	Increased competition from user- and community-created content; more content is designed for interactivity	Fiber-based networks will provide symmetric broadband in a variety of service packages	Home media servers will act as staging areas, fed by content providers over broadband connections and delivered to many devices	Consumers will have personalized channels allowing on-demand content consumption. Consumption experiences include individual, group, and online communities
Representative Vendors	Music labels, studios, content aggregators – AOL, BMG, Disney, MSN, Sony, Universal, Warner, Yahoo!	Cable MSOs and telcos – BellSouth, Charter, Comcast, Cox, Qwest, SBC, Verizon	Device providers – Apple, Dell, HP, Microsoft, Nokia, Philips, Sony	

© PriceWaterhouseCoopers 2003

„Exhibit 2: The interactive, networked, and personalized future“ mit freundlicher Genehmigung entnommen aus: PriceWaterhouseCoopers (2003): *The broadband future: interactive, networked, and personalized* (November 2003), S. 11.

1.3 Studie zur Zufriedenheit von Nutzern von Breitbandangeboten in den USA

Das Marktforschungsunternehmen Zanthus Research hat im Auftrag der Firma SupportSoft im Mai 2003 in den USA eine Studie zum Service bei Breitbandnutzern durchgeführt. 550 Abonnenten von Breitbandangeboten wurden hierzu befragt.

Aus den im Oktober veröffentlichten Ergebnissen geht hervor, dass 70 % der Kunden innerhalb eines Jahres mindestens einmal den technischen Support des Anbieters benötigten. Unter den Nutzern von DSL-Verbindungen war die Zufriedenheit etwas geringer, als dies bei

Breitbandkabelnutzern der Fall war. Vor dem Hintergrund der Ergebnisse zeigt sich, dass der Support ein wichtiges Element des Wettbewerbes zwischen den Infrastrukturanbietern sein wird, und aus der Sicht der Anbieter erhebliche Kosten bedeuten kann. [H3r]

SupportSoft (2003): New study shows customer service holds key to broadband profitability: high cost of low satisfaction inhibits customer retention (press release, 6.10.2003), http://www.supportsoft.com/news/pressroom/pr_20031006.shtml

1.4 Bericht über Breitbandkommunikation in Österreich

Mit einem „Breitband Status Report“ informiert die österreichische Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH (RTR) über den Status Quo und die Perspektiven der Breitbandkommunikation.

Um die in diesem Bereich liegenden Potenziale zu nutzen und, wie es in dem Bericht heißt, für Österreich „wieder einen Spitzenplatz unter den Informationsgesellschaften Europas zu erreichen“ (S. 9), hat sich die RTR zum Ziel gesetzt, „Initiativen zur Förderung einer ubiquitären Breitbandinfrastruktur einerseits und zur Weiterentwicklung von Inhalten (wie z.B. e-Government) andererseits“ (S. 10) zu ergreifen.

Der Breitband Status Report soll in diesem Sinne dazu dienen, die mit breitbandigem Internetzugang verbundenen positiven sozialen und wirtschaftlichen Effekte den Entscheidungsträgern, Meinungsbildnern und der Öffentlichkeit zu vergegenwärtigen und internationale Erfolgsbeispiele vorzustellen. [HA]

RTR (Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH) (2003): Breitband Status Report. Österreich auf dem Weg zum Spitzenplatz in der Informationsgesellschaft. Wien (Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH: Bd. 2).

1.5 Ökonomische Entwicklung des französischen Pay-TV

Die französische Rundfunkaufsichtsbehörde Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) hat im Oktober 2003 eine Studie zur Entwicklung der Pay-TV-Sender veröffentlicht, die über Kabel und Satellit verbreitet werden. Dabei wurden 85 der insgesamt 92 französischsprachigen Spartensender analysiert, die in Bouquets von mindestens 15 Programmen an die Abonnenten vermarktet werden (so genanntes erweitertes Angebot – offre élargie).

Insgesamt lässt sich eine zwiespältige Gesamttendenz feststellen. Einerseits stieg die Zahl der auf Programmbouquets abonnierten Zuschauer um 10 % auf nunmehr 5,5 Mio. Haushalte; hinzu kommen weitere 5 Mio. Abonnenten, die Canal Plus mit seinem terrestrisch aus-

gestrahlten Pay-TV erreicht – dies war jedoch nicht Gegenstand der Untersuchung. Der Ausbau der Abonnentenzahlen geht nach Auffassung des CSA insbesondere auf die Erweiterung des Gesamtangebotes durch neue Spartensender zurück.

Andererseits stagniert der Gesamtumsatz der französischen Spartensender bei rund 850 Mio. Euro – diese Ziffer entspricht in etwa dem Ergebnis des Vorjahres. Angesichts des erwähnten Hinzutretens neuer Sender sind die Umsätze also real gesunken – und dass, obwohl die absolute Zahl der Abonnenten gestiegen ist. Dies hat nach Auffassung des CSA zwei Gründe: zum einen geringere Investitionen der Unternehmen in TV-Werbung, zum anderen geringere Zah-

lungen der Betreiber der Programmplattformen an die von ihnen vermarkteten Programme. Noch bis zum Jahr 2000 war die Entwicklung umgekehrt gewesen: ein überproportionales Wachstum der Gesamtumsätze im Verhältnis zur Größe des Abonnentenstamms.

Die Entwicklung der Programmplattformen auf den einzelnen Übertragungswegen ist dabei unterschiedlich – und dies, obwohl die über Kabel und Satellit verbreiteten Programme inzwischen weitgehend identisch sind. Die beiden Satellitenbouquets, TPS (Télévision par Satellite) und Canal Satellite vereinigen insgesamt 60 % jener Haushalte auf sich, die Spartensender über Kabel oder Satellit empfangen können (3,2 Mio. Haushalte). Grund hierfür ist die technisch bedingt höhere Reichweite der per Satellit übertragenen Sender.

Die Studie analysiert die wirtschaftliche Entwicklung der Sender anhand unterschiedlicher Parameter. Neben dem Gesamtumsatz wird insbesondere nach dem Durchschnittsumsatz pro Sender und pro Abonnent sowie nach den einzelnen Programmfeldern differenziert. Weiter werden die Beteiligungsverhältnisse der einzelnen Spartenprogramme aufgeführt. Schließlich wird aufgelistet, in welchem Ausmaß die Sender – in Frankreich verbindlichen – Sendequoten für europäische und französischsprachige Werke eingehalten haben. [PP]

CSA (2003): Bilan 2002 des chaînes du câble et du satellite: croissance du parc d'abonnés et stagnation du chiffre d'affaires, in: Lettre du CSA n° 166 (2003), http://www.csa.fr/actualite/communiqués/communiqués_detail.php?id=13689.

2 Anpassung der Regelungskonzepte

2.1 Deutschland: DLM beschließt Abgrenzungspapier Rundfunk / Mediendienst

Auf ihrer 154. Sitzung am 6. November hat die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) ein neues Strukturpapier zur Abgrenzung von Rundfunk und Mediendiensten beschlossen. Anhand der im Papier festgehaltenen Abgrenzungsmerkmale sollen die Landesmedienanstalten in Zweifelsfällen konsistente Dienstetypisierungen vornehmen können.

Das Abgrenzungspapier ist nach den beiden vorausgegangenen Strukturpapieren der DLM (1997 und 1998) das dritte seiner Art. Auch mit dem jetzt veröffentlichten Papier will die DLM die Diskussion der Problem- und Rechtslage fortführen und dabei neue technische Entwicklungen und Angebote einbeziehen.

Bei der Abgrenzung von Rundfunk und Mediendiensten kommt es entscheidend auf das Merkmal der ‚Darbietung‘ an. Liegt dieses Merkmal vor, so handelt es sich bei dem in Frage stehenden Dienst um Rundfunk im Sinne des Rundfunkstaatsvertrags (RStV). Fehlt es dem Dienst an diesem Merkmal, ist er dagegen als Mediendienst zu klassifizieren und unterliegt somit den (weniger restriktiven) Vorgaben des Mediendienstestaatsvertrags (MdStV).

Die DLM hält den – wenn auch nach ihrer Ansicht unscharfen – Begriff der Darbietung, der in seinem Begriffskern etwas über die Meinungsbildungsrelevanz des Angebotes aussagt, für das wahrscheinlich einzig geeignete Kriterium für eine systematische Unterscheidung der beiden Dienstformen. Die Meinungsbildungsrelevanz ist nach Ansicht des Bundesverfassungsgerichts wiederum gekennzeichnet durch Breitenwirkung, Aktualität und Suggestivkraft eines Angebots.

In dem Abgrenzungspapier differenziert die DLM diese Kriterien näher aus und kommt auf Grund der Tatsache, dass Meinungsbildungsrelevanz im Prinzip allen Inhalten elektronischer Kommunikation zukommen kann, zu dem Schluss, dass Rundfunk nicht anhand starrer Dienstmerkmale kategorisiert werden kann, sondern vielmehr als Dienstetyp zu begreifen ist, der durch offene Merkmale geprägt wird.

Danach spreche bei der Abgrenzung eines Dienstes nach Ansicht der DLM umso mehr für die Einordnung als Rundfunk,

- je höher die Meinungsrelevanz der Inhalte also solche sei,
- je stärker die redaktionelle Gestaltung der Inhalte sei,
- je realitätsnäher die Inhalte präsentiert würden,
- je größer die Reichweite des Dienstes und dessen gleichzeitige Rezeptionsmöglichkeit bzw. gleichzeitige Nutzung sei und
- je weniger Interaktivität des Nutzers den Rezeptionsvorgang bestimme.

Neben dem Aufstellen dieser grundsätzlichen Kriterien zur Dienstetypisierung enthält das Papier einzelne Fallbeispiele und deren Einordnung als Mediendienst oder Rundfunk anhand der eben genannten Bewertungen.

Anhand des Strukturpapiers hat die DLM bereits erste Typisierungen von Erotikangeboten vorgenommen und deren Zulassung gegenüber den zuständigen Landesmedienanstalten positiv beschieden (siehe 4.2, S. 17 in dieser Ausgabe). [SD]

DLM (2003): Drittes Strukturpapier zur Unterscheidung von Rundfunk und Mediendiensten (November 2003), http://www.alm.de/aktuelles/presse/Strukturpapier_Abgrenzung_RF_MD.pdf

2.2 Frankreich: Jugendschutz-Richtlinien im Pay-TV verschärft

Im Zuge der forcierten Ausstrahlung pornografischer Programme durch Frankreichs erfolgreichsten Pay-TV-Sender Canal Plus hat sich eine sehr kontroverse Debatte um die Forderung nach dem generellen Verbot solcher Filme im Fernsehen entwickelt.

Ein generelles Verbot ist bislang nicht vorgesehen. Der Conseil Supérieur de l’Audiovisuel (CSA) hat jedoch für die Programme der so genannten Kategorie V verschärfte Regeln entwickelt, die insbesondere den technischen Zugang und die Vermarktungsmöglichkeiten be-

treffen. Es handelt sich um die höchste Kategorie, die Kinofilme „frei ab 18 Jahren“ umfasst sowie pornografische oder sehr gewalttätige Filme, welche die Entwicklung Jugendlicher beeinträchtigen können.

Werke dieser Kategorie dürfen ab 31.12.2004 nur noch nach Mitternacht sowie von Sendern ausgestrahlt werden, die als Kinosparten- oder Pay-per-view-Angebote lizenziert sind. Werke der Kategorie V dürfen nicht im Basisbouquet vermarktet werden und grundsätzlich nicht mit Sonderkonditionen versehen sein. Neue Abonnenten müssen sich ausdrücklich für eine Aufnahme von solchen Filmangeboten in ihr Bouquet entscheiden – ansonsten erfolgt das Abonnement ohne Filme der Kategorie V.

Der technische Zugang wird durch eine „doppelte Verschlüsselung“ (double verrouillage) reglementiert: Neben die herkömmliche Zugangskontrolle tritt die Identitätskontrolle über einen mindestens vierstelligen Zugangscode. Technisch muss darüber hinaus sichergestellt werden, dass bei jeder Veränderung des Rezeptionskontextes (Programmwechsel, Decoderausfall etc.) eine Re-Verschlüsselung erfolgt.

Zugleich hat der CSA ein neues System der optischen Kennzeichnung für den Jugendschutz im Fernsehen entwickelt (Jugendschutzkennzeichnung – signalétique jeunesse). Das bisherige System der farblich unterschiedlichen Bildschirmhinweise, das aus dem Jahr 1996 stammt

und von allen Sendern praktiziert wird, gilt als zu wenig verständlich. Dies hatte sich insbesondere bei Filmen der Kategorie II gezeigt („Elterliches Einverständnis wünschenswert“). Das blaue Zeichen auf dem Bildschirm wurde nach Umfragen nur von 26 % der Eltern zutreffend identifiziert.

Seit November 2003 gilt nun ein Kennzeichnungssystem, das die angeratene Altersstufe auf dem Bildschirm visualisiert („bis zehn“ etc.). Die Zeichen müssen nicht nur am Filmanfang eingeblendet werden (bzw. je nach Jugendschutzkategorie auch über die ganze Dauer), sondern auch nach allen Unterbrechungen sowie bei Programmtrailern. [PP]

CSA (2003): Recommandation aux éditeurs et aux distributeurs de services de télévision diffusant des programmes de catégorie V, 22. Oktober 2003, in: Journal Officiel vom 30. Oktober 2003, http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=14516

CSA (2003): Distribution commerciale de chaînes diffusant des programmes de catégories IV et V : le Conseil répond à CanalSatellite, 14. Januar 2004, http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=15163

CSA (2003): Délibération relative à la diffusion de programmes de catégorie V, 25. März 2003, Journal Officiel vom 10 April 2003, http://www.csa.fr/infos/textes/textes_detail.php?id=11923

CSA (2003): La nouvelle signalétique jeunesse, http://www.csa.fr/infos/controle/television_signalétique2.php.

2.3 Kanada: Regelungsrahmen für die Weiterverbreitung digitaler Fernsehsignale

Unter Berücksichtigung von Stellungnahmen, zu denen die beteiligten Unternehmen Mitte 2002 aufgefordert wurden, hat die CRTC im November 2003 einen Regelungsrahmen für die Weiterverbreitung digitaler Fernsehsignale per Kabel, Satellit oder durch Multicast vorgelegt.

Er ist gekennzeichnet durch folgende Grundsätze:

- Vorrang haben die im Gebiet des Weiterverbreitungsunternehmens terrestrisch ausgestrahlten digitalen kanadischen Fernsehprogramme. Da bei der Mehrheit der Zuschauer der Fernsehempfang nicht direkt, sondern durch Weiterverbreitung erfolgt, sollen auf diese Weise Anreize für die terrestrische Ausstrahlung digitaler Programme geschaffen werden.

- Die vorrangigen Programme müssen im Basisangebot enthalten und ohne gesonderte Entgelte für alle Abonnenten zugänglich sein. Ihre Anordnung im jeweiligen Angebot ist nicht vorgeschrieben. Es wird jedoch erwartet, dass kanadische Angebote in den Navigationssystemen prominent präsentiert werden.
- Fernsehprogramme, deren Weiterverbreitung obligatorisch ist, sind nicht nur digital, sondern auch analog weiterzubreiten. Unternehmen, bei denen mindestens 85 % der Abonnenten digital verbreitete Programme empfangen können, können beantragen, dass diese Verpflichtung aufgehoben wird.
- Die Verbreitung von Rundfunkdiensten hat Vorrang vor der Verbreitung anderer Dienste. Die Erlaubnis zur Verbreitung eines Dienstes

beinhaltet, keine anderen Inhalte als die dienstspezifisch damit verknüpften anzubieten. [Schr]

CRTC (2003): The regulatory framework for the distribution of digital television signals (Broadcasting Public Notice CRTC 2003-61), <http://www.crtc.gc.ca/archive/ENG/Notices/2003/pb2003-61.pdf>

2.4 USA: FCC erlässt Richtlinien zum Copyright-Schutz digitaler Sendungen

Die Federal Communications Commission (FCC) hat im November 2003 Richtlinien zum Schutz digitaler Inhalte verabschiedet. Danach müssen alle Hersteller von Unterhaltungselektronik bis Juli 2005 dafür sorgen, dass ihre Produkte ein digitales Wasserzeichen, die so genannte Broadcast Flag, lesen können. Dieser Kopierschutz soll Inhalteanbietern helfen, die massenhafte Verbreitung aufgezeichneter Sendungen und Filme insbesondere über das Internet zu unterbinden.

Die US-Medienbehörde möchte mit den Richtlinien die Umstellung auf Digitalfernsehen fördern und Anbieter in diesem noch jungen Markt vor Schäden durch massenhafte Verbreitung ihrer Inhalte schützen. Ohne Kopierschutz bestehe die Gefahr, dass gerade hochwertige Sendungen nur noch auf verhältnismäßig sicheren Plattformen, etwa im Kabel- und Satellitenfernsehen, gezeigt würden. Entsprechend positiv äußerten sich die großen TV-Sender und Hollywood-Studios, die mit Blick auf die Erfahrungen der Musikindustrie zum Start des Digitalfernsehens regulatorischen und technischen Schutz gefordert hatten. Nach Angaben der FCC werden allerdings auch ältere Geräte weiter

funktionieren, die das Zeichen nicht erkennen können.

Kritisch sehen Verbraucherschützer dagegen die neuen Vorgaben. Bemängelt wird vor allem die eingeschränkte Möglichkeit zu Privatkopien. Auch innerhalb der Behörde war die Regelung nicht unumstritten. Dennoch wurde der Beschluss einstimmig getroffen. Zwei Mitglieder der fünfköpfigen Kommission gaben jedoch zu Protokoll, dass ihrer Ansicht nach Nachrichten und andere Sendungen von öffentlichem Interesse vom Kopierschutz ausgenommen werden sollten. Diese müssten so weit wie möglich verbreitet werden können, um die politische Willensbildung der Bürger zu fördern. [MZ]

FCC (2003): FCC adopts anti-piracy protection for digital TV. Broadcast Flag Prevents Mass Internet Distribution; Consumer Copying Not Affected; No New Equipment Needed (press release 04.11.03), http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DOC-240759A1.pdf

FCC (2003): Report and order and further notice of proposed rule-making in the matter of Digital Broadcast Content Protection (FCC 03-273 (MB Docket 02-230), 04.11.03), http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-03-273A1.pdf

3 Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern

3.1 China: Digitalisierung der TV-Kabelnetze hat begonnen

Die chinesische Staatsführung hat im Sommer des Jahres 2003 mit der Umsetzung des zehnten ‚Fünf-Jahres-Plans für Rundfunk, Film und Fernsehen‘ begonnen. Im Kern steht dabei die Digitalisierung des chinesischen Fernsehens. Bis zum Jahr 2005 sollen 30 Mio. Haushalte über Satellit und weitere 30 Mio. Haushalte über Kabel digitales Fernsehen erhalten. 2010 soll die Digitalisierung abgeschlossen sein.

China plant für die Kabelnetze einen eigenen, an das europäische DVB-C angelehnten Standard zu verwenden, technische Schwierigkeiten führten jedoch zu Verzögerungen. Wichtige Säule des Switch-Over-Prozesses wird deshalb kurzfristig die Verwendung des europäischen Standards DVB-C selbst sein.

Versuchsweise wurde im Sommer 2003 in den TV-Kabelnetzen von 25 Städten – darunter Peking – sowie in den Provinzen Fujian, Jiangxi

und Shaanxi mit der digitalen Ausstrahlung begonnen. Das staatliche Chinesische Zentralfernsehen wurde mit dem Aufbau der Programmplattform betraut.

Momentan werde das digitale Fernsehen, vor allem wegen der Kosten der obligatorischen Anschaffung entsprechender Decoder (ab 120 US-Dollar), von vielen Kabelfernseh abonnten allerdings als Luxus empfunden. Entsprechend bemüht sich die Telekommunikationsbehörde, die Vorteile der Digitalisierung zu verdeutlichen. [CH]

China Daily (2003): 30 Million Viewers to Tune into Digital TV Across China (14.7.03), <http://www.china.org.cn/english/government/69835.htm>

China Daily (2003): Digital TV Broadcasting Standard decided (22.7.03), <http://www.china.org.cn/english/2003/Jul/70545.htm>

3.2 Deutschland: Einführung von DVB-T in Norddeutschland beschlossen

Öffentlich-rechtliche und private Rundfunkveranstalter sowie die Landesmedienanstalten aus Niedersachsen, Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern haben eine Vereinbarung über die Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens in diesen Ländern geschlossen.

Ziel der Partner ist die vollständige Umstellung der analogen terrestrischen Fernsehversorgung auf DVB-T. Dabei wird zunächst in den Ballungsgebieten eine „portable indoor“-Versorgung angestrebt. In Niedersachsen wird der Regelbetrieb in der Region Hannover / Braunschweig Mitte 2004 beginnen, ebenso im Bereich Bremen / Bremerhaven.

Für die Startinsel Hamburg / Lübeck wird ein Beginn im vierten Quartal 2004 angestrebt; zeit-

gleich soll auch die Startinsel Kiel versorgt werden (vgl. nachstehendes Schaubild).

In der Region Schwerin / Rostock sollen NRD / ARD und ZDF voraussichtlich Ende 2005 mit einem Umstieg beginnen.

Die Vereinbarungspartner haben eine Lenkungsgruppe eingerichtet, die über alle relevanten Fragen entscheiden soll. Eine Kommunikationsgruppe ist für die Umsetzung des gemeinsamen Marketingkonzeptes zuständig. [WS]

ULR (Hrsg.) (2003): Vereinbarung über die Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens (DVB-T) in Niedersachsen, Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern (vom 20.10.2003), http://www.ulr.de/ULR_Akt_Start/Filebase/einfuehrungdvbt.pdf

Projektbüro DVB-T Norddeutschland (2003): Empfangsgebiete DVB-T Norddeutschland, <http://www.dvb-t-nord.de/html/empfang.htm#>

Einführung des DTT in Nordeutschland:

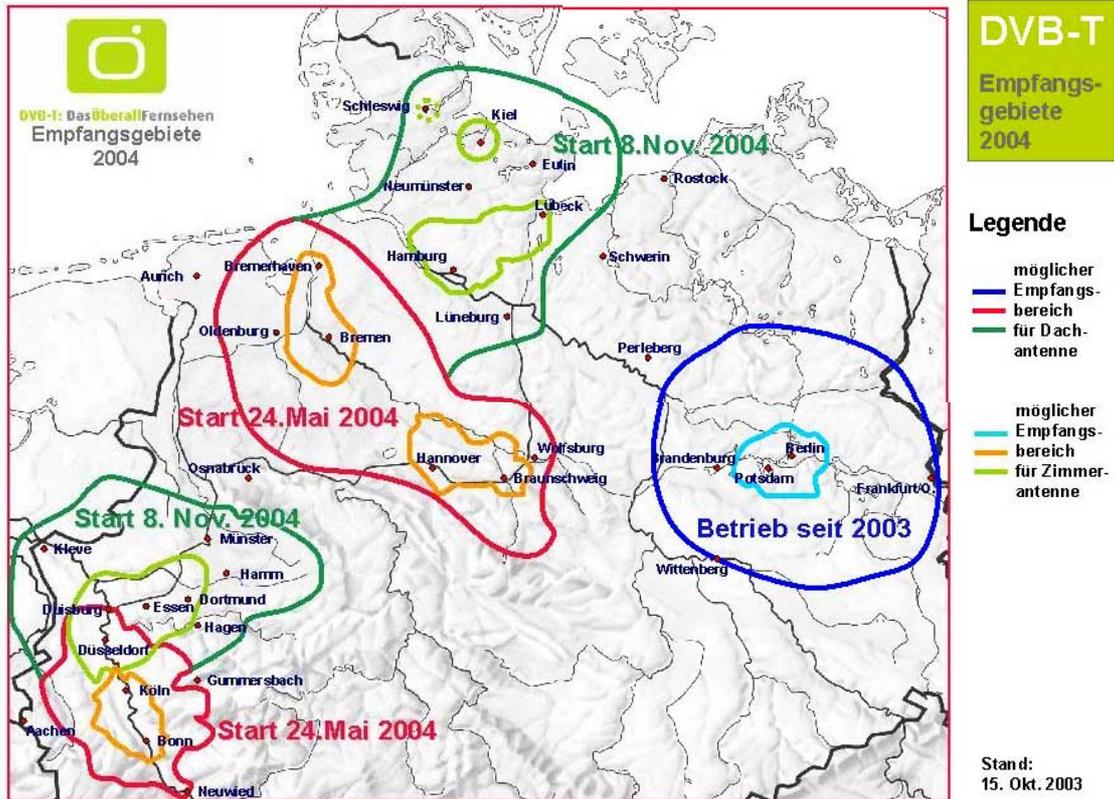


Schaubild entnommen aus: <http://www.dvb-t-nord.de/html/empfang.htm#>

3.3 Frankreich: Lizenzierung von vier DTT-Multiplexen

Ende Oktober 2003 hat der Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) vier unterschiedliche Gesellschaften als Betreiber der vier terrestrisch-digitalen Multiplexe zugelassen, die für die privaten Programmangebote zur Verfügung stehen werden.

Die Betreiber waren zuvor von den einzelnen Programmveranstaltern ausgewählt worden, die der CSA bereits im Jahr 2002 zugelassen hatte (siehe DocuWatch 4/2002, 3.5, S. 16). Die Auswahl des Betreibers für die beiden verbleibenden Multiplexe, die für die öffentlichen Sender zur Verfügung stehen werden, ist noch offen.

Im Dezember hat der CSA zudem bekannt gegeben, dass der Einstieg in den Regelbetrieb des digitalen terrestrischen Fernsehens in Frankreich zwischen dem 1.12.2004 und dem 31.3.2005 liegen wird. Ab Ende 2005 sollen 60 % der Bevölkerung technisch erreicht werden können. Dies soll schrittweise auf eine Reich-

weite von 85 % der französischen Haushalte gesteigert werden.

Der terrestrische Empfang ist in Frankreich von herausragender Bedeutung – derzeit empfangen knapp 70 % der Bevölkerung ausschließlich (analoges) terrestrisches Fernsehen. [PP]

CSA (2003): Désignation des opérateurs de multiplex de la télévision numérique terrestre, Communiqué n°538 vom 3. September 2003, http://www.csa.fr/actualite/communiqués/communiqués_detail.php?id=13608

CSA (2003): TNT: délivrance des autorisations aux opérateurs de multiplex, Communiqué n°542 vom 22. Oktober 2003, http://www.csa.fr/actualite/communiqués/communiqués_detail.php?id=14297

CSA (2003): TNT: les télévisions du secteur public consultées sur la composition des multiplex, Communiqué n°530 vom 26. Mai 2003, http://www.csa.fr/actualite/communiqués/communiqués_detail.php?id=12686

3.4 Japan: DTT-Start wird von hohen ökonomischen Erwartungen begleitet

In den japanischen Großstädten Tokio, Nagoya und Osaka wird seit Dezember 2003 digitales Fernsehen terrestrisch ausgestrahlt. Etwa zwölf Mio. Haushalte sollen auf diese Weise erreicht werden können. Mit der Aufnahme der terrestrischen Übertragung hat Japan einen weiteren Schritt in Richtung digitalem Switch-Over getan.

Bis 2006 sollen landesweit alle terrestrisch ausgestrahlten Fernsehprogramme digitalisiert sein. Für 2011 ist dann die Einstellung des analogen Sendebetriebs geplant (vgl. DocuWatch 2/2003, 3.5, S. 14f.).

Grundlage der digital-terrestrischen Übertragung ist der japanische ISDB-T-Standard, der dem DVB-T-Standard ähnelt, jedoch speziell auf die durch Gebirge geprägte Topografie Japans sowie den mobilen Empfang abgestimmt sein soll.

Insbesondere die Möglichkeit des mobilen Digitalfernsehempfangs hat zu hohen ökonomischen Erwartungen geführt. Nach Schätzungen des Telekommunikationsministeriums könnten im Zusammenhang mit dem Switch-Over, durch die Entwicklung und den Absatz digitaler Send- und Empfangstechnik, in Japan innerhalb der nächsten zehn Jahre insgesamt über 300 Mrd. Euro erwirtschaftet werden. Mit Blick auf das Potenzial, das interaktive Zusatzdienste versprechen würden, rechnet man gar mit einem Wert von 1,6 Billionen Euro. [CH]

NHK (2003): Digital Terrestrial Broadcasting in HDTV, in: NHK Update Nr. 68 (2003) 12, S. 1, <http://www.nhk.or.jp/pr/update/new/update68.pdf>

Marshall, Toby (2003): Japan launches digital terrestrial TV (Digital Television Group News 2.12.03), http://www.dtg.org.uk/news/world-japanese_dtt_launch.htm

3.5 Österreich: Konzept zur Einführung des DVB-T

Mit dem im Dezember 2003 vorgelegten „Digitalisierungskonzept zur Einführung von digitalem terrestrischem Fernsehen“ kommt die österreichische Kommunikationsbehörde KommAustria einem der im Privatfunkgesetz enthaltenen „vordringlichen Ziele“ nach. Das Konzept stellt zugleich die Bekanntgabe der österreichischen Umstiegsstrategie im Rahmen des Aktionsplans eEurope 2005 dar. In einem „Erläuternden Hintergrundpapier zum Digitalisierungskonzept“ werden die medienpolitischen Zielsetzungen, die technische Ausgangslage und die rechtlichen Konsequenzen im Einzelnen erläutert.

Der digitalen Terrestrik kommt in Österreich aus mehreren Gründen besondere Aufmerksamkeit zu:

- Derzeit nutzen immerhin 60 % der Haushalte den terrestrischen Empfang – dies sind neben Haushalten, die Fernsehprogramme ausschließlich per Antenne empfangen, vor allem Satellitenhaushalte, für die die Terrestrik zusätzlich zum Empfang der österreichischen Programme erforderlich ist; hinzu kommen Haushalte, in denen die Zweit- oder Drittge-

räte nur auf terrestrischen Empfang ausgerichtet sind.

- Ein terrestrisches Sendernetz wird als sicherste Voraussetzung dafür gesehen, dass Österreichs kulturelle Identität gesichert werden kann.
- Lokalen und regionalen Veranstaltern kann über den terrestrischen Weg am ehesten ein Zugang zur Rundfunkverbreitung gesichert werden.
- In den letzten Jahren hat sich die Vorstellung, was unter kommunikativer Grundversorgung zu verstehen sei, gewandelt; sie führt zu einem Bedarf an größeren Übertragungskapazitäten, da sie neben den Programmen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auch die bundesweiten und lokalen privaten Fernsehveranstalter, künftige zusätzliche Spartenanbieter sowie Daten- und Zusatzdienste umfasst.
- Im Ausbau der digitalen Terrestrik wird eine Chance gesehen, die bestehenden Ungleichheiten im Zugang zu Programmen zwischen Stadt und Land entgegenzuwirken, die sich aus den Besonderheiten der Kabelverbreitung ergeben: Während im städtischen Bereich

60 % der Haushalte über einen Kabelanschluss verfügen, sind es im ländlichen Bereich weniger als 15 %.

- Auch die Satellitenübertragung kann für Österreich keine ernsthafte Alternative darstellen: Die österreichischen Programme können allenfalls verschlüsselt abgestrahlt werden, da Ausstrahlungsrechte für den gesamten deutschsprachigen Raum für österreichische Programme unerschwinglich sind. Der Empfang dieser Programme ist daher mit zusätzlichem Aufwand verbunden (Smart-Cards zur Entschlüsselung).
- Die als besondere Innovation betrachtete Möglichkeit des mobilen Empfangs besteht nur bei terrestrischer Verbreitung.
- Schließlich besteht nach geltendem ORF-Gesetz die Verpflichtung, die Gebührenzahler flächendeckend mit Programmen zu versorgen.

Das nun vorgelegte Digitalisierungskonzept geht aus von folgenden Leistungsmerkmalen für die digitale Terrestrik:

- Das digital terrestrisch empfangbare Angebot soll von Beginn an mindestens das bisher empfangbare Free-TV-Angebot umfassen, möglichst aber auch darüber hinausgehen.
- Ebenfalls von Beginn an sollen interaktive Zusatzdienste angeboten werden.
- Möglichst bald sollen mit portable-indoor und mobilen Empfangsmöglichkeiten die wesentlichen Alleinstellungsmerkmale von DVB-T genutzt werden.
- Für die technische und organisatorische Abwicklung soll ein Multiplex-Betreiber zugelassen werden.

Um die genannten Leistungsmerkmale erfüllen zu können, hält die KommAustria zwei gemeinsam betriebene Frequenzen für notwendig. Die Tatsache, dass nach den derzeitigen Frequenzplanungen nicht von Beginn an zwei flächendeckende Frequenzketten verfügbar sein werden, stellt eines der Argumente für die Empfehlung dar, zunächst nur einen Multiplexer zuzulassen, der das gesamte Angebot koordiniert. Für die Zeit nach der Abschaltung analoger Verbreitung erscheinen dann insgesamt fünf bis sechs Bedeckungen möglich, es können also dann auch weitere Multiplex-Plattformen zugelassen werden. Im Einzelnen sieht das Konzept folgenden Zeitplan vor:

Stufe 1: Vorbereitungsphase (2003-2005)

Frequenzplanung und -koordinierung mit Nachbarstaaten; DVB-Testprojekte ohne Minderung des analogen Angebots und Vorbereitung von Simulcast-Inseln in Ballungsräumen; Untersuchungen über denkbare Business-Modelle im Hinblick auf die Frage, welche Leistungsmerkmale (Versorgungsgrad, Zahl der Programme, Portabilität etc.) am ehesten Erfolg versprechen; Beobachtung der Entwicklung in anderen Märkten; Vorklärung potenzieller Bewerber im Hinblick auf das Verhältnis Infrastruktur und Content; Ausschreibung für Multiplex.

Stufe 2: Aufbau der Versorgung in den Ballungsräumen (2006)

Planung, Aufbau und Betrieb der ersten Multiplex-Plattform mit maximal zwei Bedeckungen pro Bundesland unter Einbeziehung der inländischen Fernsehveranstalter; inselweiser Aufbau des Netzes in Ballungsräumen mit dem Ziel, mindestens alle analog empfangbaren Programme sowie zusätzlich a) weitere Programme und b) Zusatzdienste (EPGs etc.) zu verbreiten und c) wo möglich auch portable indoor-Empfang zu realisieren; Zielkriterium für die Versorgung nach einem Jahr: 60 % der Bevölkerung mit stationärem Empfang; Aufarbeitung der internationalen Erfahrung und Überarbeitung des Konzepts für die Umschaltphase; Vorplanung des Regelbetriebes nach der analogen Abschaltung.

Stufe 3: Regionsweiser Umstieg und Analog-Turn-Off (2007-2010)

Die Umstellung erfolgt bundesländerweise und sequenziell mit einer auf sechs bis zwölf Monate begrenzten Simulcast-Dauer und einem Zielwert von mindestens 90 % für stationären und 25 % für portable indoor Empfang; Rückgabe bisher genutzter analoger Frequenzen, wenn die Programme im betreffenden Gebiet verbreitet werden, die digitale Versorgung mit der bisherigen analogen vergleichbar ist und außerdem digitale Endgeräte zu vertretbaren Preisen verfügbar sind.

Stufe 4: Nach dem Analog-Turn-Off (ab 2010)

Vermutlich fünf bis sechs Frequenzketten in Österreich möglich; Vergabe weiterer Multi-

plex-Plattformen; Versorgungsziel: eine Multiplex-Bedeckung mit mehr als 90 % (stationär), zwei bis drei mit 70 % stationär und 40 % portable indoor, weitere Bedeckungen nach wirtschaftlicher Leistbarkeit. [HA]

KommAustria (2003): Digitalisierungskonzept zur Einführung von digitalem terrestrischem Fernsehen gemäß § 21 Abs. 5 PrTV-G.

Strategie für die Einführung des digitalen terrestrischen Rundfunks. Wien, Dezember 2003 (KOA 4.000/03-08), (inkl. KommAustria (2003): Erläuterndes Hintergrundpapier zum Digitalisierungskonzept. Wien, Dezember 2003), [http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/B977E119C9F24565C1256E01002BE9A0/\\$file/Digitalisierungskonzept.pdf](http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/B977E119C9F24565C1256E01002BE9A0/$file/Digitalisierungskonzept.pdf)

3.6 USA: Fortschritte bei der Einführung digitalen Fernsehens

In den letzten Monaten zeichnete sich eine Beschleunigung des DTV-Einführungsprozesses in den USA ab.

So zeigten die gestiegenen Verkaufszahlen für Geräte zum Empfang digitaler Angebote, dass die Akzeptanz der Konsumenten für digitales Fernsehen gewachsen ist. Allein im September orderten die Händler bei den Herstellern Geräte für mehr als 790 Mio. US-Dollar. In den ersten drei Monaten wurden mehr als 2,5 Mio. Geräte verkauft; zwischen dem Einführungszeitpunkt von digitalem Fernsehen im Jahr 1998 bis 2003 hatten lediglich 4,8 Mio. Geräte Abnehmer gefunden.

Die positive Entwicklung wird von der Federal Communications Commission (FCC) auf den unterschiedlichsten Ebenen unterstützt. Einerseits übt die Regulierungsbehörde weiter intensiven Druck auf die Fernsehanbieter bei der Einführung der digitalen Übertragung aus, indem sie jeden Verlängerungsantrag für den Übergang zum digitalen Sendebetrieb genau prüft. Das Zwischenergebnis dieser Bemühungen ist, dass mittlerweile 80 % der Stationen digital senden. Andererseits bemüht sie sich, Maßnahmen gegen Internet-Piraterie bei Fernsehprogrammen zu entwickeln und umzusetzen, um die Interessen der Stationen zu schützen (siehe 2.4, S. 11 in dieser Ausgabe).

Die Aktivitäten der FCC erstrecken sich dabei auch auf die Gestaltung der Technik für die Konsumenten. Im September verabschiedete die Behörde Regeln zur Kompatibilität zwischen

Kabelnetzen und Endgeräten und zum kommerziellen Zugang zu Navigations-Diensten und Geräten auf der Grundlage des Telecommunication Act von 1996. Diese so genannten „Plug-and-Play-Rules“ sollen sicher stellen, dass die Verbraucher Endgeräte und Servicedienste, die sie unabhängig von ihrem Kabelanbieter erworben haben, mit den digitalen Kabelnetzen nutzen können. [H3r]

Martin, Hugo (2003): US record month for DTV (Digital Television Group News 30.10.03), http://www.dtg.org.uk/news/world/us_record.htm

FCC (2003): Order in the matter of DTV build-out, requests for extension of the digital television construction deadline (FCC 03-250, 16.10.03), http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-03-250A1.pdf

FCC (2003): DTV transition moving forward: FCC says more than 80% of commercial DTV stations are on the air (press release 16.10.03), http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DOC-240048A1.pdf

Pelofsky, Jeremy (2003): FCC to head off internet piracy of TV, officials say (Reuters.com, 21.10.03), <http://www.reuters.com/newsArticle.jhtml?type=technologyNews&storyID=3660180>

FCC (2003): Second report and order and second further notice of proposed rulemaking in the matter of implementation of section 304 of the Telecommunications Act of 1996, commercial availability of navigation devices, compatibility between cable systems and consumer electronics equipment. (released 09.10.03), http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-03-225A1.pdf

4 Einzelthemen

4.1 Rat der EU zum Kommissionsbericht über Switch-Over

In einer Stellungnahme begrüßt der Rat der Europäischen Union die Mitteilung der Kommission über den Übergang vom analogen zum digitalen Rundfunk (vgl. DocuWatch 3/2003, 1.12, S. 11ff.); allerdings stellt er auch fest, dass Rundfunkmärkte und Rundfunkpolitik in den einzelnen Mitgliedstaaten unterschiedlich ausgeprägt seien und politische Maßnahmen in erster Linie auf einzelstaatlicher Ebene erfolgen sollten.

Nach Auffassung des Rates soll dabei – unbeschadet der Notwendigkeit, die Marktverzerrung so gering wie möglich zu halten – ein Eingreifen des Staates in Betracht gezogen werden, um die Umstellung zu beschleunigen. Deutschland hat hier einen Vorbehalt angemeldet und strebt an, diesen Punkt dahin gehend zu ergänzen, dass finanzielle Maßnahmen des Staates einge-

schlossen sind, die mit den Regeln für staatliche Beihilfen nach europäischem Recht vereinbar sind. Daneben unterstreicht der Rat, dass ein stabiles Regelungsumfeld und eine ausreichende Information der Nutzer von besonderer Bedeutung sind.

Die Mitgliedstaaten werden ersucht, sicher zu stellen, dass sämtliche politische Maßnahmen transparent, gerechtfertigt und angemessen sind und ohne Diskriminierung rechtzeitig erfolgen. Die Kommission wird ersucht, die Initiativen der Mitgliedstaaten zu unterstützen. [WS]

Rat der EU (2003): Bericht des ASIV an den Rat über die Annahme von Schlussfolgerungen des Rates über die Umstellung vom analogen auf digitalen Rundfunk (14469/03, vom 7.11.03), <http://register.consilium.eu.int/pdf/de/03/st14/st14469.de03.pdf>

4.2 Entscheidung der DLM über vier digitale Erotikkanäle

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat in ihren Sitzungen am 6. November und 17. Dezember 2003 über die Anträge verschiedener Erotikkanalanbieter auf Zulassung bzw. über die Bescheinigung der medienrechtlichen Unbedenklichkeit beraten. Alle vier Anbieter können in naher Zukunft auf Sendung gehen.

Bei den Entscheidungen nahm die DLM eine Dienstetypisierung der Angebote als Rundfunk oder Mediendienst vor, wobei sie sich an den Kriterien ihres kürzlich vorgelegten Strukturpapiers zur Abgrenzung von Rundfunk und Mediendiensten orientierte (siehe dazu 2.1, S. 9 in dieser Ausgabe). Daneben prüften die ‚Gemeinsame Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz‘ der Landesmedienanstalten sowie die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) die jeweilige Vereinbarkeit des Angebots mit den Bestimmungen des Jugendmedienschutzstaatsvertrags (JMStV).

„movies and more“

Die primaTV broadcasting GmbH hatte bei der Sächsischen Landesmedienanstalt (SLM) einen

Zulassungsantrag für das Programmpaket „movies and more“ gestellt, welches in 17 digitalen Streams Spielfilme, Nachrichten und erotische Produktionen enthält („movies and more Erotik“ und „Erotik First“). Spielfilme sowie die Angebote von „movies and more Erotik“ werden im Near-Video-on-Demand-Verfahren als Pay-per-View-Angebote bereit gestellt, wobei der Empfang dieser Sendungen nur gegen Eingabe eines individuellen Bestell-Pincodes möglich sein wird. Für die Erotik-Angebote muss ein zusätzlicher Jugendschutz-Pincode eingegeben werden. Die Programme „Nachrichten aus aller Welt“ und „Erotik First“ werden als Pay-per-Channel angeboten. Pornografische Inhalte im Sinne des JMStV sollen nicht angeboten werden. Die Prüfung des Zulassungsantrags durch die ‚Gemeinsame Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz‘ und die KJM, insbesondere im Hinblick auf die erotischen Angebote, ergab keine der Zulassung entgegen stehenden Anhaltspunkte. Die DLM hat der SLM eine Zulassungserteilung mit der Auflage empfohlen, den von den Landesmedienanstalten angewandten Pornografiebegriff zu beachten.

„Silverline Movie Channel“

Ebenfalls bei der SLM hat die Silverline Television AG einen Zulassungsantrag für den digitalen Pay-TV-Kanal „Silverline Movie Channel“ gestellt. Das Fernsehprogramm soll neben Action-Spielfilmen und Serien sowie Dokumentationen auch Erotik-Angebote enthalten. Auch in diesem Fall kamen die ‚Gemeinsame Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz‘ sowie die KJM zu dem Ergebnis, dass an der Zulässigkeit des Angebots in jugendschutzrechtlicher Hinsicht keine Bedenken bestehen. Wie bei dem Antrag zu „movies and more“ empfahl die DLM der SLM die Zulassungserteilung an die Silverline Television AG mit der Auflage, den Pornografiebegriff zu beachten.

„erotic media“

Der Anbieter von „erotic media“ plant zwei digitale Kanäle mit erotischen und pornografischen Spielfilmen anzubieten, wobei die Filme für Kunden jeweils auf Wiederholungsschleifen verfügbar sein sollen. Bei dem Programm soll es sich um ein Pay-per-View-Angebot handeln, das nur Erwachsenen in geschlossenen Benutzergruppen zur Verfügung gestellt wird, bei dem der registrierte und volljährige Kunde jeden Film gegen Einzelentgelt abrufen kann. Die technische Verbreitung soll über die Premiere-Plattform erfolgen.

Die DLM betrachtete die Einordnung des Angebots als Mediendienst zunächst kritisch und bat die für den Antrag zuständige MABB, der Antragstellerin eine Änderung des Angebotes in Richtung einer Einzelbestellung und -bezahlung von Filmen zu empfehlen. Nachdem der Anbieter dieser Aufforderung nachkam und den Kunden auf jedem Datenstrom eine Einzelbestellung und -bezahlung der angebotenen Erotikfilme ermöglichte, ordnete die DLM das Angebot als Mediendienst ein, da der Nutzer nunmehr selbst den Rezeptionsvorgang bestimmt.

„Blue Movie“

Auch das Angebot der Telemediendienst GmbH „Blue Movie“ wurde von der DLM als Mediendienst klassifiziert, da der Nutzer auch hier die Inhalte in Form eines Einzelabrufs rezipieren kann. Die DLM empfahl in diesem Fall der

BLM die Erteilung einer rundfunkrechtlichen Unbedenklichkeitsbescheinigung. Als problematisch sahen die Direktoren aber die Tatsache an, dass die Antragstellerin, eine Premiere-Tochter, ihren Sitz in Österreich hat und das Angebot damit nicht den restriktiveren deutschen Jugendschutzbestimmungen unterliege. Die DLM bat die BLM daher, die Geltung der Bestimmungen des JMStV für das Angebot sicher zu stellen.

Prüfung der Anforderungen an geschlossene Benutzergruppen durch KJM

Auf Grund der Einordnung der Angebote „erotic media“ und „Blue Movie“ als Mediendienste durch die DLM können diese im Rahmen des MDStV auch einfache pornografische Inhalte anbieten, solange sicher gestellt ist, dass in einer geschlossenen Benutzergruppe ausschließlich Erwachsene Zugang zu derartigen Inhalten haben. Die KJM hat die diesbezüglichen Konzepte der Anbieter geprüft und die gesetzlichen Anforderungen des JMStV an Altersverifikationssysteme (AV-Systeme) – bei entsprechender Umsetzung in der Praxis – als erfüllt angesehen:

Nach einer Identifizierung der Kunden über das Postident-Verfahren wird den Kunden eine zusätzliche Smart-Card zugestellt. Die Dekodierung der verschlüsselt ausgestrahlten pornografischen Inhalte setzt eine Authentifizierung des Nutzers durch diese persönliche Smart-Card und die Eingabe einer speziellen Jugendschutz-Pin am Decoder voraus. Eckwerte für die Anforderungen an Schutzsysteme für geschlossene Benutzergruppen sind nach Beschluss der KJM die Volljährigkeitsprüfung durch persönlichen Kontakt sowie die Authentifizierung bei jedem konkreten Nutzungsvorgang. [SD]

DLM (2003): Ergebnisse der 154. Sitzung der DLM am 6. November 2003: DLM beschließt Abgrenzungspapier Rundfunk/Mediendienste, DLM berät Anträge von „Vision on TV“ und „Erotic Media“ (Pressemitteilung 12/2003), <http://www.alm.de/aktuelles/presse/p061103.htm>

DLM (2003): Ergebnisse der 156. Sitzung der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) am 17. Dezember 2003 in München (Pressemitteilung 18.12.03), <http://www.alm.de/aktuelles/presse/DLM/181203.html>

4.3 Kabel Deutschland, Primacom, Ish und der deutsche TV-Kabelmarkt

Kabel Deutschland hat die Vermarktung seiner DigiKabel-Pakete neu geordnet. Seit November 2003 können ausländische Abonnenten aus neun fremdsprachigen Paketen wählen, in denen Programme in jeweils einer Sprache zusammengefasst werden. Davor gab es vier Pakete, die nicht nach Sprachen, sondern nach Regionen strukturiert waren. Neben zwei türkischsprachigen Paketen können Abonnenten nun Pakete in russischer, polnischer, spanischer, portugiesischer, italienischer, griechischer und chinesischer Sprache auswählen. Mit der neuen Paketstruktur sind die Programmpakete preiswerter, als dies vorher der Fall war.

Die Kabelanbieter Primacom und Ish haben den Ausbau der Netze fortgesetzt, Primacom

ermöglicht in Chemnitz 20.000 Kunden die Nutzung interaktiver Dienste, Ish-Kunden in den ausgebauten Kabelgebieten können über SMS oder Telefon Near-Video-on-Demand-Filme bestellen. [H3r]

Digitalfernsehen.de News vom 31.10.03: Kabel Deutschland strukturiert Digital-Pakete neu, http://www.digitalfernsehen.de/news/news_2435.html

Digitalfernsehen.de News vom 06.11.03: Primacom verdoppelt interaktive Haushalte in Chemnitz, http://www.digitalfernsehen.de/news/news_2578.html

Digitalfernsehen.de News vom 14.10.03: Ish ab November mit Near Video on Demand, http://www.digitalfernsehen.de/news/news_1775.html

4.4 Fusion von Carlton Communications plc und Granada plc

Die beiden britischen Fernsehkonzerne Carlton und Granada haben nach einem umfangreichen Prüfungsverfahren die Genehmigung zum Zusammenschluss erhalten. Damit ist der Konzentrationsprozess unter den ITV-Stationen, die meist über regionale Lizenzen für die Verbreitung ihrer Programme verfügen, so weit fortgeschritten, dass praktisch alle ITV-Gesellschaften wirtschaftlich miteinander verbunden sind.

Die Gründe für diese Entwicklung liegen aus Sicht der Competition Commission unter anderem in dem wachsenden Wettbewerb, dem diese traditionellen Programme durch die neuen Fernsehangebote ausgesetzt sind. Der Zuschaueranteil der ITV-Gesellschaften ist seit 1999 von 55 % auf ca. 40 % gesunken, die Werbeeinnahmen sind um etwa 10 % zurückgegangen. Die Unternehmen führten als Gründe für die Notwendigkeit des Mergers an, dass das neue Unternehmen über effizientere Strukturen verfügen

würde und damit kostengünstiger arbeiten würde.

Bei der Prüfung des Zusammenschlusses betrachtete die Wettbewerbsbehörde auch die mit dem Fernsehmarkt verbundenen Märkte und kam zu dem Ergebnis, die Fusion mit einigen Auflagen zu befürworten, die sich auf den Bestand und die Fortschreibung existierender Verträge mit anderen Fernsehveranstaltern und Werbekunden beziehen. [H3r]

Competition Commission (2003): Carlton / Granada get go-head for merger (press release 43-03, 07.10.2003), http://www.competition-commission.org.uk/press_rellatest/2003/oct/html/43-03.htm

Competition Commission (2003): Carlton Communications plc and Granada plc: a report on the proposed merger (presented to the parliament by the Secretary of State for Trade and Industry October 2003), http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2003/482carlton.htm#full

4.5 Positive Geschäftsentwicklung bei BSkyB in 2003

Der britische Sender hat im November 2003 die Geschäftszahlen der ersten drei Quartale veröffentlicht. Danach stieg die Zahl der Abonnenten in Großbritannien auf 7 Mio., der Umsatz stieg auf 850 Mio. britische Pfund. Der Gewinn nach

Steuern erreichte 90 Mio. Pfund. Pro Kunde erzielte der Sender in diesem Quartal Umsätze in Höhe von 366 britischen Pfund. Die Zielmarke, die das Unternehmen im Jahr 2005 erreichen möchte, liegt bei 500 Pfund. Mit einem Teil der

Erlöse reduzierte das Unternehmen seine Schulden in Höhe von mehr als 1 Mrd. Pfund.

Mittlerweile nutzen 48 % der Haushalte in Großbritannien und Irland die Angebote des Unternehmens. Von den 12,6 Mio. Haushalten, die SKY-Angebote nutzen, sind mehr als 7 Mio. Satellitenhaushalte. Seit Oktober bemüht sich das Unternehmen, im Rahmen einer Kampagne für das SKY+-Angebot Set-Top-Boxen mit Festplatte und Personal Video Recorder-Funktion zu verkaufen. SKY erreichte 2003 mit 4,2 Mio. Zuschauern einen Zuschauerrekord für digitales Fernsehen. Anlass war das Qualifikationsspiel für die Fußball-Europameisterschaft zwischen Großbritannien und der Türkei. Fußball spielt für das Unternehmen eine wichtige Rolle, so verfügt SKY über Übertragungsrechte

von der UEFA, der britischen Premier League und der Football Association Großbritanniens. 2003 wurde die Beteiligung des Unternehmens an Manchester United veräußert, dabei wurde ein Gewinn von ca. 2 Mio. Pfund erzielt. [H3r]

BSkyB (2003): British Sky Broadcasting Group Plc Results for the three months ended 30 September 2003 (press release 14.11.03), [http://media.corporate-ir.net/media_files/\(se/bsy.uk/reports/q12003.pdf](http://media.corporate-ir.net/media_files/(se/bsy.uk/reports/q12003.pdf)

BSkyB (2003): BSkyB announces enhanced Sky Movies service as movie subscribers hit 5 million (Press release, 20.10.03), http://www.corporate-ir.net/ireye/ir_site.zhtml?ticker=bsy.uk&script=415&layout=0&item_id=460051

Digitalfernsehen.de News vom 15.10.03: Sky pusht PVR-Receiver, http://www.digitalfernsehen.de/news/news_1847.html

4.6 Zahl der Premiere-Abonnenten auf über 2,8 Mio. gestiegen

Der Konsolidierungskurs des Pay-TV-Anbieters Premiere hat sich offenbar auch im letzten Quartal 2003 fortgesetzt. Im November wurde erstmals die Marke von 2,8 Mio. Abonnenten überschritten.

Mittlerweile hat der Veranstalter auch das Verschlüsselungssystem gewechselt und verwendet das Conditional Access-System Nagra-

vision. Hiervon verspricht sich der Sender eine weitere Steigerung der Abonnentenzahlen, weil auf diese Weise aus ehemaligen Schwarzsehern neue Kunden werden sollen. [H3r]

Premiere (2003): Premiere startet mit 2,8 Millionen Abonnenten ins Weihnachtsgeschäft (Pressemitteilung vom 5.11.03), http://www.premiere.de/content/unternehmensmeldungen_05_11.jsp

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 Zeitschriften

Broadcasting & Cable

Vol. 133 (2003) Nr. 49

Eggerton, John; Kerschbaumer, Ken (2003): The second coming of multicasting: suddenly it's hip to spectrum-split. – S. 1 + 30-31.

Cable and Satellite Europe

(2003) Nr. 11

Marsh, Sarah (2003): Terrestrial tactics: DVB-T in Europe. – S. 10-17.

„The type of business model adopted by digital terrestrial TV across Europe varies markedly but in some countries DTT is beginning to attract a sizeable share of the TV market. Cable and Satellite Europe assesses the possible impact on the pay-TV sector.”

Pagni, John (2003): Norse codes: Scandinavia. – S. 30-33.

„Now that cable and satellite markets have matured, cable operators in Finland, Sweden and Norway are seeking to win broadband subscribers; a change in game plan that may alter the balance between telco and cable.”

EBU Diffusion-Online

(2003) Nr. 44

Jutterström, Christina; Söderberg, Lisa; Björk, Christina (2003): Public service broadcasting in Sweden takes up the digital challenge. – 5 S. Online-Ressource: http://www.ebu.ch/union/publications/diffusion_on_line/2003/pdf/online_44_e_suede.pdf

(2003) Nr. 46

MacNeill, C.S. (2003): Television for all. – 4 S. Online-Ressource: http://www.ebu.ch/union/publications/diffusion_on_line/2003/pdf/online_46_e_BBC_for-all.pdf

EBU Technical Review

Nr. 295 (July 2003)

Huang, Chi-Fang; Chang, The Nan; Hsu, Chau-Yun (2003): Field evaluations in Taiwan of the DVB-T COFDM and ATSC 8-VSB digital TV

systems. – 15 S. (Online-Ressource: http://www.ebu.ch/trev_295-huang.pdf)

„This article presents the results of field evaluations carried out in Taiwan on the two principal digital TV broadcasting systems in use today – ATSC 8-VSB (developed in North America) and DVB-T COFDM (developed in Europe). The evaluations were carried out in February and March 2001 in the Northern area and the Taipei metropolis of Taiwan. Based on the subsequent report (which forms the basis for this article), the Taiwan telecommunications authority agreed to deregulate DTV broadcasting and adopt the DVB-T transmission standard. DVB-T is now being used by the five terrestrial television broadcasters in Taiwan.“

Nr. 296 (October 2003)

Salter, John; Lago-Fernández, José (2003): DTT comparison of 64-QAM with 16-QAM: co-channel interference from PAL, echoes and impulsive interference. – 10 S. (Online-Ressource: http://www.ebu.ch/trev_296-dtt_quam.pdf)

„This article collates the results of comparing the performance of the two DVB-T modes currently in use in the UK – namely, 64-QAM rate 2/3 and 16-QAM rate 3/4, both using 2K carriers with a 7ms guard interval. Three different sources of impairment were measured: (i) co-channel interference from an analogue PAL signal, (ii) multipath propagation resulting in one echo inside or outside the guard interval and (iii) impulsive interference. The results are presented in a novel manner as ‚noise bucket‘ plots. These plots are used to quantify the improvement in performance that can be achieved with 16-QAM rate 3/4 over 64-QAM rate 2/3.“

Journalism

Jg. 3 (2002) Nr. 3

Aviles, J. A. G.; Leon, B. (2002): Journalistic practice in digital television newsrooms: the case of Spain's Tele 5 and Antena 3. – S. 355-371.

„This article examines some of the working practices of television journalists and the changes they are adopting in the process of digital newsgathering and editing. It relies on research carried out in the two main Spanish

commercial networks, *Tele 5* and *Antena 3*, which implemented integrated digital newsrooms in 1998 and 1999, respectively. Both networks were among the first large European broadcasters to have completed digitalization in all their news operations. As some authors argue, digital production has become a strategic stage in the consolidation of Spanish commercial broadcasters, and it involves new journalistic demands. The study finds that journalists, managers, and engineers at both networks developed a collaborative effort in selecting and implementing a digital system that all professionals involved would be comfortable using. It also shows the emergence of new functions and a growing trend toward multiskilling in these television newsrooms.“

Journal of Media and Religion

Jg. 1 (2002) Nr. 4

Schultz, B. E. (2002): The effect of age and background of religious broadcasting executives on digital television implementation. – S. 217-229.

„The move away from traditional analog television toward digital television continues full speed ahead in the United States. According to government timetables, each commercial station should have had a digital signal on the air by 2002, and the remaining stations should go digital by 2003. This study follows previous research, which showed a significant difference between secular and religious television broadcasters in terms of the timetable for digital implementation. Using Rogers’s diffusion of innovation theory, the study sought to investigate whether the personal backgrounds of religious broadcasting executives played a bigger role in the delay when compared with other variables, such as economics. Results of the study show a significant difference between religious and secular broadcasters in terms of background and digital implementation, especially when compared with other variables. The study also reveals a significant gulf between older and younger religious broadcasters in terms of background, attitude, and management style.“

Media, Culture & Society

Jg. 25 (2003) Nr. 6

Born, Georgina (2003): Strategy, positioning and projection in digital television: Channel Four and the commercialization of public service broadcasting in the UK. – S. 773-799.

„Recent years have seen a frenetic public debate in Britain concerning the desirability, feasibility and timing of the introduction of digital television (DTV). The debate has occurred in the context of impending convergence between

television, computer and telecommunications technologies, auguring radical changes in the media ecology, and the numerous uncertainties – economic, technological, regulatory and cultural – that accompany such shifts. Some writers, observing these unstable conditions, argue that public service broadcasting (PSB) faces new threats; Chalaby and Segell (1999) took this perspective when deploying Beck’s (1992) risk society thesis to elucidate the outlook for PSB in the digital era. Others argue that PSB bears new responsibilities (Graham, 2000; Inglewood, 2000). As yet, little empirical light has been shed on how the public service broadcasters are responding to digitalization and convergence. This article, based on recent research, analyses the response of one of Britain’s two main public service broadcasters, Channel Four (C4).“

Media Perspektiven

(2003) Nr. 10

Franz, Gerhard (2003): Digitales Fernsehen: Herausforderungen für TV-Forschung und TV-Werbung. Ergebnisse eines Forschungsprojekts zu Digitalfernsehen und Zuschauerermessung. – S. 463-469.

„Digitales Fernsehen wird – zunehmende Verbreitung vorausgesetzt – das Nutzungsverhalten der Zuschauer verändern und damit auch Konsequenzen für die TV-Werbung haben. Digitales Fernsehen verspricht vor allem Programmvielfalt. [...] Zwar nutzen die Zuschauer keine wesentlich größere Anzahl von Angeboten als beim früheren Analogempfang mit geringerer Programmauswahl, aber ihr Relevant Set, d.h. die jeweils gesehenen Kanäle, ist individuell sehr unterschiedlich. Dies hat zu einer starken Zuschauerfragmentierung geführt. In Großbritannien gibt es beispielsweise nur mehr vier Programme mit einem Marktanteil von mehr als 5 Prozent, aber über 100 Programme mit einem Marktanteil unter 1 Prozent. Eine solche Zuschauerfragmentierung hat erhebliche Folgen für die Fernsehforschung und Mediaplanung, denn die genaue Erfassung kleiner Marktanteile würde vielfach größere Panels erfordern, die allerdings kaum finanzierbar wären. [...] Veränderungen drohen der klassischen Fernsehnutzung auch durch persönliche digitale Videorecorder (PVR), mit denen man Fernsehprogramme aufzeichnen und zeitversetzt ansehen kann. Dabei lassen sich Werbeblöcke bequem überspringen, was vor allem die klassische Spotwerbung gefährdet. Gleiches gilt für interaktive Werbung, die den Zuschauer zu weitergehenden Informationen weglockt und so dem nachfolgenden Programm bzw. der nachfolgenden Werbung entzieht. Digitale Fernsehtechniken werden also neue Werbeformen erfordern.“

Als Online-Ressource: <http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/franz.pdf?foid=8903>

Stipp, Horst (2003): Entwicklung digitaler Fernseh-techniken in den USA. Stand, Prognosen, Einschätzungen. – S. 470-476.

„Nach großer Euphorie und anschließendem Einbruch der Erwartungen an die Digitalisierung des Fernsehens in den 90er Jahren herrscht in den USA neuerdings wieder größeres Interesse an Zukunftstechnologien. Dazu zählen Video-on-Demand (VOD), persönliche digitale Videorecorder (PVR bzw. nach der führenden Marke auch TiVo genannt), interaktives Fernsehen (iTV), High Definition TV (HDTV), Electronic Program Guide (EPG) und Streaming Video (Fernsehen per Breitbandanschluss am Computer). [...] Wenn auch die Prognosen verschiedener Institute teilweise differieren, besteht Konsens, dass 2005 etwa die Hälfte der US-Haushalte einen digitalen Kabel- oder Satellitenanschluss haben und damit in der Lage sein wird, weitere digitale Technologien (z.B. VOD) zu nutzen. [...] Erste Erfahrungen in PVR-Haushalten zeigen, dass die Geräte tatsächlich auch dazu genutzt werden, Werbespots zu umgehen. Außerdem gefährden sie den Audience Flow, wenn auch die Promotion für neue Sendungen nicht mehr gesehen wird. Für das vor Jahren bereits totgesagte HDTV, dass vor allem bessere Bildqualität verspricht, erwarten manche Prognose-Institute eine Renaissance. Die weiteren Zukunftsprodukte wie iTV, EPG und Streaming Video rangieren im Interesse derzeit hinter den anderen Technologien. Ob die neuen Prognosen eintreten werden, hängt nach Einschätzung des Autors von verschiedenen Faktoren ab. So sind viele Produkte technisch zwar besser, aber noch nicht perfekt, sie sind günstiger geworden, aber belasten dennoch den Geldbeutel des Verbrauchers zusätzlich, der letztlich die entscheidende Rolle spielen wird.“

Als Online-Ressource: <http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/stipp.pdf?foid=8904>

(2003) Nr. 11

Mazzoleni, Gianpietro (2003): Medienpluralismus in Italien zwischen Politik und Marktwettbewerb. Berlusconi's Mediengesetz löst keines der Strukturprobleme. – S. 517-529.

„Die Kontroverse um den Mediengesetzentwurf der Regierung Berlusconi im Sommer 2003 stellte einen neuen Höhepunkt in der konfliktreichen Geschichte der italienischen Medienpolitik dar. Angefangen von der Phase des unregulierten Aufbaus des privaten Fernsehens in den 70er und 80er Jahren, über die Zeit der Konsolidierung des ‚Duopols‘ von öffentlich-rechtlicher RAI und der Berlusconi-Holding Mediaset bis hin zu den aktuellen Diskussionen über Pay-TV, digitales Fernsehen und neue Dienste war die Medienentwicklung in Italien

gekennzeichnet von einem hohen Grad der Politisierung. [...] Der aktuelle Gesetzentwurf wird von der Regierung Berlusconi als Lösung für einige der dringendsten Strukturprobleme in den Medien Italiens präsentiert. Wahrscheinlicher ist jedoch, dass das Gesetz den bestehenden Status Quo kaum verändern, vor allem jedoch dem weiteren Ausbau der marktbeherrschenden Stellung von Berlusconi's Medienunternehmen keine Hindernisse in den Weg legen dürfte. [...] Obwohl weitgehend Konsens in der italienischen Öffentlichkeit über die normative Bedeutung der Medienvielfalt besteht, sind entsprechende legislative Anstrengungen immer wieder an inneren Widersprüchen und starkem Widerstand in Parteien und Lobbys gescheitert. Die sowohl für Medien als auch Telekommunikation zuständige Aufsichtsbehörde AGCom verfügt nicht über ausreichende Instrumente, um wirksam für den Pluralismus eingreifen zu können. Auch die von der Regierung als Heilmittel beschworene Einführung der digitalen Technik wird über kurze und mittlere Sicht keine einschneidende Verbesserung der Situation herbeiführen.“

Als Online-Ressource: <http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/mazzoleni.pdf?foid=9004>

Montage / av

Jg. 12 (2003) Nr. 1

Belton, John (2003): Das digitale Kino – eine Scheinrevolution. – S. 6-27.

Flückinger, Barbara (2003): Das digitale Kino: Eine Momentaufnahme. Technische und ästhetische Aspekte der gegenwärtigen digitalen Bild-daten-aquisition für die Filmproduktion. – S. 18-54.

MultiMedia und Recht

Jg. 6 (2003) Nr. 11

Weisser, Ralf; Bauer, Andreas (2003): Verbreitung breitbandiger Inhalte nach dem neuen Telekommunikationsrecht. – S. 709-714.

„Die Umsetzung des neuen EU-Rechtsrahmens für die Telekommunikation erfordert eine weitgehende Novellierung des deutschen TK-Rechts. Zugleich ändert sich das technische und wirtschaftliche Umfeld der TK-Industrie rasant. TK-Dienstleister generieren Erlöse zunehmend durch Übermittlung von Inhalten. Dieser Beitrag widmet sich der Frage, unter welchen rechtlichen Rahmenbedingungen in Zukunft breitbandige Inhalte (z.B. Video-on-Demand) von ihrem Anbieter zum Verbraucher übermittelt werden. Wesentliche Zugangsansprüche der Inhalteanbieter setzen beträchtliche Marktmacht des jeweiligen TK-Diensteanbieters voraus. Daher wird zuerst die durch den EU-Rechtsrahmen vorgegebene neue Systematik der Marktmacht,

insbesondere im Hinblick auf die Festlegung der regulierungsrelevanten Märkte, dargestellt und anhand des Beispiels Video-on-Demand konkretisiert. Schließlich werden einzelne Zugangsansprüche erläutert und in ihrer Wirkung mit der derzeitigen Rechtslage verglichen.“

Satmagazine.com

(2003) Nr. 12

Online-Ressource: <http://www.satmagazine.com/dec2003/dec2003.pdf>

Freyer, Dan (2003): The emerging market for HDTV in North America. – S. 14-17.

Forrester, Chris (2003): European HDTV: Will it fly? – S. 18-21.

Tel-Com Brief

(2003) Nr. 12

Arnold, Franz (2003): Editorial: Die digitale Nutzung des Kabels bekommt endlich Fahrt. – S. 1-2.

Telematics and Informatics

Jg. 20 (2003) Nr. 2

Choi, H. et al. (2003): An empirical study on the adoption of information appliances with a focus on interactive TV. – S. 161-183.

„Home-style information appliances are expected to increase in number and variety rapidly in the near future. User adoption of new technology for information appliances may be different from the adoption of other technologies in that the appliances are mainly used at home by consumers who have never before encountered such technology. The authors developed a theoretical model of technology adoption specific to interactive television, a representative example of information appliances, based on prior research regarding general technology acceptance. They also conducted a largescale online survey to test the validity of the proposed model. The results from pretest and pilot studies indicated that measures for the proposed model met content validity, reliability, and construct validity. Finally, results from LISREL analysis indicated that three factors influencing behavior intention were attitude, subjective norm, and perceived behavioral control. Attitude was influenced by attitudinal belief, which could be measured by perceived usefulness, trialability, result demonstrability, image, and enjoyment. Subjective norm was influenced by normative belief, which could be measured by belief from family and belief from friends. Perceived behavioral control was influenced by control belief, which

could be measured by rapidity of change in technology, cost, and ease of use.“

The International Journal of Media Management

Jg. 4 (2002) Nr. 4

Brown, A. (2003): Different paths: a comparison of the introduction of digital terrestrial television in Australia and Finland. – S. 277-286. „Australia and Finland provide contrasting case studies of the transition from analogue to digital terrestrial television transmission. The experience of these two countries helps identify the policy choices available to governments and provide lessons for other countries planning their digital terrestrial television systems. Overall, the digital policies adopted in Finland are much more liberal than those in Australia. The Australian experience serves to confirm the deficiency of the high definition model for digital television and to indicate that a wider range of programming and services offers viewers a greater incentive to invest in digital reception equipment than high-resolution picture quality. Shortcomings in policy decisions have resulted in problems for both countries since their launch of digital transmissions. There have been delays in the availability of some digital services, and the take-up of digital equipment by viewers has been poor. The experience of Australia and Finland suggest that the transition to digital terrestrial broadcasting represents a situation of market failure and that governments may need to consider intervening in the market for digital reception equipment.“

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap

Jg. 31 (2003) Nr. 4

Van Vliet, Harry (2003): De laatste uitzending: Over televisie en haar toekomst. – S. 298-313. „The current developments regarding digital television are by some presented as the end of television as we know it. Enhanced, interactive and personalised television services are within a hand's reach changing the way we will make use of television. [...] Many of these ‚new‘ services have a history in (analogue) television and not always a favourable one. It is also hard to imagine how certain television experiences can be disregarded or replaced, therefore television will survive as a ‚preferred supplier‘ of certain rich experiences and will function as a ‚screen‘ for other activities (gaming, media center) and as an alternative platform for certain functions such as e-mail and chatting that belong more ‚naturally‘ on other devices. The last analogue

broadcast may be there, the last television broadcast as such is nowhere in sight.“

Pauwels, Caroline; Delaere, Simon (2003): Europa en de audiovisuele sector: transformaties in de driehoeksverhouding tussen staat, individu en media bedrijf. – S. 314-337.

„In this article the evolutions in the relationship between State, the media corporations and the individual since the mid-eighties are outlined in the context of the future of television and of European audiovisual policy. The emphasis is on the transformation of policies, and how they relate to changed technological and economic realities in the media sector. Underlying issues are how global or European, how convergent,

how digital, how competition-based and how independent media policy and control will be, and which coinciding trends in the structure and functioning of media corporations, content and consumer roles can be seen. The authors come to the conclusion that a converged, competition-based European policy has not attained the economic and cultural objectives it had set out, that the European audiovisual sector is in bad shape in spite of concentration, integration and government support, and that digital dreams about consumer sovereignty, choice and interactivity need to be dealt with critically.“

5.2 Buchveröffentlichungen

Eberspächer, Jörg; Ziemer, Albrecht. (Hrsg.; 2003): Video digital, quo vadis Fernsehen?– Berlin: Springer. – 140 S.

Die Landesmedienanstalten (Hrsg.; 2003): Sicherung der Meinungsvielfalt in Zeiten des Umbruchs. Bericht der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) über die Entwicklung der Konzentration und

über Maßnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk. – Berlin: Vistas. – 424 S. (Schriftenreihe der DLM; Bd. 29).

Lowe, Gregory Ferrell; Taisto, Hujanen Taisto (Hrsg.; 2003): Broadcasting and convergence: new articulations of the public service remit, RIPE@2003. – Göteborg: Nordicom. – 335 S.