



## **DocuWatch Digitales Fernsehen**

Eine Sichtung ausgewählter Dokumente  
und wissenschaftlicher Studien

**1/2005**

Aus dem Inhalt:

Beratungen über technische Optionen beim Switch-Over in Großbritannien

Überlegungen in der EU zur Forderung nach Interoperabilität von iTV-Empfängern

Abschluss der Bewertung des öffentlichen Rundfunks durch das Ofcom

Spanien: Neuer Plan zur Förderung des digital terrestrischen Fernsehens

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

ISSN 1611-8677

Schutzgebühr: 10,00 EUR

**DocuWatch Digitales Fernsehen findet sich zum Download auf der Website des Instituts unter der Adresse [www.hans-bredow-institut.de](http://www.hans-bredow-institut.de) oder auf der Website der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten [www.alm.de](http://www.alm.de).**

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

Zum DocuWatch

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

**DocuWatch Digitales Fernsehen 1/2005:** Redaktionsschluss 31.März 2005

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

Gastautoren: Dr. Philipp Plog (Buse Heberer Fromm Rechtsanwälte, Hamburg), Fernando Reimann (Prognos AG, Berlin)

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

## Inhalt

<b>1</b>	<b>Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen</b>	
1.1	Abschlussbericht zu Grazer DVB-Testbetrieb beleuchtet Publikumsakzeptanz.....	4
1.2	Fast 60 % der britischen Fernsehhaushalte können DTV empfangen .....	4
1.3	Britischer Bericht zu beim Switch-Over benachteiligten Gesellschaftsgruppen.....	5
1.4	Beratungen über technische Optionen beim Switch-Over in Großbritannien .....	6
1.5	Switch-Over in Großbritannien vor dem Hintergrund einer Kosten-Nutzen-Analyse .....	7
1.6	Szenarien für britischen TV-Werbemarkt nach der Digitalisierung vorgestellt.....	8
1.7	Studie zu Entwicklungsmöglichkeiten der deutschen Fernsehernetze.....	9
1.8	Goldmedia-Studie zur künftigen Entwicklung von T-Commerce.....	9
1.9	Veränderte Nachfrage nach Set-Top-Boxen in Nordamerika erwartet .....	10
1.10	Wachstum des europäischen Pay-TV-Marktes hat sich beschleunigt.....	10
<b>2</b>	<b>Anpassung der Regelungskonzepte</b>	
2.1	Überlegungen in der EU zur Forderung nach Interoperabilität von iTV-Empfängern .....	11
2.2	Französische Normvorgaben für das digitale terrestrische Programmsignal .....	12
2.3	Programmdistribution im digitalen Fernsehen Frankreichs: Dekret-Entwurf liegt vor .....	12
2.4	Französische Sender haben gesetzlicher Anspruch auf digitalen „Bonus“-Kanal .....	13
2.5	Verschlüsselungsverbot für Großereignisse in Frankreich verabschiedet.....	13
2.6	Ofcom plant Must-Carry-Auflage für digitale terrestrische Fernsehübertragung .....	13
2.7	Abschluss der Bewertung des öffentlichen Rundfunks durch das Ofcom .....	14
2.8	FCC erlässt Verpflichtungen für die Veranstalter von Kinderprogrammen .....	15
2.9	Vergabe von Identifikationsnummern innerhalb der deutschen DVB-T Datenströme .....	15
<b>3</b>	<b>Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern</b>	
3.1	China: Eigener Digital-TV-Standard für Terrestrik wird eingeführt.....	16
3.2	Deutschland: DVB-T-Start in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen verschoben .....	16
3.3	Großbritannien: Vorbereitung der TV-Digitalisierung in der Wohnungswirtschaft .....	17
3.4	Frankreich: Neu-Ausschreibung digitaler terrestrischer Frequenzen.....	17
3.5	Frankreich / Italien: Kooperation bei Einführung des digitalen Fernsehens vereinbart.....	17
3.6	Spanien: Neuer Plan zur Förderung des digital terrestrischen Fernsehens .....	18
<b>4</b>	<b>Einzelthemen</b>	
4.1	Gleichzeitige Nutzung von Internet und Fernsehen mittels Set-Top-Box zulässig .....	20
4.2	Mietrechtsentscheidungen zum Umstieg auf digitale Fernsehübertragung.....	20
4.3	ANGA-Projekt „TV interaktiv 2006“ .....	21
4.4	Richter kritisieren FCC wegen DVB-Broadcast-Flag .....	22
4.5	Europäische Akteure einigen sich auf Rahmen für die Einführung von HDTV .....	22
4.6	CRTC veröffentlicht jährlichen Rundfunkpolitik-Report.....	22
4.7	Mobiler Fernsehempfang in taiwanesischen Bussen und Fähren .....	23
4.8	Untersuchung zur Bedeutung der Untertitel im Fernsehen.....	23
<b>5</b>	<b>Literaturhinweise</b>	
5.1	Zeitschriftenveröffentlichungen .....	24
5.2	Buchveröffentlichungen .....	29
5.3	Buch im Fokus: Digital Terrestrial Television in Europe .....	30

# 1 Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen

## 1.1 Abschlussbericht zu Grazer DVB-Testbetrieb beleuchtet Publikumsakzeptanz

*Nach einer Zusammenfassung wesentlicher Ergebnisse zum DVB-Testbetrieb Graz 2004 (vgl. DocuWatch 4/2004, 1.4, S. 7f.) hat die österreichische Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR) im Dezember einen umfassenden Abschlussbericht vorgelegt. Darin werden auch die Ergebnisse zur Publikumsakzeptanz dargestellt, die mit einem Panel von 150 Haushalten über drei Monate hinweg untersucht wurde.*

Die Versuchsteilnehmer konnten digital die Angebote von ORF1, ORF2, ATVplus und !TV4GRAZ mit digitalen Zusatzdiensten empfangen. Die Empfangsqualität wurde insbesondere im Vergleich mit dem analogen terrestrischen Empfang als Verbesserung bewertet. Digitale Zusatzdienste wurden von 56 % der Teilnehmer mindestens einmal pro Woche oder öfter genutzt. Schwerpunkte bildeten Informationen zum Wetter, zur Politik und zum Sport, die jeweils von etwa der Hälfte der Teilnehmer zumindest gelegentlich genutzt wurden. Programm- und sendungsbezogene Inhalte fanden deutlich geringeres Interesse.

Interaktive rückkanalabhängige Angebote wurden von 62 % der Testteilnehmer mindestens einmal ausprobiert, z.B. die Bestellung von Musiktiteln und Wunschfilmen oder die Beteiligung an Abstimmungen oder virtuellen Wetten auf den Ausgang von Fußballspielen. Ein Viertel der Teilnehmer im Alter von mindestens zwölf Jahren hat auch Merchandising-Produkte bestellt.

Eine Umstellung auf digitalen Fernsehempfang ist für die nächsten fünf Jahre von 42 % der befragten Haushalte geplant – allerdings vornehmlich auf digitalen Satellitenempfang. Die Bereitschaft, sich bei einer Fortsetzung des

Modellversuchs auf eigene Kosten eine Set-Top-Box für terrestrisches Digitalfernsehen anzuschaffen, variiert deutlich abhängig von der bisherigen Empfangssituation. Von den Teilnehmern, die das Fernsehen bisher nur terrestrisch empfangen, ist die Hälfte dazu bereit, von den Satelliten-Nutzern sind es 40 %, von den Kabelnutzern nur 22 %.

Vor die Frage gestellt, ob sie beim terrestrischen digitalen Fernsehen „eine Mehrzahl von Sendern oder wenige Sender mit digitalen Zusatzdiensten“ bevorzugen würden, hat sich die Hälfte der Befragten für die größere Programmauswahl ausgesprochen. Weniger als ein Viertel würde die Zusatzdienste vorziehen und dafür auf eine große Programmauswahl verzichten, die übrigen wünschen sowohl eine große Programmauswahl als auch digitale Zusatzdienste.

Abschließend kommt der Bericht zu dem Ergebnis, DVB-T werde in Österreich „aus heutiger Sicht kaum jene Programmviefalt bieten können, wie sie der Verbraucher von den Verbreitungswegen Satellit und Kabel gewohnt ist.“ DVB-T werde jedoch bei den bisherigen analogen Antennen-Haushalten sowie bei den Zweit- und Dritt-Fernsehern und der mobilen Nutzung den Markt beleben. DVB-T eigne sich in besonderer Weise, die Verbreitung von Free-TV-Programmen in Österreich zu garantieren und österreichischen Rundfunkveranstaltern einen zukunftssicheren eigenständigen Verbreitungsweg zu bieten. [Schr]

*RTR-GmbH (2004): Abschlussbericht DVB-T-Testbetrieb Graz 2004, 14.12.2004, [http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/5C91E74C6E239DCCC1256FAF003E4464/\\$file/Projektendbericht14122004.pdf](http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/5C91E74C6E239DCCC1256FAF003E4464/$file/Projektendbericht14122004.pdf)*

## 1.2 Fast 60 % der britischen Fernsehhaushalte können DTV empfangen

*Annähernd 60 % der britischen Fernsehhaushalte konnten Ende des vierten Quartals 2004 digitale Fernsehprogramme empfangen, wie das Office of Communications (Ofcom) in einem Ende März 2005 veröffentlichten „Digital Television Update“ mitteilt. Ende des vierten*

*Quartals 2003 waren es noch ca. 50 % gewesen (s. DocuWatch 3/2004, 1.2, S. 4-5).*

Bei der aktuellen Untersuchung der Entwicklung zur Verbreitung digitalen Fernsehens wurde das bisherige Erhebungsverfahren modifiziert, um Haushalte, die über mehr als ein Fern-

sehgerät verfügen, stärker zu berücksichtigen. Nach der Erhebung wurde nämlich im letzten Quartal 2004 ein Viertel der Freeview Set-Top-Boxen gekauft, um mit einem Zweitgerät digi-

tales Fernsehen zusätzlich nutzen zu können. [H3r]

Office of Communications (2005): *Digital Television Update – Q4 2004 (30.03.05)*, [http://www.ofcom.org.uk/research/tv/reports/dtv/dtu\\_2004\\_q4/q4\\_2004.pdf](http://www.ofcom.org.uk/research/tv/reports/dtv/dtu_2004_q4/q4_2004.pdf)

#### Nutzungs-Entwicklung der britischen Übertragungsplattformen zwischen drittem und viertem Quartal 2004:

	4. Quarter 2004	3. Quarter 2004	Quarterly growth rate
<b>Pay-TV subscribers</b>			
Digital cable	2.513.961	2.502.451	0,5 %
Digital Satellite (Sky)	7.262.000	7.085.000	2,5 %
ADSL*	20.000	11.530	73,5 %
Total digital pay-TV households**	9.795.961	9.598.981	2,1 %
<b>Free-to-view digital households</b>			
Free-to-view DTT (Freeview)	4.592.920	3.914.920	17,3 %
Free-to-view digital Satellite***	385.000	345.000	11,6 %
Total Free-to-view homes	4.977.920	4.259.920	16,9 %
<b>Total UK digital households</b>	<b>14.773.881</b>	<b>13.858.901</b>	<b>6,6 %</b>
<b>Digital penetration</b>	<b>59,4 %</b>	<b>55,9 %</b>	<b>3,5 %<sup>#</sup></b>

\* TV over ADSL figures are Ofcom market estimates.

\*\* Pay-TV households does not include figures for TopUpTV due Q4 figures not being in the public domain. In terms of digital households, Top-UpTV subscribers will be accounted for under digital terrestrial homes.

\*\*\* Free-to-view digital satellite comprises the number of 'Solus' card viewers plus an estimate of the number of ex-Sky subscribers who continue to use their set-top boxes for viewing Free to view channels.

<sup>#</sup>This figure represents the increase in percentage penetration not the % quarterly growth rate.

Percentages may not add due to rounding.

Entnommen aus *Digital Television Uptake*, in: Ofcom (2005): *Digital Television Update – Q4 2004*, S.4.

### 1.3 Britischer Bericht zu beim Switch-Over benachteiligten Gesellschaftsgruppen

Das Ofcom Consumer Panel, ein unabhängiges Gremium, das das Office of Communications (Ofcom) in Fragen der Wahrung des Verbraucherschutzes für Rundfunk und Telekommunikation berät, hat im November 2004 den Bericht „Supporting the most vulnerable consumers through digital switchover“ veröffentlicht.

Das aus elf vom Ofcom ausgewählten Experten zusammengesetzte Gremium gibt, unter anderem auf der Grundlage vorliegender Studien, eine Einschätzung über die Situation von Personen ab, die möglicherweise auf Grund ihrer persönlichen Situation Schwierigkeiten haben, sich im Prozess der Digitalisierung des Rundfunks

zu orientieren. Dazu wurde eine Untersuchung durch das Unternehmens „i2 media research“ und eine Analyse der Erfahrungen in anderen Ländern durchgeführt. Darüber hinaus wurden Interviews mit einer Reihe von Akteuren aus dem betreffenden Bereich geführt. Bei der Identifizierung solcher „gefährdeten“ Personengruppen werden vor allem sechs Faktoren hervorgehoben, die einzeln oder in Kombination die Möglichkeiten der Personen einschränken:

- körperliche Einschränkungen (Geschicklichkeit und Beweglichkeit),
- Sensorische Einschränkungen (Sehen und Hören),

- Kognitive Einschränkungen,
- Sprachliche Einschränkungen,
- Geographische Lage,
- Ökonomische Ressourcen.

Bei der schrittweisen Betrachtung des Übergangsprozesses zum digitalen Fernsehen wird vor allem die Bedeutung der sozialen Isolation als Problem hervorgehoben. Personen, die über kein adäquates Netzwerk von Freunden, Familien, Nachbarn oder sonstige Hilfe verfügen, sind nach den Ergebnissen der Untersuchung nicht in der Lage, sich die notwendigen Informationen über den Übergang zum digitalen Fernsehen und die Bedeutung des Prozesses für sie selbst zu verschaffen. Zu den Faktoren, die für diese Isolation eine wichtige Rolle spielen, zählen das Alter, körperliche und geistige Behinderungen und eingeschränkte Sprachfähigkeiten.

Die Ergebnisse, die das Gremium formuliert, fordern eine aktive Reaktion auf die erkannten Probleme. Es soll sichergestellt werden, dass die betreffenden Personen identifiziert werden und Unterstützung beim Übergang zum digitalen Fernsehen erhalten. Die besonderen Bedürfnisse dieser Personengruppen sollen möglichst

schnell untersucht werden, um adäquate Hilfe bieten zu können. Dazu zählt finanzielle Unterstützung, die z.B. auch eine Befreiung von der Rundfunkgebühr für Blinde und Personen, die älter als 75 Jahre sind, einschließt. Darüber hinaus ist auch die benutzerfreundliche Gestaltung von Endgeräten ein wichtiger Faktor, insbesondere wird die Entwicklung möglichst einfach zu bedienender Set-Top-Boxen gefordert. Außerdem weisen die Autoren darauf hin, dass eine effektive Informationskampagne erforderlich ist, um eine möglichst große Zahl von Personen in die Lage zu versetzen, zu entscheiden, wie sie den Übergang zum digitalen Fernsehen gestalten wollen. [H3r]

*Ofcom Consumer Panel (2004): Ofcom Consumer Panel publishes recommendations to protect the most vulnerable consumers during digital switchover, Pressemitteilung 24.11.04, <http://www.ofcomconsumerpanel.org.uk/nr/241104.htm>*

*Ofcom Consumer Panel (2004): Supporting the most vulnerable consumers through digital switchover. A report by the Ofcom Consumer Panel, November 2004, <http://www.ofcomconsumerpanel.org.uk/dso/dsoreport.pdf>*

#### 1.4 Beratungen über technische Optionen beim Switch-Over in Großbritannien

*Im Februar veröffentlichte das britische Office of Communications (Ofcom) ein Konsultationspapier, in dem die verschiedenen Optionen für die Umsetzung des Switch-Over angeführt werden. Im Mittelpunkt dieser Konsultation stehen vor allem technische Fragen zur Ausgestaltung des Übergangsprozesses.*

Ofcom entwickelt in diesem Papier fünf unterschiedliche Varianten der technischen Umstellung auf digitales Fernsehen, bei denen die Zahl der Sendeanlagen, der Sendemodus und die Signalstärke variiert werden. Zu diesen Diskussionsvorschlägen erwartet Ofcom vor allem Stellungnahmen der in diesem Bereich tätigen technischen Dienstleister, der Rundfunkveranstalter und von Zuschauer- und Verbraucher-Organisationen. Stellungnahmen konnten bis Ende März eingereicht werden.

Mit Blick auf die technische Gestaltung des Übergangs zum digitalen Fernsehen hat Ofcom ferner eine Analyse der Folgen einer technischen Umstellung in den verschiedenen Regionen mit Unterstützung von ntl Broadcast, Crown Castle und der BBC vorgenommen. Das Ergebnis liegt in Form eines aktualisierten Zeitplans für den Übergang zum digitalen Fernsehen in den einzelnen Regionen vor. [H3r]

*Office of Communications (2005): Planning Options for Digital Switchover (Consultation Document, 9.2.05; closes 21.3.05), <http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/pods/pods.pdf>*

*Office of Communications (2005): Digital Terrestrial Television spectrum management update (Pressemitteilung, 09.02.05), [http://www.ofcom.org.uk/media\\_office/latest\\_news/nr\\_20050209](http://www.ofcom.org.uk/media_office/latest_news/nr_20050209)*

*Office of Communications (2005): Ofcom spectrum management update: technical planning for digital switchover around the UK, <http://www.ofcom.org.uk/research/dsoind/smup/>*

## 1.5 Switch-Over in Großbritannien vor dem Hintergrund einer Kosten-Nutzen-Analyse

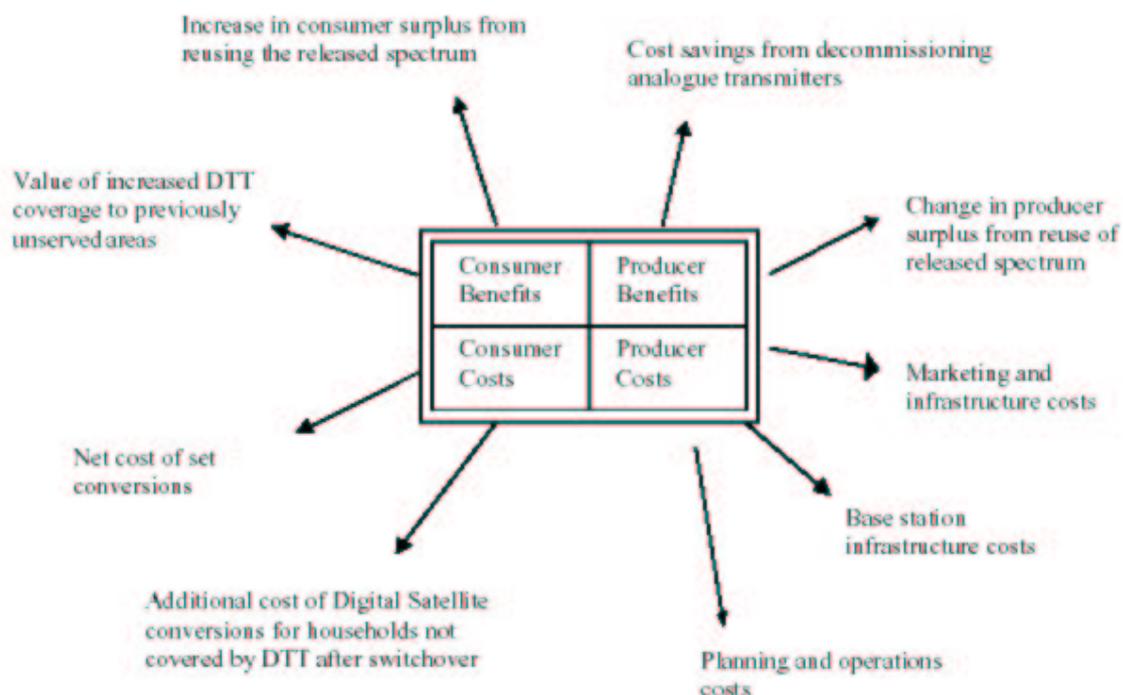
Wirtschaftsexperten des *Department of Trade and Industry (DTI)*, des *Department for Culture, Media and Sport (DCMS)* und der *Radiocommunications Agency (RA)* haben gemeinsam ein Modell zur Kosten-Nutzen-Analyse des Übergangs zum digitalen terrestrischen Fernsehen erarbeitet (vgl. *DocuWatch 3/2003*, 3.4, S. 18).

Die im Modell berücksichtigten Kosten schließen unter anderem das benötigte Kapital zur Finanzierung der Technik und die Betriebskosten des digitalen Sendernetzwerks, die Kosten für Marketing und Kommunikation, Kosten für die Umstellung der Geräte in privaten Haushalten und zusätzliche Energiekosten ein. Auf der Seite des Nutzens werden die Einsparungen bei der analogen Signalübertragung und die Möglichkeiten der umfassenden Nutzung des Übertragungsspektrums berücksichtigt (vgl. Schaubild).

Als Datenquellen der Analyse wurden in ers-

ter Linie Untersuchungen der in diesem Bereich aktiven Akteure verwendet, die als Grundlage für die Modellierung eines Übergangsszenarios verwendet werden. Die Ergebnisse zeigen, dass der erwartete Nutzen der Umstellung erheblich über den Kosten liegt, so dass aus Sicht der Analyse eine möglichst schnelle Umstellung anzustreben ist. Bei einer Umstellung im Jahr 2010 würden die positiven Effekte den Wert von 2,2 Mrd. Pfund bedeuten, im Jahr 2012 wären es noch 1,7 Mrd. Pfund. In jedem der angenommenen Szenarien ermittelten die Analysten positive Effekte bei einer Umstellung zum digitalen Fernsehen. [H3r]

*Department of Trade and Industry (DTI); Department for Culture, Media and Sport (DCMS) (2005): Cost Benefit Analysis (CBA) of Digital Switchover, Neufassung vom 10.2.05 der Version vom 18.9.03, [http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf\\_documents/publications/CBA\\_Feb05.pdf](http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf_documents/publications/CBA_Feb05.pdf)*



Das Schaubild fasst die Elemente der Kosten-Nutzen-Analyse zusammen.

Entnommen aus *Department of Trade and Industry (DTI); Department for Culture, Media and Sport (DCMS) (2005): Cost Benefit Analysis (CBA) of Digital Switchover, Neufassung vom 10.2.05 der Version vom 18.9.03, S. 2.*

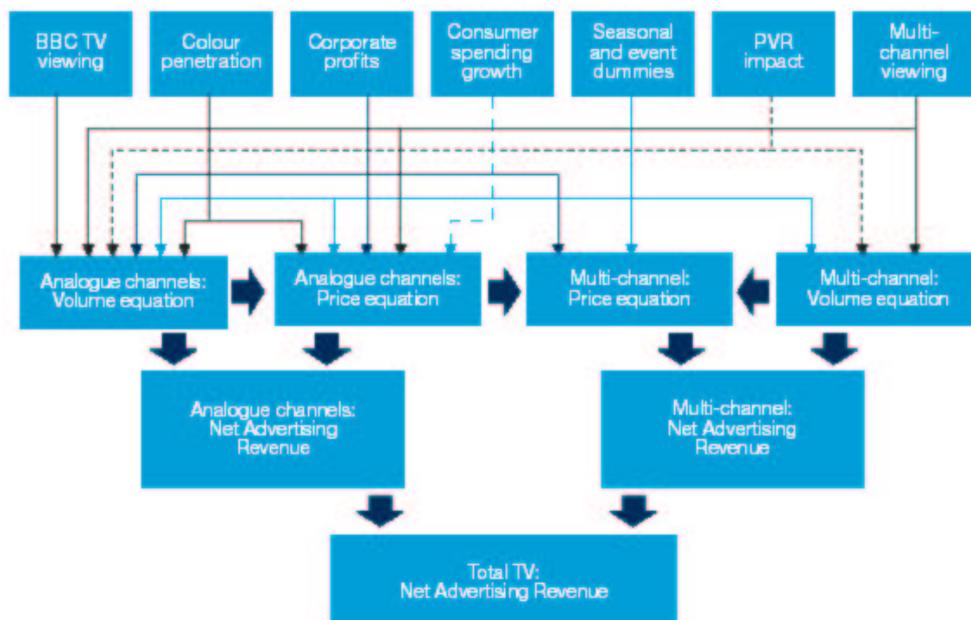
## 1.6 Szenarien für britischen TV-Werbemarkt nach der Digitalisierung vorgestellt

Das Office of Communications (Ofcom) beauftragte das Unternehmen PricewaterhouseCoopers mit der Entwicklung eines Modells für den britischen Fernsehwerbemarkt. Auf der Grundlage dieses Modells sollen mögliche Entwicklungsszenarien für diesen Markt beim Übergang zum digitalen Fernsehen geprüft werden, um Informationen über die Entwicklung im traditionellen Fernsehmarkt und im digitalen Fernsehmarkt im Hinblick auf die Preisentwicklung und die Gesamterlösentwicklung zu erhalten (zum Modell s. Schaubild).

Die vorgelegten Ergebnisse deuten darauf hin, dass traditionelle Fernsehwerbung durch Multi-channel-Werbung substituiert wird. Kurzfristig haben die Veränderungen auf den Werbemärkten allerdings nur geringe Auswirkungen auf die Gesamtumsätze mit Fernsehwerbung, da Veränderungen in der Quantität durch Veränderungen bei den Preisen wieder ausgeglichen werden. Bei einer angenommenen Steigerung der Zahl der Spots durch eine Ausweitung der Zahl der Kanäle sind gleichzeitig fallende Spotpreise zu erwarten. Mittel- und langfristig wird allerdings eine differenzierte Entwicklung der Werbeerlöse bei den verschiedenen Programmtypen er-

wartet. Bei den traditionellen Programmen ITV1, Channel 4 und Five wird eine leichte Steigerung der Werbepreise und -erlöse erwartet, im Gegensatz dazu wird bei den Multichannel-Angeboten (alle anderen Angebote außer der BBC) eine wesentlich größere Preiselastizität angenommen, die zu einer großen Varianz in der Preisbildung führen kann. Dieser Effekt wirkt sich auch auf die Angebote der BBC aus, deren traditionelle Programme sich in der Entwicklung von den neuen digitalen Angeboten unterscheiden. Die Fragmentierung des Publikums wirkt sich nach den Ergebnissen der Modellrechnungen für die Gesamtwerbeumsätze nur gering aus, lediglich die Verteilung der Umsätze auf die unterschiedlichen Programme verschiebt sich. [H3r]

*PricewaterhouseCoopers (2004): Economic Analysis of the TV Advertising Market. Report commissioned by the Office of Communications, Dez. 2004, <http://www.ofcom.org.uk/research/tv/reports/tvadvmarket.pdf>*



Struktur des Analysemodells.

Entnommen aus: PricewaterhouseCoopers (2004): Economic Analysis of the TV Advertising Market. Report commissioned by the Office of Communications, Dez. 2004, S. 21.

## 1.7 Studie zu Entwicklungsmöglichkeiten der deutschen Fernseekabelnetze

*Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA), hat das Fraunhofer-Institut Systemtechnik und Innovationsforschung (Fh ISI) in Zusammenarbeit mit dem Hans-Bredow-Institut für Medienforschung ein Projekt durchgeführt, indem untersucht wurde, wie die wiederholt konstatierten Entwicklungshemmnisse im deutschen Fernseekabelmarkt beseitigt werden können und welche Rolle die Politik dabei einnehmen sollte.*

Aufgabe war es, in einer marktnahen Studie die wichtigsten Schritte auf dem Weg zu einem digitalen Kabelfernsehnetz aufzuzeigen, die aktuellen Konfliktlinien zu skizzieren und Perspektiven zur Entfaltung einer neuen digitalen Angebotsvielfalt im Kabel zu entwickeln.

Mit Hilfe eines speziellen Szenario-Ansatzes wurden Schritte für die Digitalisierung herausgearbeitet und aufgezeigt, welche alternativen Entwicklungsverläufe sich ergeben können. Auf dem Weg zu einer vollständigen Digitalisierung der deutschen Fernseekabelnetze müssen vor allem sechs Fragen geklärt werden:

1. Die Boxenfrage: Zapping-Box, voreingestelltes Verschlüsselungssystem oder Common-Interface?

2. Die Verschlüsselungsfrage: Schneller Aufbau einer Pay-Plattform vs. Einstieg in eine frei empfangbare Digitalvielfalt?
3. Der Netzausbau: TV-zentriert vs. Internet-orientiert?
4. Netzebene 3 und 4-Kooperationen: Vermarktung vs. Durchleitung neuer Angebote?
5. Neue Inhalte, neue Anbieter: Vervielfachung des Bekannten oder Entstehen neuer Vielfalt?
6. Dauer des Simulcasts: Forcierter Umstieg vs. „Endlos“-Simulcast?

Die möglichen Schrittfolgen wurden mit Marktakteuren und der Politik diskutiert. Damit liegt eine strukturierte Aufarbeitung der aktuellen Herausforderungen und eine Darstellung der Digitalisierungsoptionen im deutschen Kabel-TV-Markt vor. Die Studie versteht sich als Beitrag zur „Initiative Digitaler Rundfunk“ von Bund und Ländern, in deren Rahmen die durchgehende Digitalisierung des Rundfunks bis 2010 vorbereitet wird. [H3r]

*Die vollständige Studie wird im Mai 2005 als Buch unter dem Titel „Die Zukunft des deutschen Kabelfernsehnetzes. Sechs Schritte zur Digitalisierung“ bei Vistas veröffentlicht. Eine Zusammenfassung der Ergebnisse ist online verfügbar unter: [http://www.isi.fhg.de/publ/downloads/isi05b02/digitales\\_kabel.pdf](http://www.isi.fhg.de/publ/downloads/isi05b02/digitales_kabel.pdf)*

## 1.8 Goldmedia-Studie zur künftigen Entwicklung von T-Commerce

*Die Berliner Goldmedia AG hat eine Studie zur künftigen Entwicklung des T-Commerce erarbeitet, die auf die Entwicklung von Fernsehveranstalter-Erlösen eingeht, die nicht durch Werbung erzielt werden.*

Hierzu zählen Pay-TV und Pay-per-View, TV-basierte Produktverkäufe wie Teleshopping und Direct-Response-TV, TV-basiertes Merchandising und Licensing, Reishopping und TV-basierte Telefonmehrwertdienste.

Die Untersuchung bietet eine segmentspezifische Analyse der Entwicklung und zeigt, dass Reishopping weiterhin das am stärksten wachsende T-Commerce-Modell ist. Die Umsätze im Teleshopping werden durch neue Geschäftsmodelle ausgeweitet, auch bei den Telefonmehrwertdiensten sind innovative Konzepte für eine positive Entwicklung entscheidend.

Der Markt für Pay-TV gewinnt durch neue Angebote im unteren Preissegment an Dynamik; Pay-per-View-Dienste werden durch die zunehmende Ausstattung der Haushalte mit Festplattenrekordern (DVRs) und neue Set-Top-Boxen gefördert. [H3r]

*Goldmedia GmbH (2005): TV-Sender generieren immer mehr Umsätze außerhalb des traditionellen Werbegeschäfts. T-Commerce – Wachstum hält an. 2009 wird erstmals die Fünf-Milliarden-Euro Grenze überschritten, Pressemitteilung 4.1.05, [http://goldmedia.bytespring.de/uploads/media/Pressemeldung\\_09.pdf](http://goldmedia.bytespring.de/uploads/media/Pressemeldung_09.pdf)*

*Goldmedia GmbH (2005): T-Commerce 2009. Marktpotenziale für transaktionsbasierte Dienste im deutschen TV-Markt, Inhaltsverzeichnis, [http://goldmedia.bytespring.de/uploads/media/Inhaltsverzeichnis\\_273fb3.pdf?PHPSESSID=432368d73a26023e2ddd55d58cf54dd0](http://goldmedia.bytespring.de/uploads/media/Inhaltsverzeichnis_273fb3.pdf?PHPSESSID=432368d73a26023e2ddd55d58cf54dd0)*

## 1.9 Veränderte Nachfrage nach Set-Top-Boxen in Nordamerika erwartet

*In einer aktuellen Studie zum Markt der Set-Top-Boxen für digitales Fernsehen in den USA und Kanada erwartet das Unternehmen IMS Research einen raschen Strukturwandel.*

Im Jahre 2004 wurden in Nordamerika mehr als 21 Mio. Set-Top-Boxen für digitales Fernsehen vertrieben; dabei waren Mittelklasse-Geräte für interaktives Fernsehen vorherrschend. Ab dem Jahresende 2005 sei damit zu rechnen, dass die Kabel- und Satellitenbetreiber verstärkt Geräte für High-definition Fernsehen (HDTV) und Digitale Videorekorder (DVR) anbieten. Auch

die zunehmende Verbreitung des terrestrischen Digitalfernsehens werde zu neuer Nachfrage führen. Gleichwohl wird erwartet, dass die Erlöse aus dem Vertrieb der Set-Top-Boxen in den nächsten fünf Jahren zurück gehen, weil der erwartete Rückgang der Preise vermutlich nicht durch entsprechend höheren Absatz ausgeglichen wird. [Schr]

*IMS Research (2005): New Services Affect the Demand for STBs in US & Canada, Pressemitteilung vom 21.2.05, <http://www.imsresearch.com/members/pr.asp?X=177>*

## 1.10 Wachstum des europäischen Pay-TV-Marktes hat sich beschleunigt

*Nach Jahren mit rückläufigen Wachstumsraten hat der Pay-TV-Markt in Europa nach einer Studie von screen digest in 2004 einen Zuwachs von etwa 2,6 Mio. Abonnenten zu verzeichnen. 2003 hatte es nur 1,3 Mio. zusätzliche Abonnenten gegeben. Für die Jahre 2005 bis 2008 wird ein weiteres Wachstum um 9,4 Mio. auf insgesamt 94,4 Mio. Pay-TV-Abonnenten prognostiziert.*

Als treibende Kraft gilt die Umstellung vom analogen auf digitalen Empfang, die u.a. durch Investitionen der Kabelbetreiber und durch

preisgünstige Set-Top-Boxen gefördert wird. In 2003 haben knapp ein Drittel der Pay-TV-Abonnenten digitalen Empfang genutzt; 2008 werden es voraussichtlich etwa 58 % sein. [Schr]

*Screen Digest (2004): After years in the doldrums, growth in Europe's pay TV market is back on track (Pressemitteilung, 12.11.04), [http://www.screendigest.com/publications/reports/tv\\_and\\_broadband/european\\_digital\\_pay\\_tv\\_platforms\\_2004/press\\_releases\\_12\\_11\\_2004-n/FHAN-66NF2Y/PressRelease.pdf](http://www.screendigest.com/publications/reports/tv_and_broadband/european_digital_pay_tv_platforms_2004/press_releases_12_11_2004-n/FHAN-66NF2Y/PressRelease.pdf)*

## 2 Anpassung der Regelungskonzepte

### 2.1 Überlegungen in der EU zur Forderung nach Interoperabilität von iTV-Empfängern

*In der Online-Publikation „EBU Technical Review“ gab Adam W. Brown, Mitarbeiter der EU-Generaldirektion Informationsgesellschaft, im Januar einen Überblick über die Konzeptentwicklung der EU zur Forderung nach Interoperabilität bei Empfängern für interaktives Fernsehen.*

Brown vertritt die Auffassung, dass es in der vergrößerten EU nicht mehr realistisch sei, durch einen einheitlichen Standard für die Empfänger eine Interoperabilität bei sämtlichen Funktionen zu erreichen. Angesichts von 25 Mio. bereits installierten Geräten mit proprietärer Technik sei ein kompletter Übergang zu aufwändigerer Hardware entsprechend dem MHP-Standard auch nicht erreichbar. Für die Festlegung von technischen Standards komme es darauf an, ein modulares Konzept vorzusehen, das einen kostengünstigen Einstieg ermögliche und flexible Reaktionen auf die Marktentwicklung erlaube.

Brown sieht das Regulierungskonzept für die Technik digitalen Fernsehens im Übergang vom Vermächtnis der Monopolstrukturen (mit Standardisierung ex ante) zum Wettbewerb der unterschiedlichen Übertragungswege, einschließlich Internet. Wichtig sei ein Interoperabilitäts-Paradigma, das sich von der Ebene der Receiver-Technik löse. So komme es etwa bei der Spezifikation DVB GEM (Globally Executable MHP) darauf an, dass eine Anwendung unabhängig von den Übertragungsstandards auf verschiedenen Empfangsgeräten genutzt werden könne, ob in Europa, den USA oder Japan. Auch das Portable Content Format (PCF) gehe nicht mehr von einem einheitlichen Empfangsgerät aus.

Die Mitteilung der Kommission COM (2004) 541 final verweist auf das Spannungsverhältnis zwischen den Marktkräften einerseits und den am Allgemeinwohl orientierten Anliegen wie Medienvielfalt und kulturelle Vielfalt andererseits (s. dazu DocuWatch 3/2004, 2.1, S. 8).

Dementsprechend sei die am Allgemeinwohl orientierte Regulierung der Inhalte von der wettbewerbsorientierten und innovationsfreundlichen Regulierung der Kommunikationstechnik zu trennen.

Zur Frage der Entwicklung eines tragfähigen Receiver-Marktes verweist Brown u.a. auf die Schwierigkeiten bei der Einführung von Digital Audio Broadcasting (DAB). Als Ursachen werden u.a. rechtliche Vorgaben genannt, z.B. ein zu schmales Frequenzspektrum, das nur die digitale Verbreitung weniger Programme zulasse, oder zu kurze Zulassungsperioden, so dass den Anbietern oder den Hardware-Produzenten das Risiko zu hoch sei. Zudem würde der europäische DAB-Markt durch unterschiedliche Zeitpunkte für die DAB-Markteinführung fragmentiert. Lediglich in Großbritannien habe sich inzwischen ein Markt mit etwa 1 Mio. DAB-Receiver entwickelt. Hier sei das „Henne und Ei“-Problem durch die Subventionierung der Empfangsgeräte durch die Rundfunkveranstalter gelöst worden.

Ein weiteres Beispiel sei die Einführung des Bildschirmformats 16:9. Hier habe der Aktionsplan der EU-Kommission sichtbare Effekte gehabt, so gebe es in Großbritannien inzwischen in jedem zweiten Haushalt einen Fernseher mit breitem Bildschirm. Europaweit sei die kritische Masse hingegen noch nicht erreicht worden. Die Risiken bei der Einführung dieser Technik liegen, so Brown, in den höheren Kosten gegenüber normalen Fernsehgeräten und dem möglichen Rückzug von Fernsehveranstaltern oder Hardware-Anbietern, wenn die kritische Masse nicht schnell genug erreicht werde. Beides könne den Verbrauchern ein abwartendes Verhalten nahe legen. [Schr]

*Adam Watson Brown (EU-Kommission DG Information Society and Media) (2005): Interoperability, standards and sustainable receiver markets in the European Union, in: EBU Technical Review Nr. 301 (Januar 05), [http://www.ebu.ch/trev\\_301-eu.pdf](http://www.ebu.ch/trev_301-eu.pdf)*

## 2.2 Französische Normvorgaben für das digitale terrestrische Programmsignal

*Nachdem die französische Regierung im Herbst 2004 entschieden hat, das digitale terrestrische Free-TV auf der Grundlage der Norm MPEG 2 auszustrahlen, werden, wie am 23. Dezember 2004 festgelegt wurde, Pay-TV und hochauflösendes Fernsehen (HDTV) hingegen über den weiter entwickelten Standard MPEG 4 übertragen werden (vgl. DocuWatch 4/2004, 2.1, S. 12).*

Auf Grundlage dieser Regierungsentscheidung wurden am 2. März 2005 drei Entwürfe für technische Erlasse und einen Call for Papers veröffentlicht (Frist: 31. März 2005; die einzelnen Stellungnahmen sind bis zum Redaktionsschluss noch nicht veröffentlicht worden). Die

drei Verordnungsentwürfe sollen die derzeit geltenden technischen Erlasse (Verordnungen vom 21. November, 24. und 27. Dezember 2001) modifizieren. Es geht dabei in erster Linie um die Parameter des Programmsignals und der Empfangsterminals für digitales terrestrisches Fernsehen. Zusätzlich werden einzelne Aspekte der Verschlüsselungstechnologie reguliert. [PP]

*Direction du développement des médias (2004): Consultation publique sur la modification des arrêtés relatifs aux normes de la TNT, [http://www.ddm.gouv.fr/article.php3?id\\_article=896](http://www.ddm.gouv.fr/article.php3?id_article=896)*

*Premier ministre (2004): TNT payante et haute définition: le MPEG 4, Communiqué de presse 23. Dezember 2004, [http://www.ddm.gouv.fr/article.php3?id\\_article=792](http://www.ddm.gouv.fr/article.php3?id_article=792)*

## 2.3 Programmdistribution im digitalen Fernsehen Frankreichs: Dekret-Entwurf liegt vor

*Das französische Kulturministerium hat am 27. Januar 2004 einen Dekret-Entwurf zur Regulierung der Programmdistribution vorgelegt, verbunden mit der Aufforderung der Markakteure zur Stellungnahme bis zum 1. März 2005 (die Zusammenfassung der Stellungnahmen liegt noch nicht vor).*

Das Dekret soll die gesetzlichen Regelungen zu den programmbezogenen und verfahrensrechtlichen Pflichten der Betreiber von Programmplattformen aus den Jahren 2000 (DocuWatch 3/2000, 1.1, S. 2f.) und 2004 (DocuWatch 3/2004, 2.3, S. 9f.) konkretisieren. Die Betreiber der Programmdistribution im analogen und digitalen Fernsehen – also der Bündelung und Vermarktung von eigenen und/oder fremden Programmen – unterliegen per Gesetz vor der Betriebsaufnahme einer Anzeigepflicht mit Verbotsvorbehalt gegenüber der Rundfunkaufsicht Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA). Der Regelungsentwurf sieht nun vor, dass im Rahmen dieser Anzeige u.a. die im Einzelnen zu vermarktenden Programme, die beabsichtigte Bouquet-Struktur (Basispaket, Optionspakete, Menüstruktur etc.) und die Kapitalstrukturen des Betreibers offengelegt wer-

den müssen. Schließlich wird erstmals konkret festgelegt, wie hoch der Anteil „unabhängiger Programmanbieter“ sein muss, den jede Programmplattform in ihre Bouquetstruktur aufnehmen muss. Nach dem Entwurf müssen die Programmdistributoren mindestens 30 % der Angebote im Basisbouquet (das ist das Bouquet mit den meisten Abonnenten im Gesamtangebot) sowie ihres gesamten Programmangebotes mit Programmen bestücken, die unabhängig sind. Hinzu kommt ein Weiteres: 50 % der Programme im Basisangebot sowie auch im Gesamtangebot müssen von jeglichem Programm-betreiber unabhängig sein. Dies gilt sowohl für die analoge als auch die digitale Verbreitung. Die Betreiber erhalten eine Übergangsfrist von drei Monaten nach dem Inkrafttreten des Dekretes, um ihr Programmangebot anzupassen. [PP]

*Direction du développement des médias (2005): Projet de décret pris pour l'application des articles 30-2, 34, 34-2 et 34-3 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986, Consultation publique sur le projet de décret relatif aux distributeurs de services, Communiqué, 17. Februar 2005, [http://www.ddm.gouv.fr/article.php3?id\\_article=871](http://www.ddm.gouv.fr/article.php3?id_article=871).*

## 2.4 Französische Sender haben gesetzlicher Anspruch auf digitalen „Bonus“-Kanal

*Auf Antrag der Rundfunkaufsicht Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) hat der französische Staatsrat (Conseil d'état) mit Beschluss vom 8. Februar 2005 zur Frage Stellung genommen, welche Autonomie die Sender bei der Inanspruchnahme des so genannten digitalen „Bonus“-Kanals gegenüber der Rundfunkaufsicht haben.*

Nach Artikel 30-1 des Kommunikationsgesetzes haben die privaten Sender, deren Programm in Frankreich als Free-TV landesweit und analog-terrestrisch verbreitet wird (derzeit nur TF1 und M6), einen gesetzlichen Anspruch auf die Erteilung der Lizenz für ein digital-terrestrisch verbreitetes Programm („Bonus“-Kanal). Es geht dabei nicht um den Simulcast ihres analogen Programms, sondern um ein eigenständiges (also neues) Programmangebot. Unklar war bisher, welche Rechte die Rundfunkaufsicht bei der Lizenzierung des „Bonus“-Kanals hat. Der Staatsrat hat nun klargestellt, dass es der Rundfunkaufsicht versagt ist, hier die herkömmlichen Ermessenskriterien der Lizenzerteilung im Rundfunkbereich anzuwenden (Vielfaltsbeitrag etc.). Vielmehr müsse der beantragte „Bonus“-

Kanal bereits lizenziert werden, wenn der Sender die formalen Voraussetzungen dafür erfülle (Betrieb durch eine eigenständige juristische Person etc.). Denn die Sender hätten vom Gesetzgeber ein „Recht auf Abruf“ erhalten (droit sur demande). Anders verhält es sich aber im Zeitraum nach der Lizenzerteilung: Insbesondere im Falle einer maßgeblichen Veränderung der Programmstruktur oder der Kapitalstruktur kann die Lizenz vom CSA entzogen werden, wie dies auch bei herkömmlichen Lizenzen der Fall ist. Schließlich hat der Staatsrat noch klargestellt, dass der Anspruch auf den „Bonus“-Kanal von den Sendern nur einmalig ausgeübt werden kann; der Verzicht auf einen bereits zugewiesenen „Bonus“-Kanal hat den Verlust dieses gesetzlichen Vorrechts zur Folge. [PP]

*Conseil d'Etat (2005): Beschluss vom 8. Februar 2005, Dokument-Nr. 371.283, [http://www.csa.fr/upload/dossier/Avis\\_Chaine\\_Bonus.pdf](http://www.csa.fr/upload/dossier/Avis_Chaine_Bonus.pdf)*

*Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) (2005): Avis du Conseil d'Etat sur le canal bonus, Communiqué, 11. Februar 2005, [http://www.csa.fr/infos/textes/textes\\_detail.php?id=22260](http://www.csa.fr/infos/textes/textes_detail.php?id=22260)*

## 2.5 Verschlüsselungsverbot für Großereignisse in Frankreich verabschiedet

*In Umsetzung europarechtlicher Vorgaben und in Konkretisierung von Artikel 20-2 des Kommunikationsgesetzes von 1986 hat die französische Regierung am 24. Dezember 2004 per Décret die so genannten Großereignisse bestimmt, die in Frankreich nicht verschlüsselt ausgestrahlt werden dürfen.*

Dazu gehören u.a. auch das Sechs-Nationen-Turnier (Rugby), das Tennis-Finale in Paris („Roland-Garros“) sowie die Radrennen „Tour de France“ und „Paris-Roubaix“. Als „nicht-verschlüsselter“ Empfang gilt nach der Legaldefinition jede Ausstrahlung, die von mindestens

85 % der Haushalte des französischen Festlands frei und ohne spezifisches Entgelt empfangen werden kann. Programmanbieter, die diese Vorgaben nicht erfüllen können, werden verpflichtet, ihre exklusiven Übertragungsrechte zu chancen-gleichen, angemessenen und nicht-diskriminierenden Konditionen an Free-TV-Anbieter abzutreten. [PP]

*Décret n°2004-1392 du 22 décembre 2004 pris pour l'application de l'article 20-2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (NOR:MCCT0400912D), <http://www.legifrance.gouv.fr/texteconsolide/PCHVF.htm>*

## 2.6 Ofcom plant Must-Carry-Auflage für digitale terrestrische Fernsehübertragung

*Das Office of Communications (Ofcom) plant, die Betreiber von digitalen terrestrischen Rundfunknetzen zur Verbreitung bestimmter*

*Rundfunkprogramme zu verpflichten. Dazu hat der Regulierer einen Vorschlag zur Auferlegung von Must-Carry-Auflagen vorgelegt.*

In dem Papier erläutert Ofcom den Umfang der Must-Carry-Auflage, liefert Rechtfertigungsgründe für die Entscheidung und macht Vorschläge für die Einspeisebedingungen. Das Papier bezieht sich ausschließlich auf die digitale terrestrische Verbreitung, andere Übertragungsplattformen (etwa Kabel oder Satellit) sind davon nicht erfasst.

Ofcom stützt sich in ihrer Entscheidung auf Sec. 64 des Broadcasting Act 2003, in dem Art. 31 der Universaldienstrichtlinie umgesetzt wurde. Danach ist Ofcom u.a. ermächtigt, Maßnahmen zu ergreifen, die sicherstellen, dass bestimmte Rundfunkdienste übertragen werden. Nutznießer dieser Maßnahme wären Anbieter von Multiplexen, die Programme, die in Sec. 64 (3) Broadcasting Act 2003 aufgezählt werden (die BBC, Channel 3, Channel 4, Channel 5, S4C Digital sowie der öffentliche digitale Text-Service), in ihrem Multiplex aufgenommen haben. Die Vorzugsregel greift allerdings nur, wenn die Programme bereits digital produziert und zugeliefert werden.

Der Regulierer darf die Auflage allerdings erst erlassen, wenn eine signifikante Nutzerzahl die Übertragungstechnik zum Empfang der

Dienste nutzt, was Ofcom als gegeben ansieht, da rund 5 Mio. Haushalte digitale terrestrische Receiver nutzen (vgl. 1.2, S. 4f. in dieser Ausgabe). Ofcom stellt ausführlich dar, dass aus ihrer Sicht eine Notwendigkeit zum Erlass dieser Auflage besteht, um eine breite Bevölkerungsschicht mit einem vielfältigen Programmangebot zu versorgen. Verpflichtete der Auflage sind derzeit die beiden einzigen Netzbetreiber „Crown Castle“ und „ntl“. Es ist vorgesehen, die Netzbetreiber bei der Festsetzung der Übertragungsgebühren zu kontrollieren.

Mit der Vorlage des Vorschlags am 28.2.2005 hat Ofcom das Konsultationsverfahren eröffnet. Die Verpflichteten und vom Verfahren betroffene Dritte waren aufgerufen, Stellungnahmen einzureichen. Die Frist ist am 31.3.2005 abgelaufen. [AL]

*Office of Communications (2005): Provision of Managed Transmission Services to Public Service Broadcasters. Proposal to give a direction setting must-carry obligations on the terrestrial transmission network, Consultation document publ. 28.2.05, [http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/bcast\\_trans\\_serv/must\\_carry/must-carry.pdf](http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/bcast_trans_serv/must_carry/must-carry.pdf)*

## 2.7 Abschluss der Bewertung des öffentlichen Rundfunks durch das Ofcom

*Unter dem Titel „Competition for Quality“ veröffentlichte das Office of Communications (Ofcom) im Februar den abschließenden Bericht zur Lage und Zukunft des Fernsehens im Rahmen des Public Service Broadcasting in Großbritannien. Nach einer Vorgabe des Communication Acts aus dem Jahr 2003 hat Ofcom in drei Schritten eine Überprüfung der Funktionsfähigkeit und Effektivität des bestehenden öffentlichen Fernsehangebots durchgeführt (vgl. DocuWatch 3/2004, 2.6, S. 12f.).*

Im Verlauf der Untersuchung stellte Ofcom fest, dass das aktuelle Finanzierungsmodell des öffentlichen Rundfunks in Großbritannien nach dem Übergang zum digitalen Fernsehen nicht mehr funktionieren wird. Die Unterstützung für öffentliches Fernsehen durch die Bevölkerung ist allerdings stabil, so dass das bestehende Finanzierungsmodell und die Akteure umfassend weiterentwickelt werden müssen. In der Zukunft sollen nach den Ergebnissen der Untersuchun-

gen und Konsultationen des Ofcom folgende Punkte gesichert werden:

- Die BBC soll das zentrale Element der öffentlichen Rundfunks bleiben – stark, unabhängig und mit der Rundfunkgebühr angemessen finanziert;
- ITV1 soll ein frei empfangbarer Programmveranstalter bleiben, der sich auf seine Stärken in der Produktion von Nachrichten, britischen Programmen und regionalen Angeboten konzentriert;
- Channel 4 soll ein kommerziell finanzierter öffentlicher Sender mit dem Schwerpunkt der Förderung von Innovationen bleiben;
- five soll am Markt ausgerichtet sein und insbesondere britische Produktionen zeigen;
- Darüber hinaus soll ein neuer Public Service Publisher (PSP) mit dem Auftrag versehen werden, über alle neuen Plattformen wie Breitband, Mobilfunk und digitales Fernsehen hochwertige britische Produktionen zu investieren;

- Auch andere digitale Kanäle sollen dabei unterstützt werden, ihre Aufwendungen in hochwertige nationale Produktionen auszubauen;
- Eine zentrale Grundlage der Forderungen nach qualitativ hochwertigen Inhalten ist die Förderung des Produktionssektors. Das Ofcom wird hierzu eine Untersuchung durchführen.

Insgesamt liefert der Bericht des Ofcom einen Überblick über die Rahmenbedingungen des künftigen öffentlichen Rundfunks. Damit liefert

## 2.8 FCC erlässt Verpflichtungen für die Veranstalter von Kinderprogrammen

*Die Federal Communications Commission (FCC) in den USA veröffentlichte im November 2004 eine Reihe von Verpflichtungen, die für Veranstalter von Kinderprogrammen gelten. Diese Vorgaben sind insbesondere auf die Veranstalter von digitalem Fernsehen zugeschnitten haben aber auch Einfluss auf Multicasting und auf über das Programmangebot hinausgehende Inhalte.*

Sofern sich solche Inhalte an Kinder, die zwölf Jahre oder jünger sind, richten, müssen sie eindeutig als Kinderprogramme gekennzeichnet sein. Die bestehenden Regeln zu Kinderprogrammen werden mit Blick auf die Einführung des digitalen Fernsehens insgesamt aktualisiert. Auch die Regelungen für die Ausstrahlung von kommerziellen Inhalten im Kinderprogramm werden präzisiert. So darf eine Einblendung von Web-Adressen nur dann außerhalb der Zeitbeschränkungen für Werbeeinblendungen erfolgen, wenn das Online-Angebot

er auch einen Beitrag für die Diskussion über die Neuformulierung der BBC Charter und die zukünftigen Vorgaben für den Umgang mit Inhalten von öffentlichem Interesse. [H3r]

*Office of Communications (2005): Ofcom review of public service television broadcasting. Phase 3: Competition for quality. Ofcom's decisions and proposals on Public Service Broadcasting, Pressemitteilung 8.2.05, <http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/psb3/>*

*Office of Communications (2005): Ofcom review of public service television broadcasting. Phase 3 – Competition for quality (8.2.05), <http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/psb3/psb3.pdf>*

eine Reihe von Vorgaben erfüllt. Zu diesen Vorgaben zählt z.B., dass das Angebot nicht für kommerzielle Zwecke ausgelegt sein oder direkten Links auf kommerzielle Angebote enthalten darf und dass Zusatzinformationen zu den betreffenden Sendungen enthalten sein müssen. In den Bereich der Inhalte von kommerzieller Bedeutung wird auch die Werbung für audiovisuelle Inhalte einbezogen, soweit sich diese inhaltlich von dem angebotenen Programm unterscheidet. [H3r]

*Federal Communications Commission (2004): FCC adopts children's programming obligations for digital television broadcasters, Pressemitteilung vom 9.9.04, [http://hraunfoss.fcc.gov/edocs\\_public/attachmatch/DOC-251972A1.pdf](http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DOC-251972A1.pdf)*

*Federal Communications Commission (2004): Report and Order and further notice of proposed rule making In the matter of children's television obligations of digital television broadcasters, MM Docket No. 00-167, 23.11.04, [http://hraunfoss.fcc.gov/edocs\\_public/attachmatch/FCC-04-221A1.pdf](http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-04-221A1.pdf)*

## 2.9 Vergabe von Identifikationsnummern innerhalb der deutschen DVB-T Datenströme

Die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (RegTP) hat Zweck, Bedeutung und System der Vergabe von Netzwerkidentifikationsnummern erläutert. Dabei sind unterschiedliche Identifikationsnummern zu beachten, die im MPEG-Datenstrom eingebunden werden, die programmspezifische Informationen und Serviceinformationen enthalten. Mit Hilfe dieser Informationen werde es dem Empfänger ermöglicht, auf die im DVB-Multiplex enthaltenen Programme und die Elementarströ-

me zuzugreifen. Unterschieden werden original\_network-id, network-id, cell-id, transport\_stream\_id und service\_id. Das System der Vergabe der jeweiligen Identifikationsnummern sowie die Vergabebereiche erläutert die RegTP im zweiten Teil der Mitteilung. [AL]

*Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (2005): Grundzüge des Verfahrens für die Vergabe von Identifikationsnummern innerhalb der DVB-T-Datenströme in Deutschland, Mitteilung Nr. 8/2005, in: Amtsblatt der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (2005) 1, S. 15.*

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

#### 3.1 China: Eigener Digital-TV-Standard für Terrestrik wird eingeführt

Nach jahrelanger Entwicklung hat die School of Microelectronics an der Fudan-Universität in Shanghai in Kooperation mit zwei chinesischen Halbleiter-Produzenten im Dezember 2004 einen eigenen chinesischen Digital-TV-Standard samt Receiver-Chip für die terrestrische Ausstrahlung präsentiert (vgl. DocuWatch 4/2002, 3.2, S. 15); im Januar 2005 wurde die Technik von den Chinesischen Akademien für Wissenschaften und für Ingenieurwissenschaften abgenommen.

Auf Basis des chinesischen Digital Multimedia Broadcast-Terrestrial-Standards (DMB-T) wurde der so genannte „Zhongshi No 1“-Chip entwickelt. DMB-T-Standard und Chip sollen dem europäischen DVB-T- und dem amerikanischen ATSC-Standard hinsichtlich Auflösung,

Interferenzen und Kosten überlegen sein. Zudem enthalte der chinesische Standard im Kern bereits die Fähigkeit, die Übertragung von HD-TV-Signalen zu ermöglichen. Nachdem in zehn Regionen – darunter in Städten wie Peking, Tianjin und Guangzhou – Testübertragungen erfolgreich verlaufen seien, soll der neue Standard nun in Kürze in der gesamten Henan-Provinz eingeführt und für den mobilen Fernsehempfang genutzt werden. [CH]

*China Daily Online (2005): China makes its first self-designed digital TV chip (27.12.04), [http://www.chinadaily.com.cn/english/doc/2004-12/27/content\\_403686.htm](http://www.chinadaily.com.cn/english/doc/2004-12/27/content_403686.htm)*

*China Daily Online (2005): Self-designed digital TV chip passes appraisal (23.1.05), [http://www.chinadaily.com.cn/english/doc/2005-01/23/content\\_411447.htm](http://www.chinadaily.com.cn/english/doc/2005-01/23/content_411447.htm)*

#### 3.2 Deutschland: DVB-T-Start in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen verschoben

Die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (RegTP) hat im November 2004 das Antragsverfahren zur Verteilung von DVB-T-Frequenzen in den Bundesländern Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen eröffnet.

Mit der Verfügung Nr. 47/2004 vom 24.11.04 wurde die 1. Stufe des Frequenzvergabeverfahrens für die Regionen Halle / Leipzig und Erfurt / Weimar eingeleitet.

Festgelegt wurden Mindestversorgungsgebiete, die im Kern die jeweiligen beiden Großstädte der Versorgungsregionen erfassen. Der Verfügung ist zu den jeweiligen Gebieten ein Mindestversorgungs- und ein endgültiger Versorgungsbedarf zu entnehmen, die sich auf die jeweilige Nutzungsart (portable outdoor, stationär und portable indoor) bezieht. Die Quote liegt zumeist bei 95 % der Bevölkerung.

Angestrebt werden laut Antragsunterlagen in den Versorgungsgebieten vier bis sechs mögliche Bedeckungen. Die Bewerbungsfrist lief am 5.1.05 ab. Dadurch sollte die Einführung von DVB-T in den betroffenen Ländern zum 2. Mai 2005 ermöglicht werden.

Gleichwohl wurde dieser Starttermin in den November 2005 verschoben. Ausschlaggebend

für diese Entscheidung war, dass drei der fünf geplanten Senderstandorte nicht wie geplant zum 2. Mai realisiert werden können.

In Halle und Leipzig werden für das Sendernetz zwei Neubauten errichtet. In Weimar gibt es noch Bedenken aus Gründen des Denkmalschutzes. Können diese nicht ausgeräumt werden, soll in Weimar und Teilen Erfurts zumindest ein Dachantennenempfang möglich werden. [AL / Schr]

*Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (2004): TKG § 55 Abs. 9 i.V.m. § 61; hier: Eröffnung der 1. Stufe (Antragsverfahren) der Frequenzvergabeverfahren für Frequenzen für die terrestrische digitale Übertragung von Rundfunk, insbesondere Fernseh Rundfunk, und darüber hinaus Mediendiensten und Telediensten (Terrestrisches Digitales Fernsehen; DVB-T) für die Länder Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen ( Vfg Nr. 47/2004), in: Amtsblatt der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (2004) 23, S. 1583-1593.*

*Geschäftsstelle DVB-T Mitteldeutschland (2005): Digitales Antennenfernsehen in Mitteldeutschland startet im November 2005 – Neuer Starttermin gewährleistet eine optimale DVB-T Versorgung in den Startregionen (Pressemitteilung, 10.2.05), [www.dvbt-mitteldeutschland.de/Presse/download/050210\\_PM\\_dvbt\\_mitteldeutschland.pdf](http://www.dvbt-mitteldeutschland.de/Presse/download/050210_PM_dvbt_mitteldeutschland.pdf)*

### 3.3 Großbritannien: Vorbereitung der TV-Digitalisierung in der Wohnungswirtschaft

Im Februar 2005 veröffentlichte das Department for Culture, Media and Sport (DCMS) eine Untersuchung über die Gestaltung des Switch-Overs in kommunalen Fernsehsystemen. Diese Bezeichnung schließt regionale und lokale Fernsehsysteme unter der Kontrolle von regionalen und lokalen Institutionen, Unternehmen und Organisationen wie z.B. Hausbesitzer, Unternehmen der Wohnungswirtschaft und Unternehmen des sozialen Wohnungsbaus ein. Die Untersuchung zeigt, dass mehr als 80 % der Unternehmen des sozialen Wohnungsbaus mit der Planung oder Umsetzung des Übergangs zum digitalen Fernsehen begonnen haben, ein knappes Drittel der privaten Hausbesitzer hat mittlerweile die betreffenden Empfangseinrichtungen ausgebaut. Weitere Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass mehr als 90 % der Hausbesitzer, die bereits begonnen haben, auf digitales Fernsehen umzustellen, zuversichtlich sind, dies bis zum Jahr 2012 umgesetzt zu haben. Bei den Hausbesitzern, die bislang zögern,

den Ausbau in Angriff zu nehmen, spielt in erster Linie Unsicherheit in Bezug auf den tatsächlichen Zeitplan eine entscheidende Rolle. Aber auch in dieser Gruppe geben rund 80 % an, den Ausbau in den Jahren 2008 bis 2012 abgeschlossen zu haben.

Um den Prozess zu unterstützen, hat das DCMS die „Digital Switchover – Housing Communication Group“ einberufen, der Vertreter der wichtigsten Akteure in diesem Bereich angehören und die den Übergangsprozess zum digitalen Fernsehen mit gestalten sollen. [H3r]

*Digital Television Project (Hrsg.) (2005): Social housing sector makes encouraging progress towards digital conversion –but there is need for further progress reveals survey, 0130/05, 4.2.05, [http://www.digitaltelevision.gov.uk/press/2005/social\\_housing\\_survey.html](http://www.digitaltelevision.gov.uk/press/2005/social_housing_survey.html)*

*Digital Television Project (Hrsg.) (2005): Communal TV Systems and Digital Switchover –A Report for DCMS by NOP World, Februar 2005, [http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf\\_documents/publications/DCMS\\_communal\\_systems\\_report.pdf](http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf_documents/publications/DCMS_communal_systems_report.pdf)*

### 3.4 Frankreich: Neu-Ausschreibung digitaler terrestrischer Frequenzen

Nachdem der Staatsrat (Conseil d'Etat) mit Entscheidung vom 20. Oktober 2004 die Programmlicenzen von sechs Sendern wegen Verstoßes gegen die damaligen Medienkonzentrationsregelungen für nichtig erklärt hatte (siehe DocuWatch 4/2004, 2.2, S. 12f.), hat die Rundfunkaufsicht Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) am 14. Dezember 2004 die Neu-Ausschreibung für sechs Lizenzen bekannt gegeben. Am 15. Februar 2005 wurde die Zahl der zu vergebenden Lizenzen noch einmal von sechs auf acht erhöht. Die Kandidaturen waren bis zum 11. März 2005 einzureichen. Am 7. Juni 2005 wird der CSA die von ihm ausgewählten

Programmanbieter lizenzieren. Es geht ausschließlich um landesweite private Programmangebote, die digital-terrestrisch ausgestrahlt werden (Free-TV oder Pay-TV). [PP]

*CSA (2004): TNT : le Conseil lance un nouvel appel aux candidatures pour des chaînes nationales, Communiqué vom 15. Dezember 2004, [http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions\\_detail.php?id=20665](http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=20665)*

*CSA (2004): Appel aux candidatures TNT : modification du nombre de canaux disponibles et nouvelle date de remise des dossiers, Communiqué vom 16. Dezember 2004; [http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions\\_detail.php?id=22415](http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=22415)*

### 3.5 Frankreich / Italien: Kooperation bei Einführung des digitalen Fernsehens vereinbart

Der französische Industrieminister Patrick Devedjian hat mit dem italienischen Kommunikationsminister Maurizio Gasparri am 18. Januar 2005 die Vereinbarung einer Kooperation zwischen ihren Ländern im Bereich des digitalen

Fernsehens bekannt gegeben. Die beiden Regierungen wollen insbesondere den Informationsaustausch und die Vereinbarung technischer Normen im Bereich des digitalen terrestrischen Fernsehens vorantreiben; in Italien wurden be-

reits eine Million Dekoder vertrieben; in Frankreich ist das digital-terrestrische Free-TV am 31. März 2005 auf Sendung gegangen (das Pay-TV folgt am 31. Oktober 2005). Neben den klassischen Feldern des Fernsehens soll die Kooperation u.a. auch die Felder Telemedizin, Tele-

Learning und den digitalen Zugang zu staatlicher Verwaltung umfassen. [PP]

*Französisches Ministerium für Wirtschaft, Finanzen und Industrie (2005): Télévision numérique, Cooperation industrielle avec l'Italie, Communiqué vom 18 Januar 2005, <http://www.france.diplomatie.fr/actu/bulletin.asp?liste=20050119.html> - Chapitre 8*

### 3.6 Spanien: Neuer Plan zur Förderung des digital terrestrischen Fernsehens

Der spanische Ministerrat hat grünes Licht für einen neuen Plan zur Förderung des digital terrestrischen Fernsehens, der Liberalisierung des Kabelfernsehens und der Unterstützung der Pluralität gegeben, um die Strukturen im audiovisuellen Sektor zu reformieren („Plan de Impulso de la Transición de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y Fomento del Pluralismo“).

Hintergrund des Reformanstoßes ist insbesondere die rückläufige Entwicklung der terrestrischen Reichweiten. Sechs Jahre nach Einführung digital terrestrischen Fernsehens (DTT) nutzen lediglich ein paar tausend Rezipienten diese Technologie.

Ein wesentlicher Grund wird dabei in der sehr restriktiven Vergabepolitik nationaler Sendeplätze für private Anbieter gesehen: Im Vergleich zu Ländern wie Deutschland, Dänemark oder Großbritannien, in denen fünf oder mehr private Kanäle empfangen werden können, zählt Spanien mit Antena 3 und Tele 5 lediglich zwei landesweite TV-Sender. Hinzu kommt die gegenwärtige Zurückhaltung bei der Vergabe der freien digitalen Sendeplätze (zur Zeit senden nur Veo TV und NET TV mit einer technischen Reichweite von 25 %), das Fehlen technischer Ausstattung in den Haushalten (notwendige Dekoder und Antennen) sowie die rechtliche und ökonomische Unsicherheit auf Seiten der Anbieter.

Im wesentlichen soll der neue Plan folgende Aspekte beinhalten:

- Modifikationen der rechtlichen Rahmenbedingungen (Plan Técnico Nacional de Televisión Digital),
- Regelungen für die Einspeisung neuer staatlicher TV-Programme, deren Ausstrahlung ab Herbst 2005 beginnen soll (auf Basis der freigebliebenen Sendeplätze des in Konkurs ge-

gangenen Pay-TV-Senders Quiero TV, vgl. DocuWatch 2/2003, 3.12, S. 18),

- Maßnahmen für das Vorziehen des Analog-Switch-Offs von 2012 auf 2010,
  - Koordination der Erstausstrahlungszeitpunkte von digitalen staatlichen (ab Herbst 2005), autonomen/privaten (ab Januar 2005) sowie lokalen (ab August 2005) TV-Sendern,
  - Abkommen mit Akteuren des audiovisuellen Sektors zur Förderung digital terrestrischen Fernsehens,
  - Plan zur Versorgung von Wohnblöcken u.ä. über digitale Gemeinschaftsantennen,
  - Förderung der Haushaltsausstattung mit DTT-Dekodern,
  - Aufstellung von Mindeststandards für DTT-Angebote (Inhalte, Dienste, Interaktivität etc).
- Die Regierung erhofft sich bis Ende 2005 die Ausstrahlung von 22 frei empfangbaren TV-Programmen über DTT.

Für die rechtliche Umsetzung des Plans ist unter anderem eine Kommission bestehend aus 30 Repräsentanten aus dem audiovisuellen Sektor geschaffen worden. Sie hat die Aufgabe, Empfehlungen zu erarbeiten, die den Übergang zum digitalen Fernsehen vorantreiben. Im Zuge der konstituierenden Sitzung am 24. Februar wurde von allen Kommissionsmitgliedern die Unterstützung von DTT zugesagt und erste Zielsetzungen sowie Arbeitsschwerpunkte konkretisiert. So wurde unter anderem ein „Technisches Forum Digitales Fernsehen“ geschaffen, welches sich speziell mit den technischen Herausforderungen des Analog-Switch-Offs befassen wird. [FR]

*La Secretaría del Estado (2004): Plan de impulso de la Televisión Digital, de Liberalización de la Televisión por Cable y Fomento del Pluralismo, 30.12.04, [http://www.setsi.mcyt.es/sgcinfor/notas\\_inf/impulso\\_tdt.htm](http://www.setsi.mcyt.es/sgcinfor/notas_inf/impulso_tdt.htm)*

*Comisión de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (2005): Comparecencia del Secretario de Estado ante el Senado para exponer las Líneas Generales de su Política, 10.03.05, <http://www2.mityc.es/NR/rdonlyres/BCD00168-B5DF-44E4-9408-4941BE0695B5/583/ComparecenciaSenadoRos100305.pdf>*

*Pressemitteilung vom 31. März 2005: Constitución de la Comisión para el seguimiento de la transición a la televisión digital, <http://www2.mityc.es/es-ES/Servicios/GabinetePrensa/NotasPrensa/HistoricoNoticias/2005/2/tdt220205.htm>*

## 4 Einzelthemen

### 4.1 Gleichzeitige Nutzung von Internet und Fernsehen mittels Set-Top-Box zulässig

Das Angebot einer Set-Top-Box, die das gleichzeitige Anzeigen eines Fernsehprogramms im Hintergrund und zusätzliche Funktionen, darunter Internetzugang, im Vordergrund bietet, stellt keinen Wettbewerbsverstoß dar. Das hat das Oberlandesgericht Köln, das sich mit einer Klage eines Fernsehanbieters gegen einen Internetdienst auseinandersetzen musste, als Berufungsinstanz entschieden.

Der Internetdienst bietet die Möglichkeit, über die von ihm nicht exklusiv vertriebene Set-Top-Box (Hersteller Fujitsu / Siemens) Fernsehprogramme über Kabel oder Satellit zu empfangen und auf dem Fernseher wiederzugeben. Mittels eines T-DSL-Anschlusses wird ein Breitbandinternetanschluss realisiert. Bei der Nutzung der Box wird zunächst bei Inbetriebnahme das Fernsehbild gezeigt. Auf Anforderung des Nutzers öffnet sich die Benutzeroberfläche der Set-Top-Box, die von dem Internetanbieter auf Basis der Herstellerspezifikationen entwickelt wurde. Hier werden Schaltflächen wie das Angebot „U. Vision on TV“, „TV-Programm“, „Internet“ usw. Das Fernsehbild bleibt seitlich sichtbar. Den Grad der Transparenz der Benutzeroberfläche kann der Nutzer definieren.

Der klagende Fernsehanbieter hatte im Angebot dieser Funktion einen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht vermutet und – letztlich erfolglos – beantragt zu verhindern, dass die Benutzeroberfläche des Dienstes oder der Set-Top-Box gleichzeitig mit seinem Fernsehprogramm sichtbar ist. Das Oberlandesgericht Köln sah darin jedoch weder eine unzulässige Leistungsübernahme oder eine Rufausbeutung noch einen unlauteren Behinderungswettbewerb.

Eine unzulässige Leistungsübernahme scheidet nach Ansicht des Gerichts aus, da der Internetanbieter nicht über die Herkunft der Leistung

täuscht und sich nicht mit Hilfe technischer Mittel der fremden Leistung des Fernsehprogramm-anbieters bedient. Vielmehr sei für den Nutzer eindeutig erkennbar, dass der Internetanbieter nicht die Leistung eines Anderen übernommen und in ihr eigenes Angebot eingefügt habe, vielmehr könne der Nutzer zwischen den beiden Leistungen, Fernsehen einerseits und das Angebot des Internetdienstes und der Benutzeroberfläche andererseits, eindeutig unterscheiden. Die Rufausbeutung scheitere daran, dass der Internetanbieter nicht die Leistung des Fernsehprogramms als Vorspann für ihr eigenes Angebot nutze. Hier ginge es nicht darum, den Ruf eines im Wettbewerb tätigen Unternehmens auszubeuten, sondern vielmehr darum, eine neue technische Möglichkeit auszuschöpfen, also dem Nutzer zu ermöglichen, die Bildoberfläche über das Fernsehprogramm zu legen und so den Weg ins Internet zu gehen. Der gute Ruf oder das „Image“ des Senders werde dabei nicht auf das neue Produkt übertragen.

Der Fernsehanbieter sah in dem Angebot zudem einen unlauteren Behinderungswettbewerb, da ihm durch das Angebot des neuen Dienstes möglicherweise Werbeeinnahmen entgehen könnten. Dem folgte das Gericht mit Hinweis auf die „Werbeblocker-Entscheidung“ („Fernsehfee“; Az. I ZR 26/02) des Bundesgerichtshofs ebenfalls nicht. [AL]

*Gleichzeitige Nutzung von Internet und Fernsehprogramm mittels Set-Top-Box. Urteil des Oberlandesgerichts Köln vom 9.10.04 (6 U 113/04) (rechtskräftig), in: ZUM-Rechtsprechungsdienst Jg. 9 (2005) Nr. 1, S. 32-35. Auch in: MMR Jg. 8 (2005) Heft 2, S. 100-101.*

*BGH: Zulässigkeit von Fernseh-Werbeblockern (Urteil vom 24. 6. 2004 - I ZR 26/02 (KG)), in: NJW Jg. 57 (2004) Heft 42, S. 3032-3035.*

### 4.2 Mietrechtsentscheidungen zum Umstieg auf digitale Fernsehübertragung

Nach der Digitalisierung der Fernsehsignalübertragung über Terrestrik und Breitbandkabel in Berlin, gibt es erste Gerichtsentscheidungen, die

sich mit Mietstreitigkeiten zur Umstellung beschäftigen.

Nach einer Entscheidung des Amtsgerichts Berlin-Neukölln ist der Vermieter verpflichtet,

sicherzustellen, dass mit der hauseigenen terrestrischen Gemeinschaftsantenne auch weiterhin Signale empfangen und zum Mieter übertragen werden können. Der Vermieter kann seine Mieter auch nicht auf die Empfangsmöglichkeit per Zimmerstabantenne oder auf die Nutzung des neu geschaffenen Breitbandkabelanschlusses verweisen.

Geklagt hatte ein Mieter, dessen Vermieter auf Grund des Umstiegs auf die digitale terrestrische Übertragung in Berlin eine moderne Breitbandkabelanlage für das Mietshaus installieren und die bisher genutzte Gemeinschaftsantenne für den terrestrischen Empfang abbauen ließ, weil für die Einspeisung der DVB-T Signale unter anderem ein neuer Breitbandverstärker notwendig gewesen wäre. Der Mieter begehrte in seiner – im Ergebnis erfolgreichen – Klage die Wiederherstellung der Versorgung über die Gemeinschaftsantenne. Das Gericht folgte dem Kläger in seiner Argumentation: Er könne auf Grund seines bestehenden Mietvertrags, in dem der Betrieb der Gemeinschaftsantenne explizit geregelt und für deren Unterhaltung bislang auch Betriebskosten anteilig zu bezahlen waren, nicht gezwungen werden, den teureren, mit erweitertem Leistungsangebot versehenen Breitbandkabelanschluss zu nutzen.

### 4.3 ANGA-Projekt „TV interaktiv 2006“

Der Verband Privater Kabelnetzbetreiber ANGA hat im Rahmen der Initiative D21 das Projekt „TV interaktiv 2006“ gestartet und am 26.1.2005 in Berlin öffentlich vorgestellt.

Ziel des Projekts ist es, die breitbandige Interaktivität zu fördern und Inhalte des Internet auch auf HDTV-fähigen Displays darzustellen. Dabei soll digitales und analoges Fernsehen ebenfalls in der höchst möglichen Qualität den Endkunden präsentiert und mit einem einheitlichen elektronischen Programmführer (EPG) über eine Set-Top-Box (STB) zur Verfügung gestellt werden. Für die STB wurden in Zusammenarbeit mit dem Institut für Rundfunktechnik (IRT) umfangreiche Spezifikationen entwickelt.

Im Interesse der Vermarktung soll der Preis für eine Basisversion im Rahmen von 150 Euro bleiben, der Vertrieb soll über die Kabelnetzbe-

Da die Gemeinschaftsantenne eine bessere Empfangsqualität als eine Zimmer-Stubantenne verspreche, könne der Vermieter den Mieter nicht auf die Anschaffung einer eigenen Antenne verweisen. Allerdings ist nach Ansicht des Gerichts der Vermieter nicht verpflichtet, jetzt digitale Signale in analoge umzuwandeln. Jeder Mieter ist für die Bereitstellung eines funktionierenden Empfangsgeräts, sei es Fernseher oder Set-Top-Box, selbst verantwortlich.

Mit der Frage, ob der Einbau eines modernen, rückkanalfähigen Breitbandkabelanschlusses als Wohnwertverbesserung anzusehen ist, musste sich das Landgericht Berlin befassen. Nach einem bislang unveröffentlichten Urteil (Az. 53 S 49/04) kann ein Vermieter die Kosten für den Einbau einer rückkanalfähigen Kabelanlage nicht als Modernisierungsmaßnahme auf die einzelnen Mieter und die Miete umlegen, da der neue moderne Breitbandkabelanschluss nicht als Wohnwertverbesserung anzusehen ist. [AL]

*Vermieterpflichten nach Umstellung von analogem auf digitales Fernsehen – Weiterbetrieb vorhandener Dachantenne. AG Berlin-Neukölln, Urteil vom 29. 10. 2004 - 20 C 98/03, in: NJW (2005) 6, S. 371-372.*

*FRK News 08.02.05: Digitalkabel kein Standard, [http://kabelverband-frk.de/aktuelles/nachrichten/neu\\_redakt/0205/020205.htm](http://kabelverband-frk.de/aktuelles/nachrichten/neu_redakt/0205/020205.htm)*

treiber erfolgen und zunächst in Berlin beginnen. Die Hersteller sind aufgefordert, nähere Angebote zu machen. [Schr]

*Deutsches Institut für Breitbandkommunikation (dibkom) (2005): Kabelbranche: Zertifikat beste Voraussetzung für Auftragsvergabe an Handwerksbetriebe, Pressemitteilung vom 31.1.05, [http://www.phillion.de/anga/upload/text\\_files/333/PM%2077%20ANGA%20Dibkom\\_050131\\_ok.pdf?PHPSESSID=def1bb7bcfeebec19def65aa5fbd607c](http://www.phillion.de/anga/upload/text_files/333/PM%2077%20ANGA%20Dibkom_050131_ok.pdf?PHPSESSID=def1bb7bcfeebec19def65aa5fbd607c)*

*ANGA (Hrsg.) (2005): TV interaktiv 2006. Set-top Box Specification 3 ed. (24.1.05), [http://www.phillion.de/anga/upload/text\\_files/331/stb-mrs-d21-03-050124.pdf?PHPSESSID=3ca93557c946a5215a8eb19e74246048](http://www.phillion.de/anga/upload/text_files/331/stb-mrs-d21-03-050124.pdf?PHPSESSID=3ca93557c946a5215a8eb19e74246048)*

*Carsten Engelke (2005): TV interaktiv 2006: STB Specification (Projektpräsentation 26.1.05), [http://www.phillion.de/anga/upload/text\\_files/331/STB\\_Spec\\_003\\_ce.pdf?PHPSESSID=3ca93557c946a5215a8eb19e74246048](http://www.phillion.de/anga/upload/text_files/331/STB_Spec_003_ce.pdf?PHPSESSID=3ca93557c946a5215a8eb19e74246048)*

#### 4.4 Richter kritisieren FCC wegen DVB-Broadcast-Flag

Zwei von drei Richtern des United States Court of Appeals for the District of Columbia Circuit haben bei einer Verhandlung die Kompetenz der US-Regulierungsbehörde Federal Communications Commission (FCC) zur Anordnung der so genannten „Broadcast-Flag“ hinterfragt.

Die Richter sagten, die FCC habe hinsichtlich dieser Maßnahme keine Weisungsbefugnis. Wörtlich sagte ein Richter, die FCC könne „nicht die Welt regieren“. Gegen die Weisung hatten Datenschutz-, Bürgerrechts- und Bibliotheksorganisationen geklagt. Eine endgültige Entscheidung des Gerichts steht noch aus.

Die FCC hatte im November 2003 angeordnet, dass ab Juli 2005 alle verkauften digitalen TV-Empfangsgeräte die Möglichkeit bieten müssen, eine „Broadcast-Flag“ zu empfangen und zu verarbeiten. Mit der „Flag“ soll es Anbietern ermöglicht werden, ihre über digitale TV-Signale verbreiteten Inhalte zu schützen (s. DocuWatch 3/2004, 4.3, S. 20f.). [AL]

*Declan McCullagh (2005): Court questions FCC's broadcast flag rules, in: c-net News.com, 22.02.05, [http://news.com.com/2102-1030\\_3-5585533.html?tag=st.util.print](http://news.com.com/2102-1030_3-5585533.html?tag=st.util.print)*

*Tom Zeller Jr. (2005): Federal Effort to head off TV piracy is challenged, In: The New York Times, 21.02.05, Sec. C, S. 1.*

#### 4.5 Europäische Akteure einigen sich auf Rahmen für die Einführung von HDTV

Am 21. Januar 2005 haben sich Rundfunkveranstalter, Empfangsgerätehersteller, Satelliten- und Kabelnetzbetreiber sowie europäische Planungsgruppen auf einen gemeinsamen Fahrplan zur Einführung hoch auflösenden Digitalfernsehens (High-definition Television, HDTV) verständigt. Die Vereinbarung enthält technische Spezifikationen der in Europa angewendeten Standards und ermöglicht den Marktakteuren so eine gewisse Planungssicherheit in Bezug auf Herstellung und Produktion. Die zu Grunde liegende Philosophie hebt noch einmal die Not-

wendigkeit einer übergreifenden Interoperabilität hervor. In technischer Hinsicht erwähnenswert ist die Entscheidung der Teilnehmer, den 720-Zeilen- und den 1080-Zeilen-Standard parallel einzuführen, um so schnellstmöglichen technischen Wandel, etwa im Bereich der Set-Top-Boxen zuvor zu kommen. [SD]

*Europäische Kommission (Hrsg.) (2005): Workshop on interoperability roadmap for high definition television on 21 January, [http://europa.eu.int/information\\_society/topics/ecom/highlights/whats\\_new/items/itv\\_workshop\\_21\\_jan\\_2005/index\\_en](http://europa.eu.int/information_society/topics/ecom/highlights/whats_new/items/itv_workshop_21_jan_2005/index_en)*

#### 4.6 CRTC veröffentlicht jährlichen Rundfunkpolitik-Report

Im Dezember 2004 veröffentlichte die kanadische Rundfunkregulierungsbehörde Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission (CRTC) ihren „Broadcasting Policy Monitoring Report 2004“, in dem sie neben breiten Ausführungen zur aktuellen Zuschauer-, Nutzungs-, und Wirtschaftsentwicklung in Kanada auch auf die Entwicklung des terrestrischen Digitalfernsehens sowie Pay-TV eingeht.

Die Behörde gibt einen kurzen Überblick über die grundlegenden politischen Entscheidungen, wie etwa ihr Eckpunktepapier zum digitalen Switch-Over und nationale Rundfunkquoten im digitalen Fernsehen: So dürfen Rundfunkveranstalter in ihren digitalen Programmen derzeit

maximal 14 Stunden pro Woche vom analogen Programm abweichen, soweit sie Inhaber sowohl analoger als auch digitaler Frequenzen sind; 50 % dieser 14 Stunden müssen dabei kanadischer Herkunft sein. Daneben versucht die CRTC digitale Fernsehveranstalter dazu zu bewegen, zwei Drittel ihrer Sendungen bis Ende 2007 im HDTV-Format auszustrahlen.

In Kanada strahlen laut des CRTC-Berichts derzeit elf terrestrische Digitalsender ihr Programm aus. Unter diesen Sendern sind zwei französischsprachige Programme und sieben englischsprachige Programme, zwei Stationen strahlen ihr Programm in Fremdsprachen aus (sog. Ethnic Stations).

Zum Bereich Pay-TV gibt der Bericht eine Zahl von 49 analogen Pay-TV-Sendern an, daneben bestehen 18 digitale Spartensender. Darüber hinaus hat die CRTC bis zum September 2004 elf Video-on-Demand-Angebote lizenziert. Insgesamt haben die digitalen Angebote in Kanada im Jahr 2003 einen Umsatz von 101 Mio. kanadischen Dollar gemacht (zum Vergleich: analoge Angebote: 1,45 Mrd. Can-Dollar).

Die Entwicklung der Nutzungszahlen weist im Bereich der Empfänger digitalen Fernsehens

einen konsequenten Anstieg auf: Hatten im Sommer 2002 knapp 3 Mio. kanadische Fernsehhaushalte über Kabel, Terrestrik oder Satellit digitale Fernsehdienste empfangen, so stieg die Zahl der Haushalte von 3,6 Mio. im Sommer 2003 auf 4,3 Mio. im Juni 2004. [SD]

*Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) (2004): Broadcasting Policy Monitoring Report 2004: Radio, Television, Broadcasting Distribution, Social Issues, Internet (16.12.04), <http://www.crtc.gc.ca/eng/publications/reports/PolicyMonitoring/2004/bpnr2004.pdf>*

#### 4.7 Mobiler Fernsehempfang in taiwanesischen Bussen und Fähren

Seit Ende Januar ist in den Bussen und Hafenfähren des Verkehrsbetriebs der Stadt Kaohsiung in Taiwan das digitale Fernsehprogramm des speziell eingerichteten Public-Service-Veranstalters ‚Digital Mobile Television‘ (DIMO TV) zu sehen. Wie in ähnlichen Pilotprojekten in Asien (Shanghai und Singapur) wird dazu DVB-T verwendet. Die Busse und Fähren wurden mit den entsprechenden Receivern und 19“

LCD-Bildschirmen ausgestattet. Um die Lautstärke beim Betrieb gering zu halten, werden die Programme zusätzlich Untertitelt. DIMO TV plant ein werbefreies Programm mit Nachrichten, Wetter, Verkehrsinformationen, Dokumentationen, u.ä. [CH]

*DVB.org (2005): Mobile DVB-T on the Buses of Taiwan, Pressemitteilung vom 2.2.05, <http://www.dvb.org/index.php?id=10&nid=99>*

#### 4.8 Untersuchung zur Bedeutung der Untertitel im Fernsehen

Im Januar 2005 veröffentlichte das britische Office of Communications (Ofcom) eine Untersuchung zur Bedeutung von Untertiteln im digitalen Fernsehen für taube und schwerhörige Menschen (vgl. 1.3, S. 5 in dieser Ausgabe). Die Auswirkungen der erweiterten technischen Möglichkeiten bei der Gestaltung von Untertiteln im digitalen Fernsehen sollten dabei insbesondere im Hinblick auf die mögliche Geschwindigkeit von Einblendungen untersucht werden.

Die Untersuchung wurde mit Personen durchgeführt, die in unterschiedlicher Intensität vom Untertitelangebot Gebrauch machen und in unterschiedlichem Ausmaß beim Hören beeinträchtigt sind. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass eine Reihe unterschiedlicher Faktoren die Bedeutung der Geschwindigkeit bei der Ein- und Ausblendung von Untertiteln beeinflussen. Dazu zählen der Grad der Behinderung, das Alter und die Lesefähigkeit der Betroffenen.

Die Nutzer von Untertiteln zeigten sich mit dem bisherigen Angebot sehr zufrieden und wünschten sich, dass das Niveau erhalten bleiben sollte. Aus der Sicht der Befragten bedeutete eine höhere Geschwindigkeit bei der Untertitelung allerdings das Absinken der Qualität. Geschwindigkeit ist nach Ansicht der Nutzer nur einer unter mehreren Faktoren, die den Wert des Angebots wesentlich beeinflussen. Wichtiger als die Geschwindigkeit wird die Gestaltung, Platzierung und die Identifizierbarkeit des jeweils Untertitelten Sprechers eingeschätzt.

Auf der Grundlage der Untersuchungsergebnisse werden die Empfehlungen formuliert, bei einer Steigerung der Geschwindigkeit die Darstellung der Untertitel besser zu gestalten und nicht mehr als 180 Worte pro Minute in maximal drei Textzeilen auf dem Bildschirm einzu-blenden. [H3r]

*Office of Communications (2005): Subtitling – an issue of speed? (Studie vom 6.1.05), [http://www.ofcom.org.uk/research/consumer\\_audience\\_research/tv/subt/subt.pdf](http://www.ofcom.org.uk/research/consumer_audience_research/tv/subt/subt.pdf)*

## 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. 48

Mandese, Joe (2004): See spot run – or not: DVRs impact ad viewing, but is it time to panic? – S. 22.

„Although DVR penetration is relatively low – only about 4 % of US TV households have them, according to Nielsen – the impact is significant in terms of viewers' skipping spots.“

Vol. 135 (2005) Nr. 6

Higgins, John M.; McConnell, Bill (2005): No cash, no carry: digital broadcasting reignites the fight over whether cable operators should pay to carry TV stations. – S. 20-21.

„Fox TV stations Chairman Lachlan Murdoch wants his stations to start demanding cash instead of settling for carriage of Fox cable networks. [...] Any money money that broadcasters could secure would be pure profit. But cable operators fear that starting to pay cash to a few stations would open the floodgates, ultimately leaving them paying billions of dollars for the programming they already carry.“

#### Broadcast Magazine – Fachzeitschrift für TV und Radio

Jg. 1 (2005) Nr. 3

Hein, David (2005): HDTV auf dem Vormarsch. – S. 20-23.

„Die Revolution kommt durch die Hintertür“, bilanziert der Autor mit Blick auf die Einführung von High-definition Fernsehen (HDTV): „Während Fernsehzuschauer Übertragungen im hochauflösenden Format HDTV im täglichen Programmangebot noch mit der Lupe suchen müssen, bieten DVDs bereits heute gestochen scharfe Bilder, die Auflösung jedes Computerbildschirms übertrifft das herkömmliche Fernsehbild und selbst die mit der Digitalkamera aus dem Technik-Discounter gemachten Urlaubs-schnappschüsse haben meist eine höhere Auflösung als die gute alte Flimmerkiste. Doch es kommt Bewegung in das Fernsehen der nächsten Generation.“

#### Cable and Satellite Europe

Is. 245 (2005) Nr. 1-2

Marsh, Sarah (2005): Walkie talkies – mobile broadcast. – S. 10-19.

„Mobile broadcast television could have as big a cultural impact as the advent of taking pictures and broadcasters and mobile operators alike are banking on mobile TV as the next money spinner. But can either of them take the concept beyond the drawing board to become a commercial reality?“

Dziadul, Chris (2005): Russian revolution. – S. 20-25.

„With the economy continuing to perform strongly, the recent success of broadband internet and digital TV platforms has bolstered the business case for new services in the Russian market.“

#### Computer und Recht

Jg. 21 (2005) Nr. 2

Ladeur, Karl-Heinz (2005): Digitalisierung des Kabelnetzes und technische Standards. Durchsetzung von MHP und „Grundverschlüsselung“ für ein intelligentes Multimedienetz? – S. 99-106.

„Das digitalisierte Kabelnetz der Zukunft wird Multimedienetz sein. Dazu bedarf es neuer technologischer Standards. Die europäische TK-Rahmenrichtlinie und das TKG lassen einen Handlungsspielraum für die Wahl der technischen Normen. Standardisierung ist wegen der Anpassungskosten für Netze, Dienste und Endgeräte von einem primär technologischen zu einem ökonomischen Problem geworden. Ihre Entwicklung kann öffentlich gesteuert oder dem Markt überlassen werden. Die etablierten Fernsehanbieter favorisieren zum Teil aus Kostengründen einfache, für vorhandene Dienste ausreichende Standards. Im Interesse innovativer Verbunddienste (Daten-, Mediendienste, E-Commerce, neues Direktmarketing, interaktive Werbung), die mit Fernsehen kombiniert werden, sollte aber ein technologisch anspruchsvoller Standard (MHP) durch öffentliche Subventionen gefördert werden. Andernfalls ist zu befürchten, dass die Verbreitung der auf einfachen Standards basierenden Endgeräte (Set-

Top-Boxen) die technologische Entwicklung blockieren können.“

## Convergence

Vol. 10 (2004) Nr. 3

Callanan, Ronan (2004): The changing role of broadcasters within digital communications networks. – S. 28-38.

„This paper examines the distribution requirements for digital services on separate content distribution systems. With the launch of digital broadcasting in many European states, the key drivers were considered to be its subscription and pay-per-view components. Little attention has been given to content policy. This article suggests that broadcasters and their associated interactive services will require national and European regulation to prevent the disenfranchisement of audiences who may not be able to pay for the full range of public and commercial television services. Such provisions will be subject to equitable and non-discriminatory access on each network. The paper explores the main difficulties facing the transmission of multiplex terrestrial content over digital cable, satellite and fixed line networks.“

## EBU Technical Review

Nr. 301 (January 2005)

Brown, Adam Watson (EU-Kommission DG Information Society and Media) (2005): Interoperability, standards and sustainable receiver markets in the European Union. – 16 S. *Online-Ressource: [http://www.ebu.ch/trev\\_301-eu.pdf](http://www.ebu.ch/trev_301-eu.pdf)*

Siehe 2.1, S. 11 in dieser Ausgabe.

Kornfeld, Michael; Reimers, Ulrich (2005): DVB-H: the emerging standard for mobile data communication. – 10 S. *Online-Ressource: [http://www.ebu.ch/trev\\_301-dvb-h.pdf](http://www.ebu.ch/trev_301-dvb-h.pdf)*  
 „DVB-H (Digital Video Broadcasting – Handheld) is the new digital broadcast standard for the transmission of broadcast content to handheld terminal devices, developed by the international DVB (Digital Video Broadcasting) Project and recently published by ETSI (European Telecommunications Standards Institute). DVB-H is based on the DVB-T standard for digital terrestrial television but tailored to the special requirements of the pocket-size class of receivers. This article presents an overview of the emerging DVB-H technology and an analysis of the performance characteristics of the DVB-H transmission system.“

## Federal Communications Law Journal

Jg. 57 (2004) Nr. 1

Cotlar, Andrew A. (2004): The road not yet traveled: why the FCC should issue digital must-carry rules for public television first. – S. 49-80.

„After having recently adopted a variety of complex decisions concerning the digital television transition, the Federal Communications Commission (‘FCC’) may be poised in the next year to address the issue of mandatory cable carriage of digital broadcast television signals. In this regard, it may reasonably consider the possibility of crafting digital carriage rules for public television stations first without ruling positively or negatively on carriage of commercial stations. This action may legitimately be based on the unique legislative and factual differences between the noncommercial and commercial service and would be constitutionally permissible. This Article sets forth the legal basis for a ‘public-television-first’ approach. Andrew D. Cotlar first discusses the digital television build-out and describes the role of public television stations that build-out. He then explains the FCC’s 2001 ruling on digital cable carriage and its impact on public television stations. Lastly, Cotlar argues that a ‘public-television-first’ approach is a reasonable, content-neutral, and therefore constitutionally permissible exercise of the FCC’s authority to address the unique needs and circumstances of public television stations.“

Jg. 57 (2005) Nr. 2

Seltzer, Wendy (2005): The Broadcast Flag: It’s not just TV. – S. 209-214.

„The broadcast flag represents a bad detour for the Federal Communications Commission, a heavily regulatory regime introduced in a period of supposed deregulation. Because the threats of this technology mandate echo through other regulations, it pays to dig into the details of ‘redistribution controls’ and ‘covered demodulators’ to understand how quickly ‘digital broadcast content protection’ becomes technology licensing.“

## Journal of Computer Mediated Communications

Jg. 9 (2004) Nr. 2

Lekakos, George; Giaglis, George M. (2004): A Lifestyle-Based Approach for Delivering Personalised Advertisements. - o.S. *Online-Ressource: <http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue2/giaglis.html>*

„This paper presents a lifestyle-based approach for the delivery of personalized advertisements in digital interactive television. The theoretical basis of the approach is analyzed, and two variations are discussed. The first (segmentation variation) relies on interaction-based classification of users into lifestyle segments, while the second (similarities variation) is based on the identification of similarities among users based on demographic and TV program preferences data. In both variations, the user's interest is predicted by aggregating lifestyle neighbors preferences. Results from an empirical validation, in the form of a laboratory experiment, are also presented in order to provide further evidence on the effectiveness and usefulness of the proposed approach when compared with machine learning algorithms, such as classification and nearest neighborhood. The superiority of the proposed approach is also demonstrated against user modeling evaluation methodologies, as well as against traditional marketing targeting practices.“

## Kommunikation & Recht

### Jg. 8 (2005) Nr. 2

Lober, Andreas (2005): Jugendschutz im Internet und im Mobile Entertainment. – S. 65-71.  
„Die jüngst ergangene Rechtsprechung zur Altersüberprüfung im Online-Bereich und Sicherungsmaßnahmen beim Internet-Versand wird im Folgenden kritisch betrachtet. Für die noch kaum diskutierten jugendschutzrechtlichen Problemlagen im Bereich des boomenden Mobile Entertainment gibt der Beitrag einen praktisch verwertbaren Überblick.“

### Jg. 8 (2005) Nr. 3

Klotz, Robert; Grewe, Dirk (2005): Der Wettbewerb auf dem deutschen Breitbandmarkt. Eine kritische Bestandsaufnahme. – S. 102-108.  
„Bei den für die Entwicklung und Übermittlung von Inhalten und E-Commerce-Anwendungen besonders wichtigen Breitbandanschlüssen zeigt sich in Deutschland weiterhin eine nur schleppende Entwicklung des Wettbewerbs. Die aktuelle Situation, die möglichen Ursachen hierfür sowie die Entscheidungspraxis der RegTP und der Europäischen Kommission in diesem Bereich sollen im [...] Beitrag umrissen werden.“

## Media Perspektiven

### (2004) Nr. 11 – Themenheft „Digitalisierung“

„Beim 5. KEF-Symposium ‚Digitalisierung der Übertragungswege im Rundfunk – Auswirkungen auf Programm und Kosten‘ am 23. September 2004 beim Hessischen Rundfunk in Frankfurt am Main diskutierten Vertreter des öffent-

lich-rechtlichen und privaten Rundfunks, der KEF, der Landesmedienanstalten sowie aus Politik und Wirtschaft über die Folgen der Digitalisierung in Deutschland und anderen europäischen Ländern. Media Perspektiven dokumentiert in diesem Heft einen Mitschnitt der Veranstaltung in überarbeiteter Fassung.“ *Als Online-Ressource: [http://www.ard-werbung.de/\\_mp/fach/?name=200411](http://www.ard-werbung.de/_mp/fach/?name=200411)*

Das Heft enthält u.a. folgende Beiträge:

Schönenborn, Jörg (2004): Digitale Zukunft und die Auswirkung auf Programmkosten: Die Sicht der ARD. – S. 513-518.

Langenstein, Gottfried (2004): Digitale Zukunft und die Auswirkung auf Programmkosten: Die Sicht des ZDF. – S. 519-523.

Haas, Ingrid M. (2004): Digitale Zukunft und die Auswirkung auf Programmkosten: Die Sicht eines privaten Programmanbieters. – S. 524-528.

McGougan, Julian: Digitale Zukunft und die Auswirkung auf Programmkosten: Die Erfahrungen in Großbritannien – Was ist auf Deutschland übertragbar? – S. 538-546.

### (2005) Nr. 1

ARD-Forschungsdienst (2005): Interaktive Werbung. – S. 37-41. *Als Online-Ressource: [http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/01-2005\\_ard-forschungsdienst.pdf?foid=13847](http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/01-2005_ard-forschungsdienst.pdf?foid=13847)*  
„Mit der Digitalisierung des Rundfunks rücken interaktive Formen der Werbung wie auch sog. Mehrwertdienste (z.B. Homeshopping) in den Blickpunkt der Werbewirtschaft. Deren Vorteile – zum Beispiel beim interaktiven Fernsehen, das in Deutschland noch am Anfang steht – sind in der gezielteren Ansprache von Nutzergruppen sowie in der aktiven Einbindung der Nutzer in die Werbekommunikation via Rückkanal zu sehen. Studien zeigen, dass sich die Möglichkeit, aktiv mit Werbekommunikation umzugehen, positiv auf die Einstellungen der Nutzer auswirken kann, wenn sie nicht überfordert werden. Laut einer britischen Studie sind die aktiven Nutzer interaktiven Fernsehens öfter männlich, jünger und stammen aus höheren Bildungs- und Einkommensschichten.“

### (2005) Nr. 3

Colwell, Tim (2005): Interaktives TV: Als Ergänzung zum traditionellen Fernsehen akzeptiert. Eine britische Studie zur Nutzung interaktiver Angebote. – S. 125-133. *Als Online-Ressource: [http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/03-2005\\_colwell.pdf?foid=14389](http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/03-2005_colwell.pdf?foid=14389)*  
„Aktuelle Daten der Forschungsorganisation BARB zeigen, dass die Zahl der Personen in digitalen Fernsehhaushalten in Großbritannien

zwischen 2000 und 2004 von 13 Millionen auf rund 35 Millionen angestiegen ist. Der Bekanntheitsgrad der interaktiven Anwendung im Rahmen des digitalen Fernsehens ist inzwischen hoch, 92 Prozent der Befragten war zumindest einer der digitalen Dienste bekannt. [...] 73 Prozent aller Befragten, denen zumindest ein interaktives Angebot bekannt war, nutzten interaktives Fernsehen mindestens einmal im Monat. Keines der verschiedenen interaktiven Angebote erreichte allerdings mehr als 50 Prozent aller Befragten, denen interaktive Angebote bekannt waren. Unter den am meisten genutzten interaktiven Offerten befanden sich entweder solche, die eine Variante traditionellen Fernsehens darstellten oder solche, die einen Zusatznutzen versprachen, wie zum Beispiel Pay-per-view-Filme oder Sport. Am wenigsten genutzt wurden Angebote, die ein gewisses Maß an Vertrauen und Sicherheit erforderten, zum Beispiel Shopping, E-Mail und Wettangebote.“

### MedienWirtschaft

#### Jg. 1 (2004) Nr. 4

Aschentrup, Arnd; Schneider, Beate; Klimmt, Christoph (2004): Chancen und Probleme von Video on Demand in Deutschland. – S. 182-192.

„Die Frage, ob und in welcher Form VoD in den nächsten Jahren tatsächlich auch auf dem deutschen Markt Erfolg haben wird, ist für viele Experten noch unbeantwortet (Yankee Group 2004). Sind auf einem Medienmarkt, auf dem herkömmliches Pay-TV nie Fuß gefasst hat und viele Zuschauer mit dem derzeitigen TV-Angebot höchst zufrieden scheinen, tatsächlich grundlegende Veränderungen des Mediennutzungsverhaltens zu erwarten? Der [...] Artikel bietet eine breit angelegte Einführung in das Thema – besonders im Hinblick auf die Rahmenbedingungen in Deutschland. Dabei liegt der Fokus zum einen auf möglichen systemisch-strukturellen Barrieren für eine flächendeckende Einführung von VoD und zum anderen auf VoD-Geschäftsmodellen, die den wirtschaftlichen Akteuren in absehbarer Zeit Erfolg versprechen.“

#### Jg. 2 (2005) Nr. 1

Clement, Michel; Schneider, Holger; Albers, Sönke (2005): Status Quo des Digitalen Fernsehens in Deutschland. – S. 1-12.

„Seit der Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens, DVB-T, in Deutschland steigt das Interesse der TV-Industrie am Digitalen Fernsehen wieder an. Dies geschieht vor dem Hintergrund, dass sich mit der Einführung von DVB-T erhebliche Veränderungen im Wettbewerb um den Kunden ergeben. Insbesondere kommen die Kabelnetzanbieter in Zugzwang, um ihre mo-

natlichen Grundgebühren gegenüber einem kostenlosen terrestrischen Empfang zu rechtfertigen. Dieser Aufsatz bietet einen Überblick über die Ist-Situation der Verbreitungswege des Fernsehens in Deutschland und präsentiert den Status Quo des Digitalen Fernsehens in Deutschland. Es werden zudem die strategischen Optionen der Kabelnetzbetreiber im Lichte der erweiterten Konkurrenz durch DVB-T untersucht.“

Ortelbach, Björn; Seidenfaden, Lutz; Hagenhoff, Svenja; Schumann, Matthias (2005): Aktuelles Stichwort: Digitaler Videorekorder. – S. 14-19.

### MultiMedia und Recht (MMR)

#### Jg. 8 (2005) Nr. 1

Frevert, Tobias (2005): Regelungen des neuen TKG zur Rundfunkübertragung. – S. 23-28.  
„Der vierte Teil des neuen Telekommunikationsgesetzes (TKG) enthält erstmals spezifische Regelungen zur Rundfunkübertragung. Viele Regelungen dieses Teils sind freilich nicht neu. Das TKG übernimmt in Umsetzung eines Richtlinienpakets viele Vorschriften des Fernsehsignalübertragungsgesetzes (FÜG) und einzelne Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrags (RStV). Dieser Beitrag gibt einen Überblick und untersucht Herkunft und Inhalt der Regelungen des TKG zur Rundfunkübertragung und ihre Bedeutung für Hersteller von Rundfunkempfangsgeräten, Rundfunkveranstalter und Betreiber von Plattformen für die Verbreitung und/oder Vermarktung von Rundfunkangeboten.“

### Satmagazine.com

#### Vol. 3 (2005) No. 1

Online-Ressource: <http://www.satmagazine.com/april2005/april2005.pdf>

Greenfield, Howard (2005): HDTV comes to Satellite. – S. 20-23.

Freyer, Dam (2005): 2005: „Year of HDTV“ again. Service providers gear up to meet increasing demand for HDTV. – S. 24-27.

Forrester, Chris (2005): HD generates European fever. – S. 28-32.

### Tel-Com Brief

#### (2004) Nr. 11

Arnold, Franz (2004): Der deutsche Kabelmarkt nach dem Scheitern der Fusion der vier Kabelnetzbetreiber der Netzebene 3. – S. 1-2.

## Tendenz

(2004) Nr. 3

Eckstein, Eckhard (2004): Das „Überallfernsehen“ (DVB-T) in Deutschland: Digitales Comeback der Antenne. – S. 4-10.

„Mit der Digitalisierung gewinnt das Antennenfernsehen wieder an Relevanz. In vielen Bundesländern wird mit Unterstützung der Landesmedienanstalten und des öffentlich-rechtlichen Rundfunks am Auf- und Ausbau der technischen Infrastruktur für DVB-T (Digital Video Broadcasting Terrestrial) gearbeitet. Betreiber anderer Übertragungswege wie Kabel und Satellit sehen das mit Argwohn. Die EU prüft derzeit, ob die Fördermaßnahmen unerlaubte Beihilfen sind.“

Stadik, Michael (2004): Das digitale Dreigestirn: Globus teilt sich in drei Hauptstandards für terrestrisches TV auf. – S. 12-14.

„Digitales terrestrisches Fernsehen ist in vielen Ländern der Welt bereits Realität oder steht kurz vor der Markteinführung. Wie bei der analogen Ausstrahlung von TV-Programmen sind die Unterschiede zwischen den einzelnen Märkten außerordentlich. So teilt sich der digitale Globus in die drei technologischen Hauptstandards ATSC, DVB-T und ISDB-T auf. Beim Einsatz dieser Standards steht mancherorts die Verbesserung der Qualität des Antennenempfangs im Vordergrund, während in Europa und vor allem in Deutschland auf Mobilität und die Programmvielfalt Wert gelegt werden. Ein Überblick über die Entwicklung in den wichtigsten Fernsehmärkten zeigt jedoch, dass trotz aller Hürden die Eroberung des TV-Äthers durch Bits und Bytes nirgendwo zu stoppen ist.“

Lauf, Werner (2004): Der Kampf ums Wohnzimmer: Digital-TV über Kabel, Satellit, Antenne oder DSL – wer gewinnt? – S. 16-18.

Brockmeyer, Dieter (2004): Erfahrungsbericht aus den DVB-T-Startregionen: Die Terrestrik erfährt einen umfassenden Bedeutungswandel. – S. 19-23.

„In drei deutschen Regionen ist das digitale Antennenfernsehen bereits so lange auf Sendung, dass man eine erste Erfahrungsbilanz ziehen kann. Nach Berlin-Brandenburg, das bereits Anfang August des vergangenen Jahres die analogen terrestrischen Sendeanlagen ganz abschaltete, ist der Umstieg auch in Nordrhein-Westfalen und Norddeutschland, wo der Startschuss erst Ende Mai dieses Jahres fiel, bereits weit fortgeschritten.“

Hofmeir, Stefan (2004): Mit dem Handy fernsehen: Mobile Mediendienste über DVB-T. – S. 26-28.

„Über DVB-T lassen sich nicht nur TV-Programme ausstrahlen, auch für mobile Medien-

dienste ist der Übertragungsstandard ideal geeignet. Ab Ende Mai 2005 sollen im südbayerischen DVB-T-Gebiet zahlreiche Mediendienste für die Handy-Generation ausgestrahlt werden. In Berlin läuft bereits ein Pilotprojekt mit mobilem Fernsehen und interaktiven Diensten über ‚DVB-H‘, dem DVB-Standard für Handheld Terminals.“

## Werben & Verkaufen

Jg. 42 (2004) Nr. 49

Eck, Sigrid (2004): TV-Landschaft im Umbruch. – S. 64.

In wenigen Zeilen charakterisiert die Autorin den Wandlungsprozess im Fernsbereich im Zuge der Digitalisierung. Das Augenmerk liegt dabei auf den möglichen Auswirkungen auf werbefinanzierte Veranstalter: „Die Digitalisierung verändert die Branche europaweit: Fernsehsender müssen Programm und Finanzierung überdenken, wenn sie weiter erfolgreich sein wollen.“

Jg. 43 (2005) Nr. 8

Pellikan, Leif (2005): Mein Haus, meine Yacht, mein Sender. – S. 35-38.

Die Digitalisierung des Fernsehsektors „beschert der Branche einen nie da gewesenen Gründer-Boom“, konstatiert der Autor mit Blick auf die zunehmende Anzahl von immer spezialisierteren Programmveranstaltern. Während bislang die Markteintrittsschwelle nur von Konzernen überschritten werden konnte, erlaube der technische Wandel auch Kleinstunternehmen den Zutritt und erfolgreiches Wirtschaften, wie anhand von Beispielen aufgezeigt wird. Der Autor fragt vor diesem Hintergrund: „Werden wir demnächst so viele Programme wie Zeitschriften haben?“

## Werben & Verkaufen innovation – Die Zukunft der Kommunikation

W&V-Beilage (2005) Nr. 1

– Themenheft „Interaktives Fernsehen“

Das Heft enthält u.a. folgende Beiträge:

Jahrfeld, Martin; Eckstein, Eckhard (2005): Dialog auf allen Kanälen. – S. 4-9.

Stadik, Michael (2005): Liebesbrief vom Direktmarketer. – S. 14-15.

Stadik, Michael (2005): Wann kommt die interaktive Quote? – S. 26-27.

## Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM)

Jg. 48 (2004) Nr. 8-9

Holznel, Bernd (2004): Die Zulässigkeit neuer Werbeformen: von der Splitscreentechnik zu den neuen interaktiven Werbestrategien im Fernsehen. – S. 617-625.

„Die Streuverluste herkömmlicher Werbung sowie die mangelnde Bereitschaft des Fernsehpublikums, mehrminütige Werbeblöcke zu rezipieren, veranlasst die Werbetreibenden, neue Werbeformen zu entwickeln, die nicht durch Zapping umgangen werden können [...]. Dabei geraten sie jedoch oftmals in Konflikt mit medienrechtlichen Grundsätzen, insbesondere dem Trennungsgrundsatz und dem Schleichwerbeverbot [...]. Im Falle der Splitscreenwerbung und der virtuellen Werbung sahen sich die Bundesländer daher veranlasst, diese Werbeformen unter bestimmten Voraussetzungen zuzulassen. Die Regelungen lassen jedoch einige Fragen offen, die näher beleuchtet werden müssen [...]. Die Digitalisierung der Übertragungstechnik schafft die Voraussetzungen für eine weitere Entwicklung: die interaktive und individualisierbare Werbekommunikation. Diese Werbeformen sind bislang weder in Deutschland noch auf EU-Ebene ausdrücklich geregelt. Daher stellt sich die Frage, inwiefern diese Werbeformen nach bestehendem Recht zulässig sind [...]. Dabei geht es in erster Linie um das allgemeine Gebot der Trennung von Werbung und Programm sowie das Schleichwerbeverbot. Da die diesbezüglichen deutschen Vorschriften den Bestimmungen der EG-Fernsehrichtlinie entsprechen, wird die Zulässigkeit nach deutschem und EU-Recht parallel untersucht.“

Jg. 49 (2005) Nr. 1

Ladeur, Karl-Heinz (2005): Rechtsproblem der Regulierung der Entgelte, der Paketbündelung

und der Vertragsgestaltung im digitalen Kabelfernsehen. – S. 1-9.

„Nach einer längeren Phase des Stillstands im Anschluss an das Scheitern der Übernahme des größten Teils des Kabelnetzes der Telekom durch Liberty Media beginnt sich nun doch eine Perspektive für den Übergang des Kabelfernsehens zur Digitalisierung abzuzeichnen. Im Satellitenfernsehen, inzwischen aber auch im terrestrischen Rundfunk, ist der Prozess schon weiter fortgeschritten als im Kabelnetz. Dies ist sicher auch auf die überkomplexe Medienaufsicht in Deutschland zurückzuführen, die die Entwicklung längerfristig angelegter Unternehmensstrategien erschwert. Dadurch können die ohnehin ungünstigen medienökonomischen Bedingungen für die Formulierung haltbarer Geschäftsmodelle weiter erschwert werden.“

Blaue, Andreas (2005): Meinungsrelevanz und Mediennutzung: Zur Konvergenz und Regulierung elektronischer Medien. – S. 30-41.

„Die gegenwärtige Ordnung elektronischer Medien, verstanden als Träger inhaltlicher Angebote, folgt einer vertikal abgestuften, dienstspezifischen Regulierungsstruktur. [...] Aus dem Blickwinkel neuerer Erkenntnisse zum Mediennutzungsverhalten widmet sich der [...] Beitrag Legitimation, Reformbedarf und -möglichkeiten des geltenden Ordnungsrahmens elektronischer Inheldienste unter Konvergenzbedingungen. Grundlage der Betrachtung ist das Verhältnis von (privatem) Fernsehen zu Internetdiensten. Plädiert wird für eine mediennutzungsorientierte, im Wesentlichen technikunabhängige Sichtweise der Konvergenzthematik und die Beibehaltung des dreistufigen Regulierungssystems, bereinigt um medienübergreifende, nicht kommunikationsbezogene Regelungsmaterien als reines Dienstesonderrecht. Insbesondere kann der Logik, die ‚Konvergenz der Medien‘ müsse zu einer ‚Konvergenz des Rechts‘ führen, keineswegs gefolgt werden.“

## 5.2 Buchveröffentlichungen

Chen, Sherry Y.; Magoulas, George D. (Hrsg.) (2005): Adaptable and Adaptive Hypermedia Systems. – Hershey: Idea Group Publishing. – 300 S.

Darin u.a. Artikel von Judith Masthoff und Lyn Pemberton (Adaptive Hypermedia for Personalized TV) sowie George D. Lekakos und George M. Giaglis (Personalization of Advertisements in the Digital TV Context).

Fischer, Walter (2004): Digital Television. A practical guide for engineers. – Heidelberg: Springer. – 384 S. (Signals and Communication Technology).

Plog, Philipp (2005): Zugang zum digitalen Fernsehen in Frankreich. – Baden-Baden: Nomos. – 200 S. (Materialien zur interdisziplinären Medienforschung; Bd. 50).

„Die Arbeit analysiert den Zugang der Programmveranstalter zu den einzelnen Handlungsfeldern des digitalen Fernsehens in Frankreich. Ausgangspunkt ist die These, dass es für die Teilhabe der Sender am digitalen Fernsehen entscheidend sein wird, Zugang zur Programmdistribution, zur Empfangstechnologie und zu den Programmressourcen zu erlangen. Denn diese ‚Flaschenhalse‘ werden häufig von einzelnen Unternehmen beherrscht und können zur Diskriminierung von Programmanbietern einge-

setzt werden. Frankreich gilt als Vorreiter im Bereich des digitalen Pay TV. Es gibt dort rund elf Millionen Haushalte, die auf entgeltliche Bouquets abonniert sind – mehr als in jedem anderen europäischen Land. Die Auseinandersetzung mit der französischen Regulierung ist nicht nur wegen der fortgeschrittenen Marktentwicklung aufschlussreich, sondern vor allem, weil dieses Land gänzlich andere Regulierungsprämissen und Instrumentarien gewählt hat als etwa der deutsche Gesetzgeber. Die Arbeit öffnet insbesondere für international ausgerichtete Marktakteure sowie für die inländischen Aufsichts- und Regulierungsinstanzen den Blick auf das hierzulande weitgehend unbekanntes Rundfunk- und Mediensystem Frankreichs.“

Reimers, Ulrich (2004): *DVB: the family of international standards for digital video broadcasting*. – 2. Aufl. – Heidelberg: Springer. – 408 S. (Signals and Communication Technology). Dieses technik-bezogene Handbuch zu Digital Video Broadcasting (DVB), verfasst von Ulrich Reimers, der maßgeblich die Entwicklung von DVB gestaltet hat, bietet dem Leser einen Überblick über die technischen Grundlagen und Hintergründe des europäischen Digital-TV-Standards. In der zweiten Auflage sind Abschnitte über interaktives Fernsehen, Datcasting und MHP neu aufgenommen, andere teilweise überarbeitet worden.

### 5.3 Buch im Fokus: Digital Terrestrial Television in Europe

*Brown, Allan; Picard, Robert G. (Hrsg.) (2005): Digital Terrestrial Television in Europe. – Mahwah, NJ / London: Lawrence Erlbaum Assoc. Publishers –360 S.*

Dieser Anfang 2005 erschienene Band bietet einen umfassenden Überblick über das digitale terrestrische Fernsehen in Europa. Die beiden Herausgeber und die meisten Autorinnen und Autoren haben einen medienökonomischen Hintergrund bzw. sind als Consultants im Medienbereich tätig. Die Leistung besteht weniger in besonderer Aktualität – die präsentierten Daten enden meist mit dem Jahr 2002, können also denjenigen, die an aktuellen Marktdaten interessiert sind, kaum etwas bieten. Dafür besteht der Vorteil des Buches in seinem analytischen Zugriff: Die Thematik wird aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet, und durch den internationalen Vergleich werden die allgemeinen Prinzipien, die sich in allen Ländern beobachten lassen, ebenso deutlich wie die nationalen Besonderheiten, die sich aus spezifischen technischen, ökonomischen oder politischen Rahmenbedingungen ergeben.

Im ersten Teil werden Querschnittaspekte des Themas länderübergreifend dargestellt; es geht um die technischen Grundlagen, die wesentlichen Verbreitungswege, die mit der digitalen Übertragung verbundenen Herausforderungen für die Fernsehveranstalter, um Regulierungsansätze auf nationaler und europäischer Ebene und um Szenarien für den Analogue Switch-Off. Zwei Kapitel setzen sich mit den Perspektiven der Public Service-Veranstalter und der kom-

merziellen Veranstalter auseinander. Im Hinblick auf die Konsequenzen einer Digitalisierung der Fernsehübertragung wird vor allem diskutiert, wie der technisch angelegte Trend zu verstärkter Fragmentierung von Publikas mit dem Public Service-Anspruch von Universalität und Integration zu vereinbaren sein wird. Schon in der derzeitigen Vielkanalumgebung werde der frühere Universalitätsanspruch durch eine verstärkte Zielgruppenorientierung teilweise in Frage gestellt; dieser Trend werde sich durch die zusätzlichen Optionen der Interaktivität und Individualisierbarkeit von Angeboten weiter verstärken. Der Beitrag enthält ein Plädoyer für die Aufrechterhaltung der Integrationsfunktion und damit für die anhaltende Bedeutung von Vollprogrammen, die sich an breite Publikas richten. Diese seien allerdings durch ein breites Portfolio an spezialisierten Angebotsformen zu ergänzen, um auch im Bereich der neu entstehenden Kommunikationsoptionen zur Vielfaltssicherung beizutragen.

Der Beitrag über den kommerziellen Fernsehsektor geht davon aus, dass auch unter den veränderten technischen Bedingungen die Dominanz der in den einzelnen Ländern etablierten werbefinanzierten Veranstalter anhalten wird. Durch DVB-T werden sich danach dort, wo die Bevölkerungszahlen groß genug sind, durchaus einige zusätzliche Nischenangebote etablieren können; insoweit die jeweilige Regulierung dies zulässt, werden diese aber überwiegend als Ableger der bestehenden Hauptprogramme entstehen. „The transition from analogue to digital

transmission [...] will have wide-ranging effects on commercial television viewing, but probably not on the structure and ownership of the commercial television broadcasting industry. The switch to digital will not alter the fundamental economic characteristics of advertiser-supported television broadcasting, which is likely to remain a natural oligopoly“ (S. 99).

Ein Kapitel zu interaktiven Diensten im Bereich des digitalen Fernsehens stellt verschiedene Klassifizierungsversuche für die verschiedenen Formen von Interaktivität vor und diskutiert, inwieweit verschiedene Fernsehangebote bessere oder schlechtere Voraussetzungen für solche Zusatzoptionen bieten. Diese differenzierte Betrachtung erlaubt eine nüchternere Auseinandersetzung mit den Akzeptanzchancen interaktiver Dienste, als dies bei den oft gehörten Lobeshymnen auf die Interaktivität als Wert an sich der Fall war. Erinnerung wird daran, dass es sich bei dem, was die Zuschauer mit dem Fernsehen tun wollen, eher um „faule Interaktivität“ (lazy interactivity) handeln wird, die klar zu unterscheiden sei von den Nutzungsformen, wie sie gegenüber dem Computer bzw. dem Internet praktiziert werden. In einem weiteren Kapitel wird die Perspektive der Nutzer und Konsumenten in den Mittelpunkt gerückt. Dabei fällt auf, dass Techniker und Politiker DVB-T weitaus positiver gegenüberstehen als die Konsumenten. Die bisher mäßigen Verbreitungszahlen werden unter anderem darauf zurückgeführt, dass in der Einführungsphase technische und politische Aspekte zu sehr im Vordergrund standen, während die Fernsehzuschauer in den neuen Angebotsoptionen keinen besonderen Anreiz sahen und/oder sich scheuten, die finanziellen und

technikbezogenen Hürden in Kauf zu nehmen, die mit dem Umstieg verbunden sind.

Der zweite Teil bietet Darstellungen des digitalen Fernsehens in den europäischen Ländern, die zum Zeitpunkt des redaktionellen Abschlusses des Buches über erste Erfahrungen mit DVB-T verfügten oder kurz vor der Einführung standen: Vereinigtes Königreich, Spanien, Schweden, Finnland, Frankreich, Dänemark, Deutschland und Italien. Die Zusammenstellung dieser Länderbeiträge führt anschaulich vor Augen, wie eine technische Option in den jeweiligen ökonomischen, politischen und infrastrukturellen Rahmenbedingungen ganz unterschiedlichen Entwicklungspfaden folgen kann.

In ihrer Zusammenfassung weisen die beiden Herausgeber darauf hin, dass durch die fehlende Standardisierung der verschiedenen Plattformen und Set-Top-Boxen eine Zersplitterung der Gesamtentwicklung, insbesondere aber eine weitreichende Verunsicherung der Nutzer eingetreten sei. Anders als bei der Kabel- oder Satellitenverbreitung spielen die nationalen Regierungen und Aufsichtsbehörden im Bereich von DVB-T eine prominente Rolle. Die denkbare Option, diese Verbreitungsform gar nicht einzuführen, sondern ganz auf Kabel und Satellit zu setzen, wird offensichtlich in keinem europäischen Land verfolgt. Bei den Argumenten, die dafür sprachen, auch die terrestrische Option zu nutzen, standen aus Sicht der Autoren ganz allgemein die Förderung der technischen Grundlagen für „die Informationsgesellschaft“ im Vordergrund, ebenso die Förderung des Wettbewerbs sowie die Sicherung der Vielfalt regionaler bzw. inländischer Angebote. [HA]