



DocuWatch Digitales Fernsehen

Eine Sichtung ausgewählter Dokumente
und wissenschaftlicher Studien

4/2004

Aus dem Inhalt:

Endbericht der EPRA-Arbeitsgruppe zum digitalen terrestrischen Fernsehen

Ergebnisse des Grazer DVB-T-Testbetriebs mit rückkanalfähigen Set-Top-Boxen

Frankreich überträgt digitales terrestrisches Fernsehen per MPEG 2

Kostenvergleich der deutschen DVB-T Startinseln

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

ISSN 1611-8677

Schutzgebühr: 10,00 EUR

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

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

Zum DocuWatch

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

DocuWatch Digitales Fernsehen 4/2004: Redaktionsschluss 30. November 2004

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

Gastautor: Rechtsanwalt Philipp Plog, Lovells, Hamburg

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

Inhalt

1	Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen	
1.1	Endbericht der EPRA-Arbeitsgruppe zum digitalen terrestrischen Fernsehen	4
1.2	„European Cable Survey 2004-2009“ – Lage und Aussichten des Kabelmarktes	5
1.3	German Media and Entertainment Outlook.....	6
1.4	Ergebnisse des Grazer DVB-T-Testbetriebs mit rückkanalfähigen Set-Top-Boxen.....	7
1.5	„Persuasion or Compulsion?“ Vorbereitung der britischen Verbraucher auf DTV.....	8
1.6	Neue Daten zur Entwicklung des Fernsehmarktes in Großbritannien	9
1.7	Daten zur Breitband-Entwicklung in den USA vorgelegt	9
1.8	US-Studie zur Vertrautheit und Effektivität von Jugendschutzinstrumenten	10
2	Anpassung der Regelungskonzepte	
2.1	Frankreich überträgt digitales terrestrisches Fernsehen per MPEG 2	12
2.2	Annullierung und Neuausschreibung von französischen DTT-Sendelizenzen.....	12
2.3	Entwurf für ein überarbeitetes DVB-T Handbuch in Australien in der Diskussion.....	13
3	Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern	
3.1	Deutschland: DVB-T-Frequenzzuteilungsverfahren in Bayern eröffnet	14
3.2	Japan: Weitere Regionen für Switch-Over benannt	14
3.3	Taiwan: Strategiepapier zur Medienreform vorgelegt	14
4	Einzelthemen	
4.1	Kostenvergleich der deutschen DVB-T Startinseln	16
4.2	Kabel Deutschland nimmt Antrag auf Übernahme von ish, iesy und KBW zurück	17
4.3	Finanzielle Entwicklung des Pay-TV in Frankreich	17
4.4	EU-Kommission genehmigt britisch-irisches Gemeinschaftsunternehmen.....	18
4.5	Erster Jahresbericht des Ofcom vorgestellt	18
4.6	Ofcom erläutert Vorhaben zur Förderung der Medienkompetenz.....	18
5	Literaturhinweise	
5.1	Zeitschriften.....	20
5.2	Buchveröffentlichungen.....	22
5.3	Buch im Fokus: New Television, Old Politics	23

1 Nutzung des digitalen Fernsehens: Entwicklungsstand und Prognosen

1.1 Endbericht der EPRA-Arbeitsgruppe zum digitalen terrestrischen Fernsehen

Das Papier ist Ergebnis der Arbeit der Digital Terrestrial Television Working Group der European Platform of Regulatory Authorities (EPRA). Ziel war es, die unterschiedliche Entwicklung und Verbreitung von digitalem terrestrischem Fernsehen (DTT) in den Ländern, deren Regulierungsbehörden in der EPRA zusammen geschlossen sind, zu erklären.

In der Untersuchung werden die EPRA-Mitgliedsländer gemäß dem gegenwärtigen Stand der Digitalisierung in drei Gruppen unterteilt: Die erste Gruppe umfasst diejenigen Länder, bei denen DTT bereits kommerziell gestartet ist und ausgearbeitete regulatorische und politische Vorgaben für den Switch-Over existieren. Diese Gruppe wird noch einmal unterteilt in Länder, bei den mehr als 15 % der terrestrisch versorgten Haushalte DTT nutzen (z.B. Finnland, Schweden, UK und Deutschland), solche, bei denen dieser Wert zwischen 10 und 15 % liegt (z.B. Niederlande) und solchen Länder, bei denen die DTT-Rate niedriger als 10 % ist (z.B. Italien, Spanien und die Schweiz).

Gruppe Zwei vereint solche Länder, bei denen der DTT-Start kurz bevor steht und der regulatorische Rahmen bereits weitgehend ausgearbeitet ist (z.B. Österreich, Dänemark und Irland).

Die dritte Gruppe enthält schließlich Staaten, die sich noch in einem frühen Stadium der Digitalisierung befinden und bei denen der regulatorische Rahmen noch nicht ausgearbeitet ist (z.B. Portugal und Polen).

Untersucht wurde, welche der nachstehend wiedergegebenen Faktoren in welchem Ausmaß zur Entwicklung und Verbreitung von DTT beitragen:

- die Strukturen des Rundfunks in dem jeweiligen Land wie etwa Nutzungsmuster, Angebote und Verbreitung von „Multi Channel Television“,
- das Ausmaß des Interesses und die Haltung der Fernsehveranstalter (Public Service-Broadcaster und kommerzielle Veranstalter),
- politische Programme zur Einführung von DTT,

- Regulierungsmodelle für den Übergang zur digitalen Übertragung.

Im Hinblick auf den ersten Punkt zeigt sich, dass sich DTT schneller entwickelt, wenn „Multi Channel TV“ bereits hinreichend verbreitet ist und alternative digitale Plattformen zur Verfügung stehen. Die Untersuchung erklärt dies damit, dass unter diesen Voraussetzungen das Marketing für eine neue Plattform erleichtert wird. Zumindest in einigen Ländern könnte eine Rolle gespielt haben, dass sich die Wettbewerbssituation durch die Einführung digitaler terrestrischer Übertragung bei Kabel und Satellit verschärft hat. Wo viele digitale Plattformen verfügbar sind, kann es für terrestrische Rundfunkveranstalter attraktiv sein, über DTT gegenüber den anderen Plattformen wettbewerbsfähiger zu werden.

Ob Public Service-Veranstalter eine bedeutende Rolle bei der Verbreitung digitalen terrestrischen Rundfunks spielen können, hängt der Studie zufolge von zwei Faktoren ab. Zum einen von der Frage, ob die regulatorischen Rahmenbedingungen den Veranstaltern im Hinblick auf die Übertragungskapazitäten und die finanziellen Ressourcen Spielraum dafür lassen. Zum anderen hängt es von der Einstellung der Veranstalter hinsichtlich der Entwicklung neuer Angebote ab. Wenn beide Faktoren für digitales Fernsehen positiv ausgeprägt sind, insbesondere was DTT betrifft, können Public Service-Broadcaster eine zentrale Rolle für die Entwicklung spielen. Der Studie zufolge sind die technischen und finanziellen Rahmenbedingungen in den meisten Ländern vorhanden, allerdings gibt es in wenigen Fällen Verpflichtungen, diese Möglichkeiten auch tatsächlich zu nutzen.

Bezüglich der terrestrischen kommerziellen Fernsehveranstalter stellt die Untersuchung fest, dass sie – im Gegensatz zu Public Service-Broadcastern – vielfach nur einzelne Übertragungskanäle zugeordnet bekommen, so dass sie nicht die Möglichkeit erhalten, eigene Plattformen aufzubauen. Daher sind sie in der Mehrzahl der untersuchten Länder reine Inhaltelieferanten

(Ausnahme: Niederlande, Italien, Norwegen und die Slowakei). Unabhängig davon ist in einigen Ländern ein verbindlicher Starttermin festgelegt worden (UK, Schweden, Spanien). Dies wird von den Regulierern als entscheidender Gesichtspunkt angesehen, da Rundfunkveranstalter vielfach in dem Beginn eines Simulcast-Betriebs keinen unmittelbaren Nutzen sehen und daher den Start ihrer DTT-Kanäle hinauszögern.

Hinsichtlich der Regulierungssysteme macht die Studie unterschiedliche Modelle in den untersuchten Staaten aus. In den meisten Ländern (Deutschland, UK, Niederlande, Italien, Spanien, Österreich, Irland, Litauen u.a.) ist die Übertragungskapazität einem oder mehreren Netzbetreibern zugeordnet worden, in anderen (Schweden, Finnland) dagegen direkt bestimmten Programmen. Entscheidender noch als die Frage, wem die Kapazität zugeordnet wird, ist die danach, wie der Zugang zur Kapazität geregelt ist. Auch hier sind zwei unterschiedliche Ansätze erkennbar. In einer Gruppe von Ländern (Finnland, Deutschland, Schweden) werden die Kanäle unmittelbar durch den Regulierer oder die Regierung zugeordnet, so dass das Verfahren der in der analogen Terrestrik ähnelt. In anderen Ländern (Italien, UK, Norwegen) wird die Kapazität von dem Netzbetreiber verhältnismäßig frei verwaltet, hier existieren lediglich bestimmte Bindungen (Must-Carry-Verpflichtungen u.ä.), die Zielen wie der Sicherung von Meinungsvielfalt dienen.

Bei den Business-Modellen lassen sich wiederum unterschiedliche Ansätze unterscheiden, nämlich ein „free-to-air-Modell“, bei dem DTT lediglich als technologisch fortschrittliche Vari-

ante analoger terrestrischer Fernsehübertragung erscheint und ein „pay-basic-Modell“, bei dem DTT eher als Alternative oder auch Ergänzung für Angebote über Kabel und Satellit angesehen wird.

Im Hinblick auf politische Maßnahmen hat es nur in wenigen Ländern eine direkte Förderung (etwa der Verbreitung von Set-Top-Boxen wie in Italien) gegeben, während in zahlreichen Ländern indirekte Anreize durch die Regulierung geschaffen wurden, etwa um die Entwicklung neuer Kanäle für digitale Plattformen zu fördern.

Eine zentrale Rolle kommt der Untersuchung zufolge auch den Regulierungsinstanzen in den unterschiedlichen Ländern zu. Sie besteht zum einen in der Beratung der Gesetzgeber in diesem Feld, aber auch – vor allem in den Ländern der ersten Ländergruppe – im Hinblick auf den Analog-Switch-Off. Bei der Umsetzung der Digitalisierungspläne fällt den nationalen Regulierungsinstanzen zum einen die Aufgabe der Lizenzierung zu, zum anderen die der Zuordnung von Frequenzen bzw. die Strukturierung von Multiplexen. Die Erfahrung in den Ländern, bei denen die digitale terrestrische Übertragung bereits kommerziell erfolgt, zeige, dass hier die Regulierer eine wichtige Aufgabe im Schnittbereich von Rundfunkrecht und Telekommunikationsrecht erfüllen. [WS]

European Association of Regulatory Authorities (EPRA) (2004): Working Group on Digital Terrestrial Television in EPRA Countries Coordinated by AGCOM (Italy) – Final Report (02.06.04), http://www.epra.org/content/english/press/papers/AGCOM_DTTWG_finalreport.pdf

1.2 „European Cable Survey 2004-2009“ – Lage und Aussichten des Kabelmarktes

Das deutsche Beratungsunternehmen Solon hat eine „European Cable Survey 2004-2009“ vorgelegt. An der dem Bericht zu Grunde liegenden Befragung haben 13 Kabel-Unternehmen aus zehn europäischen Ländern teilgenommen. Die Unternehmen erwarten, dass schnelle Internetzugänge über das Kabelnetz und digitales Fernsehen für ein Umsatzwachstum in den kommenden Jahren sorgen werden.

Die Studie gibt zunächst Aufschluss über den Ist-Zustand und die nahe und künftige Entwick-

lung der Kabel-Geschäfts aus Sicht der befragten Unternehmen. Sie gibt ferner Auskunft über den Stand der Verbreitung von Kabelanschlüssen in den einzelnen Ländern und der Verbreitung digitaler TV-Angebote. Zudem werden die Wettbewerbssituation, Möglichkeiten neuer digitaler Dienste, operationelle Maßnahmen und der Stand des Netzausbaus dargestellt.

Als prioritär wird von den befragten Unternehmensführungen aktuell die Einführung

von Internet via Kabel, von der sich die Branche die Erschließung neuer Umsatzquellen verspricht, eingeschätzt. Als weiterer Umsatzbringer ruht die Hoffnung auf der Einführung digitalen Fernsehens im Kabelnetz. Von letzterer Maßnahme erwartet die Mehrzahl der Unternehmen, höhere Entgelte von bis zu zwölf Euro für so genannte Premium-Inhalte durchsetzen zu können.

Bei der Bestückung mit Programminhalten werden gemäß der Studie viele Kabelanbieter auf Resale von fremden Pay-TV-Angeboten und die Kooperation mit TV-Sendern setzen. Eine kleinere Gruppe wird Pakete mit eigenen Inhalten bilden.

Die einst als „Killer-Applikationen“ bezeichneten interaktiven Dienste stoßen derzeit auf geringe Verbreitung und Akzeptanz und führen ein Nischendasein. Daran wird sich nach Ansicht der befragten Unternehmen auch in den nächsten Jahren nicht viel ändern. Allenfalls das Angebot von Spielen, von Video-on-Demand oder Pay-per-View oder von Wettangeboten habe ein gewisses Potential. Der Aufnahme interaktiver TV-Dienste stünden vor allem die dafür erforderlichen hohen Kosten entgegen.

Das Angebot von Breitband-Internet via Kabel steht laut der Studie in vielen Ländern hingegen unmittelbar bevor; bei den meisten Anbietern soll dieser Dienst spätestens 2006 verfügbar sein. Auf Grund der starken Konkurrenz von DSL versprechen sich die Kabelanbieter mittels gebündelten Angeboten, den Kunden attraktive Pakete anbieten zu können.

Die Anbieter schätzen – entgegen früherer Erwartungen – die Bedeutung von Voice-over-IP (Sprachtelefonie) in ihren Netzen als eher

marginal ein. Als Hürde für eine Einführung wird der Mangel an möglichen Nutzern angeführt, so dass die Investition derzeit nicht als lohnend eingeschätzt werden.

Mit Blick auf den Plattform-Wettbewerb wird der Umstellung der terrestrischen Übertragung auf DVB-T gelassen entgegen gesehen. Als Beispiel wird die Umstellung in Berlin angeführt, bei der Anteil der Nutzer von Kabel- und Satellitendiensten auf Kosten der Terrestrik gestiegen ist (vgl. dazu DocuWatch 1/2004, 1.1, S. 4ff.).

Um die neue Dienste anbieten zu können, streben die meisten Anbieter – soweit noch nicht vollzogen – die Erweiterung der Frequenzkapazitäten im Kabelbereich an. Zudem wird in den angeschlossenen Häusern von der bisher üblichen Baumstruktur auf sternförmige Verteilnetzwerke umgestellt. Die Erschließung neuer Anschlussgebiete wird als eher nebensächlich angesehen.

Die Einführung digitaler Dienste soll zunächst nicht auf Kosten des Stammgeschäfts, der analogen Übertragung von TV-Kanälen, geschehen. Den Switch-Over zum vollständig digitalisierten Kabelnetz erwartet die Mehrzahl der Anbieter erst ab 2009; der Ausbau digitaler Angebote auf Kosten der analogen Programmplätze wird erst ab 2006 erwartet.

Die Studie enthält neben diesen Ergebnissen weitere Angaben zu möglichen operativen Maßnahmen gegen Schwarzsehern, Marketing-Möglichkeiten, Kundenservice und Netzverfügbarkeit. [AL]

Solon Management Consulting GmbH & Co. KG (2004): European Cable Survey 2004-2009, <http://www.solon.de/> [Kostenfreie Registrierung vor Abruf notwendig]

1.3 German Media and Entertainment Outlook

Das Unternehmen PricewaterhouseCoopers stellte im Oktober eine Studie zur Entwicklung des deutschen Medienmarktes vor, die auch einen Ausblick bis zum Jahr 2008 enthält. Insgesamt sehen die Autoren der Studie für die kommenden Jahre ein Anwachsen der Medienwirtschaft, die vor allem auf wieder steigende Ausgaben der Konsumenten für Unterhaltung und Medien zurückzuführen sein sollen. Daneben würden sich auch die Werbeausgaben der

Unternehmen bis 2008 zunehmend positiv gestalten.

Diese Tendenz prognostiziert die Studie auch für den Fernsehmarkt. So erwarten die Autoren für das Jahr 2004 eine deutliche Erholung der Werbeerlöse und sehen in der Zukunft eine wachsende Dynamik durch die digitale Verbreitung von Fernsehprogrammen, die es neuen Akteuren ermöglicht, auf dem Markt Fuß zu fassen. Diese Entwicklung zeigt sich am deutlichsten bei den Pay-per-View-Angeboten, bei

denen die Verfasser für die Zukunft erhebliche Wachstumsraten von durchschnittlich 80,5 % im Zeitraum von 2004 bis 2008 erwarten. Im Gegensatz dazu werden in diesem Zeitraum für traditionelles Pay-TV moderate Wachs-

tumsraten von durchschnittlich 4,7 % angenommen. [H3r]

PricewaterhouseCoopers (2004): German Entertainment and Media Outlook: 2004 – 2008. Neueste Trends im deutschen Entertainment- und Medienmarkt, <http://www.pwc.com/Extweb/pwcpublications.nsf/docid/A30A2C0E436B679880256F340038B63C>

1.4 Ergebnisse des Grazer DVB-T-Testbetriebs mit rückkanalfähigen Set-Top-Boxen

Der erste Test von DVB-T mit rückkanalfähigen Set-Top-Boxen und einem begleitenden MHP-Angebot ist in Österreich erfolgreich beendet worden. Dabei konnten die Organisatoren nicht nur im Bereich MHP-basierter, begleitender, teilweise auch interaktiver Angebote, sondern auch im Bereich der Frequenztechnik neue Erfahrungen gewinnen.

Im Juni und Juli 2004 wurden im Raum Graz 150 ausgewählte Testhaushalte mit einer rückkanalfähigen Set-Top-Box ausgestattet. Über zwei DVB-T Sender wurden ein für den Testlauf zusammengestelltes Bouquet aus vier Programmen empfangen. Verbreitet wurden ORF 1, ORF2, ATV+ und „!TV4GRAZ“ – ein eigens produziertes 24-Stunden-Programm mit Inhalten von sieben Veranstaltern (ORF, ATV+, goTV, Pro7 Austria, SAT.1 Österreich, Steiermark 1 und Aichfeld TV). Jeder der verbreiteten Sender produzierte begleitende Zusatzdienste, die über ein MHP-Portal bedient werden konnten. Unter Einbeziehung eines Rückkanals und eines zentralen Rechenzentrums war es möglich „voll-interaktive“ Anwendungen zu testen, darunter die Bestellung von Produkten, die Durchführung von Votings oder die Platzierung von Wetten bei Fußballspielen.

Der Test lieferte den Veranstaltern und den am Design und der MHP-Programmierung beteiligten Unternehmen (Bearing Point, Siemens, Sony Net Services) Know-how bei der Erstellung interaktiver Fernseh Zusatzdienste. Zudem wurde die Zuschauerakzeptanz dieser Dienste beforscht.

Der Abschlussbericht mit Erkenntnissen aus der Nutzerbefragung steht noch aus. Vorab wurden die wesentlichen Ergebnisse des Testbetriebs in einer dreizehn Punkte umfassenden Liste veröffentlicht. Sie soll hier kurz wieder gegeben werden:

1. Interaktiver Kreislauf: Erstmals ist es in Österreich gelungen, unter Verwendung des DVB-T und MHP-Standards einen interaktiven Kreislauf mit Rückkanal aufzubauen.
2. Bewusstseinsbildung: Der Testbetrieb hat durch begleitende Kommunikationsmaßnahmen zu verstärkter Aufmerksamkeit und Interesse am digitalen Fernsehen bei Wirtschaft, Politik und Öffentlichkeit geführt.
3. Erwerb von Know-how.
4. Entwicklung von Geschäftsmodellen: Content-Lieferanten konnten interaktive Geschäftsmodelle im Betrieb testen.
5. Zuschauerakzeptanz für MHP-Produkte: Erste Ergebnisse der begleitenden Marktforschung zeigen unter anderem, dass es eine hohe Akzeptanz für MHP-Anwendungen gibt. Die Testhaushalte setzten allerdings inhaltliche Qualität und Quantität vergleichbar den herkömmlichen Videotext-Angeboten voraus.
6. EPG: Zuschauer erwarten das Angebot eines EPGs, der mehr Funktionen als eine tagesaktuelle Programmzeitschrift bieten sollte.
7. Bildqualität: Im Vergleich zur analogen Verbreitung wird die überragende Empfangs- und Bildqualität gelobt.
8. Weiterentwicklung von MHP: Stärken und Schwächen des MHP-Standards wurden erkannt und können in die Weiterentwicklung von MHP einfließen.
9. Kompatibilität von MHP-Produkten: Der Testbetrieb zeigt, dass sich Softwareentwickler, Hardware-Hersteller und TV-Veranstalter in Zukunft auf wesentliche „architektonische“ Grundlagen bei der Gestaltung ihrer Angebote einigen müssen, um unter anderem Funktionssicherheit zu gewährleisten.
10. Rückkanal und Rechenzentrum (Interactive Application Center, IAC): Die zentrale Schnittstelle zwischen Service Providern, TV-

Veranstalter und den Set-Top-Boxen erwies sich als funktional und sicher.

11. Frequenztechnischer Erfahrungsgewinn:

Durch Aufbau eines Gleichwellennetzes mit zwei Senderstandorten wurden Erfahrungen zur Ausbreitungscharakteristik von DVB-T gewonnen. Zum Datenratenmanagement innerhalb eines Multiplexers wurde festgestellt, das bei dem in Graz angewandten Modulationsverfahren (16 QAM $\frac{3}{4}$) der Transport von drei Fernsehprogrammen bei gleichzeitiger Abstrahlung digitaler Zusatzdienste die optimale Auslastung für einen TV-Kanal darstellt.

12. Mobilität: Tests beim DVB-T Empfang in Fahrzeugen zeigen, dass die mobile Empfangsmöglichkeit eine wesentliche Eigenschaft von DVB-T darstellt.

13. Set-Top-Boxen: Der Testbetrieb zeigt, dass der Erfolg von der Einhaltung von Standards und Spezifikationen von Boxen-Herstellern abhängt. Konsumenten müssen sich darauf verlassen können, dass die Endgeräte die digitalen Zusatzdienste störungsfrei nutzen können. [AL]

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (2004): Testbetrieb Graz: RTR-GmbH veröffentlicht Zwischenbericht mit 13 Erkenntnissen und Ergebnissen, Pressemitteilung vom 03.09.04, http://www.rtr.at/web.nsf/deutsch/Portfolio_Presseinfos_nach+Datum_PrasselInfoDatum_PInfo03092004RF?OpenDocument

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (2004): 13 Ergebnisse nach dem DVB-T-Testbetrieb in Graz, [http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/1F6400E5FB7BCCA7C1256F10004FF343/\\$file/Anhang_1_3_Ergebnisse.pdf](http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/1F6400E5FB7BCCA7C1256F10004FF343/$file/Anhang_1_3_Ergebnisse.pdf)

1.5 „Persuasion or Compulsion?“ Vorbereitung der britischen Verbraucher auf DTV

Mit dem Bericht „Persuasion or Compulsion? Consumers and analogue switch-off“ vom Oktober 2004 präsentiert eine vom britischen Ministerium für Kultur, Medien und Sport einberufene Expertengruppe für Konsumentenfragen ihre Ergebnisse. Das Ziel ist die Beratung der Regierung in Verbraucherangelegenheiten, die sich aus dem Übergang zum digitalen Fernsehen ergeben.

Die zwölfköpfige Expertengruppe stellt fest, die Konsumenten seien nicht ausreichend auf das Abschalten des analogen Signals vorbereitet. Solange dies der Fall sei, könne der Wechsel zum digitalen Fernsehen nicht stattfinden. Die meisten Verbraucher lehnen dem Bericht zufolge ein Abschalten des analogen Signals ab. Es sei bislang versäumt worden, die Barrieren auf dem Weg der Konsumenten zum digitalen Fernsehen zu beseitigen. Die Regierung solle daher nun „proaktiv“ vorgehen. Die bisher aufgestellten Kriterien seien dringend überarbeitungsbedürftig; sie seien weder praxisorientiert, noch spezifisch und zielgerichtet genug. Auch seien sie in den Zeitplan für den Wechsel zu integrieren. Ehe dieser bekannt gegeben werde, müssten die modifizierten Kriterien erfüllt sein. Um den versprochenen verbraucherorientierten Prozess zu gewährleisten, müssten die Verbraucher vom Wechsel überzeugt und nicht dazu gezwungen werden.

Die Expertengruppe gliedert ihre Empfehlungen und Forderungen an die Regierung nach folgenden Kriterien:

1. Technische Abdeckung: hierzu zählt die Sicherstellung, dass alle Fernsehhaushalte zum Zeitpunkt des Umstiegs digitale Signale empfangen können; konkret wird gefordert, dass digital-terrestrisches Fernsehen zum Zeitpunkt des Wechsels für mindestens 99,5 % der Bevölkerung (in jeder Region) empfangbar sein muss.
2. Erschwinglichkeit: hier wird u.a. gefordert, dass ein Umstieg erst dann erfolgen sollte, wenn auch von den einkommensschwachen Haushalten mindestens 95 % digitales Fernsehen empfangen können und dass auch die preiswerteren Geräte die wesentlichen Dienste umfassen.
3. Übernahme: bevor der Umstieg endgültig angekündigt und terminiert wird, sollten 70 % der Haushalte bereits digitales Fernsehen empfangen; bevor der Umstieg stattfindet, sollten 95 % digitales Fernsehen empfangen. Die Expertengruppe kritisiert den Sprachgebrauch im Hinblick auf diejenigen Bevölkerungsgruppen, die sich bisher nicht für digitalen Fernsehempfang entschieden haben („refuseniks“).
4. Zugang: über entsprechende verfügbare Geräte und funktionale Programmführer müsse

der einfache Zugang zu digitalem Fernsehen gewährleistet sein.

5. Konsumenteninformation und -unterstützung: mit öffentlichen Informationskampagnen sei sicherzustellen, dass die Bevölkerung sich ein angemessenes Bild von der neuen Technik, den bestehenden Empfangsoptionen und den

damit verbundenen Kosten machen könne.
[HA]

Department for Culture, Media and Sport (2004): Persuasion or Compulsion? Consumers and analogue switch-off. A report to the Broadcasting Minister by the Consumer Expert Group. October 2004, http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf_documents/publications/consumer_Expert_group_report.pdf

Vgl. zum Thema auch DocuWatch 1/2004, 1.1, S. 4f.

1.6 Neue Daten zur Entwicklung des Fernsehmarktes in Großbritannien

Das Office of Communications (Ofcom) veröffentlichte im September und Oktober neue Daten zur Entwicklung des britischen Fernsehmarktes.

Wie in den vorherigen Berichten wird auch dieses Mal wieder ein Anstieg der Zahl der Haushalte, die digitale Programme empfangen verzeichnet (vgl. DocuWatch 3/2004, 1.2, S. 4f.). Mittlerweile empfangen 55 % der Haushalte digitales Fernsehen. Den größten Anteil an dieser Zunahme hat das Angebot Freeview, das im zweiten Quartal 2004 400.000 neue Zuschauer gefunden hat; darüber hinaus stieg die Zahl der Pay-TV-Haushalte in diesem Zeitraum um 135.000 an.

Die Veränderung der Wettbewerbs auf den Märkten für digitale audiovisuelle Angebote umfasst sowohl die Fernsehverbreitung als auch das Internet über Breitbandverbindungen. Anbieter aus dem zuletzt genannten Segment ist es durch Kooperationen mit Fernsehveranstaltern gelungen, attraktive Inhalte zu erhalten, die nun in Form unterschiedlicher On-Demand-Services für das Publikum zugänglich gemacht werden. Eine Reihe von Anbietern bemüht sich derzeit,

solche Breitband-Internet-Dienste mit dem Fernsehangebot zu kombinieren, die traditionelle Triple-Play-Strategie (Telefonie, Internet, TV) gewinnt wieder an Bedeutung. Einige Anbieter planen auch Netzwerk-Versionen von Personal Video Recordern, bei denen Inhalte auf Servern außerhalb der Haushalte gespeichert werden können.

Im Rahmen der Entwicklung des britischen Fernsehmarktes ist es BSkyB gelungen, sich eine zentrale Position zu sichern. Dies geschah einerseits durch den Erwerb attraktiver Inhalte und zum anderen durch die frühzeitige Vernetzung mit neuen Anbietern, die auf diese Weise bei der Herausbildung neuer Geschäftsfelder nicht in offene Konkurrenz zu ihrem Kooperationspartner treten werden. [H3r]

Office of Communications (2004): Digital Television Update - Q2 2004 (September 2004), http://www.ofcom.org.uk/research/industry_market_research/m_i_index/dtvu/dtu_2004_q2/dtvuq2_2004.pdf

Office of Communications (2004): The Communications Market: October 2004 Quarterly Update, http://www.ofcom.org.uk/research/industry_market_research/m_i_index/cm/qu_10_2004/cm_qu_10_2004.pdf

1.7 Daten zur Breitband-Entwicklung in den USA vorgelegt

Im September 2004 veröffentlichte die Federal Communications Commission (FCC) den vierten Bericht zur Breitband-Verbreitung in den USA. Diese Berichte dienen als Grundlage zur Überprüfung des Ziels der Versorgung aller Amerikaner mit entsprechenden Angeboten.

Der aktuelle Bericht, der dem US-Kongress vorgelegt wurde, beschreibt die Entwicklung zwischen Juni 2001 und Dezember 2003. In diesem Zeitraum hat sich die Zahl der Abonnenten von Verbindungen, die eine Übertragung

von mehr als 200 kbps in beiden Richtungen zulassen mehr als verdreifacht, die Zahl stieg von 5,9 Mio. auf 20,3 Mio. Verbindungen, die diese Übertragungskapazität zumindest in einer Richtung boten wurden von 28,2 Mio. Kunden genutzt.

Die wichtigsten Übertragungsformen liefen über Kabelmodems (75,3 %) und ADSL (14,3 %). Damit bauten diese Angebote ihre führende Stellung weiter aus. Zugänge zum High-Speed-Internet gab es im Jahr 2003 in

93,2 % der Postleitzahlenregionen, dies ist gegenüber dem Jahr 2001 eine Steigerung um 15,5 %. [H3r]

Federal Communications Commission (2004): Availability of advanced telecommunications capability in the United States - Fourth Report to Congress (09.09.04), http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-04-208A1.pdf

1.8 US-Studie zur Vertrautheit und Effektivität von Jugendschutzinstrumenten

Die von der Henry J. Kaiser Family Foundation im September 2004 veröffentlichte Studie „Parents, Media and Public Policy“ soll Entscheidungsträgern in Politik und Medienindustrie eine Hilfestellung in Bezug auf mögliche Reformen des Instrumentariums zum Schutz von Kindern bieten.

Basis der Studie ist eine nationale telefonische Befragung von 1001 Elternpaaren mit Kindern im Alter zwischen zwei und 17 Jahren. Ermittelt wurden Beurteilung, Nutzung und Kenntnis der Eltern zu ungeeigneten Inhalten, Instrumenten und Empfehlungen zum Schutz der Kinder („TV-Rating-System“, „V-Chip“), möglichen weiteren Regulierungen der Inhalte, pädagogischem Fernsehen, Lebensmittelwerbung im Fernsehen, Gewalt in den Nachrichten sowie Werbespots für öffentliche Institutionen. Ebenfalls ermittelt wurden Art und Anzahl der vorhandenen Medien in den Haushalten der Befragten.

Die Mehrheit der befragten Eltern ist demnach zumindest teilweise besorgt, dass ihre Kinder ungeeigneten Inhalten ausgesetzt werden (89 %). Ebenfalls die Mehrheit glaubt, dass sowohl Gewalt als auch Erotik im Fernsehen (negative) Auswirkungen auf das Verhalten der Kinder haben (81 % bzw. 83 %).

Die Hälfte der befragten Eltern hat die TV-Ratings schon einmal genutzt, davon hielten 38 % diese für sehr nützlich. Im Vergleich zu 2001 ist dieser Anteil um 10 % gesunken. Viele Eltern sind nicht mit dem Bewertungssystem vertraut, dies gilt besonders für die Ratings von Kindersendungen. So kann nur knapp ein Viertel der Eltern mit Kindern von zwei bis sechs Jahren die Ratings in Bezug auf Kinder diesen Alters benennen. 39 % sind der Ansicht, dass die Inhalte der Sendungen nicht richtig eingeschätzt werden. Es besitzen mehr Eltern Kenntnis über die altersbasierten als über die inhaltsbasierten Ratings. Die Nutzer der altersbasierten Ratings halten aber mehrheitlich die inhaltsbasierten für nützlicher bzw. informativer. Ein

Fünftel der befragten Eltern hat noch nie etwas vom Rating-System gehört, 2001 waren es noch 14 %.

Der Anteil der Eltern, die den V-Chip schon einmal genutzt haben, hat sich gegenüber 2001 (7 %) mehr als verdoppelt (2004: 15 %). 89 % davon bezeichnen ihn als sehr oder einigermaßen nützlich. Allerdings haben auch über die Hälfte der V-Chip-Besitzer (58 %) diesen bewusst nicht genutzt. Von diesen meint die Mehrheit (60 %), gewöhnlich sei ein Erwachsener in der Nähe, wenn das Kind / die Kinder fernsehen, und 20 % vertrauen ihren Kindern in Bezug auf deren eigene Entscheidungen.

Fast zwei Drittel der befragten Eltern befürworten neue Regelungen zur Beschränkung von Sex und Gewalt im Fernsehen. Über die Hälfte der Eltern befürwortet auch eine deutlichere Anzeige der Ratings auf dem Bildschirm. Ein einheitliches Rating-System für alle Medien befürwortet lediglich ein Drittel der Befragten.

Im Hinblick auf die erzieherische Funktion des Fernsehens antworten die Eltern sehr unterschiedlich. 11 % glauben, dass es den Kindern beim Lesen Lernen viel helfen kann; 16 % meinen dagegen, es helfe den Kindern überhaupt nicht. Mit Anzahl und Qualität der pädagogischen Fernsehsendungen sind insgesamt 63 % der Eltern sehr oder einigermaßen zufrieden, 13 % überhaupt nicht. Lediglich 6 % der Eltern wissen von der Empfehlung der amerikanischen Akademie für Kinderheilkunde, nach der Kinder unter zwei Jahren nicht fernsehen sollten.

77 % der Eltern sind der Ansicht, dass die Essgewohnheiten der Kinder von Lebensmittelwerbung beeinflusst würden. Dennoch lehnen 56 % Restriktionen gegenüber „Junk-Food“-Werbung ab.

Von den 29 % der Eltern, deren Kinder bereits Gewaltbilder in den Nachrichten gesehen haben, glaubt ein Fünftel, dies habe keine negativen Auswirkungen gehabt. Insgesamt sind aber 61 % aller befragten Eltern sehr oder einiger-

maßen besorgt gewesen über die Konfrontationen der Kinder mit Bildnachrichten über den Irak-Krieg.

Insgesamt folgern die Autoren, dass die Eltern zwar besorgt seien bezüglich der Wirkung der Medien – insbesondere des Fernsehens – auf ihre Kinder. Sie glauben, es beeinflusse ihr Verhalten. Eine wachsende Zahl von Eltern nutze Instrumente wie TV-Ratings oder den V-Chip und finde diese nützlich und hilfreich. Dennoch ist der Anteil gering. Die Effektivität dieser Instrumente könne nur erhöht werden, indem die Unwissenheit vieler Eltern abgebaut werde. Denn diese kennen zum Teil die Instrumente nicht bzw. wissen sie nicht anzuwenden. Es gebe auch Eltern, die V-Chip und Rating nicht nutzen wollen; die Entscheidungsträger müssten deshalb festlegen, welches Maß an Nutzung sie als Erfolg betrachten und ob es möglicherweise effektivere Alternativen gebe wie z.B. die Regulierung der ungeeigneten Medieninhalte zu bestimmten Tageszeiten. Die Nutzung vereinbaren würde ein deutlicheres Hervortreten der Ratings auf dem Bildschirm. Da der inhaltsbasierte Teil der Ratings den Eltern nützlicher zu sein scheine als der altersbasierte, sollte dies im Rahmen möglicher Reformen des Systems be-

rücksichtigt werden. Wichtig erscheinen generell leichter verständliche Ratings.

Diejenigen Eltern, die sehr besorgt seien im Hinblick auf Gewalt in den Nachrichten, schützen ihre Kinder auch in stärkerem Maße davor. Der mögliche Einfluss, den die Eltern bei Lebensmittelwerbung und ungeeigneten Inhalten auf ihre Kinder sehen, gelte nicht im Hinblick auf bildungsorientiertes Fernsehen. Auch seien zwei Widersprüche erkennbar: a) einerseits die Sorgen der Eltern und andererseits das Ausmaß der vorhandenen Medien im Umfeld der Kinder sowie b) einerseits die Befürwortung der Begrenzung von ungeeigneten Inhalten und andererseits die Ablehnung der Begrenzung von Lebensmittelwerbung. Diese Widersprüche kennzeichnen die Beziehung heutiger Eltern zum Fernsehen. Es sei Aufgabe von Politik, Interessenvertretungen und Fernsehindustrie, aus diesen Erkenntnissen eine gemeinsame Basis für eine gemeinwohlorientierte Medienentwicklung zu erarbeiten. [HA]

Victoria Rideout / Kaiser Family Foundation (2004): Parents, media and public policy: a Kaiser Family Foundation survey (Fall 2004), <http://www.kff.org/entmedia/loader.cfm?url=/commonspot/security/getfile.cfm&PageID=46689>

2 Anpassung der Regelungskonzepte

2.1 Frankreich überträgt digitales terrestrisches Fernsehen per MPEG 2

Die französische Regierung hat am 8. November 2004 bekannt gegeben, dass das digitale terrestrische Free-TV mit der Übertragungsnorm MPEG 2 betrieben werden wird. Damit endet eine wochenlange Kontroverse über die technischen Rahmenbedingungen des digitalen Fernsehens in Frankreich. Insbesondere das Finanzministerium und der private TV-Marktführer „TF 1“ hatten sich abweichend vom jetzt gefassten Entschluss für die Norm MPEG 4 ausgesprochen, weil sie technisch weitreichende Möglichkeiten eröffnet (z. B. HDTV). So hat ein Gutachten aus dem Finanzministerium vom September 2004 die Argumente für MPEG 4 im Einzelnen ausgearbeitet. Der Bericht, in dem verschiedene Einführungsszenarien exploriert werden, betont u.a. die sofortige Operabilität dieser Übertragungsnorm. Trotzdem hätte die Verpflichtung sämtlicher digital-terrestrischer Programme auf MPEG 4 bedeutet, dass erst gegen Ende des Jahres 2005 ein Regelbetrieb möglich gewesen wäre. MPEG 4-taugliche Endgeräte hätten nämlich erst ab dem Frühjahr 2005 vermarktet werden können.

Die französische Regierung hat sich nun entschlossen, jedenfalls für das terrestrische Free-TV stattdessen die Norm MPEG 2 zu Grunde zu legen. Dies war Voraussetzung, um den – bereits mehrfach verschobenen – Start des digitalen terrestrischen TV im März 2005 einhalten zu können. Der Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) als Rundfunkaufsicht hatte in seiner Stellungnahme vom 21. Oktober 2004 ebenfalls verschiedene Einführungsszenarien analysiert und sich im Ergebnis für MPEG 2 ausgesprochen. Damit hat er offenbar die Entscheidung der

Regierung eingeleitet. Entscheidend dürfte der Hinweis des CSA gewesen sein, dass bei einer Verpflichtung aller Programmbetreiber auf MPEG 4 die Zahl der kurzfristig auszustrahlenden Programme von 33 auf etwa 15 bis 18 reduziert worden wäre. Außerdem wären auf die französischen Haushalte deutlich höhere Kosten für Endgeräte zugekommen. Die französische Regierung hat allerdings die Entscheidung für MPEG 2 bislang nur für das Free-TV getroffen. Der Regelbetrieb des digital terrestrischen Pay-TV soll ein halbes Jahr nach dem Free-TV erfolgen. Hier ist auch noch keine Entscheidung im Hinblick auf die Übertragungsnorm gefallen. Zuletzt wurde in Regierungskreisen für das Pay-TV offenbar die Norm MPEG 4 als wahrscheinlich bezeichnet. Damit würde im Bereich der entgeltlichen Programme ein Innovations- und Technologieschub erzielt. Allerdings hat sich der CSA bereits sehr skeptisch im Hinblick auf ein solches „hybrides Modell“ – MPEG 2 für Free-TV, MPEG 4 für Pay-TV – ausgesprochen. [PP]

Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2004): Norme de diffusion TNT: le CSA écrit au Premier ministre, 21. Oktober 2004, http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=19425

Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie / Conseil Général des Technologies de l'Information (2004): Télévision numérique: enjeux et perspectives en 2005, Rapport n° II-B.2-2004, September 2004, <http://www.industrie.gouv.fr/biblioth/docu/dossiers/ntic/pdf/tvnumeriquevf.pdf>

AFP-Meldung „Lancement de la TNT en mars 2005 avec la norme MPEG 2“ vom 8. November 2004 (www.tvnt.net/novembre04.htm).

2.2 Annullierung und Neuausschreibung von französischen DTT-Sendelizenzen

Der französische Staatsrat (Conseil d'Etat) hat als höchste Instanz der französischen Verwaltungsgerichtsbarkeit mit Entscheidung vom 20. Oktober 2004 insgesamt sechs Senderlizenzen annulliert, die vom Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) als Rundfunkaufsicht im Juni 2003 an Betreiber von Programmen für digitales

terrestrisches Fernsehen vergeben worden waren.

Nach Auffassung des Gerichtes waren die Lizenzen unter Verstoß gegen die rundfunkrechtlichen Konzentrationsregelungen zugewiesen worden. Nach der damals geltenden Fassung des Art. 41 Kommunikationsgesetz durfte eine na-

türliche oder juristische Person nicht mehr als fünf Lizenzträger des digitalen terrestrischen Fernsehens kontrollieren (inzwischen ist die Obergrenze auf sieben Lizenzträger erhöht worden). Der Staatsrat ist der Auffassung, dass dem Unternehmen Canal Plus (Groupe Vivendi) neben seinem herkömmlichen Abo-Kanal („Canal Plus“) und seinen vier neuen terrestrischen Angeboten („Sport +“, „I-TV“, „Ciné-Cinéma“ und „Planète“) noch zwei weitere Sender zuzuordnen waren („Canal J“ und „MCM“). Die beiden letztgenannten Sender werden über die Gesellschaft „Lagardere Thematiques“ betrieben, an der Canal Plus allerdings nur 49 % hält. Die restlichen 51 % hält der Konzern Lagardere Images. Der Staatsrat geht jedoch davon aus, dass die beiden letztgenannten, nur indirekt betriebenen Sender (auch) Canal Plus zuzurechnen sind. Damit hatte Canal Plus im Jahr 2003 zu viele Lizenzen für den digitalen terrestrischen Rundfunk erhalten. Daraufhin wurden sämtliche vorgenannten Lizenzen annulliert – mit Ausnahme des „Hausprogramms“ Canal Plus. TF 1

hat damit einen juristischen Erfolg gegen seinen größten Konkurrenten Canal Plus erreicht. Der CSA hat mit Beschluss vom 21. Oktober 2004 – zur Vorbereitung der erneuten Ausschreibung der Lizenzen – eine öffentliche Konsultation über deren Eckpunkte ausgeschrieben. Damit ist jetzt ein Viertel des digitalen terrestrischen Frequenzspektrums neu zu vergeben. Gleichzeitig haben sich aber wie dargestellt die Konzentrationsbestimmungen geändert. [PP]

Conseil d'Etat (2004): Le Conseil d'Etat annule six autorisations délivrées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) dans le cadre du lancement de la télévision numérique terrestre (TNT), Communiqué de presse vom 20. Oktober 2004, http://www.conseil-etat.fr/ce/actual/index_ac_lc0411.shtml

Text der Entscheidung: http://www.conseil-etat.fr/ce/jurispd/index_ac_ld0438.shtml

CSA (2004): TNT: consultation publique portant sur le lancement d'un appel aux candidatures, 22. Oktober 2004, http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=19469

2.3 Entwurf für ein überarbeitetes DVB-T Handbuch in Australien in der Diskussion

Die Australian Broadcasting Authority (ABA) hat Ende August den überarbeiteten Entwurf des „Digital terrestrial television broadcasting handbook“ zur Stellungnahme vorgelegt. Darin werden detailliert die technischen Parameter beschrieben, in deren Rahmen die ABA die Nutzungsplanung digitaler Frequenzen durchführt und die Anhaltspunkte dafür bieten, wann ein digital-terrestrisch verbreitetes Programm die gleiche Abdeckung wie sein analoges Pendant erreicht hat. Das Handbuch dient dabei lediglich als Informationsinstrument und Mittel zur Planungstransparenz, Bedeutung als rechtliches Instrument kommt ihm nicht zu. In der überarbeiteten Fassung werden vor allem statistische und messtechnische Methoden im Be-

reich der Frequenzplanung und der Ermittlung der Senderreichweiten konkretisiert und neueren Entwicklungen angepasst. Stellungnahmen konnten bis zum 22.10.2004 abgegeben werden; Ergebnisse wurden noch nicht veröffentlicht. [SD]

Australian Broadcasting Authority (ABA) (2004): Proposed amendments to digital terrestrial television broadcasting handbook, press release Nr 104/2004, 30.08.04, http://www.aba.gov.au/abanews/news_releases/2004/104nr04.htm

Australian Broadcasting Authority (ABA) (2004): Digital Terrestrial Television Broadcasting Planning Handbook including technical and general assumptions - Draft Only (August 2004), http://www.aba.gov.au/tv/digitaltv/planning/documents/DTTB_Draft_2004.pdf

3 Stand der Einführung des digitalen Fernsehens in einzelnen Ländern

3.1 Deutschland: DVB-T-Frequenzzuteilungsverfahren in Bayern eröffnet

Auf dem Weg zur Einführung von DVB-T in Bayern im Mai 2005 hat die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (RegTP) das Frequenzzuteilungsverfahren für digitales Fernsehen in Bayern eingeleitet. Mit der Verfügung Nr. 44/2004 vom 6. Oktober 2004 eröffnet die RegTP das Antragsverfahren der Frequenzzuteilung für DVB-T-Frequenzen in Bayern. Dabei konzentrieren sich die Sendegebiete zunächst auf die Ballungsräume München und Nürnberg, eine großflächigere Versorgung soll in den nächsten Jahren folgen. Die RegTP orientiert sich auch bei diesem Verfahren an den von ihr für die Einführung von DVB-T aufgestellten Eckpunkten (siehe DocuWatch 2/ 2002, 3.3, S. 10f.). Das Antragsverfahren stellt bei dem Frequenzzuteilungsverfahren die 1. Stufe

dar: Die Verfügung stellt die Versorgungsbedarfe sowie die verbindlichen Versorgungszielstellungen der einzelnen Regionen fest und konkretisiert die Voraussetzungen, die die Antragsteller erfüllen müssen. Werden mehr Anträge gestellt als Frequenzen vorhanden sind, so führt die RegTP in der 2. Stufe ein Ausschreibungsverfahren für die jeweiligen Regionen durch. [SD]

Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (2004): TKG § 55 Abs. 9 i.V.m. § 61; hier: Eröffnung der 1. Stufe (Antragsverfahren) der Frequenzzuteilungsverfahren für Frequenzen für die terrestrische digitale Übertragung von Rundfunk, insbesondere Fernseh Rundfunk, und darüber hinaus Mediendiensten und Tele-diensten (Terrestrisches Digitales Fernsehen: DVB-T) für den Freistaat Bayern, in: RegTP Amtsblatt 20 (2004), S. 1430-1437.

3.2 Japan: Weitere Regionen für Switch-Over benannt

Das japanische Ministerium für Inneres und Kommunikation (MIC) hat im Oktober weitere Regionen benannt, in denen die terrestrische Fernsehübertragung von analoger auf digitale Technik umgestellt werden wird. Betroffen sind 102.000 Haushalte in den Präfekturen Miyagi, Shimane und Yamaguchi.

Seit Februar 2003 wird der Switch-Over in Japan gebietsweise vorgenommen. Zum Oktober 2004 wurde auf diese Weise ein Digitalisie-

ungsgrad von 40 % erreicht. Umgestellt wurden bislang 1,69 Mio. Haushalte. Nach Angaben des Ministeriums geht die Umstellung planmäßig vonstatten. [AL]

Ministry of Internal Affairs and Communications (2004): MIC announces areas for analog frequency conversion in November for the start of terrestrial digital broadcasting, Pressemitteilung vom 29.10.04, http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/eng/Releases/Telecommunications/news041029_3.html

3.3 Taiwan: Strategiepapier zur Medienreform vorgelegt

Der Minister des Informationsbüros der Regierung von Taiwan (Government Information Office (GIO)), Lin Chia-lung, spricht sich in einem Strategiepapier für eine umfassende Medienreform in seinem Land aus. Kernziele dieser Reform sollten der Rückzug der Einflussnahme durch Militär, Parteien und Regierung im Rundfunkbereich, die Stärkung der Wettbewerbssituation Taiwans als globaler Medienproduzent, die landesweite Sicherstellung des Zugangs zu qualitativ hochwertigen audiovisuellen Inhalten und der Schutz der Konsumenteninteressen sein.

Als Grund für die Notwendigkeit einer Medienreform wird angeführt, dass derzeit die Qualität von Radio- und TV-Angeboten in Taiwan äußerst schlecht sei, wobei das Problem vor allem institutionelle Gründe habe. Da der Minister, Lin Chia-lung, die Kommunikations- und Informationstechnologie als Herzstück der wirtschaftlichen Entwicklung seines Landes betrachtet, könne das Problem nicht länger ignoriert werden.

Es werden verschiedene Ziele vorgeschlagen bzw. Visionen entwickelt: Vorrangig sei der derzeitige Einfluss des Militärs und der Parteien

auf Rundfunkanbieter zurückzuführen, um die Produktion unabhängiger Radio- und TV-Programme zu ermöglichen. Da die Regulierung von Telekommunikations- und Rundfunkdiensten in Taiwan nicht mit den strukturellen Veränderungen (Konvergenz) mithalten, sei die Regierung gefordert, einen neuen Rechtsrahmen vorzugeben, der Taiwan weltweit als einen der ‚wettbewerbsfreundlichsten und energischsten‘ globalen Märkte für Rundfunkdienste etabliere. Zudem sei landesweit sicherzustellen, dass öffentliche Rundfunkprogramme kostenlos empfangen werden können. Bei der Erstellung des Rechtsrahmens seien der Schutz der Jugend und Benachteiligter, die öffentliche Sicherheit, die speziellen Bedürfnisse behinderter, älterer, ärmerer und abgelegener wohnender Bürger zu berücksichtigen. Als viertes Ziel sei im speziellen der Konsumentenschutz zu forcieren.

Um den Durchbruch zu erreichen nennt der Autor mehrere Problembereiche: Kernpunkt sei die Umwandlung von Taiwan Television Enterprise Ltd. und Chinese Television System von kommerziellen zu öffentlichen Anbietern. Dieses würde zu einer stärkeren Ausrichtung der Programme auf die Interessen der Zuschauer

und zu einem diversifizierten und informativen Rundfunkprogramm führen. Wichtig sei zudem, eine abgestimmte Frequenzordnung und eine organisierte Vergabe von terrestrischen Frequenzen einzuführen. Die Zuteilung sei bislang abhängig vom Wohlwollen des Militärs, der Parteien oder der Regierung, welches die Marktentwicklung und Expansion von Sendern behindere. Als dritter Problembereich wird der Kabelmarkt angeführt. Der Markt werde derzeit von wenigen Anbietern beherrscht. Die Regierung sei gefordert, den Wettbewerb im Kabelmarkt herzustellen, Plattformenwettbewerb zu fördern und Monopole stärker zu kontrollieren. Im Rahmen der Medienreform seien außerdem die drei bisherigen Rundfunkgesetze zusammenzuführen, ein einheitlicher Rechtsrahmen zu schaffen und eine nationale Aufsichtsbehörde für den konvergierenden Mediensektor zu etablieren. [AL]

*Government Information Office, Republic of China (Taiwan)
(2004): Taiwan's Media Reform: Objectives and Strategy,
01.11.04, <http://www.gio.gov.tw/taiwan-website/4-0a/20041101/2004110101.html>*

4 Einzelthemen

4.1 Kostenvergleich der deutschen DVB-T Startinseln

Die Technische Abteilung der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) hat ein Informationspapier veröffentlicht, das die Sendekosten der einzelnen DVB-T-Startinseln in Deutschland vergleicht. Das Gutachten zeigt deutliche Unterschiede im Kosten-Nutzen-Verhältnis bei den unterschiedlichen Versorgungsstandards auf. Die für die jeweils verbreiteten Programme nötigen Investitionen pro Programm und versorgtem Einwohner variieren teilweise erheblich.

Während in Bevölkerungsschwerpunkten errichtete DVB-T-Sender und -Netze ein durchaus günstiges Kosten-Nutzen-Verhältnis aufweisen, führen die für weniger bevölkerungsreiche Regionen konzipierten Netze zu vergleichsweise hohen Kosten. So sind die DVB-T-Inseln – gerechnet pro Kopf, Programm und Jahr – in Mitteldeutschland (mit 11,4 Cent) und Norddeutschland (7,6 Cent) beim Empfang mit stationären Hausantennen am teuersten. Dahinter folgen die Startinseln in Baden-Württemberg (mit 5 Cent), Bayern (4,9 Cent), Nordrhein-

Westfalen (4,8 Cent), Hessen (4,1 Cent) und Berlin (4 Cent). Beim Empfang mit portablen Endeinrichtungen bietet sich ein ähnliches Bild. Auch hier führen Mitteldeutschland (10,3 Cent) und Norddeutschland (8 Cent) die Liste an, gefolgt von Baden-Württemberg (6,2 Cent), Bayern (5,7 Cent), Nordrhein-Westfalen (5,1 Cent), Hessen (4,9 Cent) und Berlin (4,1 Cent).

Auffällig an den Untersuchungsergebnissen ist, dass ausgerechnet diejenigen Startinseln, die auf Grund ihrer flachen Topografie eigentlich einen Vorteil hinsichtlich der Reichweite und Empfangbarkeit haben, preislich nicht besser als die topografisch eher benachteiligten, und damit rundfunktechnisch aufwändiger zu versorgenden Regionen abschneiden. [SD]

M. Fuchs / Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (2004): Information der Technischen Abteilung Nr. 27 / 2004: Kostenvergleich der DVB-T Startinseln in Deutschland (Ausgabe: 2.2, 14. Juli 2004), http://www.lfk.de/presseundpublikationen/publikationen/einzelpublikationen/Technik/kostenvergleich_dvb_L_140704.pdf

Vgl. Tabelle aus Tendenz, (2004) Nr. 3, S. 8.

Kostenvergleich der DVB-T Startinseln

Kosten in Euro pro Programm, Kopf und Jahr
in den Startregionen (Fixed-Empfang und Portable-Empfang)



4.2 Kabel Deutschland nimmt Antrag auf Übernahme von ish, iesy und KBW zurück

Nachdem das Bundeskartellamt Ende August Bedenken hinsichtlich einer Übernahme der Kabelnetzbetreiber ish, iesy und Kabel Baden-Württemberg (KBW) durch die Kabel Deutschland GmbH (KDG) geäußert hatte (s. Docu-Watch 3/2004, 4.1, S. 20), bot die KDG weitere Zusagen zu Netzausbau und -modernisierung sowie ein Entgegenkommen in anderen von der Behörde bemängelten Punkten an. Dies wurde jedoch von der Behörde nicht als ausreichend erachtet. Nach der erneuten Bewertung durch das Bundeskartellamt haben die Unternehmen den Übernahmeantrag am 22. September zurück gezogen.

Parallel zu der Rücknahme des Übernahmeantrags haben sich die vier Kabelnetzbetreiber einvernehmlich für die Aufhebung der Verkaufsverträge entschieden. Schwerpunkt der dem Bundeskartellamt zwischenzeitlich offerierten Zugeständnisse von KDG war die Aufrüstung der Netzebene 3 (NE 3) für Internetdienste; daneben sicherte KDG zeitlich befristet die unverschlüsselte Verbreitung von Free-TV-Programmen und eine offene Plattform für Content-Anbieter zu.

Das Kartellamt wies bei der Prüfung dieser Zusagen darauf hin, dass für die Anwendung der kartellrechtliche Abwägungsklausel ausschlaggebend sei, inwieweit der Unternehmenszusammenschluss die Wettbewerbsbedingungen verbessere und dass dieser die Nachteile einer Monopolstellung überwiegen müsse. Diese Voraussetzung sei jedoch trotz der Zusagen durch die KDG nicht gegeben, da ish, iesy und KBW den Ausbau der Kabelnetze für Internetdienste ohnehin geplant hätten. Weitere Zusagen,

wie etwa die Zusicherung einer zugangsoffenen Plattform für Content-Anbieter, hätten darüber hinaus einer laufenden Kontrolle bedürft, die über das für die Kartellbehörde zulässige Maß an Missbrauchsaufsicht hinaus gingen.

Die drei Kabelnetzbetreiber ish, iesy und KBW wollen nun ihren Modernisierungskurs und mögliche Fusionsgespräche mit anderen Partnern fortsetzen. [SD]

Bundeskartellamt (2004): Antrag bei Bundeskartellamt zur Übernahme von ish, KBW und iesy durch KDG zurückgenommen (Pressemitteilung vom 22.09.04), http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/aktuelles/2004_09_22.shtml

Kabel Deutschland GmbH (2004): Kabel Deutschland bietet umfassendes Paket von Zusagen als Antwort auf das Bundeskartellamt (Pressemitteilung vom 01.09.04), <http://www.kabeldeutschland.de/unternehmen/presse/pressemitteilungen.php?id=32>

Kabel Deutschland GmbH (2004): Kabel Deutschland betont Bereitschaft zur Investition von 1,8 Mrd. Euro, um Bedenken des Kartellamtes zu begegnen (Pressemitteilung vom 08.09.04), <http://www.kabeldeutschland.de/unternehmen/presse/pressemitteilungen.php?id=34>

Kabel Deutschland GmbH (2004): Kabel Deutschland zieht Anträge auf Zusammenschlüsse der Kabelnetzbetreiber zurück (Pressemitteilung vom 22.09.04), <http://www.kabeldeutschland.de/unternehmen/presse/pressemitteilungen.php?id=36>

ish (2004): ish: Kein Verkauf an die KDG (Pressemitteilung vom 22.09.04), http://www.ish.de/presse/archiv/2004/22_09_2004.html

Kabel Baden-Württemberg (2004): Nach dem Aus für die Fusion mit der KDG: Kabel BW setzt den Modernisierungskurs in Baden-Württemberg fort, <http://www.kabelbw.de/index.php?id=3282&psid=68030977e2658ba35595c34f4c070d49>

4.3 Finanzielle Entwicklung des Pay-TV in Frankreich

Der Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) hat am 21. Oktober 2004 seinen jährlichen Bericht über die Entwicklung der entgeltlichen TV-Angebote vorgelegt, die im französischen Kabel sowie über Satellit verbreitet werden. Auf Grund umfassender Auskunftspflicht und Anzeigepflichten der Sender verfügt der CSA als Regulierungsinstanz im Rundfunk über weitreichendes

Zahlenmaterial zur Geschäftsentwicklung in diesem Bereich. Der Abo-Sender Canal Plus, der terrestrisch übertragen wird, ist nicht Gegenstand der Untersuchung. Der CSA stellt fest, dass die Zahl der französischen Haushalte, die auf ein entgeltliches Programm-Bouquet über Kabel oder Satellit abonniert sind, im Vergleich zum Vorjahr um 8 % (auf 5,9 Mio.) ge-

stiegen ist. Damit werden durch das Pay-TV über Kabel und Satellit derzeit 25 % der französischen Haushalte erreicht. Davon entfallen 3,5 Mio. Haushalte auf Satelliten-Bouquets (60 % der Pay-TV-Haushalte), der Rest auf das Kabel. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass Kabel und Satellit in Frankreich nur eine begrenzte technische Reichweite verfügen. Dies gilt sowohl für analoge als auch für digitale TV-Angebote. Rund zwei Drittel der Franzosen werden bislang nur über Hausantenne erreicht – also

über das analoge terrestrische Fernsehen. Deshalb wird die bevorstehende Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens weitreichende Konsequenzen für die französische Fernsehlandschaft haben. [PP]

CSA (2004): Les chaînes du câble et du satellite en 2003 : nette reprise de la croissance du chiffre d'affaires, progression lente des abonnés, La Lettre du CSA n° 177, Oktober 2004, http://www.csa.fr/actualite/dossiers/dossiers_detail.php?id=19355

4.4 EU-Kommission genehmigt britisch-irisches Gemeinschaftsunternehmen

In Großbritannien und Irland wird in der Zukunft ein Joint Venture der Filmstudios Disney und Columbia Pictures (Eigentümer ist der Sony-Konzern) und des britischen Unternehmens ON Demand Group als neuer Anbieter bei der Verbreitung von audiovisuellen Inhalten auf den Markt kommen. Die Kommission sieht durch das neue Angebot die Chance, die dominante Stellung von BSkyB auf den beiden nationalen Märkten zu mildern und den Wettbewerb zum

Vorteil der Konsumenten zu fördern und hat vor diesem Hintergrund eine Genehmigung für das Unternehmen ausgesprochen. [H3r]

Kommission der Europäischen Union (2004): Commission clears video-on-demand JV between Walt Disney and Columbia Pictures in the United Kingdom and Ireland, Pressemitteilung IP/04/1354, 11.11.2004, <http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/04/1354&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

4.5 Erster Jahresbericht des Ofcom vorgestellt

Im September veröffentlichte das Office of Communications (Ofcom) seinen Jahresbericht, der einen Überblick über die Aktivitäten der neuen Regulierungsbehörde in den ersten Monaten ihrer Existenz gibt. Der Bericht beschreibt unter anderem auch den Übergang von der auf fünf Stellen verteilten Regulierung auf eine zentrale Institution und thematisiert in diesem Zusammenhang auch die Finanzierung der Behörde; auf einen Vergleich der Unterhaltungskosten mit den Vorgängerinstitutionen wird verzichtet.

Ein wesentlicher Bestandteil des Jahresberichts sind neben Informationen zu den Finan-

zen und ihrer Verwendung und dem Überblick über die Tätigkeiten in den Sektoren Rundfunk und Telekommunikation, die Darstellung des strategischen Kontextes und der Einbettung in den Politikprozess, der z.B. den Übergang zum digitalen Rundfunk betrifft. [H3r]

Office of Communications (2004): Ofcom publishes Annual Report and Accounts for 2003-04 (press release, 16.09.04), http://www.ofcom.org.uk/media_office/latest_news/20040916_nr

Office of Communications (2004): Ofcom Annual Report 2003-04, http://www.ofcom.org.uk/about_ofcom/reports_plans/annrep20034/annrepinpdf/full.pdf

4.6 Ofcom erläutert Vorhaben zur Förderung der Medienkompetenz

Im November 2004 veröffentlichte das Office for Communications (Ofcom) eine Stellungnahme zum Ziel der Förderung von Media Literacy. Unter diesem Begriff wird die Fähigkeit zum Zugang, zum Verständnis und zur Gestaltung von Kommunikation in einer Vielzahl von (Medien-)Kontexten verstanden. Die Aktivität-

ten von Ofcom bei der Förderung von Media Literacy durch die Kooperation mit Institutionen und den Aufbau eines eigenen Forschungsprogramms zu diesem Thema. Alle diese Aktivitäten werden von Ofcom auch im Zusammenhang mit der Förderung des digitalen Fernsehens gesehen. So lädt Ofcom in dieser Stellungnahme

interessierte Akteure dazu ein, sich in Kooperation mit der Behörde intensiv mit dem Thema der Auswirkungen der Kennzeichnung von Programmen auf die Fernsehnutzung in Haushalten mit digitalem Fernsehen zu beschäftigen. [H3r]

Office of Communications (2004): Ofcom's Strategy and Priorities for the Promotion of Media Literacy - A statement, http://www.ofcom.org.uk/consumer_guides/Media_literacy/ml_statement/strat_prior_statement.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 Zeitschriften

AfP – Zeitschrift für Medien- und Kommunikationsrecht

Jg. 35 (2004) Nr. 5

Gounalakis, Georgios (2004): Medienkonzentrationskontrolle versus allgemeines Kartellrecht. – S. 394-397.

„Je mehr die künftige Entwicklung der Medien den Eigengesetzlichkeiten des ökonomischen Wettbewerbs anvertraut und auf zusätzliche publizistische Regelungen zur Sicherung von Meinungsvielfalt verzichtet wird, desto wichtiger ist es, wettbewerbsbeschränkenden Tendenzen entgegenzuwirken. [...] Infolge technischer Entwicklungen, insbesondere der Überwindung der Frequenzknappheit, bleibt zwar an sich mehr Raum für mehr und vielfältigere Medien-Angebote und Vermarktungsmöglichkeiten. Gleichwohl sorgt die Konvergenz der Medien, die dazu führt, dass Rundfunk, Mediendienste, Teledienste und die ihrer Verbreitung dienenden Telekommunikationsdienstleistungen sich einander annähern und teilweise miteinander verschmelzen, nicht für eine größere Zahl von Wettbewerbern, sondern im Gegenteil schon im Vorfeld zu einer massiven Konzentration der privaten Anbieter.“

Broadcasting & Cable

Vol. 134 (2004) Nr. 33

Dickson, Glen (2004): Digital transmission: confusion amid the conversion. – S. 26-27.

Comm/Ent – Hastings Communications and Entertainment Law Journal

Vol. 25 (2003) Nr. 3-4

Crawford, Susan P. (2003): The biology of the broadcast flag. – S. 603-652.

„The Motion Picture Association of America (MPAA) and its content affiliates would like all consumer electronics and information technology companies to innovate ‚according to the rules‘. The arguments made by the MPAA and its content colleagues in support of national (and, eventually, global) control over the functionality of devices that manipulate content are fundamentally troubling for the future of innovation and the future of law itself. But the content

industry has hit on a very important way of thinking about law. We should pay attention to the evolutionary ecosystem of the law as the background medium in which innovation occurs, business models evolve, and social factions grow and prosper. This article argues that preserving the flexibility and evolutionary richness of the code/law background medium (‚code / law‘ should be our aim. We need to avoid both codes and laws that unduly freeze innovation, so that code / law can continue to evolve. Competitive digital rights management (DRM) systems – private ordering – are a better solution in this context than harmonized code /law.“

Cable & Satellite Europe

Is. 241 (2004) Nr. 9

Fry, Andy (2004): Ethnic channels – Minority report. – S. 42-46.

„The availability of digital capacity has led to a proliferation in the number of channels targeting ethnic minority audiences across Europe, and platform operators increasingly see ethnic channels as a key part of their digital offerings.“

Thomson, Stuart (2004): VOD systems – Supply and demand. – S. 48-55.

„After years of uncertainty about the economic viability of video-on-demand, network operators in Europe are now moving forward with plans for commercial services. Yetwhile technological advances are helping to build the case for VOD, marketing content remains problematic.“

Is. 242 (2004) Nr. 10

Marsh, Sarah (2004): MHP – Interactive impasse. – S. 10-15.

„The mandate of MHP may have been deferred by the European Commission but the question of how to achieve interoperability remains as hot a subject as ever, as does the future of MHP. Can EC initiatives, grass roots support and new specifications of the standard help save MHP as it battles against zapper boxes and consumers apathy?“

Levy, Sasha (2004): Digital Israel. – S. 28-32.

„With cable, DTH and telecom operators competing for over nearly two million homes, Israel’s broadband and pay-TV market is hotly

contested. But attempts to consolidate have faced apparently insurmountable regulatory and financial hurdles.“

EBU Technical Review

Nr. 300 (October 2004)

Wood, David (2004): High Definition for Europe – a progressive approach. – 11. S. *Online-Ressource: http://www.ebu.ch/trev_300-wood.pdf*
 „This article gives the background to recent discussions in the EBU about High-Definition Television (HDTV). The work described here was largely undertaken by EBU Project Group B/TQE (Television Quality Evolution) whose current membership is given in Appendix 1. The balance of evidence suggests that the public interest will best be served by using a progressively-scanned delivery channel. Evidence about which progressive format would be optimum for the EBU environment has also been gathered, and is discussed.“

Morello, Alberto; Mignone, Vittoria (2004): DVB-S2 – ready for lift off. – 10 S. *Online-Ressource: http://www.ebu.ch/trev_300-morello.pdf*
 „DVB-S2 is the second-generation specification for satellite broadcasting – developed by the DVB (Digital Video Broadcasting) Project in 2003. It benefits from more recent developments in channel coding (LDPC codes) combined with a variety of modulation formats (QPSK, 8PSK, 16APSK and 32APSK). When used for interactive applications, such as Internet navigation, it may implement Adaptive Coding & Modulation (ACM), thus optimizing the transmission parameters for each individual user, dependant on path conditions. Backwards-compatible modes are available, allowing existing DVB-S set-top-boxes to continue working during any transitional period.
 This article, based on a presentation given at IBC-2004, gives a variety of examples of DVB-S2 – focusing on television applications including broadcasting, contribution TV links and DSNG, and DTT signal distribution to transmitters – which illustrate the advantages of the new system over DVB-S and, indeed, DVB-DSNG.“

Werner, Oliver; Riedel, Alfred; Wirts, Stefan (2004): Switchover - the German approach. – 10 S. *Online-Ressource: http://www.ebu.ch/trev_300-werner.pdf*
 „The analogue-to-digital transition in the delivery of TV programmes to the home is a major challenge. Many requirements have to be met. Germany provides an interesting case study as the approaches taken for satellite, terrestrial and cable delivery differ significantly.
 In this article, after a brief review of TV coverage in Germany, the analogue-to-digital transi-

tion is detailed for the three distribution platforms – including issues on picture quality, HDTV and interactive programming based on MHP.“

De Jong, Frans (2004): Access Services for digital television. – 13 S. *Online-Ressource: http://www.ebu.ch/trev_300-de_jong.pdf*
 „The number of disabled people in the European Union is growing. Currently 10% of the population is estimated to have a disability [1], including a large number of people with sensory disabilities. By the year 2020, it is estimated that 25% of the inhabitants will be over 60 [2], with the largest increase in the 75+ age band, where disability is most prevalent. This article outlines the choices available to broadcasters when starting access services over digital television platforms.“

epd medien

(2004) Nr. 72

Tittel, Silke (2004): Eine politische Pleite – Die Einführung von HDTV in Amerika. – S. 3-6.

Media, Culture & Society

Vol. 26 (2004) Nr. 6

Bustamente, Enrique (2004): Cultural industries in the Digital Age: some provisional conclusions. – S. 803-820.
 „This study is based on the analysis of the seven main sectors – both in terms of political importance and social influence – of contemporary culture and communication. It addresses the following: books, disks, cinema, the press, radio, television and the video games industry. The work addresses three main cross-cutting problematics that are considered to be crucial: intellectual property rights; the strategies of transnational multimedia groups; and the development of communication and cultural policies and their evolution in both the analogue and digital worlds.“

M – Menschen Machen Medien

Jg. 53/54 (2004/05) Nr. 12/1

Donat, Werner (2004): Lottokönig und Wiederschaj – Digitalisierung im Fernsehen: Veränderte Arbeitsteilung und Berufsbilder. – S. 22-23.

„Seit etwa fünfzehn Jahren hat die Digitalisierung [der Produktionstechnik] auch im Fernsehen Einzug gehalten. Sorge sie zunächst nur für fliegende Bilder, führt sie heute zu einer Veränderung von Arbeitsteilung und Berufsbildern. Fragen nach Programmqualität und Arbeitsplätzen müssen erlaubt sein.“

ProMedia

Jg. 8 (2004) Nr. 10

Mordue, Alison (2004): „Die deutsche Fernsehindustrie denkt noch analog“: Über die Chancen digitaler TV-Märkte in Deutschland. – S. 25-26.

Jg. 8 (2004) Nr. 11

Wagner, Christoph (2004): Wie geht es jetzt auf dem deutschen Kabelmarkt weiter? Zur gescheiterten NE 3 Konsolidierung im Kabel. – S. 41-43.

Tolley's Communications Law

Vol. 9 (2004) Nr. 5

Arnot, Helen (2004): Being regulated – Creative programming or nanny state? – S. 158-163.
„The UK media industry is diverse and non-homogeneous. The Carlton / Granada merger created a largely consolidated ITV better able to compete effectively as a third force alongside free-to-air BBC and the subscription channel, Sky. De-regulation in the form of relaxation of ownership rules enabled the merger, but the shift, from a federal ITV of sovereign regional companies to a consolidated ITV owned 92 per

cent by the majority shareholder, throws up regulatory challenges in relation to those out-with the merged entity. That merger was the culmination of a series of acquisitions and saw the end of the federation of sovereign regional broadcasters. The UK industry has evolved. So too must regulation.“

Van Loon, Ad (2004): The end of the broadcasting era: What constitutes broadcasting and why does it need to be regulated? – S. 172-186.

Trends in Communication

Jg. 12 (2004) Nr. 2

Boyle, Raymond (2004): Mobile Communication and the Sports industry: the case of 3G. – S. 73-82.

„This article focuses on mobile communication and sports content and examines what the experiences of the interplay between sport and new media tell us about the emerging and developing relationship between sports content and mobile telephony. The research looks at the role that sports content has played in the evolution of third generation (3G) mobile handsets and questions its viability as ‚killer content‘.“

5.2 Buchveröffentlichungen

Ardissono, Liliana; Kobsa, Alfred; Maybury, Mark T. (Hrsg.) (2004): Don't have one? We'll set one up for you. Personalized Digital Television: targeting programs to individual viewers. – o.O.: Kluwer Academic Publishers / Springer. – 331 S. (Human-Computer Interaction Series; Bd. 6).

„TV viewers today are exposed to overwhelming amounts of information, and challenged by the plethora of interactive functionality provided by current set-top boxes. To ensure broad adoption of this technology by consumers, future Digital Television will have to take usability issues thoroughly into account. In particular serious attention must be paid to facilitate the selection of content on an individual basis, and to provide easy-to-use interfaces that satisfy viewers' interaction requirements. This volume collects selected research reports on the development of personalized services for Interactive TV. Drawing upon contributions from academia and industry in the US, Europe and Asia, this book represents a comprehensive picture of

leading edge research in personalized television.“

Gudera, Lydia (2004): Fernsehkabelnetze zwischen Wettbewerb und Regulierung. Die kartellrechtliche Beurteilung von Marktmacht beim Zugang zu Infrastrukturen, insbesondere zum Breitbandkabelnetz. – Baden-Baden: Nomos. – 205 S. (Law and Economics of International Telecommunication / Wirtschaftsrecht der internationalen Telekommunikation; Bd. 53).

Ledoux Book, Connie (2004): Digital Television: DTV and the consumer. – Oxford / Arnes: Blackwell Publishing Professional. – 286 S.

Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e.V. (VPRT) (Hrsg.) (2004): Basisfakten - Fernsehen 2003. Fakten - Daten - Informationen. – Berlin: Vistas. – 90 S.

„Die Publikation ‚Basisfakten - Fernsehen 2003‘ bietet eine kompakte Übersicht über die wichtigsten Kennziffern des privaten Fernsehens in Deutschland.“

5.3 Buch im Fokus: New Television, Old Politics

Galperin, Hernan (2004): New Television, Old Politics: the transition to digital TV in the United States and Britain. – Cambridge: Cambridge University Press. – 311 S.

Neuer Wein in alten Schläuchen? Die Digitalisierung des Fernsehgrundfunks komme nicht einfach einer evolutionären technischen Weiterentwicklung sondern vielmehr einer Revolution gleich, bilanziert Hernan Galperin – Assistenz-Professor an der Annenberg School for Communication in Kalifornien – gleich zu Beginn der Studie „New Television, Old Politics“. Anders als etwa bei der bloßen Umstellung von Schwarz-Weiß- auf Farb-Fernsehen beförderten und erforderten die technischen Neuerungen weltweit umfassende institutionelle, ökonomische, gesellschaftliche und politische Veränderungen im gesamten Fernsehsektor, ja im Gefüge der Informationsgesellschaft selbst. Doch wie tiefgreifend sind diese Veränderungen im Einzelfall wirklich?

Galperin zeichnet den Wandel für die USA und Großbritannien nach und legt dabei sein Augenmerk auf die politischen und ökonomischen Prozesse (vgl. ähnlich DocuWatch 2 / 2004, 5.3, S. 21).

Die Annahme, dass die technologischen Anforderungen und internationalen Verflechtungen im Rahmen der Digitalisierung, trotz unterschiedlicher nationaler politischer, rechtlicher und institutioneller Bedingungen im Rundfunk, letztlich zu einer Annäherung (convergence) der Rundfunksysteme führen müssten, bestätigt sich nach Ansicht von Galperin nicht. Der Digitalisierungsprozess verlaufe in den beiden Ländern in unterschiedlicher Weise und verstärke im Ergebnis gar die Unterschiede zwischen den Rundfunksystemen.

Der vergleichende Untersuchungsansatz erlaubt Galperin Aufschlüsse über den spezifischen Charakter der unterschiedlichen Ansätze des Wandlungsprozesses, sowie über die Frage,

warum bestimmte Länder die Umstellung ‚erfolgreicher‘ forcieren als andere. Galperin beschäftigt dabei nicht zuletzt die Frage, wie es möglich ist, dass die USA als „the world’s technology pacesetter has fallen behind Britain and other European nations in the digital TV race“ (S. 5). Galperins These ist, dass selbst markt-immanent verortete Strukturen, die die Einführung einer solch neuen Technologie begünstigen oder hemmen, untrennbar mit den politischen Leitlinien und regulativen Rahmenbedingungen eines Landes verbunden sind.

Trotz einer Diskussion über eine mögliche Deregulierung im Zuge der Digitalisierung würden die Regierungen weiterhin eine, allerdings modifizierte, nationale Schlüsselrolle bei der Ressourcenverteilung und der Marktrahmgebung inne behalten: „For better or worse, they still decide (or at least regulate at length) who can broadcast what, to whom, at what prices, and using which technology, particularly in the terrestrial [...] sector.“ (S. 6)

Den Vorwurf, dass sich dieser Zugriff angesichts der zunehmenden Internationalisierung bzw. Globalisierung des Rundfunk- bzw. Mediensektors eher negativ auf die Märkte auswirken müsse, teilt Galperin nicht. Trotz aller unterschiedlichen Prägungen hätten sich die Rundfunksysteme der Welt bislang auf die Herausforderungen der Digitalisierung einstellen und ihren spezifischen, gesellschaftspolitisch gewollten Charakter behalten können; ein Befund den Galperin begrüßt: „This should be good news for those engaged in efforts to democratize media access or protect arrangements aimed at securing the supply of public goods that media markets may undersupply (e.g., minority-oriented programming, political speech), for the future of television seems less wedded to the evolution of technology or global market forces than to politics, as usual.“ (S. 287) [CH]