



DocuWatch Digitales Fernsehen

Eine Sichtung ausgewählter Dokumente
und wissenschaftlicher Studien

2/2005

Themenheft:

Electronic Programme Guides (EPGs)

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

ISSN 1611-8677

Schutzgebühr: 10,00 EUR

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

Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg

Verlag

Heimhuder Str. 21

D-20148 Hamburg

Tel.: (+49 40) 450 217-12

Fax: (+49 40) 450 217-77

E-Mail: info@hans-bredow-institut.de

Zum DocuWatch

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

DocuWatch Digitales Fernsehen 2/2005: Redaktionsschluss 31. August 2005

Redaktion am Hans-Bredow-Institut: Hardy Dreier [H3r], Stephan Dreyer [SD], Uwe Hasebrink [Ha], Christoph Hilgert [CH], Arne Laudien [AL], Hermann-Dieter Schröder [Schr], Wolfgang Schulz [WS]

Gastautor: Dr. Philipp Plog (Buse Heberer Fromm Rechtsanwälte, Hamburg) [PP]

Rechercheunterstützung und Vorarbeiten: Andrea Burmester, Alexander Kunath, Felix Zimmermann

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

Inhalt

Vorbemerkung zum Themenheft	4
1 Electronic Programme Guides: Einführung und Definition.....	5
1.1 Kurze Begriffsbestimmung und Funktionsbeschreibung.....	5
1.2 Technischer Aufbau	5
2 Ökonomische Aspekte	10
2.1 Ökonomische Rahmenbedingungen auf dem Markt für EPGs	10
2.2 „Erscheinungsformen“ von EPGs	11
2.3 Leistungsmerkmale.....	13
2.4 Finanzierungsformen und Anbieterkonstellationen.....	14
3 Navigation aus Nutzerperspektive	17
3.1 Zur Nutzung von Programmführern	17
3.2 Programmzeitschriften	17
3.3 Videotext / Teletext	19
3.4 Basis-Navigatoren im digitalen Fernsehen	19
3.5 Elektronische Programmführer / Electronic Programme Guides (EPGs)	20
3.6 Nutzung und Bewertung von EPGs	21
4 Rechtliche Aspekte.....	23
4.1 Sicherung kommunikativer Chancengleichheit.....	23
4.2 Wettbewerbs- und patentrechtliche Fragen.....	28
4.3 Datenschutzrechtliche Fragen	28
4.4 Ausländische Modelle	29
5 Befunde und Perspektiven.....	34
6 Abkürzungen.....	37
7 Literaturverzeichnis.....	38

Vorbemerkung zum Themenheft

Die vorliegende Ausgabe des „DocuWatch Digitales Fernsehen“ unterscheidet sich in mehreren Aspekten von den üblichen Heften. Zum einen ist es thematisch auf Electronic Programme Guides (EPG) fokussiert. Zum anderen beschränkt es sich nicht, wie gewohnt, auf die Darstellung aktueller Studien. Viel mehr wird versucht, aus unterschiedlichen Perspektiven – Ökonomie, Nutzungsforschung und Recht – das Phänomen EPG durch Betrachtung der dazu vorliegenden wissenschaftlichen Analysen einzuordnen.

Es handelt sich dabei um einen hochspezifischen Ausschnitt des Mediensektors, so dass die Besonderheiten der Informationslage zu beachten sind. Es existieren bislang noch verhältnismäßig wenig wissenschaftliche Arbeiten über das hier behandelte Thema. Das gilt besonders für die Bereiche Ökonomie und Nutzungsforschung. Zwar gibt es etwa einige wenige Marktforschungsberichte; diese sind der wissenschaftlichen Diskussion aufgrund der erforderlichen

Entgelte letztlich nicht ohne weiteres zugänglich. Insofern ist weniger das Anliegen des vorliegenden Heftes, konkrete Marktdaten zur Verfügung zu stellen. Vielmehr nimmt es soweit wie möglich erste Einordnungen und Einschätzungen vor, zeigt Strukturbildungen auf und stellt die Ergebnisse für die unterschiedlichen Akteure in Politik, Wirtschaft und Wissenschaft zur Verfügung. Dabei werden auch Entwicklungsperspektiven aufgezeigt und auch – wiederum abweichend von der „normalen“ DocuWatch-Konzeption – kritische Anregungen, etwa im Hinblick auf den Rechtsrahmen, unterbreitet.

Das Themenheft beginnt mit einer kurzen Begriffsbestimmung von EPGs, schildert danach die ökonomische Perspektive und die Nutzungsperspektive, um dann auf rechtliche Aspekte einzugehen. Schließlich wird im Schlusskapitel eine kritische Bilanz gezogen.

Wolfgang Schulz

1 Electronic Programme Guides: Einführung und Definition

1.1 Kurze Begriffsbestimmung und Funktionsbeschreibung

Als Electronic Programme Guides (EPGs) werden im weitesten Sinne alle elektronischen Auswahlhilfen für Rundfunkprogramme bezeichnet.

Die Präsentation von Programminformationen erfolgt in unterschiedlichen technischen Varianten und ist in vielen Fällen nicht direkt an das Fernsehgerät gekoppelt. Es gibt z.B. von den Programmzeitschriften Programmführer im Internet, die Mobilfunknetzbetreiber bieten Dienste für Mobiltelefone und es gibt Offline-Angebote für PDAs und PCs wie „AvantGo“ (iAnywhere Solutions Inc.) oder „Clickfinder“ (Heinrich Bauer Verlag).

In der Vergangenheit gab es auch Versuche, im Rahmen der technischen Konvergenz Angebote aus einem Medium auf einen neuen Bildschirm zu holen, diese waren jedoch nicht erfolgreich.

Häufiger hingegen gibt es mittlerweile eine Verknüpfung unterschiedlicher Kommunikationsnetze für die Nutzung von EPGs. So lassen sich mit Hilfe des Mobiltelefons in einigen Fällen z.B. bei einer Kombination von EPG und Personal Video Recorder (PVR) Aufnahme-funktionen fernsteuern.

Viele dieser Angebote ermöglichen es dem Nutzer, unabhängig von Ort und Zeitpunkt Informationen über Programminhalte abzurufen und seine Nutzungs- oder Aufzeichnungszeiten zu planen. Neben den EPGs für Fernsehprogramme gibt es mittlerweile auch ähnliche Angebote für Hörfunkprogramme, die dem Zuhörer zusätzliche Informationen über das Programm bieten.¹

Inzwischen existieren auf dem Markt auch so genannte Interactive Programme Guides (IPGs), deren wesentliche interaktive Erweiterung in der Möglichkeit besteht, den Guide stärker als in der Vergangenheit zu individualisieren, so bieten diese Angebote z.B. mehr Möglichkeiten zur Voreinstellung von Programmpräferenzen.

Die Bedeutung elektronischer Auswahlhilfen bei der Suche nach interessanten Angeboten

wächst, je komplexer das Fernsehangebot wird. Die zunehmende Komplexität bezieht sich dabei auf zwei Ebenen: Einerseits erleben wir durch den Einsatz digitaler Übertragungstechnik eine Ausweitung des Programmangebotes, die Zahl der verfügbaren Kanäle wächst. Andererseits ermöglichen es die neuen technischen Features der Endgeräte in weitaus stärkerem Maße, das individuelle Programmangebot aktiv zu gestalten. Dies kann etwa durch zeitversetztes Fernsehen, durch die Orientierung an Inhalten konkreter Programme an Stelle von Kanälen etc. geschehen. Insofern ist die Entwicklung des digitalen Fernsehens von entscheidender Bedeutung für den Markt der EPGs. Das Publikum wird sich erst dann diesem neuen Instrument zur Steuerung der Programmauswahl zuwenden, wenn die bisherigen Informations- und Suchroutinen keine befriedigenden Ergebnisse mehr liefern.

Mit unterschiedlichen Disziplinen sind auch unterschiedliche Begriffsverwendungen verbunden. Dieses ist wenig überraschend, da etwa aus einer technischen Beobachtung andere Differenzierungen wichtig sind als etwa aus der Sicht rechtlicher Regulierung, bei der es primär um die Frage geht, welche Dienstleister Einfluss auf die freie individuelle und öffentliche Meinungsbildung haben. Die folgenden Kapitel übernehmen die Begrifflichkeiten der jeweils beobachteten Disziplin.

1.2 Technischer Aufbau

Empfangsgeräte für digitales Fernsehen egal ob als Set-Top-Box oder im Fernseher integriert sind kleine Computer. Die wesentlichen Komponenten dieser Rechner sind der Prozessor und zwei verschiedenen Varianten von Datenspeichern, aus einem Random Access Memory (RAM), der als Arbeitsspeicher zur Nutzung der gerade benötigten Programme erforderlich ist und aus einem Datenspeicher, auf dem die für die Steuerung des digitalen Fernsehens benötigte Software abgelegt werden kann.²

¹ Vgl. IRT 2005.

² Vgl. Ovum 2001, S. 22.

Diese Softwarekomponenten sind für die Leistungsfähigkeit des Systems verantwortlich, zu diesem Programmpaket können Basisnavigatoren, Conditional Access (CA) Systeme, Decoder und Electronic Programme Guides (EPGs) gehören.³

Die Unterscheidung zwischen Basisnavigatoren und EPGs ist in der Literatur nicht eindeutig, in einigen Fällen wird bereits der Basisnavigator als EPG bezeichnet, in anderen Fällen klar differenziert. Das Problem besteht darin, dass ein Basisnavigator EPG-Funktionen anbieten kann und umgekehrt ein EPG Navigatorfunktionen bieten kann, die Übergänge also fließend sind.⁴

Aus diesem Grund haben sich die an der Deutschen TV-Plattform Unterarbeitsgruppe

Systemmanagement der AG ME-MHP im September 2004 auf ein Grundlagenpapier geeinigt, in dem der EPG als eine der Grundfunktionen des Navigators definiert wird. Andere Grundfunktionen des Navigators in einem Empfangsgerät sind die Programmliste, die Anzeige von Datum und Uhrzeit, der Programmstatus, ein Timer, eine Applikationsleiste für zusätzliche Funktionen, Teletext, Radio und die Basisfunktionen.⁵

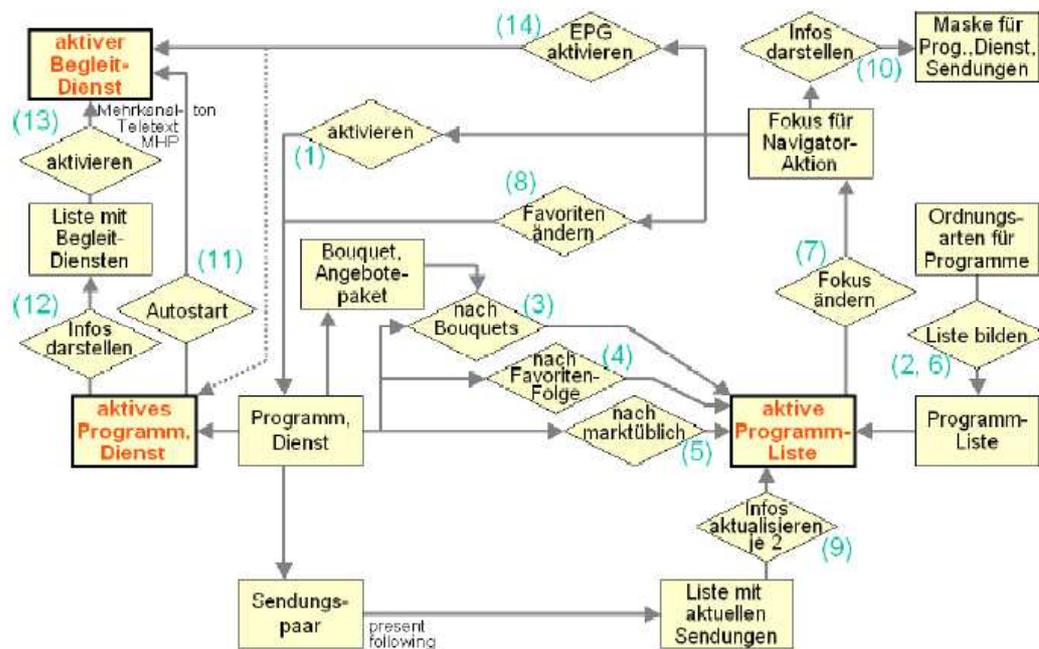
Die nachstehende Übersicht zeigt diese Basisfunktionen im Zusammenhang. Gestartet wird mit dem Navigator, der EPG wird als Dienst ausgewählt. Unter den möglichen Optionen bei der Steuerung des Empfangsgerätes kann allerdings auch für den EPG die Option Autostart aktiviert sein, so dass immer der EPG als Erstes auf dem Bildschirm erscheint:

³ Vgl. Europäische Audiovisuelle Informationsstelle 2004.

⁴ Vgl. AG ME-MHP 2004, S. 7

⁵ Vgl. ebd., S. 14.

Übersicht: Basisfunktionen



Legende:

Von der Arbeitsgruppe werden folgende Funktionen als „zwingend erforderlich“ eingeschätzt:

- (1) Aktivieren eines Programmes / Dienstes: Einem Programm / Dienst zugeordnetes Video und Audio werden dekodiert und für die Bildschirmwiedergabe, bzw. Aufzeichnung ausgegeben.
- (2) Liste bilden über Programme / Dienste: aus der Menge aller dem Navigator bekannter Programme / Dienste wird eine Liste auf der Basis einer vorgegebenen Ordnungsart gebildet; zu jedem Zeitpunkt gibt es eine gerade aktive Programmliste, die derart gebildet wurde.
- (3) Nach Bouquets Programmliste bilden: Ergebnis ist eine Liste über die Inhalte eines oder mehrerer Bouquets, wobei die Programme / Dienste eines Bouquets gebündelt und gegen andere Bouquets abgegrenzt dargestellt werden.
- (4) Nach Favoriten: Ergebnis ist eine Liste, deren Reihenfolge der Nutzer zu einem früheren Zeitpunkt programmiert hat.
- (5) Nach marktüblicher Programmreihenfolge: Ergebnis ist eine Liste, deren Reihenfolge der Navigatorhersteller per Voreinstellung und / oder Softwaresteuerung steuert (die Frage, wie der Navigatorhersteller zur Festlegung dieser Reihenfolge gelangt, bleibt hier unberührt).
- (6) Nach jedem Einschalten wird die aktive Programm- / Dienste-Liste nach der zuletzt genutzten Ordnungsart gebildet. Bei der ersten Nutzung des Gerätes ist das die Sortierung nach marktüblicher Programmreihenfolge.
- (7) Fokus ändern für Navigatoraktion aus der aktiven Programmliste: Per Darstellung und Tasteneingaben steuert und verfolgt der Nutzer ein Programm / Dienst, auf das er eine nachfolgende Navigatoraktion beziehen kann.
- (8) Favoriten ändern: Ein vom Nutzer gewähltes Programm / Dienst wird in seiner Favoritenliste positioniert.
- (9) Infos aktualisieren zur aktiven Programmliste: Im laufenden Betrieb veränderliche Informationen über die gerade aktuellen Sendungen werden paarweise jedem Programm / Dienst zugeordnet; der Navigator hält diese Informationen automatisch aktuell.
- (10) Infos darstellen mit Bezug auf den Fokus in der aktiven Programmliste: In einer oder mehreren miteinander verknüpften Bildschirmmasken werden dem zuvor vom Nutzer ausgewählten Programm / Dienst zugeordnete Informationen einschließlich Sendungsinformationen (present / following) dargestellt.

Funktionen mit MHP-Bezug:

- (11) Autostart eines Begleitdienstes (bei MHP): Per Steuerungsdaten (DVB-SI) mit einem Programm / Dienst verknüpfte Autostart-MHP-Applikation wird gestartet.
- (12) Infos darstellen über Begleitdienste: Per Steuerungsdaten (DVB-SI) mit einem Programm / Dienst verknüpfte MHP-Applikationen werden gelistet; Begleitdienste können auch Teletext und Mehrkanalton sein.
- (13) Aktivieren eines Begleitdienstes: Vom Nutzer ausgewählter Begleitdienst wird aktiviert.
- (14) EPG aktivieren zu einem Programm/Dienst: Sofern ein EPG per Steuerungsdaten (DVB-SI) zugeordnet ist, wird dieser als Begleitdienst gestartet; zugleich werden Video und Audio zum Programm / Dienst aktiviert, ohne weiteren Autostart eines ggf. vom EPG abweichenden Begleitdienstes.

Entnommen aus: Deutsche TV-Plattform Unterarbeitsgruppe Systemmanagement der AG ME-MHP (2004): Navigatoren für digitale Fernseh- und MHP-Empfänger: Grundlagenpapier aller Marktbeteiligten (20.9.04, V1.2), S. 17-18; vgl. ebd. auch S. 19-20 für „weitere“ bzw. „nützliche“ Funktionen, http://www.tv-plattform.de/download/MHP/MHP_Navigation%20V1-2.pdf

Die Software des Basisnavigators ist von Seiten des Anbieters in der Set-Top-Box installiert, es handelt sich hierbei in vielen Fällen also um Firmware, die sich in der Regel am Leistungsspektrum des betreffenden Gerätes orientiert. So haben reine Zapping-Boxen einen anderen Funktionsumfang als z.B. Personal Video Recorder (PVR). Mit dieser Software ist es möglich, auf der Grundlage der über DVB übertragenen Service-Informationen (SI) in einem Verzeichnis aus verfügbaren Programmen auszuwählen. Basisnavigatoren kommen in einer Reihe von so genannten Zapping-Boxen zum Einsatz, die um Empfang der frei verfügbaren Programme genutzt werden können.⁶ In einigen Fällen werden allerdings diese Basisnavigatoren durch vorinstallierte EPGs ersetzt.

Bei der Gestaltung des Basisnavigators kann z.B. die Positionierung der Programme bestimmt werden. Das Problem der in der Regel eingeschränkten Leistungsfähigkeit des Basisnavigators ist, dass einige Programme und Dienste möglicherweise aufgrund technischer Voreinstellungen nicht dargestellt werden. Im Gegensatz zum Basisnavigator, der bereits vorinstalliert ist, handelt es sich beim EPG in der Regel um ein Anwendungsprogramm, das auf der Anwenderprogrammierschnittstelle (API) des Empfangsgerätes ansetzt und von außen gesendet wird. EPGs sind separate Dienste, die von Programm- oder Diensteanbietern bestückt werden um das Publikum über die verfügbaren Inhalte informieren. Sie sind die Benutzeroberfläche mit deren Hilfe Zuschauer sich das Angebot des digitalen Fernsehens wesentlich umfangreicher erschließen können, als dies mit dem Basisnavigator der Fall ist. Zur Bedienung

⁶ Vgl. Beckert et al. 2005, S. 44f.

des EPG wird in der Regel die Fernbedienung des Fernsehgerätes oder der Set-Top-Box genutzt. Der EPG ist mit anderen Softwareelementen der Empfangsgeräte verknüpft. Dies betrifft in erster Linie die so genannte Middleware der Empfangsgeräte, auf deren Grundlage alle Prozesse im Empfangsgerät gesteuert werden. Während die fehlende Leistungsfähigkeit des Basisnavigators sich bei der Nutzung von Diensten und Inhalten bemerkbar macht, kann es in einigen Fällen vorkommen, dass ein EPG nicht alle Funktionen eines Endgerätes ansteuern und nutzen kann, etwa die verschiedenen Aufnahmeformate bei einem PVR oder die Nutzung von Dolby-Surround-Systemen.⁷

Middleware-Markt

Der Markt der Middleware-Anbieter ist durch ständig wechselnde Anbieterkonstellationen gekennzeichnet. Diese Anbietergruppe sorgt mit ihren Produkten für die technischen Rahmenbedingungen, nach denen sich die Gestalter von zusätzlichen Applikationen richten müssen und spielt damit eine zentrale Rolle bei der Entwicklung des Marktes.

Middleware und die damit verbundenen Programme für die Gestaltung von Applikationen sind z.B. aus Sicht der Industrie in Großbritannien ein zentrales Feld für Regulierung, da ohne einen freien Zugang zu diesen Ressourcen Unternehmen, die nicht mit dem Plattformanbieter verbunden sind, praktisch keine Chance haben, mit ihren Angeboten die Kunden dieses Providers zu erreichen (vgl. Abschnitt 4.4 in dieser Ausgabe).⁸ Die folgende Tabelle gibt eine Übersicht über die wichtigsten Anbieter von Middleware-Produkten:

OpenTV (USA)	OpenTV Core	www.opentv.com
Institut für Rundfunktechnik (D)	IRT Middleware	www.irt.de
NDS (USA)	NDS-Media-HighwayCore	www.nds.com
Microsoft TV (USA)	Microsoft TV (MSTV)	www.microsoft.com/tv
PowerTV (USA)	PowerTV	www.scientificatlanta.com/

⁷ Vgl. z.B. Dolby o. J.

⁸ Vgl. Ovum 2001, S. 22.

= Scientific Atlanta		
Alcatel (F)	Open Media Platform (OMP)	www.alcatel.com
IBM (USA)	IBM Middleware	www.ibm.com
Worldgate (USA)	Worldgate Middleware	www.wgate.com
Cabot Communications (GB)	AURORA Open-standards DVB	www.cabot.co.uk
Pace Micro Technology plc. (GB)	Pace „Open“ Middleware	www.pacemicro.com
Betavision (D)	Betanova	(wird nach Firmenauflösung nicht mehr aktualisiert)
Alticast (USA)	AltiCaptor	www.alticast.com
Espial (Kanada)	Espial Evo	www.espial.com
Liberate Technologies (USA)	Liberate Middleware	www.liberate.com/
Envivio (USA)	MPEG-4 IPTV	www.envivio.com
Broadstream Communications (USA)	StellarTV	www.broadstream.com
Orca Interactive (Israel)	RIGHTv IPTV	www.orcainteractive.com
Myrio Corp. (USA)	Myrio Middleware	www.myrio.com/
HDIC (China)	DTV MBT	–
Minerva Networks (USA)	Minerva Middleware	www.minervanetworks.com

Aufstellung gemäß eigener Recherchen

Eine weitere Softwarekomponente, die mit dem EPG verknüpft sein kann, ist Software zum Betrieb von Conditional Access-Systemen. Dies kann z.B. bedeuten, dass ein Zuschauer im jeweiligen Navigator tatsächlich nur die von ihm abonnierten Programme sieht. Die wichtigsten Anbieter von CA-Systemen sind Seca, NDS und Nagravision. Das zuletzt genannte Unternehmen aus der Schweiz schickt sich dabei derzeit an, eine führende Stellung in Europa zu übernehmen. Die verschiedenen CA-Systeme lassen

sich mit den unterschiedlichen Middleware-Varianten kombinieren.⁹

Das „Innenleben“ eines EPGs

Bei näherer Betrachtung ist ein EPG eine Benutzeroberfläche für eine Datenbank die in unterschiedlicher Tiefe Informationen über Fernsehprogramme und gegebenenfalls gespeicherte Inhalte anbietet.¹⁰ Die Daten gelangen in der Regel per Rundfunksignal in die Datenbank, können aber auch über alle anderen Distributionsnetze (auch Internet-basiert) übertragen werden. Die für die Datenübertragung genutzten Übertragungskapazitäten sind in der Regel gering, ein Update der Datenbank kann mehrere Stunden dauern und z.B. unbemerkt im Hintergrund des normalen Programmempfangs ablaufen. Die aktuellen Systeme sind für die meisten Funktionen nicht für eine direkte Interaktion mit irgendeinem Sender ausgelegt, lediglich Bezahl- und Bestellvorgänge werden tatsächlich interaktiv abgewickelt.

Der EPG hält also eine Reihe von Daten zur Verfügung, die bei Bedarf aus einem lokalen Speicher geladen werden. Durch die lokale Speicherung der Programme ist der Zuschauer unabhängig von den meisten Übertragungsproblemen. Bestandteil der Daten sind eine Reihe von Basisinformationen über die jeweiligen Sendungen, z.B. Titel, Beginn, Ende, Sendername, Genreangaben, Episodenlisten und Zusatzinformationen zum Programm. Umfang und Auswahl der zur Verfügung gestellten Informationen sind ein wesentlicher Bestandteil der unterschiedlichen Vermarktungskonzepte. Wichtig ist, dass die Informationen umfassend und rechtzeitig zur Verfügung stehen. Insbesondere im Hinblick auf Zeitangaben ist ein hohes Maß an Genauigkeit erforderlich, weil mit dieser Angabe z.B. Aufnahmevorgänge bei entsprechenden Endgeräten (hier PVR) gesteuert werden.

Voraussetzung für die Nutzung des EPGs ist die Bereitstellung der entsprechenden Programmdaten als DVB-Service Informationen. Diese Service Informationen (SI) müssen von

den Veranstaltern in entsprechender Qualität, also vollständig und aktuell, rechtzeitig angeboten werden, damit sie vom EPG dem Zuschauer zur Verfügung gestellt werden können. Dies ist in Europa im Rahmen des DVB-Standards der Fall, in den USA gibt es auf der Basis des ATSC-Systems den ATSC A/65-Standard.

Diese Standards legen fest, in welcher Form Programmanbieter die Informationen mit den Bildern versenden. Die dabei genutzten Protokolle PSIP (USA) und DVB sind nicht miteinander kompatibel. Zumindest in Europa und den USA gilt also ein einheitlicher Standard. Da die für die Übertragung der EPG-Daten genutzte Kapazität des Signals nur zwischen 0,5 und 3 Prozent beträgt, ist es theoretisch möglich, Informationen in beiden Standards parallel zu versenden, dies wird allerdings bisher nicht getan.

Neben diesen in den SI gelieferten Basisinformationen haben die Sender die Möglichkeit, zusätzliche Angaben zu den Programmen zu liefern, es können allerdings auch von anderen Anbietern weitere Informationen bezogen werden, die die SI ergänzen. Insbesondere die redaktionellen Inhalte und Ratinginformationen, über die Programmzeitschriftenverlage verfügen, sind in diesem Zusammenhang wertvoller Content.

Neben der Speicherung der Programminformationen lassen sich auch Präferenzen des Nutzers aufzeichnen, sowohl in aktiver als auch in passiver Form. Bei einer Speicherung von Nutzerpräferenzen in aktiver Form geschieht dies durch eine Interaktion des Zuschauers, der seine eigenen Programmpräferenzen einstellt und so der Software „beibringt“, neue Hierarchien aus bestimmten Informationen abzuleiten. Allerdings ist auch die Nutzung von so genannten kollaborativen Filtern für die Sammlung von Informationen über die Programmpräferenzen der Zuschauer möglich. So kann eine Möglichkeit zur Identifizierung, die in erster Linie z.B. aus Gründen des Jugendschutzes bei der Anmeldung am Gerät erfolgt, auch dazu genutzt werden, individuelle Nutzungsprofile zu entwickeln und auf dieser Grundlage Programmvorschläge anzubieten.

[WS / H3r / CH]

⁹ Vgl. Hardware and Software Standards 2000.

¹⁰ Vgl. McObject 2002.

2 Ökonomische Aspekte

2.1 Ökonomische Rahmenbedingungen auf dem Markt für EPGs

Die bisher auf dem deutschen Markt verfügbaren elektronischen Programmführer für digitales Fernsehen sind großen Teilen des Publikums bislang noch völlig unbekannt. Dies steht offenkundig im Zusammenhang mit dem nur langsam zunehmenden Wissensbestand hinsichtlich der Digitalisierung des Fernsehrundfunks insgesamt.

Die Auseinandersetzung über die Folgen einer Digitalisierung der Fernsehübertragung steht in Deutschland trotz der sich vollziehenden Umwandlung immer noch weitgehend am Anfang. In anderen nationalen Märkten ist die Entwicklung bereits wesentlich weiter vorangeschritten, etwa in den USA oder Großbritannien. Allerdings liegen nur sehr wenige öffentlich verfügbare Informationen über die Entwicklung auf diesen Märkten vor.

Der Markt für EPGs wird sich auch in Deutschland erst dann dynamisch entwickeln, wenn mit der Einführung des digitalen Fernsehens eine größere Nachfrage nach entsprechenden Diensten besteht.

Es existiert eine Vielzahl von Prognosen zur Entwicklung des Marktes für EPGs, die den Akteuren Wissen für strategische Entscheidungen liefern sollen. In der Regel werden solche Prognosen von privatwirtschaftlich organisierten Marktforschungsinstituten durchgeführt, die dieses Informationen zu Marktpreisen anbieten. Das Problem, welches sich aus dieser Entwicklung ergibt, liegt darin, dass nur ein eingeschränkter Kreis der Akteure über die dort vorgestellten Informationen verfügt.

Dies ist einerseits mit Blick auf den Wettbewerb zwischen neuen und existierenden Unternehmen ein Problem, da so die finanziellen Möglichkeiten der etablierten Unternehmen einen Informationsvorsprung festigen und den Marktzutritt für neue Unternehmen zusätzlich

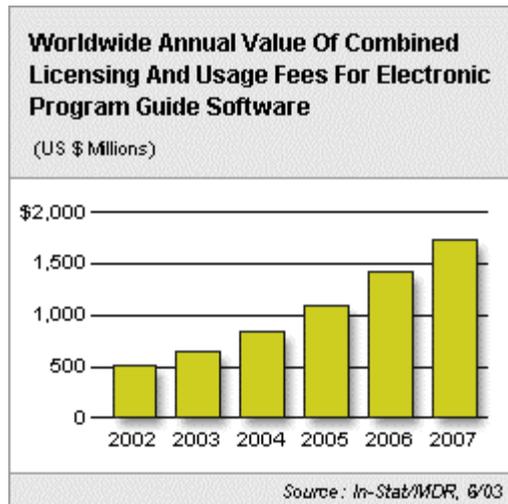
erschweren. Darüber hinaus bedeutet es aber auch, dass diese für die Entwicklung von Anbieterstrategien bedeutsamen Informationen praktisch keinen Eingang in die öffentliche Diskussion finden und so nicht ungefiltert zum Diskurs über die Entwicklung in diesem Bereich beitragen können.¹¹

Ein weiterer Mangel dieser Studien ist die in erster Linie ökonomisch ausgerichtete Fragestellung, gesellschaftlich relevante Fragen etwa nach der Realisierung von Jugendschutzregelungen, der erforderlichen Medienkompetenz für die Nutzung der entsprechenden Angebote und der möglichen Veränderung des Nutzungsverhaltens in unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen spielen in diesen Untersuchungen nur eine untergeordnete Rolle.

Die Studien beschäftigen sich in der Regel mit dem globalen Markt für EPGs und stellen fest, dass hier in den nächsten Jahren auf der Grundlage der Umsätze ein erhebliches Wachstum zu erwarten sein wird. In einer Studie von In-Stat / MDR aus dem Jahr 2003 gingen die Autoren davon aus, dass der Umsatz aufgrund der Lizenzeinnahmen für den Betrieb von EPGs in Set-Top-Boxen 2002 bei 85 Mio. digitalen Geräten 500 Mio. US-\$ betragen müsste und rechneten von dieser Grundlage ein Umsatzwachstum auf 1,7 Mrd. US-\$ hoch.¹²

¹¹ Exemplarisch sei hier auf drei Studien verwiesen, die nicht in die vorliegende Untersuchung einbezogen werden konnten: In-Stat Market Research (2003): *Electronic Program Guides: 'Navigating' Through A Changing Market*, Scottsdale, AZ u.a.; In-Stat Market Research (2004): *Interactive Program Guides (IPGs) – the "Killer App" for Enhanced TV*, Scottsdale, AZ u.a.; Datamonitor (2002): *The evolution of the EPG: Electronic program guide development in Europe and the US*, London u.a.

¹² In-Stat 2003; der Pressemitteilung wurde auch die Grafik entnommen.



Die optimistischen Erwartungen wurden enttäuscht, eine Studie desselben Unternehmens aus dem Jahr 2004 kommt zu dem Ergebnis, dass der Umsatz im Jahr 2008 995,9 Mio. US-\$ betragen wird. Dabei hat sich auch die Grundlage für die Berechnung stark verändert, so nehmen die Autoren für das Jahr 2003 nun Umsätze in Höhe von 206,8 Mio. US-\$ an. Insgesamt bedeuten auch diese Werte ein jährliches Wachstum von mehr als 35 Prozent.¹³

Die Gründe für diese Fehleinschätzung liegen unter anderem darin, dass die Prognosen davon ausgehen, dass mit EPGs in erster Linie durch die Lizenzierung an Anbieter von Hardware und die Betreiber von proprietären Kabelfernsehtzen Umsätze erzielt werden. Damit wirken sich Phasen des Stillstands in einigen Bereichen etwa durch Rechtsstreitigkeiten zwischen amerikanischen Akteuren oder die fehlende Dynamik in der Entwicklung des deutschen Kabelfernsehmarktes unter anderem durch das Kartellverfahren 2004 hemmend aus.

Aber auch Prognosen über die Verbreitung von Endgeräten, in diesem Fall vor allem die enttäuschten hohen Erwartungen an die Marktdurchdringung mit Personal Video Recordern wirken sich auf die Umsatzerwartungen aus, da in einem Teil dieser Geräte ein EPG fester Bestandteil ist.

Bei den meisten Analysen, die sich auf den amerikanischen Markt beziehen, besteht Einigkeit darüber, dass Gemstar, Microsoft und Tribune Media Services als die wichtigsten Player im amerikanischen EPG-Markt ihre Stellung mindestens mittelfristig gefestigt haben und

¹³ Vgl. Kerner 2004.

Anbieter wie Pioneer und Scientific Atlanta ebenso wie andere Anbieter in speziellen Nischen erfolgreich sein können.¹⁴ Dazu zählt z.B. die Ausstattung von Endgeräten wie PVRs mit speziellen Schnittfunktionen bei Pioneer.

Der europäische Markt für digitales Fernsehen wird von den Betreibern proprietärer Netzwerke bestimmt, die in der Regel eigene EPGs anbieten.¹⁵ Dabei handelt es sich im Gegensatz zu den USA oft um speziell für diese Anbieter entwickelte Angebote, während in den USA oft ein Lizenzprodukt unter dem Namen des Kabelanbieters verwendet wird, z.B. Gemstars TV-Guide. In entsprechenden Lizenzverträgen werden natürlich vor allem Fragen der Bezahlung geregelt, dies ist auch der Fall, wenn ein Endgerätehersteller einen entsprechenden EPG nutzen möchte.¹⁶

2.2 „Erscheinungsformen“ von EPGs

In Deutschland werden EPGs als Dienst von unterschiedlichen Akteuren am Markt angeboten. Dazu zählen zum einen die Netzbetreiber und die Programmanbieter, die das Angebot vor allem mit Blick auf die eigenen Interessen erstellen.

Im Fall der Netzanbieter kann der EPG technisch an das Empfangsgerät gebunden sein und spezielle Features bieten, etwa komfortable Bezahlungsmöglichkeiten für VoD oder Schnittstellen zu anderen Diensten des Netzbetreibers. Darüber hinaus gibt es eine Reihe von anderen Anbietern, die entweder auf der Grundlage der Vorgaben der Netzbetreiber EPGs bereit stellen oder netzunabhängige Dienste liefern. Zu dieser Gruppe gehören auch die Programmanbieter, die jeweils eigene Programminformationen mit speziellen Features als eigenen Dienst anbieten können. Eine solche Dienstleistung wäre mit dem derzeit im Videotext angebotenen Programmführer TEO von RTL2 vergleichbar, dieses Angebot gibt eine Übersicht über die Programme praktisch aller Fernsehsender.

Insbesondere Pay-TV-Anbieter wie Premiere bieten darüber hinaus den EPG für die Abonnenten in Abstimmung auf das jeweilige Pro-

¹⁴ Vgl. Stipp 2004, S. 370; Kerner 2004.

¹⁵ Vgl. Datamonitor 2002.

¹⁶ Vgl. Sample Business Contracts.

grammpaket, das der Zuschauer nutzt. Dabei ist der EPG ein proprietärer Dienst, der nur in Verbindung mit einer bestimmten technischen Umgebung funktioniert. Entweder wird die Funktion durch die in der Hardware vorinstallierte Software sichergestellt oder es ist eine Freigabe

mit Hilfe einer speziellen Karte erforderlich, auf der eine entsprechende Software verfügbar ist.

Die folgende von der Kommission zur Ermittlung von Konzentration im Medienbereich (KEK) erstellte Tabelle bietet einen Überblick über die in Deutschland zu findenden Varianten von EPGs:

Elektronische Programmführer gemäß KEK-Aufstellung „Technische und administrative Dienstleistungen für digitales Fernsehen und Pay-TV“ (2005)

Bezeichnung	Betreiber	Standard	Verbreitung	Empfangsgeräte	Bemerkungen
Navigatoren / EPGs zur Auswertung von Service-Informationen (SI)	Boxenhersteller	DVB	Mindestausstattung bei den Set-Top-Boxen für Satellit, Kabel und DVBT	DVB-Receiver	Standard auf allen DVB-Boxen: Darstellung ist stark von der jeweiligen Set-Top-Box abhängig. Zudem hängt die Darstellung vom Umfang der SI-Daten ab, die die Fernsehsender mit dem digitalen Datenstrom ausstrahlen. Insbesondere bei Satelliten-Set-Top-Boxen entscheidet der einzelne Hersteller darüber, welchen Navigator von welchem Anbieter er in seiner Box implementiert.
Beispiele					
Panasonic EPG	proprietär - Panasonic			für Festplattenreceiver (TU-HM S3) von Panasonic	Programmorschau, weiterführende Informationen
Siehferinfo - (SFI) EPG	proprietär - Technisat (Boxenhersteller)	TechniSat Home Plattform (THP); Advanced Techni-Sat Home Plattform (aTHP)	Satellit	Set-Top-Boxen von Technisat, Telestar und Orbitech, die alle auch für Premiere geeignet sind	programmübergreifender EPG auf Basis der SI-Daten, der über ASTRA ausgestrahlt wird. Läuft nur auf den Boxen von TechniSat, Telestar und Orbitech.
TV Server	proprietär - Fast	Fast	analoger Kabelempfang	digitaler Rekorder	für den analogen Kabelempfang, Daten über analoge Austastlücke, Fernprogrammierung über Internet möglich
Kabel Digital EPG	Kabel Deutschland	MicroHTML (gemeldet wird eine Änderung auf DVB-HTML, das mit MHP kompatibel sein soll)	Kabel	DC220KKD von Pace; Kabel-Set-Top-Box; für Premiere-Programme geeignet	EPG der KDG als Basisnavigator in der Set-Top-Boxen der KDG EPG im Kabelnetz der KDG; nur über Set-Top-Boxen mit MicroHTML empfangbar. MicroHTML ist ein Verfahren zur Darstellung interaktiver und multimedialer Anwendungen, das nicht auf dem DVB-Standard basiert. Die Set-Top-Box von Pace hat deshalb keine offene Schnittstelle (API).
Activy Media Center	Fujitsu	DVB & analoges Fernsehen	Kabel und DSL (Vision on TV, DTAG)		Basis EPG und EPG TV Programm Plus, Fernprogrammierung über Internet
ARD-Portal	ARD Digital	MHP	Satellit	MHP-Boxen für Satellitenempfang	nur für das ARD-Bouquet, Informationen über Sendungen der Programme der ARD
ZDF Digitext	ZDF	MHP	Satellit, DVBT	MHP-Boxen für Satelliten- und DVBT-Empfang	nur für das ZDF-Bouquet, Informationen über Sendungen der Programme im Digitalbouquet ZDF Vision
RTL TV Interaktiv	RTL	MHP	Satellit	MHP-Boxen für Satellitenempfang	nur für das RTL-Bouquet, Informationen über Sendungen der RTL-Programme
TV-Portal	ProSieben	MHP	Testbetrieb	k. A.	wird bislang nur zu Messen und für andere Präsentationszwecke aufgeschaltet
HörZu EPG (Axel Springer AG)	HörZu	MHP	Satellit	MHP-Boxen für Satellitenempfang	senderübergreifender Überblick, redaktionell aufbereiteter EPG auf MHP-Basis; wird im MHP-Standard über ASTRA ausgestrahlt
TV Movie EPG	TV Movie	MHP	noch nicht	k. A.	redaktionell aufbereiteter EPG, der jedoch

(Heinrich Bauer Verlag)			über Satellit, Kabel oder DVB-T verbreitet		noch nicht vertrieben wird
-------------------------	--	--	--	--	----------------------------

Stand: Februar 2005

Quellen: Digital Fernsehen

Entnommen aus: http://www.kek-online.de/Inhalte/technische_administrative_dienstleistungen.html

Neben den traditionellen Akteuren aus dem Medienbereich bieten auch Unternehmen aus der Softwarebranche und der Unterhaltungselektronik EPGs an. Dies erfolgt in der Regel als Bestandteil kompletter Softwareangebote. So ist ein Feature der meisten Media-Center-Softwarepakete etwa von Microsoft ein EPG, der als zusätzliche Option neben der Navigation im Fernsehprogramm auch die Verwaltung gespeicherter audiovisueller Informationen zulässt. Etwas weniger komplex sind in der Regel die von den Herstellern von PVRs angebotenen EPGs, die in vielen Fällen lizenzierte EPGs sind, die für das jeweilige Gerät modifiziert wurden. So nutzt z.B. die Firma Fast für ihren TV Server den Service von TVTV. Einen anderen Weg geht Pioneer, die einen eigenen EPG zum Betrieb auf ihren Endgeräten anbieten. Auch in diesen Fällen ist meist die Verwaltung von aufgezeichneten Programmen Bestandteil des EPGs.

2.3 Leistungsmerkmale

In der Regel umfasst die Darstellung auf dem Bildschirm eine Übersicht über die aktuell laufenden Programme, hinzu kann noch die Darstellung von auf einem Datenträger vorliegenden Sendungen kommen. Die Sortierung der Programme kann sich dabei je nach Voreinstellung nach Sendern, Inhalten, Uhrzeiten, Daten oder anderen Kategorien wie z.B. redaktionell vorgegebenen Ratings richten.

Ergänzend zu den konkret auf den Sendetermin bezogenen Informationen und zentralen Angaben zur betreffenden Sendung können auch weiterführende Informationen und Verknüpfungen angeboten werden. Dabei ähnelt die Steuerung der Darstellung in den meisten Fällen der Menüsteuerung für die Inhalte einer DVD.

In der Regel können die Nutzer eine Reihe persönlicher Einstellungen beim EPG vorneh-

men und ihn auf diese Art und Weise an ihre persönlichen Präferenzen anpassen. Dabei kann man auch Kanäle sperren oder bestimmte Programme vermeiden (z.B. solche mit Jugendschutzkennzeichnung).

Es ist auch möglich, die Reihenfolge der Kanäle für die Darstellung festzulegen, einzelne Programmtypen oder spezielle Sendungen aufzulisten zu lassen oder auch individualisierte Programmübersichten z.T. mit „Verarbeitungsbeehlen“ versehen zu erstellen. So kann man auf diesem Wege einfach festlegen, alle Folgen einer Serie komplett aufzuzeichnen.

EPGs können darüber hinaus zusätzliche Funktionen haben, etwa die Generierung persönlicher Programmprofile mit der Funktion, Programmvorschläge aufgrund der ermittelten persönlichen Nutzungspräferenzen zu machen.

Darüber hinaus lassen sich mit Hilfe des EPGs auch VoD-Filme auswählen. Eine solche Funktion beinhaltet in der Regel bereits die Abwicklung von Bezahlvorgängen, damit ist der Schritt zum umfassenden Teleshopping und Telebanking vollzogen. Auf der Basis der Software lässt sich auch eine Verknüpfung mit Onlineangeboten herstellen, wodurch eine Reihe weiterer Services wie Chatten und E-Mail verfügbar werden.

Die Anbieter von EPGs gehen bei der Gestaltung der technischen Optionen, die sich aus der Nutzung eines speziellen EPGs ergeben, davon aus, dass für große Teile des Publikums nur rund 20 Prozent der zur Verfügung stehenden Funktionen tatsächlich der Grund für die Nutzung des EPGs sind. Dieses Fünftel des Funktionsumfangs bedeutet 80 Prozent des Wertes für die Nutzer.¹⁷

Allerdings besteht auf Seiten der Anbieter große Unsicherheit in Bezug auf die Frage, welche der zur Verfügung gestellten Funktionen

¹⁷ International Marketing Reports Ltd 2002.

in welcher Zielgruppe zu diesen 20 Prozent gehören. Aus diesem Grund scheint sich der Funktionsumfang der EPGs kontinuierlich auszuweiten.

2.4 Finanzierungsformen und Anbieterkonstellationen

Der Blick auf den Markt für EPGs und die damit verknüpften Produkte ist extrem unübersichtlich. Bei den Anbieterkonstellationen lassen sich allerdings mittlerweile einige Konstellationen beobachten, die auf unterschiedlichen Märkten in ähnlicher Form vorliegen.

EPGs sind für die Akteure auf dem Fernsehmarkt aus unterschiedlichen Gründen von zentraler Bedeutung. In der Vergangenheit gab es eine Trennung der Anbieter in Programmveranstalter und Programminformationsanbieter. Diese Trennung scheint der Tradition des öffentlich-rechtlichen Fernsehens und der privatwirtschaftlich organisierten Presse zu folgen: In der Zeit des öffentlich-rechtlichen Monopols waren die umfassend über die Programminhalte informierten Programmzeitschriften die zentralen Akteure.

Private TV-Veranstalter und Pay-TV

Diese Situation änderte sich mit der Einführung des privaten Rundfunks, zum ersten Mal bekamen Unternehmen, die eine wichtige Rolle auf dem Programmzeitschriftenmarkt spielten die Möglichkeit, sich im Fernsehmarkt zu engagieren, eine Möglichkeit, die auch genutzt wurde. Bei einem weiteren Schritt der Entwicklung des Fernsehmarktes, der Einführung von Pay-TV, zeigten sich zum ersten Mal die Grenzen des bestehenden Systems, da die neue Angebotsvielfalt sich in den Zeitschriften immer unübersichtlicher darstellen lässt.

Die begrenzte Reichweite von Pay-TV rechtfertigte deshalb die prominente Positionierung in den Programmzeitschriften nicht, andererseits versuchte der Pay-TV-Sender Premiere durch hohe Marketingaufwendungen, das Publikum über seine Programminhalte zu informieren. Letztlich geht Premiere mittlerweile den Weg, die Programminformationen mit einer eigenen Zeitschrift in Kooperation mit dem Springer-Verlag zu verbreiten.

Das Interesse von Pay-TV-Veranstaltern ist es einerseits, einen Kanal zu potenziellen Kunden zu finden, um diese umfassend über das Angebot zu informieren und so Neukunden zu gewinnen, andererseits können auf diesem Wege auch bestehende Kundenbeziehungen gefestigt werden. Insofern nutzte Premiere in der Vergangenheit bereits intensiv den Onlineauftritt als Marketinginstrument um potenzielle Interessenten über das Programmangebot zu informieren.

Ähnliche Ziele wie Premiere verfolgen auch die Betreiber von Kabelnetzen, die mit dem EPG vor allem ein Marketinginstrument zur Information über ihre jeweiligen Angebote nutzen können. Diese beiden Typen von Anbietern verfolgen mit dem jeweiligen EPG also für ein bestimmtes Programmangebot spezifische Ziele, die nicht in erster Linie die Erwirtschaftung von Gewinn mit dem EPG z.B. durch die Platzierung von Werbung bedeuten. Insofern suchen solche Anbieter nach einer möglichst kostengünstigen Basis für das spezifische Produkt und bemühen sich, bei der Middleware und den CA-Systemen Lizenzprodukte anzubieten und für den eigentlichen Content möglichst kostengünstige Strukturen zu schaffen.

In beiden Fällen ist der EPG an die Empfangsgeräte gebunden und wird als Bestandteil von Angebotspaketen verbreitet. Diese Variante der Verbreitung ist zunächst ein großer Vorteil für die Betreiber der entsprechenden EPGs, da sie ohne Marketingaufwand Kunden erreichen. Gelingt es den Anbietern auf diesem Wege, eine Marke aufzubauen und diese Marke in den vom Zugangsanbieter unabhängigen Markt zu übertragen, so lassen sich möglicherweise in der Zukunft zusätzliche Erlöse zu den Lizenz-Einnahmen erzielen. Ein Problem, das sich bei der Übertragung der Offline-Marke in diesen Onlinebereich ergibt, sind die spezifischen Anforderungen an die Gestaltung des technischen Auftritts und der Präsentation, die bei der Differenzierung der Marke beachtet werden müssen. Bislang spielen andere Erlöse wie Werbung oder Kommissionen jedoch in Deutschland praktisch keine Rolle. Die Akzeptanz für Werbung in einer Navigationshilfe wird als gering eingeschätzt, insbesondere wenn es kostenlose werbefreie Alternativen gibt.

Für die genannten Anbieter von EPGs ist vor allem die Möglichkeit der Querfinanzierung der

EPGs aus anderen Geschäftsfeldern von zentraler Bedeutung.

In vielen Fällen werden die Kosten für den EPG des jeweiligen Anbieters nicht getrennt ausgewiesen und sind Bestandteil der als Paket abgerechneten Kosten für Kabelgebühren oder Programmpakete.

Programmzeitschriften-Verlage

Die zweite Gruppe von Akteuren, die auf dem Markt für EPGs sehr aktiv ist, sind die Verlage von Programmzeitschriften. Der Grund für das Engagement liegt darin, dass der EPG von der technischen Leistungsfähigkeit im digitalen Fernsehen den traditionellen Programmzeitschriften im Funktionsumfang weit überlegen sein wird. Dies ergibt sich schon aus den begrenzten Darstellungsmöglichkeiten von Programminformationen in gedruckter Form. Aus diesem Grund erwarten die Verlage, dass die EPGs zu einer Konkurrenz für ihr Kernprodukt werden könnten. Die hohe Akzeptanz von EPGs in den USA deutet das Potenzial bereits an, hier nutzen 40 Prozent der Haushalte EPGs.¹⁸ So ist der Springer-Verlag mit einem entsprechenden Angebot zur Hörzu aktiv und der Bauer-Verlag bemüht sich ebenfalls, eine neue Marke in diesem Bereich zu etablieren.

Bei der Realisation von EPGs durch Verlage gibt es unterschiedliche Varianten von Kooperationen mit technischen Dienstleistern, die entweder für den Aufbau und die Pflege der Oberfläche oder die Distribution zuständig sind. In vielen Fällen nutzen die Anbieter auch die Möglichkeit, bereits entwickelte Technik in Lizenz zu verwenden, um Kosten zu sparen. Die Stärke der Verlage auf dem Markt für digitale Programminformationen liegt in der ihnen zugerechneten Kompetenz bei der traditionellen Programminformation, die durch einen entsprechenden Umgang mit den zur Verfügung stehenden traditionellen Marken in ein neues Medium transferiert werden kann. Dabei ist es das Interesse der Verlage, im Einklang mit ihren traditionellen Zeitschriftenmarken möglichst umfassend über das verfügbare Programmangebot zu informieren und gegebenenfalls Elemente der traditionellen Angebote wie z.B. Programmkritiken, Filmtipps etc. in das neue Angebot zu

integrieren. Bei der Entwicklung der neuen Angebote verfolgen die Zeitschriftenverlage zwei unterschiedliche Ziele: Einerseits möchten sie die eigenen Leser behalten und versuchen deshalb, diese z.B. mit Kombi-Angeboten aus einem Zeitschriftenabonnement und Zusatzdiensten des EPGs zu halten, andererseits kann der EPG bei einer entsprechenden Ausrichtung auch den Weg zu neuen Zielgruppen bedeuten, damit die Bekanntheit der Marke steigern und die Zahl der Nutzer erhöhen.

Zum aktuellen Zeitpunkt der Entwicklung verfügen die Verlage von Programmzeitschriften durch die Nutzung bereits verfügbarer technischer Infrastrukturen und Inhalte über die Möglichkeit, kostengünstig entsprechende Angebote zu liefern. Die Grundlage des Betriebs eines EPGs ist eine adäquate Programmdatenbank über die diese Unternehmen verfügen. Damit haben die Verlage einen Vorteil beim Marktzugang, denn die Programmzeitschriftenverlage können ihre bereits für die Printtitel genutzten Informationen über einen weiteren Kanal zusätzlich verbreiten und so den Effekt der Economies of Scale nutzen.

Ähnliche Ziele wie die Zeitschriftenverlage haben auch die Anbieter von Rundfunkprogrammen, die nicht über Pay-TV finanziert werden. Bei einer steigenden Zahl von Kanälen und einer Finanzierung durch Werbung ist der EPG einerseits eine Möglichkeit zur Publikumsbindung, andererseits kann er auch zur Stärkung der eigenen Programmmarke eingesetzt werden. So lässt sich die Kompetenz für Sport oder Spielfilme auch auf den EPG übertragen.

In einer Situation, in der alle Programmanbieter Programminformationen liefern wird ein EPG mit Informationen zu nur einem Programm nicht ausreichen, um vom Publikum tatsächlich genutzt zu werden. Es werden sich vermutlich wie in den USA umfassende Programmübersichten durchsetzen, die möglicherweise für die einzelnen Kabelanbieter lizenzierte Angebote z.B. der Verlags-EPGs sind, die allerdings für den jeweiligen Akteur speziell aufbereitet oder gestaltet werden. Diese Entwicklung deutet sich bereits bei dem von der Programmzeitschrift HörZu vorgestellten Guide an, der vom Programmanbieter unabhängig vom zugelieferten redaktionellen Angebot modifiziert werden

¹⁸ Vgl. Stipp 2004, S. 571.

kann. Neben der Möglichkeit der Lizenzierung sind auch Kooperationsvarianten zwischen Verlagen und Programmanbietern denkbar, die insbesondere die multimedialen Aktivitäten der deutschen Programmzeitschriftenverlage ermöglichen könnten, dies ist für die mit dem Bertelsmann-Konzern verbundene RTL-Gruppe ebenso denkbar wie für die ProSieben/SAT.1-Gruppe und den Springer-Verlag.

Neben den genannten Akteuren, die in erster Linie aus dem Umfeld der Fernsehprogramme kommen gibt es mit den Herstellern der Empfangsgeräte und den technischen Dienstleistern zwei weitere Gruppen von Akteuren, die zumindest Teile von EPGs zur Verfügung stellen. Die Endgerätehersteller bemühen sich in vielen Fällen, durch Kooperations- und Lizenzverträge Softwarepakete von anderen Firmen für die jeweiligen Endgeräte in modifizierter Form zu erhalten. Zu den Softwarepaketen, die auf diesem Wege zum Bestandteil der Basisinstallation der Empfangsgeräte werden zählen neben Middleware und CA-Systemen auch EPGs.

Finanzierungsmodelle

Die aktuelle Marktsituation bringt es mit sich, dass die Möglichkeit, mit EPGs für digitales Fernsehen Erlöse auf dem Publikumsmarkt zu erzielen, praktisch nicht gegeben ist. Deshalb bemühen sich viele Anbieter nach besonders kostengünstigen Möglichkeiten des Marktzutritts zu suchen. Ein Indiz dafür sind die vielfältigen Kooperationen und die Nutzung von Lizenzen an Stelle von Eigenentwicklungen beim Marktzutritt.

Gelingt es einem Anbieter genug Publikum an seinen EPG zu binden, so können neben Werberlösen auch die Programminformationen selbst als vermarktbare Gut angesehen werden. Ähnlich wie dies heute bei den Suchmaschinen im Internet der Fall ist, sind Varianten der prominenten Positionierung gegen Entgelt denkbar. Daneben lassen sich mit EPGs auch Lizenzerlö-

se generieren, etwa wenn ein Kabelnetzbetreiber einen speziellen EPG für seine Kunden zur Verfügung stellen will oder eine Programmfamilie sich mit Hilfe eines speziellen Guides positionieren möchte.

Ist der EPG Bestandteil eines durch direkte Bezahlung, etwa Kabel- oder Pay-TV-Gebühren finanzierten Angebotes so entspricht dies einer direkten Finanzierung, da ein Teil der Entgelte für die Finanzierung genutzt werden kann. Darüber hinaus können EPGs natürlich auch über traditionelle Abonnements genutzt werden. In allen diesen Fällen ist eine reine Entgeltfinanzierung ebenso möglich wie eine Mischfinanzierung in Verbindung mit Werbung.

Da der EPG als Datenbank ausgelegt ist, lassen sich mit Hilfe des Guides auch Nutzungsläufe protokollieren, die entsprechend in einer Datenbank abgelegt werden können. Solche Informationen können einerseits verwendet werden, um dem Zuschauer ein seinen Präferenzen entsprechendes Angebot zu machen. Dies könnte z.B. geschehen, indem besonders beliebte Programmformen hervorgehoben werden. Andererseits lassen sich die auf diese Weise gesammelten Daten auch nutzen, um etwa für Marketing-Strategien von Unternehmen interessante Informationen zu generieren. Eine kommerzielle Auswertung der gesammelten Datenbestände ist eine weitere Option zur Refinanzierung eines EPGs (zu den rechtlichen Grenzen s.u. 4.3).

Die Dynamik der Entwicklung von EPGs wird mit der wachsenden Verbreitung des digitalen Fernsehens weiter zunehmen, allerdings ist zu erwarten, dass diese Orientierungsangebote nicht von neuen Akteuren am Markt präsentiert werden. Es zeichnet sich ab, dass es vor allem etablierte Akteure sein werden, die ihre bisherigen Geschäftsfelder in diesen Bereich ausweiten werden.

[H3r]

3 Navigation aus Nutzerperspektive

3.1 Zur Nutzung von Programmführern

Wie so oft bei technisch dominierten Innovationen ist derzeit kaum absehbar, was das künftige Fernsehen auf inhaltlicher und formaler Ebene tatsächlich an Neuem bieten wird. Neu sind dagegen insbesondere die Fülle der Angebote und ihre zunehmende Verfügbarkeit auch unabhängig von Zeit und Raum, die sich durch die erweiterten Übertragungsmöglichkeiten und die verschiedenen Zusatzgeräte ergeben, um die das eigentliche Fernsehgerät erweitert wird. Die Navigatoren und elektronischen Programmführer spielen vor diesem Hintergrund für die Nutzer eine wesentliche Rolle.

Zum jetzigen Zeitpunkt stellt sich für eine Bestandsaufnahme zu den genannten Fragen das Problem, dass bisher kaum (veröffentlichte) empirische Forschung vorliegt.

Der frühen Phase im Diffusionsprozess entsprechend konzentrieren sich thematisch einschlägige Untersuchungen weit überwiegend auf Fragen des Designs und der Funktionalität von elektronischen Programmführern, es geht um Usability-Forschung.¹⁹

Um dennoch Anhaltspunkte für erwartbare Veränderungen zu gewinnen, die sich im Zusammenhang mit elektronischen Navigations- und Programminformationssystemen ergeben werden, soll in den folgenden Abschnitten zunächst rekapituliert werden, wie sich die Zuschauer bisher über das verfügbare Programm informieren; auf dieser Grundlage lässt sich dann diskutieren, wie die neuen Nutzungsoptionen aus der Nutzerperspektive wahr- und angenommen werden.

3.2 Programmzeitschriften

Als zeitgebundenes Programmmedium war das Fernsehen von Beginn an darauf angewiesen, dem potenziellen Publikum sein Programm vorab bekannt zu machen, damit dieses sich entscheiden kann, ob es fernsehen möchte bzw.

¹⁹ Exemplarisch und für weitere Literatur zu diesem Aspekt sei hier verwiesen auf Chorianopoulos 2005, Chorianopoulos / Spinellis 2004, Ardissono / Kobsa / Maybury 2004.

welche der angebotenen Sendungen es sich ansehen möchte. Im Sinne eines Theater- oder Kino-Plakats müssen die Veranstalter bekannt machen, „was heute gegeben wird“. Das Fernsehen selbst hat dazu in seiner Geschichte viele Formen entwickelt, von denen viele, etwa die Programmansagerin – die entsprechende Rolle wurde meist von Frauen übernommen – mittlerweile kaum noch eine Rolle spielen.

In den letzten Jahren haben insbesondere Trailer, also kurze Filme, die der Ankündigung von Sendungen dienen, Konjunktur gehabt. Als entscheidendes Medium zur Programminformation hat sich aber die so genannte Programmzeitschrift entwickelt.²⁰

Zwischen dem Fernsehen und den Programmzeitschriften hat sich über die Jahre eine bemerkenswerte Liaison herausgebildet. Seit 2000 schwanken die von der „Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern“ (IVW) quartalsweise veröffentlichten verkauften Auflagen pro Erscheinungsintervall zwischen 17,7 und 20,5 Mio.²¹ Bis auf das Jahr 2001 gingen die Verkaufszahlen im Vergleich zu 2000 deutlich zurück, im Jahr 2005 weist der Trend wieder leicht nach oben.

Die Programmzeitschriften gehören zu den auflagenstärksten Zeitschriftentiteln in Deutschland überhaupt. In dieser Hinsicht stellt Deutschland im internationalen Vergleich allerdings eine Besonderheit dar: Nirgendwo sonst werden so viele Programmzeitschriften verkauft.

Untersuchungen zufolge stellen Programmzeitschriften die wichtigste Informationsquelle für die Programmauswahl der Fernsehzuschauer dar,²² was für einen hohen Orientierungsbedarf der Zuschauer spricht.

²⁰ Auf die Programmübersichten in den ebenfalls weit verbreiteten „Supplements“, die als kostenlose Beilagen zu Zeitungen oder auch Zeitschriften vertrieben werden, sowie den Tageszeitungen soll an dieser Stelle nicht näher eingegangen werden, da sich daraus für die hier zu behandelnde Thematik kein wesentlich neuer Aspekt ergibt.

²¹ IVW, zitiert nach „Medien aktuell“, Jahrgänge 2000 bis 2005.

²² Vgl. etwa Axel-Springer-Verlag 1995.

Auch wenn sich der Markt erheblich ausdifferenziert hat, sind den Programmzeitschriften einige Merkmale gemeinsam. Kernbestandteil aller Zeitschriften ist eine Programmübersicht, in der pro Tag für jeden Kanal in zeitlicher Reihenfolge die angebotenen Sendungen aufgeführt sind. Fernsehen stellt sich danach aus der Perspektive der Leser als ein Bündel parallel laufender Kanäle dar. Kanäle sind das entscheidende Ordnungsprinzip für die Darstellung. Dies ist deshalb zu betonen, da dies durchaus nicht notwendig der Fall sein muss.

Der amerikanische „TV Guide“ etwa listet alle Sendungen eines Tages unabhängig vom Kanal schlicht nach ihrer Anfangszeit auf; der Name des Kanals wird natürlich auch genannt, hat damit aber lediglich den Status einer zum Auffinden der betreffenden Sendung notwendigen Information und steht nicht für das entscheidende Strukturierungsprinzip des Angebots, wie es die deutschen Zeitschriften bisher nahe legen.

Das deutsche Prinzip stützt die Ausrichtung der Fernsehnutzung an Kanälen, dürfte also die Bedeutung der Kanäle bei der Programmauswahl erhöhen. Eine gewisse Auflockerung dieses Prinzips besteht seit einigen Jahren darin, dass die Zeitschriften nach Programmparten sortierte Vorschauen liefern, anhand derer die Zuschauer von vornherein gezielt nach Informations-, Kinder- oder anderen Sendungen suchen können.

Die Programmübersichten dieser Art reagieren auf das Bedürfnis der Zuschauer zu erfahren, was angeboten wird. Über diese schlichte Informations- bzw. Bekanntmachungsfunktion hinaus haben die Zeitschriften in den letzten zehn Jahren verschiedene Instrumente entwickelt, die auf eine gezielte Orientierungs- und Empfehlungsfunktion hinauslaufen. Dazu gehören Vorschauen auf die „Highlights der Woche“, Tages-Tipps, explizite Bewertungen und Empfehlungen von Spielfilmen sowie ausführlichere Informationen zu einzelnen Sendungen. Damit werden die Leser nicht nur mit dem verfügbaren Angebot bekannt gemacht, sondern die Redaktionen versuchen gezielt, ihren Lesern Ratschläge zu geben; die Zeitschriften bieten damit eigenständige redaktionelle Leistungen, die den potenziellen Zuschauern erleichtern

sollen, aus dem Angebot das für sie vermutlich Attraktivste herauszufinden.²³

Es ist offensichtlich, dass diese Empfehlungen nicht objektivierbar sind, sondern sich allenfalls auf grobe kulturelle Standards – etwa den Kanon der großen Filme der Filmgeschichte, wie er sich in entsprechenden Handbüchern niederschlägt – oder auf milieuspezifische Geschmacksurteile stützen können. Mit der Einführung der Empfehlungen ging entsprechend auch eine weitere Ausdifferenzierung der Zielgruppen einher: Nicht Allen wird das gleiche empfohlen.

Die vereinzelt Studien darüber, wie Zuschauer die Programmzeitschriften in ihre Fernsehnutzung einbeziehen, weisen neben dem stabilen Befund, dass diese Zeitschriften die wichtigste Informationsquelle für die Fernsehnutzung darstellen, darauf hin, dass im Hinblick auf das Zusammenspiel zwischen Fernsehen und Programmzeitschrift unterschiedliche Nutzertypen zu erkennen sind: Eine bestimmte Form der Fernsehnutzung ist mit spezifischen Motiven zur Nutzung von Programminformationen verbunden.²⁴

Die ConMedia-Studien von Burda Medien ergaben folgende Nutzungsmuster:

1. Fernsehen als Dauerbegleiter und Strukturgeber der Alltags: Die Programmzeitschrift hat keine besondere Funktion bei der Vorauswahl, sondern dient der Einstimmung auf das Fernsehen, die Unterhaltungsfunktion dominiert, teilweise erfüllt sie sogar Ersatzfunktionen für das Fernsehen.
2. TV-Nutzung als Medien-Navigation: Die Zeitschrift hat die Funktion des Parallelmediums zur Unterstützung der Kontrolle und Selbstbestimmung über die TV-Nutzung und soll möglichst selbst keine klare Vorauswahl treffen.
3. TV als Entspannungstherapie: Die Zeitschrift unterstützt die gezielte Programmauswahl, dient der gezielten Orientierung, Gliederung und Vorauswahl zum „Abtauchen in eine alltagsferne TV-Welt“, auch der redaktionelle Mantelteil der Zeitschrift ist wichtig.
4. TV als geplante Erlebniskultur / Interessenseher: Die Zeitschrift dient als Suchhilfe zur

²³ Vgl. Bube 1998.

²⁴ Burda Medien 1993, Burda Medien 1994.

umfassenden Orientierung mit umfassenden Hintergrundinformationen und seriöser Aufmachung.

5. TV-Nutzung nur in begründeten Ausnahmefällen: Programmzeitschriften werden kaum genutzt.

Befunde dieser Art führen vor Augen, dass auch die neuen Optionen für die Programminformationen auf unterschiedliche Verwendungszusammenhänge stoßen werden und dass nicht davon auszugehen ist, dass bei allen Zuschauern gleiche oder auch nur ähnliche Erwartungen gegenüber solchen Dienstleistungen bestehen.

3.3 Videotext / Teletext

Aktuelle Informationen über die meisten Programme sind auch seit Jahren dem Videotext zu entnehmen, der heute meist dem internationalen Sprachgebrauch entsprechend Teletext genannt wird. 2004 konnten 91,21 Prozent der deutschen Fernsehhaushalte diesen Fernseh Zusatzdienst empfangen.²⁵ Teletext bietet gegenüber den Programmzeitschriften den Vorteil, dass auf Programmänderungen reagiert werden kann, dass die Informationen jederzeit individuell abrufbar sind und keine zusätzlichen Kosten verursachen. Nachteile bestehen bisher darin, dass das Blättern in den Teletextseiten gewöhnungsbedürftig und durch langsame Zugriffsgeschwindigkeiten sowie die fehlende Möglichkeit, Suchkriterien einzugeben, oft zeitintensiv ist.

Trotz dieser Nachteile verzeichnete der Teletext in den letzten Jahren doch leicht steigende Reichweiten; 2004 nutzten pro Tag 21,6 Prozent der ab 14-Jährigen mindestens einmal ein Teletext-Angebot.²⁶

Auch wenn sich die meisten Sender im Hinblick auf die Programminformationen darauf beschränken, eine Übersicht des eigenen Angebots anzubieten, also eine kanalübergreifende Suche nicht möglich ist, wurden diese Hinweise einer Untersuchung von 2000 zufolge von immerhin rund 40 Prozent der Videotextnutzer häufig oder gelegentlich abgerufen, sie gehörten

damit zu den am häufigsten genutzten Videotextseiten.²⁷

3.4 Basis-Navigatoren im digitalen Fernsehen

Anknüpfend an die obigen Überlegungen zur strukturierenden Wirkung, die die Art von Programmübersichten auch für das Nutzungsverhalten haben kann, kann bereits die Existenz von Basisnavigatoren²⁸ zu Veränderungen in der Wahrnehmung des Programmangebots und damit im Suchverhalten und letztlich in der Nutzung führen. Denn schon solch ein einfacher Navigator schafft eine neue Logik.

Bisher ist das Einschalten des Fernsehers bei den meisten Geräten unmittelbar mit dem Eintreten in ein laufendes Programm verbunden, in das man sich jeweils hineinschaltet. „Stehende Angebote“ sind im Fernsehen bisher ungewohnt – jedenfalls seit kaum noch ein Programm eine Sendepause mit einem damit verbundenen Pausenzeichen enthält. Gegenüber der bisherigen Grundhaltung („In welchen Strom springe ich?“) ist der Einstieg über einen Basisnavigator verbunden mit der expliziten Frage nach einer vorab zu treffenden Auswahlentscheidung.

Wer früher „automatisch“ in ein laufendes Programm geriet (je nach Gerätetyp der erste Kanal oder der zuletzt eingeschaltete oder der beim Aufheben des Stand-by-Zustands bereits gezielt ausgewählte), sieht sich künftig mit einem Menü konfrontiert, das die Frage stellt: „was hätten Sie denn gern?“ Das Gleiche wiederholt sich, sobald eine erneute Auswahlentscheidung ansteht.

Es scheint plausibel, dass dieses Innehalten und die explizite Konfrontation mit einem Auswahlmenü die Wahrnehmung des Fernsehens und seiner Angebote verändern wird. Zum einen

²⁷ Die „häufig/gelegentlich“-Nennungen der Teletextnutzer ab 14 Jahren im Einzelnen: Fernsehprogrammorschau 43,0 Prozent, aktuell laufendes Programm 39,4 Prozent, Zusatzinfo zu Sendungen 31,9 Prozent. Vgl. ARD-Projektgruppe Teletext 2001, S. 59.

²⁸ Die im folgenden behandelten Basisnavigatoren und elektronischen Programmführer sind nicht zwangsläufig auf digitales Fernsehen beschränkt; es ist aber davon auszugehen, dass sie im analogen Fernsehen keine allzu große Bedeutung mehr bekommen werden.

²⁵ Vgl. Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland 2004.

²⁶ Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland 2004.

wird den Zuschauern klarer bewusst, dass überhaupt eine Wahl getroffen wird. Zum anderen führt das Menü stets vor Augen, welche Optionen es gibt und dass auch nach verschiedenen Suchkriterien gesucht werden kann (Kanäle, Genres, Zeiten etc.).

Zusammen genommen dürfte dies die Rolle, die einzelne Kanäle bisher bei der Programmauswahl gehabt haben, aushöhlen. Die kognitive Vereinfachungsstrategie, die Suche nach einem geeigneten Programm nur auf ein beschränktes Repertoire an Kanälen zu konzentrieren, verliert an Relevanz, wenn von vornherein die Option besteht, sich nur die gerade anlaufenden Spielfilme oder politischen Magazine anzeigen zu lassen.

Diese Perspektive kann hypothetisch zugespitzt werden: Theoretisch und auch praktisch-technisch vorstellbar wäre es, dass am Ende jeder gesehenen Sendung das Gerät automatisch zum Basisnavigator zurückschaltet, damit der Zuschauer dort entscheiden kann, welche Sendung er danach sehen möchte. Das würde aus der Zuschauerperspektive eine sehr radikale Abkehr vom Kanalkonzept darstellen – „Vererbungseffekte“ in der alten Form könnten nicht mehr auftreten – und zugleich auch das Ende von Scharnier-Werbung bedeuten. Derzeit liegen aber keine Hinweise auf die Realisierung einer solchen Option vor.

3.5 Elektronische Programmführer / Electronic Programme Guides (EPGs)

Gegenüber den Basis Navigatoren handelt es sich hier um technisch deutlich anspruchsvollere und redaktionell gestaltete Programmführer, die mit verschiedenen Zusatzinformationen und Softwareanwendungen versehen sein können. Hier ist wiederum zu unterscheiden zwischen programmgebundenen EPGs einzelner Veranstalter, die den Zuschauern insbesondere das jeweils eigene Programm bzw. Programmbouquet erschließen wollen, und unabhängigen EPGs von Dritten, die den Zuschauern programmübergreifend spezifische Dienstleistungen anbieten.

Das Spektrum der möglichen Funktionen, die solche EPGs erfüllen können, ist derzeit noch kaum absehbar. Interessant ist eine in das digita-

le Bouquet der ARD integrierte „Lesezeichen“-Funktion,²⁹ die geschaffen wurde, um den Redaktionen eine Möglichkeit zu geben, die Zuschauer auf andere interessante Sendungen hinzuweisen, die mit dem Thema der laufenden Sendung zu tun haben. Mit Hilfe von Stichwörtern zu einzelnen Sendungen und Beiträgen, die im Datenstrom mit übertragen werden, werden die verschiedenen öffentlich-rechtlichen Programme untereinander vernetzt. Wenn die Set-Top-Box bei einer laufenden Sendung ein „Lesezeichen“ erkennt, wird ein entsprechendes Logo auf dem Bildschirm angezeigt, das die Zuschauer darauf hinweist, dass es zu diesem Thema weitere Angebote gibt. Diese können dann bei Interesse ausgewählt und vorgemerkt werden, worauf dann eine Zeiteinrichtung zum gegebenen Zeitpunkt an die vorgemerkten Sendungen erinnert. Es können außerdem aus einem vorgegebenen Katalog bestimmte Stichwörter ausgewählt und gespeichert werden; das Gerät weist dann jeweils automatisch auf alle aktuellen Sendungen mit diesem Stichwort hin.

Damit ist ein wesentlicher Schritt in einen Funktionsbereich getan, der bisher überwiegend im Online-Bereich Bedeutung gewonnen hat, ein Schritt hin zu Push-Diensten. Damit sind technische Dienstleistungen gemeint, die nach entsprechender Bestellung oder Programmierung durch die Zuschauer diese „von sich aus“ auf die gewünschten Angebote aufmerksam machen. Nach diesem Verfahren funktionieren auch einige Online-EPGs, welche den Nutzern nach einem vorher einzugebenden Interessenprofil Vorschläge für passende Sendungen machen, ohne dass es jeweils eines Abrufs der Information durch den Nutzer („Pull-Service“) bedarf. Mit diesen Diensten wird also nicht nur eine Datenbasis für die individuelle Suche bereitgestellt, sondern der Dienst übernimmt auch die Suche selbst.

Funktionen dieser Art versetzen die Zuschauer in die Lage, zwischen verschiedenen Nutzungsmodi zu wählen: Von der rein rezeptiven Nutzung mehr oder weniger gewohnheitsmäßig bestimmter Sendungen zur menügesteuerten Suche nach attraktiven Sendungen, von dem

²⁹ Vgl. Institut für Rundfunktechnik GmbH: Electronic Program Guide und Lesezeichen. www.irt.de/IRT/publikationen/presse/irt40/lesezeichen.htm

Verfolgen eines Lesezeichens, das in einer laufenden Sendung zu einem persönlich interessierenden Thema gesetzt wurde, um dort vertiefende Informationen zu erhalten, bis zur Bestellung eines Push-Service, der systematisch und kontinuierlich auf bestimmte interessierende Themen hinweist.

Eine andere viel diskutierte, wenn auch noch nicht überzeugend umgesetzte Option für EPGs sind lernfähige Systeme, die nicht mehr vom Nutzer programmiert werden müssen, sondern anhand seiner konkreten Auswahlentscheidungen ein Modell seiner Vorlieben und Interessen entwickeln und ständig weiterentwickeln, auf dessen Grundlage sie dann dem Nutzer ihre Vorschläge machen. Solche Systeme sind individuell umsetzbar; für die Anbieter scheint aber auch eine Variante attraktiv, bei der die Systeme das Auswahlverhalten bestimmter Zielgruppen auswerten („kollaborative Filter“) und den Mitgliedern der Zielgruppe dann auf einer breiteren Basis ihre Vorschläge machen können.

Alle diese Optionen wecken die Phantasie im Hinblick auf den künftigen Umgang der Zuschauer mit dem Fernsehen – und rufen oft auch spontanen Widerspruch hervor: Wollen denn die Zuschauer eine so ausgefeilte Infrastruktur? Möchten sie nicht einfach fernsehen, so wie sie bisher auch ferngesehen haben? Da hier noch nicht auf empirische Daten zurückgegriffen werden kann, muss begründet spekuliert werden: Der durchaus plausible Hinweis, dass Fernsehzuschauer auch weiterhin einfach fernsehen wollen – fernsehen im Sinne der mehr oder weniger aufmerksamen Rezeption synchroner Programmangebote – schließt nicht aus, dass zumindest viele Zuschauer zumindest ab und zu ein ganz spezifisches Interesse entwickeln, bei dem ihnen ausgefeilte Suchsysteme gute Dienste erweisen können. Für Letzteres spricht die Annahme, dass sich die meisten Zuschauer künftig auch an die Logik der Benutzeroberflächen im Bereich der computervermittelten Kommunikation gewöhnen werden und es womöglich geradezu als störendes Defizit ansehen würden, wenn ihnen das Fernsehen keine adäquaten Suchsysteme zur Verfügung stellen würde.

Auf der anderen Seite bringt die Auseinandersetzung mit den modernen Optionen auch wieder die spezifischen „Qualitäten“ des Fernse-

hens zum Vorschein. Dazu gehört etwa die Möglichkeit, sich von dem von einer Redaktion komponierten Programm überraschen und treiben zu lassen oder im Bewusstsein der parallel laufenden Kanäle hin und her zu wechseln zwischen der Vielfalt der Bilder und Formate oder aber sich auf den Beginn einer Lieblingsserie zu freuen.

Entscheidend ist wohl die Einsicht aus der Zuschauerforschung, dass auch heute schon ein und dieselbe Person mit dem Fernsehen ganz Unterschiedliches anstellt, das Medium zu ganz unterschiedlichen Zwecken gebraucht. Insofern stehen die genannten Optionen, die Qualitäten des „alten“ Fernsehens und die neuen Dienstleistungen zur Programmauswahl auch nicht in einem grundsätzlichen Widerspruch zueinander. Dies spricht für technische Lösungen, die eine Kombination beider Logiken, das „Laufen-Lassen“ und das Aktiv-Auswählen, ermöglichen.

Neben diesen Hinweisen auf die von Situation zu Situation durchaus unterschiedlichen Interessen einzelner Zuschauer ist an dieser Stelle auch noch an die stabilen Unterschiede zwischen verschiedenen Zuschauergruppen zu erinnern, wie sie oben im Hinblick auf den Umgang mit Programmzeitschriften skizziert wurden. Es wird bei der Entwicklung der neuen Systeme darauf ankommen, dass sie hinreichend flexibel sind, um auch unterschiedlichen Ausgangsinteressen genügen zu können – insbesondere bedarf es einer Möglichkeit, sie ohne großen Aufwand nicht zu nutzen.

3.6 Nutzung und Bewertung von EPGs

Über die Nutzung von EPGs in Deutschland sind empirische Daten bisher nicht publiziert. Nach dem Digitalisierungsbericht 2005 der ALM hatten im Juli 2005 insgesamt 25,7 Prozent der Fernsehhaushalte in Deutschland Zugang zu digitalem Fernsehen; sie sind die potentiellen Nutzer von EPGs.³⁰ Aufgeteilt nach den

³⁰ Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (2005), S. 59f. Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) nennt mit 19,5 Prozent zum 1.8.05 noch einen deutlich geringeren Digitalisierungsgrad, vgl. AGF (2005): Entwicklung des Digitalisierungsgrades (Stand 1.8.2005), <http://www.agf.de/daten/zuschauermarkt/digitaltv/>

Empfangsebenen nutzen 1,7 Mio. Haushalte digitales Fernsehen per Kabelanschluss, 5,7 Mio. Haushalte per Satellit und 1,5 Mio. per DVB-T; ein geringer Teil der Haushalte nutzt mehrere dieser Empfangsebenen für digitales Fernsehen. Von wie vielen dieser Haushalte tatsächlich EPGs genutzt werden, ist für den Digitalisierungsbericht offenbar nicht ermittelt worden.

In den USA, wo das Programmangebot vor allem für die digitalen Kabel- und Satellitennutzer eine sehr große Auswahl von bis zu 200 Kanälen umfasst, wird die Bedeutung von EPGs stark betont. Zwar liegen auch hier keine Zahlen über die tatsächliche Nutzung vor, aber gerade bei jungen Zuschauern, die mit Computern umgehen können, nimmt die Nutzung von Programmzeitschriften ab, und EPGs scheinen dies zu beschleunigen.³¹ Inzwischen gibt es EPGs „in über 40 Prozent der Haushalte, für viele Zuschauer haben sie schon die Programmzeitschriften als Informationsquelle über Programme und Sender abgelöst.“³²

In Österreich wurde im Rahmen der Begleitforschung zur Einführung von DVB-T in Graz auch nach dem Interesse an Programminhalten gefragt. Hier hat sich gezeigt, dass digitale Zusatzdienste eher nachrangig eingeschätzt wurden, und unter diesen Angeboten wiederum Programminformationen und sendungsbezogene Angebote nur relativ gering genutzt wurden.³³ Der besondere Bedarf nach EPGs als Orientierungshilfe war angesichts der noch immer recht geringen Programmauswahl anscheinend noch nicht gegeben.

EPG in Gruppendiskussionen zum digitalen Fernsehen in Österreich

Teilnehmer am DVB-Feldversuch Graz	
Testgebiet Graz, Gruppe 1	Keine Unterscheidung zwischen interaktiven Diensten, digitalem Datentext, Portalen der Sender und EPG Einzelne Teilnehmer von EPG begeistert, andere sehen darin kaum Mehrwert Kritik an Wartezeiten und Bedienbarkeit des EPG
Testgebiet Graz, Gruppe 2	Nur einzelne technisch versierte Diskussteilnehmer unterschieden zwischen

³¹ Stipp 2003, S. 474.

³² Stipp 2004, S. 571.

³³ Vgl. RTR-GmbH 2004, S. 79ff.

	interaktiven Diensten, Datentext, Portalen der Sender und EPG EPG hat für die meisten Teilnehmer der Gruppe kaum einen Mehrwert gegenüber Programmzeitschrift oder Teletext
Mögliche Nutzergruppen außerhalb des Versuchsgebietes	
Jugendliche in Kleinstadt	EPG stößt auf breites Interesse, gilt als „cool“ Nutzerspezifisches Profil gilt als vorteilhaft
Technisch Interessierte	EPG wird als Erleichterung zum Überblick über das gerade laufende Programm angesehen Vorteil des EPG gegenüber Programminformationen aus dem Internet wird in Frage gestellt
Ländlich geprägte Gemeinde	EPG wird sehr positiv aufgenommen, insbesondere zum Programmüberblick nach eigenen Präferenzen bei stark erweitertem Programmangebot
Sozial Benachteiligte	EPG werden vor allem von den jüngeren Teilnehmern positiv gesehen; ältere Teilnehmer erwarten von Fernsehzeitschrift besseren Überblick
Senioren	Eine Programmauswahl mit EPG erscheint fast allen Probanden als zu aufwändig
Zusammengestellt nach Paus-Hasebrink 2005	

In einer weiteren Studie im Auftrag der RTR zur Implementierung von DVB-T wurde in Gruppendiskussionen mit tatsächlichen und möglichen Nutzern digitalen Fernsehens auch EPG zum Thema gemacht.³⁴ Wie die voranstehende Übersicht deutlich macht, werden die Möglichkeiten von EPGs in den Gruppendiskussionen – mit Ausnahme der Senioren – zwar durchaus positiv bewertet. Bei den tatsächlichen Teilnehmern am Feldversuch ist die Bewertung überwiegend zurückhaltend, und es wird der Vorteil gegenüber Teletext oder Fernsehzeitschrift in Frage gestellt. Dies mag damit zusammenhängen, dass die tatsächliche Programmauswahl beim DVB-T-Feldversuch nur geringfügig angestiegen ist, so dass für die meisten Teilnehmer die bisherige Programminformation noch hinreichend war.

[Ha / Schr]

³⁴ Vgl. zum folgenden Paus-Hasebrink 2005.

4 Rechtliche Aspekte

EPGs werden nicht vollständig durch eine Regelungsmaterie umfasst, sondern tangieren viele Rechtsbereiche, schon weil sie hybride Dienste darstellen, also sowohl zur Ansteuerung von Rundfunkprogrammen dienen, als auch selbst Inhalte präsentieren. Die folgende Darstellung ist fokussiert auf die medienrechtlichen Sonderregeln in Deutschland, benennt aber auch andere einschlägige Rechtsmaterien, die die Regulationsstruktur prägen. Schließlich folgt ein kurzer Ausblick auf die Regulierung in Großbritannien und Frankreich.

4.1 Sicherung kommunikativer Chancengleichheit

Sowohl Gesetzgeber als auch die rechtswissenschaftliche Literatur haben relativ frühzeitig erkannt, dass Meta-Medien, die als Hilfsmittel für die Programmsteuerung des Nutzers zur Verfügung gestellt werden, eine erhebliche Bedeutung für die öffentliche Kommunikation erlangen können.

Mit dieser Bedeutung einher geht ein zumindest theoretisches Risiko der Vermachtung des Kommunikationsprozesses. Für das rundfunkrechtliche Denken ist dieser Schritt alles andere als trivial, denn Ausgangs- und Anknüpfungspunkt rundfunkrechtlicher Regulierung war und ist typischerweise der Rundfunkveranstalter.

Risiken kommunikativer Vermachtung können dadurch entstehen, dass vom Rundfunkrecht als besonders wirkmächtig angesehene Medien im Rundfunk einem oder wenigen „ausgeliefert“ werden.³⁵ Die Ausdifferenzierung des Kommunikationsprozesses im Zeichen der „Konvergenz“ zwingt nun dazu, auch andere Akteure in die Überlegungen mit einzubeziehen, denen vermittelte Meinungsmacht zukommen kann.³⁶

Im folgenden Abschnitt soll sich dieser Problemstellungen aus medienrechtlicher Sicht genähert und der derzeitige Rechtsrahmen für EPG-Anbieter skizziert werden. Zu berücksichtigen ist dabei stets, dass das deutsche Medienrecht durch verfassungsrechtliche Vorgaben

stark und auch zum Teil durch Europarecht vorgeprägt wird.

4.1.1 Verfassungs- und Europarecht

Die angestellten Überlegungen zur Sicherung von kommunikativer Chancengleichheit schlagen sich in der verfassungsrechtlichen Einordnung nieder. Soweit ersichtlich, werden Programm navigatoren wegen ihrer potenziellen Bedeutung für die Aufmerksamkeitssteuerung in Bezug auf Rundfunkprogramme in Vielkanalumgebungen dem Gewährleistungsauftrag des Gesetzgebers gemäß Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG zugeordnet, soweit ein derartiger Gewährleistungsauftrag mit dem Bundesverfassungsgericht angenommen wird.³⁷ Literatur und Gesetzgeber folgen dabei der technischen Entwicklung, so dass im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit zunächst der so genannte „Basisnavigator“ steht, der auf einer Set-Top-Box installiert ist und dem Nutzer die Steuerung des gesamten Systems ermöglicht. Die Frage, inwieweit auch andere Formen der Programmsteuerung, etwa vom Plattform- oder Programmanbieter unabhängige oder auch solche, über die nur Teile des Angebots zu erreichen sind, vom verfassungsrechtlichen Gewährleistungsauftrag umfasst sind und welche Folge dies hat, wird in der Literatur kaum erörtert. Vereinzelt gibt es Stimmen, die sich für eine Ausdehnung der rundfunkspezifischen Ausgestaltungsgesetzgebung auf die „neuen Akteure“ aussprechen, um die Gefahr einer einseitigen Vermachtung der Kommunikationsabläufe zu verhindern.³⁸

Bereits bei der verfassungsrechtlichen Analyse wird zwischen der Eigenschaft eines EPG als Content-Service, der eigene Inhalte zur Verfügung stellt (etwa die Programminformationen und zusätzliche Informationsangebote), und – soweit vorhanden – der Steuerungsfunktion des EPG unterschieden.³⁹ Im Hinblick auf Erstere gelten für die EPGs keine anderen verfassungsrechtlichen Voraussetzungen als für andere

³⁵ Vgl. BVerfGE 83, 238 (296).

³⁶ Vgl. Hoffmann-Riem 1995, S. 127 ff.

³⁷ Vgl. etwa Leopoldt 2002, S. 60 f. m.w.N., insbesondere in den Fn. 180 ff.; Niewöhner 2004, S. 159 m.w.N.

³⁸ Niewöhner 2004, S. 159; auch kurz angesprochen bei Degenhart (2005), in: Dolzer (Hrsg.), Rn. 742 a.

³⁹ Vgl. Leopoldt 2002, S. 73 ff.

Dienste auch; ob sie der Rundfunkfreiheit unterfallen und welche Folgerungen daraus zu ziehen sind, hängt von der immer noch umstrittenen Frage ab, wie der Rundfunkbegriff auf verfassungsrechtlicher Ebene zu fassen ist. Im Hinblick auf die Steuerungsfunktion ergibt sich die Ausgestaltungsbedürftigkeit durch den Gesetzgeber aus der Bedeutung für den traditionellen Rundfunk. Unter dieser Prämisse wird für die Steuerungsfunktion in der Literatur der Schluss gezogen, dass es sich um eine Pflichtaufgabe des Gesetzgebers handelt, die Einflussmöglichkeiten von EPG-Anbietern auf den chancengleichen Zugang von Rundfunkveranstaltern zum Rezipienten zu regulieren;⁴⁰ was allerdings keinesfalls ausschließt, dass die Konkretisierung der Voraussetzungen den Landesmedienanstalten überlassen bleiben kann oder sogar sollte, da es sich um einen Bereich handelt, der im Hinblick auf seine Wissensorganisation und die Veränderungsgeschwindigkeit nur begrenzt gesetzlich normiert werden kann.⁴¹ Die Folgerung, für Navigatoren müsse dafür wie für Rundfunk von Verfassungswegen eine Zulassungspflicht eingeführt werden, wird in der Literatur nur vereinzelt gezogen.⁴²

Auch europarechtlich ist anerkannt, dass es erforderlich sein kann, im Bereich der Programm navigatoren, Zugangsverpflichtungen aufzuerlegen. Art. 5 Abs. 1 b in Verbindung mit dem Anhang I Teil 2 b der Zugangsrichtlinie⁴³ ermöglicht es den nationalen Regulierungsbehörden, zur Gewährleistung des Zugangs der Endnutzer zu digitalen Rundfunk- und Fernsehdiensten Betreiber dazu zu verpflichten, den Zugang zu EPGs zu fairen, ausgewogenen und

⁴⁰ Vgl. Leopoldt 2002, S. 81; Niewöhner 2004, S. 85; Hoffmann-Riem 1995, 130.

⁴¹ Vgl. Vesting 2002, S. 437 ff.

⁴² Vgl. C. Wagner 1996, der zu dem Schluss kommt, dass nur durch ein Zulassungserfordernis der chancengleiche Zugang aller Veranstalter gewährleistet wird, S. 63. Gegen die verfassungsrechtliche Notwendigkeit eines Verbots mit Erlaubnisvorbehalt wendet sich Gersdorf 1998, der eine ex-post Kontrolle für hinreichend effektiv hält, S. 159.

⁴³ Richtlinie 2002/19/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7.3.2002 über den Zugang zu elektronischen Kommunikationsnetzen und zugehörigen Einrichtungen sowie deren Zusammenschaltung, Abl. EG Nr. L 108/7.

nicht-diskriminierenden Bedingungen einzuräumen.⁴⁴

4.1.2 Konzept des § 53 RStV

Wie schon an seiner Stellung im Regelungsgefüge des Rundfunkstaatsvertrages erkennbar wurde der § 53 RStV eher als Fremdkörper mit dem Dritten Rundfunkänderungsstaatsvertrag 1997 eingefügt. Damit wurden Anbieter von Basisnavigatoren verpflichtet, diese zu chancengleichen, angemessenen und nicht-diskriminierenden Bedingungen zur Verfügung zu stellen. Zudem waren sie verpflichtet, das System so auszugestalten, dass im ersten Nutzungsschritt auf Programme privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunks hingewiesen wurde; der Nutzer musste zudem die Möglichkeit erhalten, unmittelbar die Programme einzuschalten.

Mit dem 8. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wurde 2005 der § 53 vollständig neu gefasst. Der Grund für die vollständige Neuregelung ergibt sich aus den Gesetzesmaterialien nicht. In der Literatur wird die Vorschrift verfassungsrechtlich und gesetzestechnisch scharf kritisiert.⁴⁵

§ 53 RStV: Zugangsfreiheit

(1) Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen, die Rundfunk oder vergleichbare Telemedien verbreiten, haben zu gewährleisten, dass die eingesetzte Technik ein vielfältiges Angebot ermöglicht. Zur Sicherung der Meinungsvielfalt dürfen Anbieter von Rundfunk oder Telemedien weder unmittelbar noch mittelbar

1. durch Zugangsberechtigungssysteme,
2. durch Schnittstellen für Anwendungsprogramme,
3. durch Systeme, die auch die Auswahl von Fernsehprogrammen steuern und die als übergeordnete Benutzeroberfläche für alle über das System angebotenen Dienste verwendet werden, oder
4. aufgrund der Ausgestaltung von Entgelten
5. bei der Verbreitung ihrer Angebote unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden.

(2) Die Verwendung eines Zugangsberechtigungssystems oder eines Systems nach Absatz 1

⁴⁴ Vgl. dazu Helberger 2004, S. 31 ff.

⁴⁵ Schulz in: Hahn/Vesting (Hrsg.) (2005), § 53 RStV (im Erscheinen); König/Kösling 2005, S. 289 ff.

Satz 2 Nr. 3, das Eigentum an Schnittstellen für Anwendungsprogramme, die Entgelte für die Kabeleinspeisung sowie die Bündelung und Vermarktung von Programmen sind der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt unverzüglich anzuzeigen. Satz 1 gilt für Änderungen entsprechend. Der zuständigen Landesmedienanstalt sind auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte zu erteilen.

(3) Die zuständige Landesmedienanstalt wird tätig nach einer Anzeige gemäß Absatz 2, aufgrund einer Information durch die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post oder nach Beschwerde von Rundfunkveranstaltern, Anbietern von Telemedien oder von Nutzern.

(4) Ob ein Verstoß gegen Absatz 1 vorliegt, entscheidet die zuständige Landesmedienanstalt im Benehmen mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post.

(5) Zuständig ist die Landesmedienanstalt des Landes, in dem die Zulassung des Rundfunkveranstalters erteilt wurde oder der Anbieter oder Verwender von Diensten seinen Sitz, Wohnsitz oder in Ermangelung dessen seinen ständigen Aufenthalt hat. Ergibt sich danach keine Zuständigkeit, so ist diejenige Landesmedienanstalt zuständig, in deren Bezirk der Anlass für die Amtshandlung hervor tritt.

(6) Die Landesmedienanstalten regeln durch übereinstimmende Satzungen Einzelheiten zur inhaltlichen und verfahrensmäßigen Konkretisierung der Absätze 1 bis 4.

Die materiellen Vorgaben für Diensteanbieter von für digitales Fernsehen relevanten Zugangsdiensten finden sich in Absatz 1 der Vorschrift. Dabei wird das Verständnis sehr erschwert, da das Verhältnis von Satz 1 und Satz 2 dieses Absatzes unklar ist. Satz 1 normiert eine Verpflichtung ausschließlich für Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen. Würde – was sprachlich nahe liegt – Satz 2 auf Satz 1 bezogen, so wären auch Anbieter von Benutzeroberflächen für Fernsehprogramme (Satz 2 Nr. 3) nur dann verpflichtet im Sinne dieser Vorschrift, wenn sie als Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen anzusehen sind. Dies wird in der Mehrzahl der relevanten Fälle nicht gegeben sein, so dass die Vorschrift leer liefe. Man wird daher wohl Abs. 1 S. 2 so verstehen müssen, dass es auf die Eigenschaft, Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen zu sein, nicht ankommt. Auch die Begründung macht deutlich, dass eine Beschränkung auf diese Gruppe von Verpflichteten nicht intendiert ist, sondern im Wesentlichen der

Geltungsbereich der Vorgängerregelung erhalten bleiben sollte.⁴⁶

Allerdings kann sich aus Abs. 1 S. 1 ergeben, dass Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen bei der Gestaltung ihrer Systeme – auch von Systemoberflächen, die nicht unter Satz 2 fallen – Vielfaltsgesichtspunkte berücksichtigen müssen.

Was Satz 1 Nr. 3 angeht, so kann man wiederum der Begründung entnehmen, dass sich die Norm auf die gleichen Basisnavigatoren beziehen soll, wie die Vorgängerregelung, auch wenn diese nicht mehr in der Vorschrift definiert werden. Es muss sich weiterhin um Systeme handeln, die als übergeordnete Benutzeroberfläche für alle über das System angebotenen Dienstleistungen fungieren und die Auswahl von Fernsehprogrammen ermöglichen. Die Steuerung der Auswahl von Hörfunkprogrammen oder dem Rundfunk vergleichbarer Telemedien reicht nicht aus. Der Basisnavigator ist durch seine Funktion charakterisiert, nicht durch technische Eigenschaften, etwa als Betriebssystem der Set-Top-Box.⁴⁷ In der Regel wird es sich um das System handeln, das die DVB-SI-Daten darstellt und so dem Nutzer den Überblick darüber verschafft, welche Programmangebote empfangen werden können, sie müssen sich aber nicht darauf beschränken.⁴⁸ Reine Internet-Suchmaschinen, die auch Fernsehprogramme auflisten, sind hiervon jedenfalls nicht erfasst.⁴⁹

Die Vorschrift verbietet neuerdings unbillige Behinderung oder gegenüber gleichartigen Anbietern sachlich nicht gerechtfertigte unterschiedliche Behandlung. Anders als in der Vorgängerregelung ist daher nicht mehr eine angemessene, chancengleiche und nicht-diskriminierende Gestaltung explizit gesetzlich vorgeschrieben. Die Gemeinsame Stelle Digitaler Zugang der Landesmedienanstalten geht allerdings davon aus, dass die Norm weiterhin den chancengleichen, angemessenen und nicht diskriminierenden Zugang u.a. zu Navigatoren

⁴⁶ Vgl. Begründungen zu § 53, dokumentiert Schulz in Hahn/Vesting (Hrsg.) (2005), § 53 RStV (im Erscheinen).

⁴⁷ Vgl. Schulz/Kühlers 2000, S. 63; Leopoldt 2002, S. 32 f.

⁴⁸ Weiss/Wood 1998, S. 240; M. Wagner 1998, S. 243.

⁴⁹ Schulz/Held/Laudien 2005, S. 57.

regelt.⁵⁰ Warum die gesetzliche Formulierung einer dem Wettbewerbsrecht entlehnten Missbrauchsaufsicht anstelle einer auch in der Zugangsrichtlinie (dort fair, ausgewogen und nicht-diskriminierend) statuierten Zugangsöffnung gewählt wurde, bleibt unklar.

Im Hinblick auf die präventive Zugangsöffnung nach alter Rechtslage wurde die Auffassung vertreten, dass öffentlich-rechtliche Fernsehprogramme vorrangig zu platzieren sind und dass allgemein die Platzierung nach Vielfaltsgesichtspunkten vorzunehmen sei.⁵¹

Bislang sind keine Fälle von Diskriminierung bekannt geworden. In der Literatur wird auf folgende Risiken hingewiesen:⁵²

- Platzierung bestimmter Anbieter auf hinteren Listenplätzen, vor allem, da Nutzer vermutlich selten scrollen.
- Unterschiedlich prominente Gestaltung.
- Möglichkeit für bestimmte Anbieter, den Hinweis auf ihr Programm mit Logo, Links oder anderen Merkmalen zu versehen.
- Diskriminierende Ausgestaltung von Auswahlhilfen, die nach der Eingabe von Suchkriterien durch den Rezipienten entsprechende laufende oder zeitnahe Programme auflisten.
- Diskriminierende Gestaltung der technischen Schnittstellen innerhalb des digitalen Dekoders.

4.1.3 Konkrete medienrechtliche Vorgaben
Anbieter bzw. Betreiber von Navigatoren sind demnach vor allem nach § 53 RStV und der nach § 53 Abs. 6 RStV zu erlassenden „Satzung über die Zugangsfreiheit zu digitalen Diensten“ (SZdD-E)⁵³ medienrechtlich verpflichtet. Zudem sind vom Anbieter ggf. auch spezifische Vorgaben zur Einhaltung des Jugendschutzes nach dem Jugendmedienschutzstaatsvertrag (JMStV) zu beachten. Darauf kann hier nicht eingegangen werden.⁵⁴

Abzugrenzen sind diese Vorschriften vor allem von denen zur Rundfunkübertragung nach

dem Telekommunikationsgesetz (TKG). Die §§ 48 f. TKG sind grundsätzlich daneben anwendbar. Sie regeln die Operabilität digitaler Fernsehempfangsgeräte und enthalten Spezifikationen hinsichtlich der Gestaltung von Anwendungsschnittstellen (API) und Conditional-Access-Systemen (CA) und verpflichten Hersteller solcher Geräte bzw. Lizenzhalter von API- oder CA-Systemen, Rundfunkveranstalter zu angemessenen, chancengleichen und nicht-diskriminierenden Bedingungen Zugang zu gestatten.⁵⁵ Die Inhalte dieser telekommunikationsrechtlichen Normen überschneiden sich zum Teil mit denen des RStV.⁵⁶

Nach § 53 Abs. 1 RStV sind diejenigen verpflichtet, die ein System betreiben, über das Rundfunk oder vergleichbare Telemedien verbreitet werden. Im Bereich der Navigatoren sollen aber nur die Basisnavigatoren erfasst werden. Nach § 2 Abs. 2 SZdD-E werden explizit auch die Betreiber von Kabelanlagen verpflichtet, wenn sie Zugangsdienste im Sinne der Satzung anbieten.

Durch § 53 Abs. 1 RStV soll eine Ungleichbehandlung bzw. Diskriminierung von Rundfunk- oder Telemedienanbietern bei der Gestaltung oder dem Betrieb eines Basisnavigator („übergeordnete Benutzeroberfläche“) verhindert werden, und es darf im Bereich des Basisnavigator das Auffinden oder die Nutzung bestimmter Inhalte im Verhältnis zu anderen nicht erschwert werden. Zudem sieht die SZdD-E in § 14 vor, dass zur Wahrung der Meinungsvielfalt insbesondere die nach § 52 Abs. 3 Nr. 1-3, Abs. 4 Nr. 1 RStV bevorzugt in digitale Kabelanlagen einzuspeisenden Programme (das sind die des öffentlich-rechtlichen Rundfunks des jeweiligen Landes einschließlich seiner Programm bouquets; private Rundfunkprogramme, die Regionalfenster anbieten; regionale und lokale Fernsehprogramme sowie Offene Kanäle; zudem weitere Free-TV-Angebote nach eigener Auswahl unter Berücksichtigung von Vielfaltsanforderungen) im Basisnavigator unter nicht-diskriminierenden Bedingungen aufgeführt und aufrufbar sein müssen. Die Aufnahme im Basisnavigator muss – soweit sie gegen Entgelt er-

⁵⁰ Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (2005), S. 53.

⁵¹ Niewöhner 2004, S. 205, 207.

⁵² Niewöhner 2004, S. 212; Leopoldt 2002, S. 101 ff.

⁵³ Entwurf der Satzung, Stand Juni 2005.

⁵⁴ Vgl. dazu Held/Schulz in: Hahn/Vesting (Hrsg.) (2005), §§ 1 ff. JMStV (im Erscheinen).

⁵⁵ Weiterführend dazu Schütz 2005, Rn. 487 ff.

⁵⁶ Vgl. Schütz 2005, Rn. 488; Schulz in Hahn/Vesting (Hrsg.) (2005), § 53 RStV (im Erscheinen).

folgt – ebenfalls zu nicht-diskriminierenden Bedingungen stattfinden.

Die Aufnahme des Angebots eines Basisnavigators bedarf nach § 53 Abs. 2 RStV einer Anzeige bei der zuständigen Landesmedienanstalt. Die Voraussetzungen des § 53 RStV prüft die zuständige Landesmedienanstalt anlassbezogen. Im Gegensatz zum Angebot eines Rundfunks wird jedoch keine vorherige Genehmigung verlangt.

4.1.4 Kritik an der derzeitigen Rechtslage

In der wissenschaftlichen Diskussion werden einige kritische Punkte im Hinblick auf die derzeitige Regulierung von Programm Navigatoren deutlich:

- Der Anwendungsbereich der Neuregelung von § 53 RStV ist unklar, da das Verhältnis von Abs. 1 S. 1 zu S. 2 sich nicht unmissverständlich aus der Norm ergibt. Die gesetzes-technischen Mängel sind für Aufsicht und Wirtschaft misslich.
 - Die Regulierung folgt eng dem, was der Gesetzgeber an technischen Möglichkeiten und Geschäftsmodellen vorfindet. Dies birgt das Risiko, der Entwicklung „hinterher zu regulieren“. Bei der Altregelung erwies es sich als ein Problem, dass an einem Programmnavigator ganz unterschiedliche Unternehmen anteilig mitwirken können, etwa dasjenige, das Programminformationen zur Verfügung stellt, dasjenige, das die Oberfläche programmiert, das Unternehmen, das das Ganze unter seiner Marke anbietet, der Veranstalter, der Übertragungskapazität für die Signale zur Verfügung stellt usw. (s.o. 2.2). Dieses Problem kann durch die Neuregelung, die nicht explizit an „Anbieter als Verpflichtete“ anknüpft, an Bedeutung verlieren. Schon die Altregelung wurde so interpretiert, dass alle, die Einfluss auf die Kommunikationschancen haben, als verpflichtete Anbieter anzusehen sind. Unklar ist, inwieweit Gerätehersteller und -vertreiber gebunden sind und mit Blick auf die Gesetzgebungskompetenz gebunden sein können.
 - Die Regelung der Diskriminierung durch Navigatoren, die nicht als Basisnavigatoren einzustufen sind, ist bislang unklar. Sie können als Angebote auf medienrelevanten verwandten Märkten von der Regelung zur Verhinderung von herrschender Meinungsmacht
- in § 26 Abs. 2 RStV umfasst sein. Eine explizite Einbeziehung in das Regelungsregime findet sich derzeit allerdings noch nicht. Insbesondere fehlt es an Mechanismen, die die Entstehung von Wettbewerb auf diesem neuen Markt unterstützen, etwa indem Interoperabilität zwischen den Angeboten hergestellt wird, so dass zukünftig „lernende“ Navigatoren (s.o. 2.3 und 3.5), die die Vorlieben eines Nutzers speichern, bei einem Wechsel des EPG die gespeicherten Nutzerinformationen austauschen können.
- In der Neuregelung des § 53 RStV wird lediglich auf Diskriminierung und Ungleichbehandlung abgestellt, nicht aber – wie in der Vorgängerregelung – explizit Angemessenheit der Konditionen und Chancengleichheit gefordert. Im Hinblick auf kommunikative Chancengleichheit kann aber auch eine positive Diskriminierung erforderlich sein, etwa die besonders prominente Platzierung bestimmter öffentlich-rechtlicher oder lokaler Programmangebote.
 - Basisnavigatoren sind zwar weiterhin anmeldepflichtig, offenbar soll die zuständige Landesmedienanstalt auch aus Anlass der Anmeldung eine Prüfung am Maßstab des § 53 Abs. 1 RStV vornehmen. Eine Untersagung des Angebotes ist allerdings nicht mehr möglich. Das Gesetz formt nicht aus, welche Entscheidungen die zuständige Landesmedienanstalt nach § 53 Abs. 4 RStV treffen kann.
 - Eine Satzung der Landesmedienanstalten zu § 53 Abs. 6 RStV liegt erst im Entwurf vor. Es wird sich zeigen, inwieweit in die EPG-Regulierung hinreichende „Lernfähigkeit“ integriert werden kann. Der Entwurf zeigt allerdings, dass sich hier bislang eng am Wortlaut der bisher gültigen Satzung orientiert wird und offenbar nur geringfügige Änderungen vorgesehen sind.
 - Kombination von Meinungsmacht, die etwa dadurch entstehen kann, dass der Anbieter von Kabelanlagen gleichzeitig als Programmpaketanbieter und Anbieter eines EPG erscheint, wird bisher rechtlich nicht bearbeitet (die Satzung zu § 53 Abs. 7 RStV aF sah dazu allerdings in § 15 Abs. 3 eine Regelung vor). Eine Verweigerung der Kabelbetreiber, Anbietern von unabhängigen Navigationshilfen

Übertragungskapazitäten zur Verfügung zu stellen, kann ein Anwendungsfeld sein.

- Angesichts der Konvergenz ist der Anwendungsbereich der Regelungen über digitales Fernsehen insgesamt problematisch; die Frage, inwieweit TV-over-DSL-Angebote einbezogen sind, hängen von der Einschätzung ab, ob diese als Rundfunk- oder vergleichbare Telemedien einzustufen sind. Bejaht man dies, sind auch darauf bezogene Navigationssysteme, wenn sie der Steuerung aller Angebote, die auf dem System verfügbar sind, dienen, in die Regelung des § 53 Abs. 1 Nr. 3 einbezogen.

4.2 Wettbewerbs- und patentrechtliche Fragen

Wie grundsätzlich im Medienrecht, kann die Frage kommunikativer Chancengleichheit zumindest analytisch von der der Chancengleichheit im Wettbewerb unterschieden werden. Dabei ergeben sich allerdings vielfältige Bezugspunkte.

Sofern EPGs nicht unter § 53 Abs. 1 fallen und dadurch die Anwendung des allgemeinen Wettbewerbsrechts gesperrt wird, können sie als „essential facilities“ der Regelung des § 19 Abs. 4 GWB unterfallen. Danach sind Anbieter wesentlicher Einrichtungen („essential facilities“) unter bestimmten Voraussetzungen zur Zugangsöffnung verpflichtet, da dies als Fall des Missbrauchs von Marktmacht angesehen wird. Die Voraussetzungen sind allerdings eng. Untersuchungen zur parallelen Frage zu Suchmaschinen im Internet ergeben, dass wenn sich unterschiedliche Angebote am Markt etabliert haben, von einer mangelnden Duplizierbarkeit der Einrichtungen kaum ausgegangen werden kann.⁵⁷ Handelt es sich um ein marktbeherrschendes Unternehmen im Bereich der EPGs, kommt auch eine Missbrauchskontrolle nach § 20 GWB in Betracht.

Als in der Praxis bedeutsamer Faktor für die Marktentwicklung hat sich erwiesen, dass EPG-Komponenten nach amerikanischem Recht patentierbar sind und entsprechende Patente der

Firma Gemstar existieren.⁵⁸ Die Frage, inwieweit dies in Deutschland, wo Software-Patente nicht existieren, Wirksamkeit entfaltet, ist noch ungeklärt. Die Patente von Gemstar werden in zahlreichen Verfahren von unterschiedlichen Anbietern angegriffen. Andererseits haben auch einige Anbieter – etwa Direkt-TV – Verträge mit Gemstar über die Nutzung der patentierten Komponenten geschlossen.

Nicht nur EPGs können Flaschenhälse darstellen, die Marktmacht gegenüber Veranstaltern gewinnen können. Umgekehrt sind sie – entsprechend ihrer jeweiligen Konzeption – von Zulieferungen der Veranstalter abhängig; vergleichbar mit Programmzeitschriften können sie behindert werden, wenn ein oder mehrere Veranstalter sie nicht beliefern, denn vom EPG wird der Nutzer Vollständigkeit erwarten.

Das Oberlandesgericht Köln⁵⁹ hat entschieden, dass ein Anbieter von EPGs im Rahmen der Ankündigung von Programmpunkten einzelne urheberrechtlich geschützte Lichtbilder von Fernsehsendungen einblenden darf, ohne zuvor die Gestattung des Senders einzuholen.

4.3 Datenschutzrechtliche Fragen

Die für die Wirtschaft bedeutende Nutzung, Verarbeitung und Weitergabe von personenbezogenen Daten, die beim Betrieb eines Navigators erhoben werden können (s. dazu oben 2.4, S. 14), wirft rechtliche Fragen auf. Dem hybriden Dienstcharakter von EPGs wegen ist auch die datenschutzrechtliche Einordnung schwierig. Der RStV enthält für die Veranstaltung von Rundfunk und die Abrechnung dieser Tätigkeit in §§ 47 ff. RStV Erlaubnis- und Beschränkungstatbestände zur Erhebung, Speicherung

⁵⁸ Bspw. US Patent no. 4,751,578, System for electronically controllably viewing on a television updateable television programming information; US Patent no. 4,908,713, VCR Programmer; US Patent no. 4,963,994, VCR Programmer; US Patent no. 5,038,211, Method and apparatus for transmitting and receiving television program information; US Patent no. 5,508,815, Schedule display system for video recorder programming; US Patent no. 5,915,068, VCR Programmer; US Patent no. 5,568,272, Schedule display system for video recorder programming.

⁵⁹ Urteil vom 1. Oktober 2004 – MMR 2005, 182; s.a. Docuwatch – Digitales Fernsehen 1/2005 S. 20.

⁵⁷ Vgl. Schulz/Held/Laudien 2005, S. 86 f.

und Verarbeitung von Daten. Den Normen des RStV ist nicht eindeutig zu entnehmen, ob sie auch EPGs erfassen sollen.⁶⁰

Würde der RStV in dieser Hinsicht anwendbar sein, würden sich für die Anbieter von Navigatoren bedeutende Einschränkungen bei der Datenverarbeitung und insbesondere der Weitergabe ergeben. § 47a RStV erlaubt etwa die Erstellung von Nutzungsprofilen nur, wenn Pseudonyme verwendet werden und keine Verknüpfung zu den tatsächlichen Nutzerdaten (Bestandsdaten) möglich ist. Bestandsdaten dürfen nach § 47b RStV nur erhoben und gespeichert werden, soweit dieses für das Vertragsverhältnis unbedingt notwendig ist. § 47c Abs. 3 RStV beschränkt die Weitergabe von Nutzungsdaten für diejenigen, die Zugang zu Rundfunk vermitteln. Es dürfen danach an Programmveranstalter nur anonymisierte Nutzungsdaten zur Marktforschung und Abrechnungsdaten soweit erforderlich, übermittelt werden. Geht man davon aus, dass die Normen des RStV nicht gelten, ist ein Rückgriff auf entsprechende Datenschutzvorschriften des MDStV möglich, wenn man Navigatoren als Mediendienst begreift. Im MDStV ist der Datenschutz in §§ 16 ff. geregelt. Es gelten allerdings auch strenge Vorschriften zur Datenerhebung und -weitergabe, so ist es etwa ebenfalls nur zulässig Nutzungsprofile zur Marktforschung oder Verbesserung des Angebots unter Pseudonymen zu erstellen (§ 19 Abs. 3 MDStV).

4.4 Ausländische Modelle

4.4.1 Großbritannien

In Großbritannien werden EPGs medienrechtlich nach dem Communications Act 2003⁶¹ behandelt. Das Gesetz regelt eine Lizenzpflicht für EPGs und überträgt die Aufsicht dem Regulierer OFCOM. OFCOM ist ermächtigt, Verhaltensrichtlinien („code of practice“) zu verfassen sowie EPG-Anbietern Zugangskonditionen („access-related conditions“) aufzuerlegen.

⁶⁰ Vgl. etwa die Kommentierung der §§ 47 ff. von Herbig in Hahn/Vesting (2003).

⁶¹ Abrufbar unter: <http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2003/20030021.htm>.

4.4.1.1 Lizenzpflicht

Der Lizenzvorbehalt wird in sec. 235 des Gesetzes aufgestellt. Danach sind Anbieter eines Inhabitedienstes („television licensable content service“), unter die nach sec. 232 (2) auch EPGs fallen, sowie Anbieter von relevanten TV-Zusatzdiensten („relevant ancillary services“) verpflichtet, bei OFCOM eine Lizenz zum Betrieb ihres Dienstes zu beantragen. OFCOM ist nach sec. 232 (3) nur dann berechtigt, die Lizenzvergabe abzulehnen, wenn persönliche Gründe des Antragstellers oder Gründe in der früheren Lizenz vorliegen oder der Betrieb Zuwiderhandlungen gegen den OFCOM Code zu Programmstandards („OFCOM’s standards code“)⁶² nach sec. 319 zur Folge hätten.

Die Zielsetzungen dieses Codes sind in sec. 319 (2) festgelegt. Danach sieht der Code unter anderem Anforderungen an Jugendschutz, Nachrichtensendungen, Sponsoring, Kriminalitäts- und Wahlberichterstattung und Datenschutz vor.

4.4.1.2 Legaldefinition von EPGs

Als EPG gilt nach der Legaldefinition in sec. 310 (8) jeder Dienst, welcher Programme auflistet und/oder bewirbt, von denen zumindest eines der Programme nicht dem Provider des EPG zuzuordnen ist und zu diesen Programmen Zugang gewährt. Diese Definition bezieht sich nicht lediglich auf den Basisnavigator, sondern auf alle Programmführer. Programmbouquets, etwa einer Sendefamilie, sind dabei nicht erfasst.

Aus der Definition ergibt sich nicht unmittelbar, ob darunter auch die Regulierung weiterführender Zusatzdienste, wie Programmbeschreibungen, Suchen nach Programmen und ähnliches erfasst sind. Hierfür spricht zunächst, dass auch solche Dienste die Programminhalte bewerben, erfasst sein sollen („promotion“). Für eine enge Definition spricht, dass im Abschnitt des Gesetzes über die Lizenzierung von „television content services“ ausdrücklich zwischen EPGs und Zusatzdiensten („relevant ancillary services“) unterschieden wird. Als letztere Dienste gelten nach sec. 232 (6) Dienste, die

⁶² Der Code ist abrufbar unter: <http://www.ofcom.org.uk/tv/ifi/codes/bcode/ofcom-broadcasting-code.pdf>.

Zugang zu Anleitungen für Behinderte geben, Dienste die keine EPGs sind, aber zur Bewerbung und Auflistung von Programmen gehören und jeder andere Zusatzdienst, der direkt Zugriff auf Programminhalte ermöglicht. OFCOM selbst legt eine weite Definition zugrunde. Danach sind EPGs sowohl einfache Auswahlprogramme, als auch hoch entwickelte Systeme, die über eine Vielzahl von Programminformationen und Gruppierungsfunktionen verfügen.⁶³

4.4.1.3 Code of Practice für EPGs

Nach sec. 310 des Communications Act 2003 ist OFCOM verpflichtet, Verhaltensrichtlinien für die Betreiber von EPGs („Code of Practice“) zu erlassen, denen diese dann folgen müssen. Schon vor der Gründung von OFCOM gab es derartige Richtlinien. Parallel hierzu beschäftigte sich – bis kurz vor der Gründung von OFCOM – auch Oftel (Office of Communication) mit EPGs und zwar im Rahmen der Lizenzierung von Conditional-Access-Systemen.⁶⁴ Erstmals gibt es jedoch mit dem Communication Act 2003 eine ausdrückliche gesetzliche Verpflichtung mit konkreten Vorgaben für die Aufstellung solcher Richtlinien. OFCOM hat nach Durchführung eines Konsultationsverfahrens einen „code of practice on electronic programme guides“ veröffentlicht.⁶⁵

Fair, reasonable and non-discriminatory treatment

Gemäß sec. 316 (3) sind Lizenznehmer verpflichtet, Richtlinien, die OFCOM zur Sicherung eines fairen und effektiven Wettbewerbs veröffentlicht, Folge zu leisten. Sec. 317 schreibt vor, dass die Erforderlichkeit einer vorab greifenden ex-ante-Regulierung besonderer Rechtfertigungsgründe bedarf. OFCOM führt als Begründung an, dass solche Richtlinien den betroffenen Betreibern Klarheit hinsichtlich der zu erwartenden Anforderungen gäben und

somit neue EPG-Betreiber leichter Zugang zum Markt erhalten könnten. Zudem argumentiert OFCOM, dass Ex-post-Maßnahmen den schwerlich zu erbringenden Beweis des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung voraussetzen.⁶⁶

Folgende Vorgaben zum Grundsatz des fairen und effektiven Wettbewerbs wurden vorgenommen:

- EPG-Betreiber müssen sicherstellen, dass jede Vereinbarung zwischen EPG-Betreibern und Rundfunkveranstaltern auf fairen, angemessenen und nicht-diskriminierenden Bedingungen beruht (para. 15 (a)).
- Zudem müssen sie die bei der Platzierung von Programmen vorgenommenen Erwägungen veröffentlichen (para. 15 (b)).
- Sie werden verpflichtet, regelmäßig zu bewerten, ob die vorgenommene Platzierung noch mit ihren Platzierungsrichtlinien übereinstimmt (para. 15 (c)).
- Weiterhin ist es ihnen nicht gestattet, einem Sender mit dem sie vertikal verbunden sind unangemessen zu bevorzugen („undue prominence“) (para. 15 (d)). Damit soll erreicht werden, dass verbundene Rundfunkunternehmen nicht von der Verbindung mit EPG-Betreibern profitieren. Eine unangemessene Bevorzugung wird vorliegen, wenn eigene Programminhalte durch Größe, Platzierung, Ranking, Farbe oder Einarbeitung in ein Logo, besonders hervorgehoben werden.⁶⁷
- Außerdem müssen sie sicherstellen, dass alle Fernseh- und Hörfunkprogramme von der gleichen Basis aus zugänglich sind (para. 15 (e)).
- Des Weiteren müssen sie dafür Sorge tragen, dass kostenlose Dienste mindestens genauso zugänglich sind wie Pay-TV-Dienste (para. 15 (f)).
- Schließlich ist es ihnen untersagt mit einem Rundfunkveranstalter Verträge abzuschließen, die einem EPG ein Exklusivitätsrecht zur Vertreibung eines Dienstes einräumen (para. 15 (g)).

⁶³ Siehe das Dokument zur Vorbereitung der Konsultation über den „code of practice“: OFCOM, The Regulation of Electronic Programme Guides, S. 2 f., abrufbar unter: http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/epg/epg/condoc_150104.pdf.

⁶⁴ Vgl. Wichmann 2004, S. 43.

⁶⁵ Abrufbar unter: <http://www.ofcom.org.uk/tv/ifi/codes/EPGcode/241557>.

⁶⁶ OFCOM, The regulation of Electronic Programme Guides, S. 11 f., abrufbar unter: http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/epg/epg/condoc_150104.pdf.

⁶⁷ Wichmann 2004, S. 45.

Hilfestellung für Behinderte

Nach sec. 310 (3) des Communications Act 2003 kann OFCOM von EPG-Betreibern – unter dem Vorbehalt der Angemessenheit – verlangen, Dienste in ihre EPGs zu integrieren, die deren Nutzung für Sehbehinderte- und Hörgeschädigte ermöglichen. OFCOM kommt diesem Auftrag nach, indem es in para. 6 des „code of practice“ fordert, dass EPG-Betreiber durchführbare Veränderungen an ihren EPGs vornehmen müssen, um sicherzustellen, dass Behinderte den EPG wie andere Personen nutzen können⁶⁸ und dass in Form von bestimmten Abkürzungen darauf hingewiesen wird, wenn ein Programm mit Untertiteln, Gebärdensprache oder Audio-Erläuterungen gesendet wird.⁶⁹

Behandlung öffentlich-rechtlicher Sender

Gemäß sec. 310 (2) muss OFCOM im „code of practice“ eine Aussage darüber treffen, welchen Grad an Hervorhebung („prominence“) öffentlich-rechtlichen Sendern („public service channels“) in EPGs zukommen soll.

OFCOM legt dazu im „code of practice“ unter para. 3 lediglich fest, dass „angemessene Hervorhebung“ eine Diskriminierung zugunsten von public service channels erlaubt und lässt es ausdrücklich offen, auf welche Art und Weise der EPG-Betreiber diese angemessene Hervorhebung herzustellen gedenkt. Das Fehlen expliziter Anforderungen wurde im Konsultationsverfahren, welches der Verabschiedung des „codes“ vorgelagert war, mit dem Hinweis kritisiert, dass eine derartig offene Formulierung nicht dem Willen des Gesetzgebers entspreche, der von OFCOM ja forderte, das Maß an Hervorhebung festzulegen.⁷⁰

OFCOM entgegnete solchen Bedenken jedoch, dass aufgrund der vielfachen Möglichkeiten zur Herstellung einer angemessenen Her-

vorhebung eine gewisse Flexibilität gewährleistet bleiben müsse. Zudem sei die erforderliche Klarheit und Transparenz dadurch gewährleistet, dass EPG-Betreiber gemäß para. 3 (a) des „code of practice“ darlegen müssen, auf welche Weise sie den öffentlich-rechtlichen Sendern eine angemessene Bevorzugung einräumen.⁷¹

Unklar bleibt also in diesem Zusammenhang, an welcher Position public service channels erscheinen müssen.⁷²

4.4.1.4 Zugangsregulierung

OFCOM ist außerdem ermächtigt einem EPG-Betreiber Zugangsbedingungen („access-related-conditions“) aufzuerlegen (vgl. sec. 45 (1), (2), 73 (2); 74 (2) des Communications Act 2003).

Eine solche positive Zugangsregulierung ist gemäß sec. 74 (2) jedoch nur zulässig, um sicherzustellen, dass zum einen bestimmte Programmdienste, die OFCOM für erheblich hält, empfangen werden und zum anderen die Möglichkeit, EPGs zu nutzen, zu fairen und angemessenen und nicht-diskriminierenden Bedingungen gewährt wird. Gemäß sec. 47 darf eine solche Zugangsregulierung jedoch nicht den Betreiber unangemessen benachteiligen oder sonst unverhältnismäßig sein. Diese Zugangsregulierungsmöglichkeit nutzte OFCOM beim Anbieter BSkyB, der im Bereich des Satellitenfernsehens in Großbritannien nahezu ausschließlich genutzt wird. BSkyB muss Kosten und Konditionen veröffentlichen, getrennte Abrechnungssysteme führen und darf Rundfunkveranstalter nicht unangemessen benachteiligen.⁷³ OFCOM hat zudem die Befugnisse, BSkyB entsprechende Anweisungen zu erteilen.⁷⁴

⁷¹ Vgl. OFCOM, Statement on Code on EPGs, Annex 2, paras. 9, 14, abrufbar unter: <http://www.ofcom.org.uk/accessibility/rfs/consultations/archive04/epg.rtf>.

⁷² Wichmann 2004, S. 46.

⁷³ Vgl. Begründung hierzu: The regulation of Electronic Programme Guides, section 3, paras 8. ff., S. 3, abrufbar unter: http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/epg/epg/condoc_150104.pdf.

⁷⁴ Vgl. section 45 (2) des „Act“ und The regulation of Electronic Programme Guides, Schedule, S. 20 ff., abrufbar unter: http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/epg/epg/condoc_150104.pdf.

⁶⁸ OFCOM, The regulation of Electronic Programme Guides, S. 32, abrufbar unter: http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/epg/epg/condoc_150104.pdf.

⁶⁹ Vgl. para. 11 des „code of practice“; OFCOM, The regulation of Electronic Programme Guides, S. 33, abrufbar unter: http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/epg/epg/condoc_150104.pdf.

⁷⁰ Vgl. BBC Response, para. 45, abrufbar unter: <http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/epg/responses/bbc.pdf>.

4.4.2 Frankreich

Frankreich hat in den vergangenen Jahren ein völlig neues Regelungssystem für das digitale Fernsehen geschaffen. Das Rundfunkrecht wurde zunächst im Jahr 2000 umfassend novelliert⁷⁵ (loi relative à la liberté de communication – im Folgenden: Kommunikationsgesetz)⁷⁶ und sodann im Jahr 2004 mit dem „Gesetz zur elektronischen Kommunikation“ (loi relative aux communications électroniques – LCE)⁷⁷ sowie dem „Gesetz für das Vertrauen in den digitalen Geschäftsverkehr“ (loi pour la confiance dans l'économie numérique – LEN)⁷⁸ nochmals modifiziert.⁷⁹

4.4.2.1 Regulierung von Programmführern

Elektronische Programmführer sind in Frankreich weder einer Lizenzpflicht noch einer spezifischen Zugangsregulierung unterworfen (mit Ausnahme der terrestrischen Verbreitung – dazu unten 3.1.2.2.). Die Rundfunkaufsicht (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel – CSA) kann jedoch auf Betreiben der Akteure intervenieren. Sie wurde vom Gesetzgeber jüngst zu einer sektorspezifischen Schieds- und Rechtsschutzinstanz ausgeformt. Ihre Entscheidungen entfalten konstitutive Wirkung für die Zugangskonditionen zwischen den Akteuren und können von der Verwaltungsgerichtsbarkeit überprüft werden.

Die Schiedskompetenz des CSA erstreckt sich im Einzelnen auf

„jeden Konflikt [tout différend] im Zusammenhang mit der Distribution eines Radio- oder Fernsehdienstes, einschließlich der technischen und finanziellen Konditionen im Zusammen-

hang mit der Bereitstellung dieser Dienste, wenn der Konflikt geeignet ist, die Erfordernisse des Medienpluralismus [...], der Qualität und Vielfalt der Programme [...] zu verletzen oder wenn er die Maßgabe des chancengleichen, angemessenen und nichtdiskriminierenden Zugangs der Anbieter zu den Empfängern betrifft (Art. 17-1 Kommunikationsgesetz)“.⁸⁰

Aus dem Zuschnitt des Adressatenkreises und insbesondere aus dem Begriff des „Zugangs der Anbieter zu den Empfängern“ folgt, dass auch Zugangskonflikte im Zusammenhang mit Programmnavigatoren in diese Schiedskompetenz fallen dürften (es gibt allerdings noch keinen Präzedenzfall). In materieller Hinsicht sind insbesondere die Betreiber der digitalen Distributionsinfrastruktur (Decoderpark, Boxen) verpflichtet, Programmanbietern sowie Anbietern von konkurrierenden Navigationsdiensten chancengleichen Zugang zur eigenen Infrastruktur zu gewähren; diese Vorgabe geht auf die Vorgaben der EU-Fernsehrichtlinie⁸¹ zurück und ist gesondert kodifiziert worden (Art. 95 II Absatz 1).⁸²

Der CSA kann seine Entscheidungen bei Zugangskonflikten aber nicht nur auf die Formel des chancengleichen Zugangs stützen, sondern auch auf originär rundfunkrechtliche Entscheidungskriterien; die Ermächtigungsnorm nimmt u.a. auf den Schutz des „freien Wettbewerbs“ und die „Qualität und Vielfältigkeit der Programme“ Bezug.⁸³ Es stellt sich allerdings die Frage, wie diese unbestimmten Rechtsbegriffe vom CSA im Schiedsverfahren rechtssicher ausgefüllt werden können.⁸⁴ Der CSA entscheidet innerhalb von zwei Monaten nach seiner

⁷⁵ Loi n° 2000-719 du 1er août 2000, Journal Officiel du 2 août 2000, modifiant la loi du 30 septembre relative à la liberté de communication; nachfolgend ohne Zusatz zitierte Normen sind solche des Kommunikationsgesetzes.

⁷⁶ Vgl. zu dieser Gesetzesreform aus der französischen Literatur: Franceschini 2000, S. 101ff.; Cohen/Wilhelm 2002, S. 17 ff.

⁷⁷ Loi n° 2004-669 du 9 juillet 2004 relative aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle (LCE), Journal Officiel du 10 juillet 2004.

⁷⁸ Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (LEN), Journal Officiel du 22 juin 2004.

⁷⁹ Zur Regulierung des digitalen Fernsehens in Frankreich insgesamt siehe Plog 2005.

⁸⁰ Übersetzung Philipp Plog.

⁸¹ Richtlinie 95/47/EG vom 24. Oktober 1995 über die Anwendung von Normen für die Übertragung von Fernsehsignalen, Abl. EU L. 281/51 ff.

⁸² Vgl. nur Belot 2000, Abschnitt Nr. 20 d.

⁸³ Zum genauen Umfang der gesetzlichen Aufgaben des CSA, siehe Art. 17-1 Kommunikationsgesetz, der den Anwendungsbereich der Schlichtungskompetenz des CSA regelt.

⁸⁴ Vgl. CSA, Réponse à la consultation publique relative à l'évolution du droit français des communications électroniques („paquet télécom“), Paris 2002, S. 20.

Anrufung.⁸⁵ Die Prozedur umfasst auch die Möglichkeit vorläufigen Rechtsschutzes. Die Entscheidungskompetenz der Rundfunkaufsicht ist im Einzelnen mit den Aufsichtsinstanzen der Telekommunikation (Autorité de Régulation des Télécommunications) und der allgemeinen Wettbewerbsaufsicht (Conseil de la Concurrence) verzahnt (Art. 17-1 Absatz 4). Die Anbieter von TV-Programmen, Programmbouquets und technischen Plattformen werden zudem verpflichtet, die Parameter für ihre interaktiven Applikationen gegenüber dem CSA offen zu legen; dies ist auch der Betrieb eines Programm navigators.⁸⁶

4.4.2.2 Besonderheiten der digitalen Terrestrik

Für die terrestrische Verbreitung wurde eine weitreichende Zugangsregulierung eingeführt. Navigatoren, welche das ganze digital-terrestrische Angebot präsentieren, unterliegen als „Fernsehdienste“ der Lizenzierung des CSA (Art. 30-1), weitreichenden Neutralitätspflichten sowie rundfunkrechtlichen Konzentrationsbeschränkungen.⁸⁷

Soweit dagegen nur Angebote einzelner Anbieter dargestellt werden, besteht keine Lizenzpflicht. Diese Navigatoren werden typischerweise in die Lizenzverträge der Programmanbieter oder Bouquetbetreiber integriert, mit denen sie vermarktet werden;⁸⁸ der Fall eines unabhängigen Navigatorbetreibers, der nicht zugleich als Basisnavigator funktioniert, ist offenbar nicht gesetzlich vorgesehen.

Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass die API-Schnittstelle, über welche die Navigatoren typischerweise betrieben werden, im terrestrischen Bereich einer weitreichenden Regulierung unterliegt. Zunächst werden die Anbieter von Pay-TV in die Pflicht genommen. Die Be-

treiber müssen gewährleisten, dass jeder Haushalt in Frankreich sämtliche terrestrischen Programme „und die damit verbundenen Dienstangebote“ ohne zusätzliche technische Vorkehrungen empfangen kann (Art. 30-3 Absatz 2),⁸⁹ das ist eine Art gesetzlicher Zwang zur Herbeiführung von Interoperabilität.⁹⁰

Ähnliche Verpflichtungen gelten im Bereich des terrestrischen Free-TV (Art. 25). Die französische Regierung hat auf Grundlage dieser Normen Erlasse veröffentlicht, in denen die technischen Eigenschaften der gesendeten Signale⁹¹ und der Empfangstechnologie definiert werden.⁹² Die Erlasse statuieren insbesondere die Verpflichtung, die Schnittstelle offen zu gestalten, ohne jedoch einen Standard für die API-Schnittstelle vorzugeben. Der CSA hat kritisiert, diese Maßnahmen gewährleisteten nur eine begrenzte Interoperabilität.⁹³ Er fordert erhöhte Anforderungen für die technischen Parameter der Schnittstelle. Die Tragweite dieser Normen ist noch nicht abschließend geklärt.⁹⁴

[AL / WS / PP]

⁸⁹ Übersetzung und Hervorhebung durch Philipp Plog.

⁹⁰ Vgl. CSA, Réponse à la consultation publique (Fn. Nr. 84), S. 18.

⁹¹ Arrêté du 24 décembre 2001 relatif à la télévision numérique hertzienne terrestre fixant les caractéristiques des signaux émis, J.O. n° 300 du 27 décembre 2001, S. 20801 („Signalerlass“).

⁹² Arrêté du 27 décembre 2001 relatif aux caractéristiques des équipements de réception des services diffusés par voie hertzienne numérique terrestre, J.O. n° 303 du 30 décembre 2001, S. 21411 („Empfangstechnologieerlass“).

⁹³ CSA, Avis n° 2001-7 du 24 juillet 2001 sur les projets d'arrêtés à la télévision numérique hertzienne terrestre fixant les caractéristiques des signaux émis et des équipements de réception des services diffusés par voie hertzienne numérique terrestre, Paris 2001 (nicht im Journal Officiel veröffentlicht), Lettre du CSA n° 143 (2001), 42; CSA, Réponse à la consultation publique (Fn. Nr. 49), S. 18; siehe auch CSA, Avis n° 2001-6 du 10 juillet 2001 relatif au projet d'arrêté fixant les spécifications techniques applicables aux terminaux de réception des signaux numériques de télévision, Paris 2001, Journal Officiel n° 272 du 23 novembre 2001, S. 18681 ff.

⁹⁴ CSA, Réponse à la consultation publique (Fn. Nr. 84), S. 18.

⁸⁵ Die Einzelheiten des Verfahrens sind Gegenstand eines Dekretentwurfs vom Januar 2005: Ministère de la Culture, Projet de décret pris pour l'application de l'article 17-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et relatif à la procédure de règlement des différends auprès du Conseil supérieur de l'audiovisuel, 28. Januar 2005.

⁸⁶ Vgl. z.B. den Lizenzvertrag von Canal Plus, CSA, Décision n° 2000-1012 du 29 novembre 2000, avenant n° 6.

⁸⁷ CSA, Appel aux candidatures du 24 juillet 2001, annexe 1, introduction.

⁸⁸ CSA, Appel aux candidatures (Fn. Nr. 87), introduction.

5 Befunde und Perspektiven

Da EPGs zumindest in Deutschland noch nicht sehr weit verbreitet sind und auch die wissenschaftliche Betrachtung noch in den Anfängen steckt, lassen sich im Folgenden nur erste, allgemeine Befunde schildern und Perspektiven andeuten. Dies soll hier thesenartig nach Disziplinen geschehen.

Kernthesen zu EPGs aus ökonomischer Sicht

Die Märkte für Programminformationen sind durch die neue Verbreitungsmöglichkeit mit den EPGs in Bewegung geraten. Auf der einen Seite bemühen sich die Programmzeitschriftenanbieter, mit einem Engagement in diesem neuen Segment erwartete Verluste im traditionellen Zeitschriftenbereich auszugleichen. Dabei können sie in vielen Fällen auf eine bereits bewährte technische Infrastruktur und vorhandene Marken zurückgreifen. Diese beiden Faktoren bedeuten auf der Ebene der Guides, die nicht mit einer Programmfamilie oder einem Distributor verbunden sind einen großen Vorteil bei der Markterschließung.

Neben den Zeitschriftenverlagen sind die Programmanbieter wichtige Akteure auf dem Markt, für die der EPG in erster Linie ein Marketingtool zur Profilierung gegenüber der Konkurrenz und zur Publikumsbindung ist. Ganz ähnlich ist dies bei den Kabelnetzbetreibern, die ebenfalls ein Interesse daran haben, durch den EPG möglichst die Angebote prominent zu präsentieren, von denen sie einerseits einen wirtschaftlichen Vorteil erwarten und bei dem sie andererseits auf die Akzeptanz beim Publikum rechnen können.

Bislang erfolgt die Verbreitung von EPGs für das digitale Fernsehen in der Regel in Verbindung mit Empfangsgeräten, die Dienste können zwar theoretisch auch über Telekommunikationsnetze oder als Softwarepakete verbreitet werden, dies spielt aber noch eine untergeordnete Rolle.

Aus diesem Grund sind die Anbieter von Endgeräten wie PVRs oder Set-Top-Boxen derzeit diejenigen, die tatsächlich die finanzielle Grundlage für den Markt schaffen, indem sie Lizenzgebühren für die Nutzung der EPGs bezahlen.

Da sich unter den Akteuren, die bislang auf dem Markt für EPGs aktiv sind, vor allem etablierte Unternehmen aus dem Fernsbereich finden, die in unterschiedlichen Varianten miteinander kooperieren, ist der Marktzutritt für neue Akteure ohne eine Einbindung in solche Netzwerke schwierig.

Kernthesen zu EPGs aus Nutzerperspektive

Schon bisher ist der Orientierungsbedarf der Fernsehzuschauer hoch – das zeigen die hohen Auflagen der Programmzeitschriften. Mit der Zunahme der Anzahl und der Verschiedenheit der empfangbaren Programme steigt der Orientierungsbedarf für eine Programmauswahl nach den jeweiligen Interessen der Zuschauer. Dies gilt insbesondere für jene Zuschauer, die nicht nur feststehenden Routinen folgen, sondern aus dem verfügbaren Programmangebot nach inhaltliche Vorlieben auswählen. Jedenfalls kann man aus der Forschung über Programmzeitschriften lernen, dass ganz unterschiedliche Umgangsweisen mit dem Fernsehen vorherrschen, die auch auf den Umgang mit Programminformationen durchschlagen.

Neben Programmzeitschriften und Tageszeitungen mit ihren Fernsehseiten und Supplements sind auch die Teletext-Angebote ein viel genutztes Medium mit Programminformationen. Mit der steigenden Zahl empfangbarer Programme und der Einführung von EPGs stellt sich die Frage, inwieweit solche EPGs die bisherigen Formen der Programminformationen ergänzen oder ersetzen werden. Ein gewisser Auflagenrückgang der Programmzeitschriften weist darauf hin, dass ein solcher Prozess möglicherweise schon begonnen hat.

Bereits Basisnavigatoren können die Auswahl-situation der Zuschauer verändern, wenn das Einschalten nicht mehr den Einstieg in das zuletzt genutzte Programm bedeutet, sondern eine explizite Auswahlentscheidung verlangt.

Werden die prinzipiellen Möglichkeiten von EPGs genutzt, so können den Zuschauern vielfältige Kriterien der Programmauswahl angeboten werden, einschließlich der Möglichkeit, die Programmangebote anhand der bisherigen individuellen Auswahlentscheidungen vorzustrukturieren. Die in Deutschland auch durch Pro-

grammzeitschriften gelernte Kanalorientierung kann daher durch EPGs an Bedeutung verlieren. Dies kann zu einer grundlegenden Veränderung der Wahrnehmung des Fernsehprogramms führen. Aus Perspektive der Nutzungsforschung spricht allerdings viel dafür, dass traditionelle Nutzung und gezielte Suche – wie aus dem Online-Bereich bekannt – beim Fernsehen parallel existieren können.

Nach aktuellen Erhebungen haben in Deutschland bereits ein Viertel der Fernsehhaushalte Zugang zum digitalen Fernsehen; sie sind damit die potentiellen Nutzer von EPGs. Es fehlt allerdings an Erhebungen, in welchem Maße und in welcher Weise von dieser Möglichkeit faktisch Gebrauch gemacht wird.

Die Begleitforschung zum DVB-T-Pilotprojekt in Österreich weist darauf hin, dass es grundsätzlich positive Erwartungen an EPGs gibt. Bei den tatsächlichen Nutzern von DVB-T war die Nutzung von EPG jedoch nur gering. Auch in den Gruppendiskussionen wurde seitens der Nutzer der Zusatznutzen gegenüber Programmzeitschriften und Teletext in Frage gestellt; dies kann allerdings mit der noch sehr begrenzten Programmauswahl zusammenhängen.

Kernthesen zu EPGs aus rechtlicher Sicht

Für das Medienrecht ist die Betrachtung von EPGs ein Paradigmenwechsel, da es typischerweise auf denjenigen konzentriert war, der über die Veröffentlichung zu entscheiden hatte, also im Bereich des Fernsehens der Veranstalter. Auch aufgrund europäischer Regulierung gerieten allerdings elektronische Programmführer relativ früh in den Blick, da sie für die Viel-Kanal-Umgebung als unentbehrlich gelten und so das Potential zur Diskriminierung bestimmter Programme beinhalten.

Das Rundfunkrecht übernahm zunächst die europäische Regulierungskonzeption mit einer präventiven Zugangsöffnung: Anbieter von Navigatoren hatten ihre Leistung allen Veranstaltern zu angemessenen, chancengleichen und nicht-diskriminierenden Bedingungen anzubieten. Dies ist mit einer Änderung des Rundfunkstaatsvertrags zumindest dem Wortlaut nach zugunsten einer Missbrauchskontrolle geändert worden. Der Grund und die Reichweite dieses

Policy-Wechsels sind unklar – wie auch Teile des Regelungsgehalts der neuen Vorschrift.

Eindeutig ist, dass die spezifisch medienrechtliche Regulierung auf so genannte Basisnavigatoren beschränkt, also auf Programmführer, die ein direktes Ansteuern des Programms ermöglichen und die dem Nutzer als erste Ebene der Navigation über das gesamte System entgegen-treten. Das Regelungskonzept ist in sofern offen, als jeder zur Nicht-Diskriminierung verpflichtet ist, der Diskriminierungspotential besitzt, es ist also nicht auf bestimmte Anbieter-Typen beschränkt. Es besteht eine Anmelde-, aber keine Zulassungspflicht.

Der Blick ins Ausland zeigt, dass die Regulierung etwa in Frankreich und Großbritannien durchaus detaillierter und auch intensiver erscheint. Dies kann aus einer Perspektive den Schluss zulassen, dass Deutschland „liberaler“, wirtschaftsfreundlicher reguliert. Aus anderer Sicht kann es als Risiko für die Sicherung kommunikativer Chancengerechtigkeit und Verschiebung von Gestaltungsmacht zu Lasten der Veranstalter gesehen werden.

Die wissenschaftliche Kritik gibt Anknüpfungspunkte für eine Optimierung des Systems. Als Hauptkritikpunkt kann angesehen werden, dass derzeit eine Konzeption, eine Regulierungs-Policy nicht wirklich erkannt werden kann. Der einschlägige § 53 RStV bietet das Potential, im Zusammenspiel mit einer novellierten, auf die Konvergenz eingestellten Kontrolle von Meinungsmacht (jetzt §§ 26 ff. RStV) die Basis für ein künftiges System der Sicherung kommunikativer Chancengerechtigkeit zu bilden. Auf Grundlage der oben dargestellten ökonomischen und die Rezeption betreffenden Erkenntnisse kann davon ausgegangen werden, dass die Bedeutung von EPGs für die öffentliche Kommunikation zunimmt und damit auch das Risikopotential. Gerade für Navigatoren stellt sich die Frage, inwieweit das Rundfunkrecht auf Übertragung mittels neuer Wege (schmalbandige Vermittlungsnetze, Mobilfunk, WiMAX) Anwendung findet; hier kann das Europäische Recht (Stichwort: Universaldienst-richtlinie) Grenzen setzen.

Die medienrechtliche Regulierung ist auf Basisnavigatoren beschränkt, erfasst also nicht das in voller Breite, was in diesem Themenheft als EPG erscheint. Allerdings können sich dazu

Vorgaben aus dem neben dem Medienrecht anwendbaren allgemeinen Wettbewerbsrecht, dem Urheberrecht und anderen Materien ergeben. Derzeit ist nicht erkennbar, dass die damit verbundenen Konflikte nicht auf der Grundlage des geltenden Rechts durch die Gerichte sachgerecht bearbeitet werden könnten. Allerdings ist bei derartigen „Flaschenhälsen“ sinnvoll frühzeitig zu prüfen, in wie weit die Regulierung unterstellen kann, dass in einem bestimmten Bereich Wettbewerb – wie etwa bei den Programmzeitschriften – entstehen wird, der unter Umständen rechtlich gefördert werden kann, oder ob eine präventive Zugangsöffnung mit sektorspezifische Regulierung sinnvoll erscheint. Im Hinblick auf eine Förderung von Wettbewerb ist auf Lock-In-Effekte hinzuweisen, die dadurch entstehen können, dass lernfähige EPGs Nutzerpräferenzen speichern und ein Interesse der Anbieter darin bestehen kann, den Wechsel zu einem Konkurrenzprodukt zu erschweren, indem die gespeicherten Präferenzen nicht auf das Konkurrenzsystem übertragen werden können.

Schlussbemerkung

In einer Gesellschaft, die häufig mit dem Label Wissens- und Informationsgesellschaft versehen wird, ist die Information über Informationsangebote von wachsender Bedeutung. Dazu dienen auch EPGs. Bei der Betrachtung dessen, was wir über diese „Meta-Medien“ wissen, fällt auf, dass bislang die Perspektive unmittelbarer Handlungsorientierung dominiert. Es existieren Daten zur Marktentwicklung, aber kaum über Anbieterstrukturen, es gibt Zahlen zur Verbreitung von EPGs, aber wenig zur tatsächlichen Nutzung, die Regulierung reagiert auf bereits erkennbare Problemlagen, nicht immer wird ein zukunftsorientiertes, kohärentes Regulierungskonzept erkennbar. Da EPGs nach überwiegender Auffassung eine Schlüsselstellung besitzen, erscheint ein noch reflektierterer Umgang mit dem Phänomen aus wissenschaftlicher, ökonomischer, aber auch aus medienpolitischer Perspektive sinnvoll.

[WS / H3r / Ha / Schr]

6 Abkürzungen

API	Application Programming Interface (Anwenderprogrammierschnittstelle)
ATSC	Advanced Television Systems Committee (Standard)
CA	Conditional Access
DVB	Digital Video Broadcasting
DVB-SI	DVB-Service Information
DVB-T	Digital Video Broadcasting – Terrestrial
EPG	Electronic Programme Guide (Elektronischer Programmführer)
IPG	Interactive Programme Guide
IVW	Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern
JMStV	Jugendmedienschutz-Staatsvertrag
MDSStV	Mediendienste-Staatsvertrag
MHP	Multimedia Home Platform
PC	Personal Computer
PDA	Personal Digital Assistant
PSIP	Program and System Information Protocol
PVR	Personal Video Recorder
RAM	Random Access Memory
RStV	Rundfunk-Staatsvertrag
SI	Service Information
SZdD	Satzung über die Zugangsfreiheit zu digitalen Diensten
TKG	Telekommunikationsgesetz
VoD	Video on Demand

7 Literaturverzeichnis

- Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (2005): Digitalisierungsbericht 2005. Digital-TV und Analog-Digital-Übertragung. Berlin.
- Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland – Projektgruppe Teletext (2001): Teletext – das unterschätzte Medium. In: Media Perspektiven 2, S. 54-64.
- Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (2004): Medien Basisdaten: Teletext: Nutzungsverhalten 2003 und 2004, http://www.ard.de/intern/basisdaten/mediennutzung/teletext_3A_20nutzungsverhalten/-/id=55000/8f8q1i/index.html [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- AGF (2005): Entwicklung des Digitalisierungsgrades (Stand 1.8.2005), <http://www.agf.de/daten/zuschauermarkt/digitaltv/> [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- Ardissono, Liliana / Kobsa, Alfred / Maybury, Mark (Hrsg.) (2004): Personalized Digital Television: Targeting Programs To Individual Viewers, Dordrecht.
- Axel Springer Verlag (1995): Relations. Programmzeitschriften und Fernsehen. Hamburg.
- Beckert, Bernd / Schulz, Wolfgang / Zoche, Peter / Dreier, Hardy (2005): Die Zukunft des deutschen Kabelfernsehnetzes. Sechs Schritte zur Digitalisierung. Heidelberg.
- Belot, Claude (2000): Questionnaire de la Commission des Finances du Sénat sur le projet de loi de finances pour 2000 (Dokumentation zum Haushaltsgesetz 2000), Paris.
- Bube, Hannah (1998): Ein guter Rat unter Freunden? Zum Zusammenhang zwischen der Spielfilmankündigung in Programmzeitschriften und der Spielfilmmutzung in den Zielgruppen der Programmzeitschriften. Unv. Diplomarbeit, Hochschule für Musik und Theater Hannover.
- Burda Medien (1993): ConMedia. TV und Programmzeitschrift. Zwei Medien im gemeinsamen Markt. Vorlieben, Images, Typen. Offenburg.
- Burda Medien (1994): ConMedia2. Zur Nutzung von TV und Programmzeitschrift. Qualitative Analyse. Offenburg.
- Cohen, Céline / Wilhelm, Pascal (2002): Les implications de la loi du 1er août 2000 sur le contrôle des rapprochements d'entreprises de communication audiovisuelle, *Légipresse* n° 189, S. 17 ff.
- Chorianopoulos, Konstantinos (2005): User Interface Design and Evaluation in Interactive TV. In: The HERMES Newsletter by ELTRUN (May – June 2005) Is. 32: Special Issue on “User Interface Design and Evaluation in Interactive TV”, 3. S. Online-Ressource: <http://www.eltrun.gr/newsletters/1/32.pdf> [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- Chorianopoulos, Konstantinos / Spinellis, Diomidis (2004): User interface development for interactive television: Extending a commercial DTV platform to the virtual channel API. In: *Computers & Graphics* 28, 2; S. 157-166. Online-Ressource: <http://www.dmst.aueb.gr/dds/pubs/jrnl/2004-CG-ITV/html/CS04.pdf> [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- Datamonitor (2002): The evolution of the EPG: Electronic program guide development in Europe and the US – A Datamonitor brief (Product Brochure), London u.a., <http://www.datamonitor.com/~41c658cc85694488b9ab2f889d61f54b~/products/free/Brief/BFTC0768/010bftc0768.pdf> [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- Deutsche TV-Plattform Unterarbeitsgruppe Systemmanagement der AG ME-MHP (2004): Navigatoren für digitale Fernseh- und MHP-Empfänger: Grundlagenpapier aller Marktbeteiligten (20.9.04, V1.2), http://www.tv-plattform.de/download/MHP/MHP_Navigation%20V1-2.pdf [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- Dolby Laboratories Licensing Corporation (o.J.): Digital Broadcast Products: Guidelines for Electronic Program Guide Software Developers, http://www.dolby.com/assets/pdf/tech_library/16_EPG_softwareDevGuide.pdf [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- Dolzer, Rudolf (Hrsg.) (2005): Bonner Kommentar zum Grundgesetz, Loseblatt, 117. Aktualisierung, Heidelberg.
- Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Hrsg.) (2004): Glossar des digitalen Fernsehens. (Beilage zur IRIS Spezial: Die Regulierung des Zugangs zum digitalen Fernsehen), Straßburg / Baden-Baden.
- Franceschin, Laurence (2000): Loi du 1er août 2000: un nouvel élan pour le service public, *Légipresse* n° 175, S. 101 ff.
- Gersdorf, Hubertus (1998): Chancengleicher Zugang zum digitalen Fernsehen, Berlin. (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten; Bd. 10).
- Hahn, Werner / Vesting, Thomas (2005): Beck'scher Kommentar zum Rundfunkrecht, München (im Erscheinen).
- Helberger, Natali (2004): Technische Engpässe in den Händen vertikal integrierter Anbieter mit beherrschender Stellung: Problem oder Triebfeder der Informationswirtschaft? In: *Iris spezial* –

- Die Regulierung des Zugangs zum digitalen Fernsehen, S. 25-41.
- Hoffmann-Riem, Wolfgang (1995): Multimedia-Politik vor neuen Herausforderungen. In: Rundfunk und Fernsehen (RuF), S. 125-138.
- In-Stat Market Research (2003): Electronic Program Guides: Navigating Towards Growth in a Turbulent Market, Pressemitteilung vom 22.7.03, <http://www.instat.com/press.asp?ID=698&sku=IN0301130MB> [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- Institut für Rundfunktechnik (2005): Pressemitteilung: Elektronische Programmzeitung für Digital Radio – DAB (8.8.2005), <http://www.irt.de/IRT/aktuelles/PM-epg-ifa.pdf> [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- International Marketing Reports Ltd. (2002): Electronic Programme Guides – Executive Summary, <http://www.imr-info.com/download/epgexecutivesummary.zip> [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- Kerner, Sean Michael (2004): TV 2.0: HDTV, Program Guide and DVR Outlook, in: clickz.com (13.10.04), <http://www.clickz.com/stats/sectors/hardware/print.php/3421201> [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- König, Michael / Kösling, Stefan (2005): Die digitale Zugangsfreiheit im 8.RÄStV – Nur Anpassung an das TKG oder materielle Änderungen beabsichtigt? In: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM), S. 289-298.
- Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) (2005): Technische und administrative Dienstleistungen für digitales Fernsehen und Pay-TV, http://www.kek-online.de/Inhalte/technische_administrative_dienstleistungen.html [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- Leopoldt, Swaantje (2002): Navigatoren – Zugangsregulierung bei elektronischen Programmführern im digitalen Fernsehen, Baden-Baden. (Materialien zur interdisziplinären Medienforschung, Bd. 43)
- Managing Change (2000): Digital, Interactive and Web TV: Hardware and Software Standards, <http://www.managingchange.com/mediums/inter-tv/standard.htm> [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- McObject LLC (2002): Data management in Set-Top Box Electronic Programming Guides, <http://www.mcobject.com/downloadfiles/epgwhitpaper.pdf> [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- Niewöhner, Florian (2004): Elektronische Benutzerführungssysteme und chancengerechter Zugang zum digitalen Fernsehen – Eine Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Frankfurt.
- Ovum (2001): Study on the Development of Competition for Electronic Communications Access Networks and Services. A report to the European Commission, Information Society Directorate, on the regulation of Conditional Access Systems and related facilities (February 2001), <http://europa.eu.int/ISPO/infosoc/telecompolicy/en/OVUM-regcasys.pdf> [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2005): Zur Implementierung von DVB-T in Österreich. Eine qualitative Studie, Wien. (Als Online-Ressource: [http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/B389C91EA1F9A03DC12570350032C267/\\$file/Schriftenreihe_03_2005.pdf](http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/B389C91EA1F9A03DC12570350032C267/$file/Schriftenreihe_03_2005.pdf) [zuletzt aufgerufen am 31.8.05]).
- Plog, Philipp (2005): Zugang zum digitalen Fernsehen in Frankreich, Baden-Baden. (Materialien zur interdisziplinären Medienforschung, Bd. 50).
- RTR-GmbH (2004): Abschlussbericht DVB-T-Testbetrieb Graz 2004, 14.12.2004, http://www.rtr.at/web.nsf/deutsch/Portfolio_Berichte_nach%20Kategorie_Berichte_EndberichtDVB-T?OpenDocument [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- Sample Business Contracts – Onecle (2003): TV Guide Showcase Rider to TiVo Interactive Program Guide Licence Agreement, <http://contracts.onecle.com/tivo/gemstar.showcase.2003.06.06.shtml> [zuletzt aufgerufen am 31.8.05].
- Schütz, Raimund (2005): Kommunikationsrecht, München.
- Schulz, Wolfgang / Held, Thorsten / Laudien, Arne (2005): Suchmaschinen als Gatekeeper in der öffentlichen Kommunikation – Rechtliche Anforderungen an Zugangsoffenheit und Transparenz bei Suchmaschinen im WWW, Berlin.
- Schulz, Wolfgang / Kühlers, Doris (2000): Konzepte der Zugangsregulierung für digitales Fernsehen – Was können telekommunikationsrechtliche Erfahrungen zur satzungsmäßigen Konkretisierung und zur Weiterentwicklung der §§ 52, 53 RStV beitragen? Berlin.
- Stipp, Horst (2003): Entwicklung digitaler Fernsehetechniken in den USA: Stand, Prognosen, Einschätzungen. In: Media Perspektiven 10, S. 470-476. (Als Online-Ressource: http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/stipp_neu.pdf?foid=9432 [zuletzt aufgerufen am 31.8.05]).
- Stipp, Horst (2004): Die Fernsehentwicklung in den USA – zehn Jahre danach. Was aus einer Prognose aus dem Jahr 1994 wurde. In: Media Perspektiven 12, S. 569-575. (Als Online-Ressource: <http://www.ard-werbung.de/>

showfile.phtml/12-2004_stipp.pdf?foid=13571
[zuletzt aufgerufen am 31.8.05]).

Vesting, Thomas (2002): Satzungsbefugnis von Landesmedienanstalten. In: Verwaltungsarchiv (VerwArch), S. 433-462.

Wagner, Christoph (1996): Rechtsfragen digitalen Kabelfernsehens – Gutachterliche Untersuchung im Zusammenhang mit der Einführung von Digital Video Broadcasting, Berlin. (Schriftenreihe der MABB; Bd. 5)

Wagner, Michael A. (1998): Rechtliche Aspekte elektronischer Programmführer. In: Multimedia und Recht (MMR), S. 243-247.

Weiss, Andreas / Wood, David (1998): Was elektronische Programmführer leisten sollten. In: Multimedia und Recht (MMR), S. 239-242.

Wichmann, Anja (2004): Electronic Programme Guides: A Comparative Study Of The Regulatory Approach Adopted In The United Kingdom And Germany: Part 2. In: Computer and Telecommunications Law Review, S. 43-48.