

# Vorwort

Rund zwei Jahrzehnte ist es inzwischen her, seitdem, basierend auf Kabel und Satelliten als neuen Übertragungstechniken, ein Umbruch in der deutschen Medienlandschaft einsetzte. Die damals in Gang gebrachte Zulassung privater Rundfunkanbieter war von einer intensiven gesellschaftlichen und medienpolitischen Debatte begleitet. Inzwischen befinden wir uns in einer fortgeschrittenen Phase dieses Umbruchs. Weitere tief greifende Änderungen stehen bevor, die durch die Digitalisierung der Übertragungstechnik bedingt sind. Allerdings hat sich daran bisher kaum eine breitere Diskussion in der deutschen Öffentlichkeit entzündet. Und obwohl notwendige Geräte bereits im Handel sind und in Berlin die Umrüstung auf Digitalfernsehen begonnen hat – im Sommer 2003 sollen alle herkömmlichen terrestrischen Sendeanlagen dort abgeschaltet werden –, wird diese Entwicklung trotzdem in ihrer Bedeutung von der Bevölkerung bisher nicht recht wahrgenommen. „Kaum einer merkt’s“ – so titelte unlängst die „Süddeutsche Zeitung“. Vor diesem Hintergrund steht die vorliegende Publikation, die es sich zum Ziel setzt, die mit dem digitalen Fernsehen verbundenen medienpolitischen und medienwirtschaftlichen Herausforderungen zu analysieren. Dies geschieht in höchst fundierter und zugleich verständlicher Weise.

Für das brennend aktuelle Thema gibt es bisher wenig – zumal wissenschaftliche – Literatur. Deshalb muss sich der Verfasser auf umfangreich recherchierte Artikel in der Tagespresse und in Branchendiensten sowie auf die Suche im Internet stützen. Durch die Kombination dieser verschiedenen Wege ist aber eine breitere Materialgrundlage zustande gekommen als sich zunächst vermuten ließ. Überdies hat Frank Zervos Interviews mit hochrangigen Experten aus Politik, Medienunternehmen und Regelungspraxis geführt und damit seine Quellengrundlage erweitert und durch kompetente Einschätzungen ergänzt. Auch praktische Erfahrungen im ZDF kamen ihm zugute.

Der im Kern beabsichtigten Problemanalyse vorgeschaltet ist eine Bestandsaufnahme der vorhandenen digitalen Bouquets öffentlich-rechtlicher und privater Programmanbieter. Ziemlich neu ist in Deutschland, dass auch Kabelnetzbetreiber mit eigenen Programmbouquets aufwarten. Welche neuen Akteure im deutschen Kabelmarkt agieren, wird in einem eigenen Unterkapitel dargestellt. Nachdem die Versuche von Liberty Media und der Ish GmbH, einem Ableger der Muttergesellschaft Callahan, scheiterten, wird sich zeigen müssen, ob der im Januar 2003 beschlossene Verkauf des Kabelnetzes der Telekom AG an ein Konsortium unter Beteiligung der Finanzinvestoren Apax Partners, Goldman Sachs Capital Partners und Providence Equity den Durchbruch bringt.

Ohne gewisse technische Grundkenntnisse begreift man nicht die daraus folgenden wirtschaftlichen und rechtlichen Probleme. Frank Zervos versteht es sehr gut, diese Kenntnisse zu liefern, ohne sich in unnötigen Details zu verlaufen. Sowohl die Verfahren der Verschlüsselung als auch der Navigation werden konzise abgehandelt. Das gilt zudem für die so genannte „Middleware“, bei der proprietäre und nicht-proprietäre Systeme unterschieden werden. Letzteres ist durch die Multimedia Home Platform (MHP) gegeben, auf die sich alle Beteiligten in Deutschland geeinigt haben. Deshalb ist es sinnvoll, darauf ausführlich einzugehen.

In drei Schritten analysiert Frank Zervos die medienwirtschaftlichen Probleme des digitalen Fernsehens. Zunächst werden der Markt umrissen und die Konsumenteneinstellungen behandelt. Angesichts bisher geringer Akzeptanz hat der Verfasser recht, eine höhere Attraktivität von überzeugenden „Mehrwerten“ und von leichter Bedienbarkeit zu erwarten. Im zweiten Schritt werden verschiedene Finanzierungsmodelle des digitalen Fernsehens vorgestellt. Im Pay-TV konstatiert Zervos ein Scheitern der bisherigen Finanzierungsstrategie und hält zeitweilig ein so genanntes „Pay-follows-Free“ für Erfolg versprechender. Im dritten Schritt diskutiert der Verfasser eine Reihe von Geschäftsmodellen, die die Refinanzierung des digitalen Fernsehens ermöglichen sollen. Als Leser ist man für die klare Systematisierung und kundige Durchleuchtung der Fragen dankbar, vor denen die Unternehmen, die digitales Fernsehen anbieten (wollen), stehen.

Die Entwicklung des digitalen Fernsehens wirft eine Fülle von ordnungs- und medienpolitischen Problemen auf. Diese werden im fünften Kapitel dieses Buches behandelt. Schon ob der bisherige Rundfunkbegriff noch tauglich ist, steht in Frage. Folgen ergeben sich für die Dualität des Rundfunksystems und den öffentlich-rechtlichen Programmauftrag. Diskutiert werden darüber hinaus die Konsequenzen für das Rundfunkrecht und die künftige Gesetzgebung. Ein eigenes Kapitel ist den komplizierten kartellrechtlichen Aspekten gewidmet, und auch der Komplex der Urheber- und Lizenzrechte wird berührt. Wohlüberlegt beschäftigt sich Frank Zervos mit dem Regulierungsbedarf im digitalen Fernsehen. Auch Änderungen in Funktion und Organisation der Landesmedienanstalten sind seiner Ansicht nach zu erwarten.

Die Ergebnisse seiner Untersuchung fasst der Autor in neun Thesen zusammen, drei jeweils zu Technik, zu Wirtschaft und zu Medienpolitik. Diese Thesen ergeben sich schlüssig aus dem Vorangegangenen und spitzen die Leitgedanken schön zu. Sie würden vielleicht etwas simpel wirken, hätte man nicht zuvor einer derart differenzierten Auseinandersetzung mit dem Thema begegnen können.

Die vorliegende Publikation ist aus einer vorzüglichen, im Fach Publizistikwissenschaft an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz von mir betreuten Magisterarbeit entstanden. Bisher fehlt meines Wissens eine Veröffentlichung,

die das Thema so aktuell und systematisch abhandelt. Dies rechtfertigt, sie im Druck einer größeren Leserschaft zugänglich zu machen. Dafür wurde sie im Frühjahr 2003 noch einmal auf den neuesten Stand gebracht.

Mainz, im März 2003

Prof. Dr. Jürgen Wilke