

## Positionspapier

### zu rechtspolitischen Aspekten mobiler Multimediadienste

23. August 2006

Seite 1

Der BITKOM vertritt mehr als 1.000 Unternehmen, davon 800 Direktmitglieder mit 120 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Geräte-Hersteller, Anbieter von Software, IT- und Telekommunikationsdiensten sowie Content.

#### Zusammenfassung

Mobile Multimediadienste bieten für die deutsche Wirtschaft ein großes Investitions- und Innovationspotenzial. Um die bestehenden Chancen für den Wirtschaftsstandort Deutschland zu nutzen und international bei der Entwicklung entsprechender Dienste und Geräte nicht den Anschluss zu verlieren, brauchen wir kurzfristig einen gesetzlichen und administrativen Rahmen, der die Entwicklung der neuen mobilen Dienste aktiv fördert.

Bundesverband  
Informationswirtschaft,  
Telekommunikation und  
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10  
10117 Berlin  
+49. 30. 27576-0  
Fax +49. 30. 27576-400  
bitkom@bitkom.org  
www.bitkom.org

**Ansprechpartner**  
Dr. Volker Kitz LL.M. (NYU)  
Rechtsanwalt  
Bereichsleiter  
Telekommunikations- und  
Medienpolitik  
+49. 30. 27576-221  
Fax +49. 30. 27576-222  
v.kitz@bitkom.org

**Präsident**  
Willi Berchtold

**Hauptgeschäftsführer**  
Dr. Bernhard Rohleder

## **Positionspapier**

**Mobile Multimediadienste**

Seite 2

### **Übertragungstechniken und Entwicklungsstand mobiler Multimediadienste**

#### **DVB-H**

Der Standard DVB-H (Digital Video Broadcast-Handheld) wurde auf Basis des in Europa weit verbreiteten Standards DVB-T – maßgeblich in Deutschland – entwickelt und steht in anderen europäischen Mitgliedstaaten kurz vor der marktreifen Einführung. DVB-H ermöglicht nicht nur mobiles Fernsehen, sondern in der Kombination mit den Mobilfunknetzen auch neue mobile interaktive Multimediadienste – mit individuellen Zusatzinformationen für die Nutzer und Interaktion über Mobilfunknetze. Grundlage ist die Broadcast-Technologie, die eine gleichzeitige Breitband-Übertragung an viele Nutzer ermöglicht. DVB-H wird wie DVB-T über Antenne gesendet; eine Ausstrahlung über Satellit ist ebenfalls geplant.

DVB-H hat mehrere Besonderheiten, die es besonders zukunftsfähig machen: Modernste Kompressionsverfahren ermöglichen wenigstens 16 DVB-H-Kanäle auf einem Multiplex von 8 MHz Bandbreite bzw. das Äquivalent von vier DVB-T-Kanälen. Die Anzahl der Programmplätze richtet sich nach der angestrebten Servicequalität und ist, abhängig von der Codierung, sogar noch steigerungsfähig. DVB-H eignet sich in der Kombination mit Mobilfunktechnologie insbesondere gut für interaktive Dienste. Wegen seiner geringen Leistungsaufnahme ist DVB-H speziell für den mobilen Empfang mit batteriebetriebenen Geräten optimiert.

Der Feldversuch in Berlin (das bmco-Projekt) hat Deutschlands führende Position bei der Entwicklung und Erprobung entsprechender neuer DVB-H-Dienste eindrucksvoll demonstriert. Die in Deutschland tätigen Mobilfunknetzbetreiber, viele Gerätehersteller sowie Content- und potenzielle Diensteanbieter und -entwickler wollen in den bundesweiten Aufbau und Betrieb eines DVB-H-Netzes und in die Entwicklung entsprechender Geräte und Dienste investieren. Die deutschen Mobilfunkbetreiber E-Plus, O2 (Germany), T-Mobile und Vodafone haben gemeinsam mit privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbietern anlässlich der FIFA WM 2006 Mobile-TV im DVB-H Standard an den vier Spielorten Berlin, Hamburg, Hannover und München demonstriert.

#### **DMB**

DMB (Digital Multimedia Broadcast) basiert auf dem bestehenden DAB-Standard, für den in Teilbereichen eine Netzinfrastruktur bereits existiert. Ähnlich wie DVB-H verwendet auch DMB modernste Kompressionsverfahren und ist ebenfalls durch Interaktivität und geringen Stromverbrauch charakterisiert. In Südkorea wird DMB in einer Satellitenversion (S-DMB) bereits seit Mai 2005 und in einer terrestrischen Version (T-DMB) seit Dezember 2005 erfolgreich vermarktet.

## **Positionspapier**

**Mobile Multimediadienste**

Seite 3

In Deutschland haben die Landesmedienanstalten Übertragungskapazitäten zur Erprobung des Einstiegs in den Regelbetrieb digitaler terrestrischer Rundfunkdienste im DMB-Standard für mindestens drei Jahre an die Mobiles Fernsehen Deutschland GmbH erteilt – entsprechend den „Gemeinsamen inhaltlichen Eckpunkten für Vergabeverfahren der Landesmedienanstalten im Zuge länderübergreifender DMB-Projekte“. DMB wurde Ende Mai 2006 in den WM-Städten Stuttgart, Berlin, Köln, München, Frankfurt ebenfalls mit einem privaten und öffentlich-rechtlichen Programmpaket in Betrieb genommen.

### **Marktrelevanz mobiler Multimediadienste**

Die genannten Techniken haben eine sehr hohe Marktrelevanz, weil sie neue Geschäftsmodelle und Märkte ermöglichen und erhebliche Wachstumsimpulse für die angrenzenden heutigen Märkte schaffen. Nach Expertenschätzungen könnten diese neuen Dienste allein in Deutschland bis Ende des Jahrzehnts jährliche Umsätze in Milliardenhöhe generieren.

Hinzu kämen Investitionen für Aufbau, Betrieb und Erweiterung der Netze durch die Wirtschaft, von denen gerade auch der Mittelstand profitieren würde. Die Umsätze mit den erforderlichen leistungsfähigeren mobilen Endgeräten dürften sich nach heutigen Schätzungen in Deutschland bis zum Jahre 2010 auf bis zu eine Milliarde Euro belaufen.

### **Ausreichende Übertragungskapazitäten für mobiles Fernsehen und interaktive mobile Multimediadienste schaffen**

Für das Angebot und den Erfolg mobiler Dienste ist die rechtzeitige Reservierung und Zuweisung der benötigten Frequenzen eine Grundvoraussetzung. Wie schon die Entwicklung des digitalen GSM-Mobilfunks vor etwa 15 Jahren zeigte, hängen hiervon entscheidend das Entstehen und die Wachstumsbedingungen innovativer Märkte ab.

Die Frequenzzuweisungen sind hoheitliche Regulierungsaufgaben, in deren Rahmen der Staat die Verantwortung für Innovation und Wachstum trägt. Damit seine Frequenzpolitik neue mobile Multimediadienste fördern kann, muss der Staat frühzeitig verbindlich Frequenzen zuweisen und damit unabdingbare Planungssicherheit und Grundlagen für Investitionsentscheidungen schaffen.

Dafür bietet gerade die derzeitige Umstellung von analogem auf digitales Fernsehen (DVB-T) eine große Chance. Sie erlaubt eine Förderung der gesamten Rundfunkdigitalisierung, die den Belangen des klassischen Rundfunks Rechnung trägt und doch die Voraussetzungen für neue mobile Multimediadienste schafft. So kann das volle Innovationspotenzial der Digitalisierung in dem derzeit dem Rundfunk zugewiesenen Frequenzbereich ausgeschöpft werden.

## Positionspapier

Mobile Multimediadienste

Seite 4

Die Länder sind für die für die Zuweisung von Übertragungskapazität aus Frequenzen, die dem Rundfunk zugewiesen sind, zuständig. Wir fordern daher insbesondere die Länder auf, ungenutzte Kapazitäten zu einer bundesweiten Bedeckung mit mobilen Multimediadiensten zu koordinieren. Für die Branche ist eine reibungslose Harmonisierung von Ausschreibungen zwischen den 15 Landesmedienanstalten ein wesentlicher Faktor der Investitions- und Planungssicherheit.

### Keine Ausweitung der Rundfunkregulierung auf neue Dienste

Sowohl bei der Reform des deutschen Telemedienrechts (geplantes Telemediendienstegesetz (TMG) / Neunter Rundfunkänderungsstaatsvertrag) als auch bei der Revision der EU-Fernsehrichtlinie zeigt sich die Absicht der Gesetzgeber, neue Dienste und klassischen Rundfunk in einem gemeinsamen Regelwerk zu behandeln.

Die Branche ist besorgt, dass der Staat die erheblichen Unterschiede zwischen Rundfunk und Telemediendiensten, insbesondere hinsichtlich Angebotsform, Angebotswirkung und damit Regelungsbedürftigkeit, verkennt und ohne sachlichen Grund verschiedene Dienste gleich regulieren will. Die Branche ist weiter besorgt, dass der Staat die überintensive Regulierung des klassischen Fernsehens schleichend auf alle Telemediendienste ausweiten will. Dies lehnen wir strikt ab.

Gewachsener Wettbewerb und größere Angebotsvielfalt erfordern eine Liberalisierung des klassischen Rundfunkrechts statt einer pauschalen Ausdehnung auf neue Dienste. Vielmehr muss der Gesetzgeber bei neuen Diensten immer erst prüfen, ob überhaupt Regelungsbedarf besteht. Wenn dies der Fall sein sollte, so darf dies keinesfalls zur Unterwerfung neuer Dienste unter die überkommene Rundfunkregulierung führen, wenn diese sich – z.B. wegen ihrer größeren Nutzerkontrolle (Interaktivität) – stark vom klassischen Rundfunk unterscheiden.

Insbesondere folgende Elemente der klassischen Rundfunkregulierung würden die Entwicklung neuer Dienste stark behindern und dürfen daher auf diese keinesfalls anwendbar sein:

- quantitative Werberegeln (Werbezeitbeschränkungen)
- Inhaltsquoten und sonstige Inhaltsvorgaben, die ein notwendiges „Ausprobieren“ bei neuen Geschäftsmodellen unmöglich machen
- Bestimmungen über räumliche Verteilung
- Gebührenfinanzierung

## Positionspapier

Mobile Multimediadienste

Seite 5

### Klare Abgrenzung zwischen Rundfunk und anderen Diensten

Um der Gefahr einer unangemessenen Verallgemeinerung entgegenzutreten, sollte der Gesetzgeber die Rundfunkdefinition schärfer fassen und ausdrücklich festlegen, dass Rundfunk

- Meinungsrelevanz besitzen muss (wie vom Bundesverfassungsgericht ohnehin schon gefordert) und zusätzlich
- ein lineares Angebot darstellt, das über ein vom Nutzer nicht beeinflussbares zeitliches Programmschema verfügt, sowie
- eine Punkt-zu-Multipunkt-Übertragung ohne gesonderte Aufbereitung für oder Interaktion mit dem Nutzer voraussetzt.

Die vorgeschlagene Definition würde der Spruchpraxis des Bundesverfassungsgerichts und den Anforderungen der Landesmedienanstalten entsprechen. Das Bundesverfassungsgericht definiert Rundfunk anhand der Meinungsrelevanz, also insbesondere anhand der Kriterien Breitenwirkung, Aktualität und Suggestivkraft. Eine mit dem herkömmlichen Rundfunk vergleichbare Suggestivkraft liegt nicht vor, wenn der Nutzer selbst entscheidet, auf welche ganz konkreten Inhalte er jeweils wann zugreifen möchte

### Keine Hindernisse für Plattform-Betreiber

Im Zuge der Digitalisierung und der Effizienzsteigerung durch neue Übertragungsverfahren entwickelt sich die Rolle des Plattformbetreibers zu einem möglichen Bindeglied zwischen dem Sendernetzbetrieb und den Inhaltenanbietern. Dieser Betreiber ist somit nicht selbst Veranstalter von audiovisuellen Diensten, sondern stellt, ggf. in Kooperation mit den Inhaltenanbietern, die technische und organisatorische Plattform für die Nutzung dar. Als Investor trägt er zudem das Risiko für den wirtschaftlichen Betrieb eines Multiplex. Dies soll eine effiziente Auslastung von Übertragungskapazität bei gleichzeitig angemessener Berücksichtigung der Pluralität und Vielseitigkeit im Rundfunk gewährleisten. Die Rechtsordnung darf Plattformbetreiber daher nicht unsachgemäß mit den Regeln für Inhaltenanbieter belasten.

### Keine Doppelregulierung und Doppelzuständigkeiten

Wie zwischen Rundfunk und neuen Diensten gibt es auch Abgrenzungsschwierigkeiten zwischen Telemediendiensten und Telekommunikationsdiensten. Diese Probleme darf der Gesetzgeber nicht durch Doppelregulierung und Doppelzuständigkeiten scheinbar lösen und dadurch verschlimmern. Es muss klare Abgrenzungen geben, nach denen ein Dienst entweder nur dem Telekommunikationsgesetz oder aber nur dem (künftigen) Telemediendienstegesetz und der damit verbundenen Aufsicht unterliegt.