



**Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln**

Eva-Maria Michel

„Connected TV“:
Chance oder Hemmnis
für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

**Arbeitspapiere
des Instituts für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln**

Nr. 292

Köln, im Juli 2013

Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie

ISSN der Arbeitspapiere: 0945-8999

ISBN des vorliegenden Arbeitspapiers 292: 978-3-86409-001-1

Schutzgebühr 7,- €

Die Arbeitspapiere können im Internet eingesehen
und abgerufen werden unter der Adresse
<http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de>

Mitteilungen und Bestellungen richten Sie bitte per E-Mail an:
rundfunk-institut@uni-koeln.de
oder an die unten genannte Postanschrift



**Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln**

Hohenstaufenring 57a

50674 Köln

Germany

Telefon: +49 (221) 23 35 36

Telefax: +49 (221) 24 11 34

Eva-Maria Michel

„Connected TV“: Chance oder Hemmnis für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

1. „Connected TV“ – "hybrides Fernsehen" – „Smart TV“ – "HbbTV"	5
2. „Connected TV“ als Chance für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk	6
3. Regulatorische Herausforderungen	7
3.1. Inhalteregulierung (insb. Jugendschutz, Schutz der Menschenwürde und Werbung).....	7
3.2. Diskriminierungsfreier Zugang und Auffindbarkeit von öffentlich-rechtlichen Programmen und Zusatzangeboten.....	8
3.3. Integrität unseres Sendesignals	10
3.4. Datenschutz	10
4. Ausblick	11

Eva-Maria Michel

„Connected TV“:
Chance oder Hemmnis für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk*

1. „Connected TV“ – "hybrides Fernsehen" – „Smart TV“ – "HbbTV"

„Connected TV“, „hybrides Fernsehen“, „Smart TV“, „HbbTV“ – all diese Begriffe werden zum Teil synonym für das Zusammenwachsen von klassischem Fernsehen über Terrestrik, Satellit und Kabel und Abrufinhalten aus dem Internet (meistens) auf ein und demselben Bildschirm verwendet. Deshalb lohnt es sich, sich zu Beginn Klarheit zu verschaffen, worüber wir eigentlich reden: Ich verstehe „Connected TV“ als echtes Zusammenwachsen von Rundfunk und Internet; das technisch auch als „hybrides“¹ Fernsehen bezeichnet wird.

Auf dem Markt gibt es heute eine große Vielfalt hybrider Endgeräte. Das können Fernsehgeräte mit integriertem Internetanschluss sein, aber auch normale Fernsehgeräte, die über eine Set-Top-Box, eine Spielekonsole oder einen Blue-Ray-Player zu hybriden Empfangsgeräten werden.²

Technisch ist es möglich, Internetdienste außerdem so mit dem Rundfunksignal zu verknüpfen, dass der Zuschauer mit dem Umschalten auf ein bestimmtes Programm auch die dazu gehörenden Applikationen angeboten bekommt. Man spricht hier von HbbTV.³ Wenn der Zuschauer mehr zu einer Meldung aus einer Fernsehsendung wissen möchte, kann er über die „Red-Button-Funktion“ mit einem Klick auf das dazugehörige News-Archiv und Hintergrundberichte von tagesschau.de zugreifen. Im Handel werden aber z.T. auch „Smart TV“-Geräte angeboten, die nur über einen USB-Anschluss verfügen. Man kann darauf zwar Fotos oder zuvor abgespeicherte Videos ansehen. Weil ihnen der Internet-Anschluss fehlt, handelt es sich aber nicht wirklich um „Connected TV“.

* Der Beitrag basiert auf einem Vortrag, den die Autorin, Justiziarin und stellvertretende Intendantin des Westdeutschen Rundfunks Köln, auf der vom Institut für Rundfunkökonomie veranstalteten Tagung „Herausforderungen und Chancen von Connected TV“ am 3. Juli 2013 in Köln gehalten hat.

¹ Aus dem Griechischen für gemischt, gekreuzt, kombiniert.

² Hiervon zu unterscheiden ist IPTV. Dabei handelt es sich um einen sog. „managed service“, also die Übertragung von Rundfunk über ein Breitbandnetz, bei dem „ein im Internet Protokoll (IP) codiertes Signal mit Rundfunkprogrammen (TV und Radio) über einen gesonderten Bereich einer Breitbandverbindung (meist Telefonnetz) in garantierter Qualität an einen TV-Haushalt geschickt“ wird, vgl. hierzu: www.tv-plattform.de: Die Deutsche TV-Plattform informiert: Hybrid-TV, S. 6.

³ **Hybrid broadband broadcast TV.**



Einen zukunftsgerichteten „Connected TV“-Begriff benutzt die Europäische Kommission in ihrem Grünbuch Konvergenz.⁴ Sie bezieht auch so genannte „second screen“-Szenarien mit in die Betrachtung ein.

2. „Connected TV“ als Chance für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Damit ist auch schon umrissen, welche Bedeutung „Connected TV“ für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk hat: Es bietet uns eine große Chance, unsere Angebote für alle Nutzer, vor allem aber für ein junges Publikum noch attraktiver zu machen.

Zuschauer schätzen bei „Connected TV“ vor allem die Möglichkeit, auf dem Fernsehschirm sowohl unser traditionelles lineares Fernsehangebot als auch vertiefende Onlineangebote anschauen und nutzen zu können. Mit dem „Red-Button“ bieten wir eine deutlich komfortablere Version unseres Teletexts an. Mit unserem HbbTV-EPG⁵ ist es möglich, außerdem sehr einfach in den Angeboten der gesamten ARD-Programmfamilie zu navigieren.

Für die junge Zuschauergeneration ist vor allem die zeitversetzte Nutzung von eminenter Bedeutung. Wir arbeiten deshalb auch daran, unsere EPGs und Mediatheken künftig miteinander zu verschmelzen. Das könnte dann so aussehen, dass man über einen Programmführer auf das komplette ARD-Sender- und Angebotsbouquet Zugriff hätte. Man kann dann in diesem Bouquet unbeschränkt durch vergangene Sendetage scrollen oder mit einem Klick auf der Fernbedienung eine verpasste Sendung aufrufen. Und das alles auf dem großen Bildschirm in HD-Qualität in gewohnter „lean-back“- Atmosphäre.

Wir wollen deshalb nicht nur unsere Mediatheken über „Connected TV“ auf den großen Bildschirm bringen, sondern über eine weitere Funktion auch eine Verbindung mit dem „second screen“ herstellen. Was hier noch fehlt, ist das nahtlose Verschmelzen zwischen Programm und Zusatzinhalten, also die Kommunikation zwischen Fernsehgerät und „second screen“. Wir stehen noch am Anfang der Entwicklung. Man könnte daher hier von „Connected TV 2.0“ sprechen.

Das Institut für Rundfunktechnik hat eine Lösung entwickelt, mit der sich HbbTV-Anwendungen mittels des „second screen“ fernsteuern oder bestimmte Informationen vom Anbieter über eine Internetverbindung auf den „second screen“ „pushen“ lassen.⁶ Das erlaubt dann „virtuell“ ein gemeinsames Fernseherlebnis. Man kann sich das so vorstellen, dass jemand etwa hier in Köln eine Fernsehsendung sieht, den Link dazu auf Facebook postet, ein Freund in

⁴ Grünbuch über die Vorbereitung auf die vollständige Konvergenz der audiovisuellen Welt: Wachstum, Schöpfung und Werte. COM (2013) 231 final.

⁵ Elektronischer Programmführer (= Electronic Programme Guide).

⁶ Der Nutzer muss lediglich einen QR-Code, mit einer geeigneten Anwendung auf dem Zweitgerät vom Fernsehbildschirm abscannen. Nach Verbindungserfolg wird automatisch die „second screen“ Applikation auf dem Zweitgerät gestartet.



Berlin, Brüssel oder Boston das Posting auf Facebook sieht und (mit der beschriebenen neuen Anwendung (bar code)) gleichzeitig über seinen Tablet die Verbindung jeweils zu seinem „Connected TV“-Set herstellt und beide „gemeinsam“ (virtuell) über die Entfernung hinweg dieselbe Sendung sehen.

Mit „Connected TV“ stehen uns also in Zukunft viele Möglichkeiten offen, unsere Inhalte auch über soziale Netzwerke zu teilen. Damit können wir – das wird in Zukunft immer wichtiger – in einem ganz anderen Umfeld und in anderer Intensität in Kontakt mit unserem Publikum treten.

3. Regulatorische Herausforderungen

Unter dem Stichwort: „regulatorische Herausforderungen“ sind folgende Themen von Bedeutung:

1. unterschiedliche inhaltliche Regulierungsvorgaben (insb. Jugendschutz, Schutz der Menschenwürde und Werbung),
2. diskriminierungsfreier Zugang und Auffindbarkeit,
3. Integrität unseres Sendesignals und
4. Datenschutz (den ich in diesem Referat nur kurz ansprechen werde).

Damit sind zugleich auch die Gefahrenpotentiale/Hemmnisse aus unserer Sicht beschrieben.

3.1. Inhalteregulierung (insb. Jugendschutz, Schutz der Menschenwürde und Werbung)

Bei „Connected TV“ wird der Nutzer nicht immer erkennen können, ob er sich gerade Rundfunkinhalte oder Inhalte aus dem Internet ansieht. Und noch weniger dürfte ihm bewusst sein, dass für diese verschiedenen Inhalte unterschiedliche Regulierungsregime gelten. Damit stellen sich zwei Fragen:

- Wie kann regulatorisch sichergestellt werden, dass unser Publikum auch in einem hybriden Fernseh Umfeld vor problematischen Inhalten geschützt wird – und zwar so, wie das Publikum es beim Fernsehen gewohnt ist und auch erwarten darf?
- Welche Maßnahmen sind erforderlich, um zu verhindern, dass unterschiedliche Regulierungen für die verschiedenen Angebote und Dienste zu Marktverzerrungen zwischen den jeweiligen Anbietern führen?

Um das an einem Beispiel zu illustrieren: Audiovisuelle Inhalte auf Spiegel. online oder Bild.de fallen aktuell weder unter die AVMD-Richtlinie noch unter die eCommerce-Richtlinie. Aber ist es fair gegenüber kommerziellen Rundfunkveranstaltern, wenn diese Werbebeschränkungen unterliegen, die für Verlegerangebote nicht gelten? Und sollten Eltern auf dem Fernsehschirm nicht grundsätzlich einheitliche Jugendschutzstandards erwarten können?

Auf diese Fragen gibt es keine einfachen Antworten. Am einfachsten dürfte noch die Forderung der kommerziellen Veranstalter umzusetzen sein, die quan-



titativen Werbebeschränkungen auch für ihre linearen Angebote ganz abzuschaffen. Dagegen zeigt sich beim Jugendschutz die ganze Komplexität der Fragestellung. Sollen künftig auch Akteure, die bisher ohne besondere Jugendschutzaufgaben im Internet unterwegs waren, denselben Vorgaben unterworfen werden, wie sie etwa für das Fernsehen gelten? Der Entwurf des 14. Rundfunkänderungsstaatsvertrags (Jugendmedienschutz) der im Ergebnis gescheitert ist, hat einen Vorgeschmack für die Debatte geliefert.

3.2. Diskriminierungsfreier Zugang und Auffindbarkeit von öffentlich-rechtlichen Programmen und Zusatzangeboten

Eine zweite Fragestellung besteht darin, wie für Inhalteanbieter und Nutzer ein diskriminierungsfreier Zugang gesichert werden kann. Proprietäre Portale der Endgerätehersteller beinhalten die Gefahr, dass sich die verschiedenen Marktteilnehmer über ihre jeweiligen Schlüsselpositionen Wettbewerbsvorteile verschaffen, indem sie ihre eigenen Angebote bevorzugen und anderen Marktteilnehmern den Zugang zu Übertragungsinfrastruktur, Endgeräten oder Portalen verwehren oder erheblich erschweren. Unter dem Stichwort „diskriminierungsfreier Zugang“ geht es also darum, die Ausnutzung von „Gatekeeper“-Positionen zwischen Inhalteanbietern und Nutzern zu verhindern und damit nichts Geringeres als Angebots- und Meinungsvielfalt zu gewährleisten.

Die Plattformregulierung des Rundfunkstaatsvertrages (§§ 52 ff. RStV) sieht schon heute entsprechende Vorgaben für Plattformanbieter vor. Diese müssen Anbietern von Rundfunk und vergleichbaren Telemedien eine diskriminierungsfreie Verbreitung ihrer Angebote gewährleisten. Allerdings stellt sich die Frage, ob diese Regeln auch für die Portale von Endgeräteherstellern gelten. Diese Frage ist noch nicht klar beantwortet. Ich bin der Auffassung, dass dies nicht der Fall ist.

Ebenfalls nicht vom Anwendungsbereich der Plattformregulierung erfasst sind reine Programmplattformen, wie z.B. Zattoo.⁷ Damit sind wichtige Zugangssicherungen des Rundfunkstaatsvertrages auf Portale von TV-Geräteherstellern und auf reine Programmplattformen nicht anwendbar.

Neben dem diskriminierungsfreien Zugang wird zukünftig außerdem die Auffindbarkeit unserer Angebote von herausragender Bedeutung sein. Genau wie Plattformanbieter haben Portalbetreiber großen Einfluss auf die Gestaltung der Portalseite und damit auch auf die Auffindbarkeit von Inhalten. Portalbetreiber bestimmen, wie die Startseite des Nutzerbildschirms gestaltet ist, welche Voreinstellungen in Programmlisten getroffen werden und in welcher Reihenfolge die Applikationen mit Zusatzdiensten auf den Portalen angeordnet sind.

⁷ Sie werden in offenen Netzen betrieben. Sofern sie keine marktbeherrschende Stellung einnehmen, profitieren sie von der Privilegierung zu Gunsten von Plattformen in offenen Netzen (§ 52 Abs. 1 Ziff. 1 RStV).

Das wirft die Frage auf, wie sich in Zukunft sicherstellen lässt, dass vielfaltsrelevante (vor allem öffentlich-rechtliche) Inhalte in einer konvergenten Medienwelt vom Publikum schnell und einfach gefunden werden können. Ein Blick über den nationalen Tellerrand zeigt, dass es im Vereinigten Königreich dazu schon Lösungsansätze gibt. Statt von „Auffindbarkeit“ spricht man dort von „due prominence“. Ähnlich wie bei unserem Ansatz, die Zugangsregeln des Rundfunkstaatsvertrages auch auf Endgerätehersteller und ihre Portale zu übertragen, überlegt man im Vereinigten Königreich, die bestehenden Auffindbarkeitsregeln im „Communications Act 2003“, die für EPGs gelten, auf alle „significant content gateways“ auszuweiten. Zu solchen „gateways“ würden alle Rundfunk- und IPTV-Plattformen und alle hybriden TV-Geräte (einschließlich Set-top-Boxen und Spielekonsolen, die audiovisuelle Inhalte und Dienste bereitstellen) zählen.

Nach einer Studie von Robin Foster und Tom Broughton für die BBC⁸ können sich künftig auch App-Stores mit audiovisuellen Inhalten zu solchen „significant gateways“ entwickeln, deshalb sollten auch diese dann von den „due prominence“-Regeln erfasst werden. Nicht erfasst will man – zumindest derzeit – reine Internet Service Provider. Die – nachvollziehbare – Begründung dafür: Sie üben kaum oder keine Kontrolle über die Inhalte aus, die von ihnen verbreitet werden. Auch Suchmaschinen und soziale Netzwerke sollen nicht geregelt werden. Das ist für mich ein pragmatischer und zielführender Ansatz: Auch hier in Deutschland sollten wir bei einer Überarbeitung der Plattformregulierung auf flexible „Must-be-found“-Regeln hinwirken.

Lassen Sie mich an dieser Stelle noch die Brücke zum Stichwort Netzneutralität schlagen, die zur Zeit in Verbindung mit der geplanten Veränderung der Internettarife der Deutschen Telekom⁹ diskutiert und absehbar ja möglicherweise zu ersten regulatorischen Maßnahmen führen wird.

⁸ http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/bbc_psb_prominence.html

⁹ Die Telekom hatte Anfang Mai für Neukunden im Festnetz Daten-Obergrenzen eingeführt. Werden diese überschritten, können die Internet-Verbindungen gedrosselt werden. Allerdings sollen diese Begrenzungen erst ab 2016 greifen. Die Pläne lösten heftige Kritik von Nutzern und Politik aus. Daraufhin hatte die Telekom klargestellt, dass es auch weiterhin "echte" Flatrates mit unbegrenztem Datenvolumen geben werde, voraussichtlich für 10 bis 20 Euro mehr. Im Nachgang wurde zudem die Geschwindigkeit, auf die gedrosselt werden soll, von 384 kBit pro Sekunde auf 2 MBit pro Sekunde erhöht. Außerdem rechnet der Konzern mit einer veränderten Lage durch den Trend zu Verbindungen mit höherer Geschwindigkeit. Man geht davon aus, dass künftig deutlich mehr Kunden schnellere Anschlüsse mit 50 oder 100 Megabit/Sekunde buchen - und diese würde dann sowieso höhere Datenvolumen inklusive erhalten. Der Konzern verwies auf die hohen Investitionen der Telekom als Begründung für die Drossel-Pläne (Quelle: dpa 19.06.2013). Für Aufregung sorgte in diesem Zusammenhang, dass die Nutzung des Telekom-eigenen Videodienstes Entertain nicht auf das Datenkontingent angerechnet wird. Hingegen sollen Datenabrufe bei anderen Anbietern (z.B. iTunes, Lovefilm, Watchever etc.) das den Kunden zur Verfügung stehende Datenvolumen schmälern. Nur wenn ein Dienst



Denn – und hier schließt sich der Kreis zu unserem Thema – die meisten Netzbetreiber sind heute vertikal integriert, sie stellen also nicht nur Verbreitungsinfrastruktur zur Verfügung, sondern sind mittlerweile auch Inhalteanbieter. Das heißt, sie haben ein Interesse daran, ihre eigenen Inhalte über sog. „managed services“ zu bevorzugen und möglicherweise Inhalte Dritter zu benachteiligen. Auch vor diesem Hintergrund erscheinen Anpassungen der rundfunkrechtlichen Plattformregulierung notwendig.

3.3. Integrität unseres Sendesignals

„Connected TV“ berührt auch Fragen der Signalintegrität. Proprietäre Software-Implementierungen der Gerätehersteller ermöglichen die Überblendung (Overlays) unserer Inhalte mit Werbebotschaften. Dritte machen sich unsere Programme damit zu ihren eigenen Zwecken kommerziell zu nutzen. Da Endgeräteportale (bislang) nicht unter den Plattformbegriff fallen, helfen insoweit auch die Schutzmechanismen des Rundfunkstaatsvertrages nicht weiter. Es greifen weder die Regelung zum Veränderungsverbot (§ 52 a Abs. 3 Satz 1, 1. HS, RStV) noch das Vermarktungsverbot.¹⁰

Auch das Urheberrecht bringt hier keine Lösung: Das Leistungsschutzrecht des Sendeunternehmens (§ 87 UrhG) bietet keinen Schutz gegen diese Overlays, weil diese nicht auf Signalveränderungen basieren.¹¹ Und schließlich bieten weder das Markenrecht noch das Recht des unlauteren Wettbewerbs zufriedenstellende Lösungen, geschweige denn die notwendige Rechtssicherheit.

3.4. Datenschutz

Für uns steht fest, dass die Kunden auch mit hybriden Endgeräten surfen und fernsehen können müssen, ohne dass das Nutzerverhalten vom Hersteller verfolgt und ausgewertet wird. Endgerätehersteller sind daher verpflichtet, die datenschutzrechtlichen Mindestanforderungen aus TMG und BDSG in Bezug auf Datenerhebung und –nutzung einzuhalten, ohne dass dies hier aus Zeitgründen weiter konkretisiert werden kann.

eine gesonderte Partnerschaft mit der Telekom eingeht, würde er als „managed service“ privilegiert.

¹⁰ Das Veränderungsverbot schützt die Inhalteanbieter vor inhaltlichen und technischen Veränderungen ihrer Programme und vergleichbaren Telemedien, wenn sie dem Plattformanbieter hierfür keine Zustimmung erteilen. Das Vermarktungsverbot untersagt es, Plattformanbietern, Inhalte ohne Zustimmung des Programmanbieters in Programmpakete aufzunehmen oder in anderer Weise entgeltlich zu vermarkten.

¹¹ Auch der Ansatz, gegen Überblendungen als unzulässige Entstellung des Werks nach § 14 UrhG vorzugehen, hat wenig Erfolgsaussichten. § 14 UrhG behandelt einen Teilaspekt des Urheberpersönlichkeitsrechts, der auf die hier geschilderten Sachverhalte kaum übertragbar ist. Denn eine Beeinträchtigung der Programminhalte könnte danach allenfalls einzelfallbezogen von den Urhebern selbst und nicht vom Sender geltend gemacht werden.

4. Ausblick

Wie Sie sehen können, leiten sich aus der rapiden Entwicklung des hybriden Fernsehens eine ganze Reihe von Problemen ab, die nicht alle durch Absprachen unter den „stakeholdern“ oder etwa mit geltendem Recht gelöst werden können. Wir brauchen daher in absehbarer Zukunft eine flexible Anpassung bestehender Rechtsrahmen auf nationaler und europäischer Ebene.

Die Europäischen Institutionen haben diesen Prozess bereits angestoßen. Insbesondere hat die Europäische Kommission mit dem Grünbuch Konvergenz und der aktuellen Konsultation der interessierten Kreise mit der politischen Arbeit an neuen Regeln für „Connected TV“ begonnen.¹² Das Grünbuch greift eine Reihe von Grundgedanken auf, an die wir mit den von mir geschilderten Anliegen sehr gut anknüpfen können. Themen, die im Grünbuch ausgeklammert werden, sind das Urheberrecht im weiteren Sinne.

Die Konsultation zum Grünbuch läuft bis Ende August diesen Jahres. Im Juni nächsten Jahres stehen jedoch Europawahlen an. Es bleibt daher abzuwarten, ob die Kommission so kurz vor Ende einer Legislaturperiode noch neue Gesetzgebungsvorschläge vorlegen wird.

¹² Das Plenum des Europäischen Parlaments hat am 4. Juli 2013 eine Entschließung über „Connected TV“ angenommen (vgl. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2013-0329+0+DOC+XML+V0//DE>). Verantwortlich als Berichterstatterin zeichnete Petra Kammerevert. Dieser EP-Initiativbericht hat entscheidend dazu beigetragen, die politische Diskussion auf die wichtigen Fragen im Zusammenhang der Konvergenzentwicklung zu lenken.

ISBN 978-3-86409-001-1

ISSN 0945-8999