

Die Sicht des ZDF

## → Digitale Zukunft und die Auswirkung auf Programmkosten\*

Von Gottfried Langenstein\*\*

### Digitalisierung ist schon weit fortgeschritten

Das Digitale Zeitalter steht nicht vor uns, wir sind bereits mitten drin. Nach Auskunft der CEA (Consumer Electronics Association) wird sich das Verkaufsvolumen von Plasmabildschirmen für das Fernsehen in den nächsten zwölf Monaten verdoppeln. Angesichts des erwarteten digitalen Booms sind traditionelle Computerfirmen wie Dell, Gateway und Hewlett-Packard in das Fernsehgeschäft eingestiegen. Spätestens zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 wird ein wesentlicher Teil des Markts zu digitalen Empfangsformen umgeschwenkt haben, und nach dem Willen der Bundesregierung soll im Jahr 2010 der letzte analoge Übertragungsweg im Fernsehen abgeschaltet sein.

### Wichtige Parameter

Ich möchte deshalb ergänzend auf Fragestellungen näher eingehen, die uns als Fernsehmacher bewegen und die außerdem bei der Einschätzung der künftigen Marktentwicklung wesentliche Parameter sind.

Es sind dies:

- Entwicklungsstand der digitalen Märkte in Europa,
- Entwicklungstrends bis 2010,
- HDTV,
- Verbreitungskosten,
- Programmproduktionskosten,
- Rechtekosten,
- Programmpräsentation in Digitalkanälen.

#### Entwicklungsstand der digitalen Märkte in Europa: Frankreich

Europaweit ist eine Belebung der digitalen Entwicklung zu beobachten. Beginnen wir mit Frankreich, wo ich als Vizepräsident von Arte notwendigerweise Einblick habe. In Frankreich gibt es seit einigen Jahren zwei digitale Satellitenbouquets: TPS und Canal-Satellite. Eigentümer von TPS sind TPS (65%) und M6 (35%). Eigentümer von Canal Satellite ist Canal Plus. Die öffentlich-rechtlichen Kanäle Frankreichs F2, F3 und Arte sind in beiden Bouquets vertreten.

Über TPS werden heute 1,5 Millionen Haushalte (5,17%) erreicht, über CanalSatellite 2,5 Millionen (8,6%). Die Einschaltquote von Arte bei TPS und CanalSatellite beträgt 1,5 Prozent in der Gesamttagessfläche und 2,5 Prozent in der Primetime.

Hauptverbreitungsweg in Frankreich ist nach wie vor die terrestrische Verbreitung über das Réseau Multiville. Die Kabelverbreitung spielt mit lediglich 9,6 Prozent angeschlossenen Haushalten eine vergleichsweise untergeordnete Rolle. Deshalb gilt der Digitalisierung des terrestrischen Netzes die größte Aufmerksamkeit, und es ist auch das Feld größter Sensibilität, insbesondere, was die Frage der Abschaltung des analogen Netzes angeht.

Der Start des digital-terrestrischen Fernsehens (TNT) ist für den 1. März 2005 vorgesehen, mit Beteiligung aller heute terrestrisch verbreiteten Kanäle, darunter TF1, F2, F3, France 5, Arte, Festival, Chaîne Parlementaire, M6, Direct 8, iMCM, NRJ TV, NT1, TMC. Die Kanäle haben die Verpflichtung, bis spätestens einen Monat nach Beginn ihre Ausstrahlung sicherzustellen.

Mit der Ausstrahlung sollen im ersten Schritt 35 Prozent der französischen Bevölkerung versorgt werden. 50 Prozent sollen bis September 2005 erreicht werden, 65 Prozent in der ersten Hälfte 2006 und 80 bis 85 Prozent der Bevölkerung im Jahr 2007.

Für die ersten fünf Jahre ist die parallele Ausstrahlung von analogen und digitalen Signalen vorgesehen. Dann soll eine Studie der CSA, der französischen Rundfunkaufsichtsbehörde, klären, wie weiter verfahren wird. Die Mehrkosten für die Simulcastausstrahlung haben die Sender zu tragen, und zwar im Verhältnis zur jeweils erreichten Ausbaustufe des digitalen Netzes. Arte wird in Frankreich im ersten Jahr dadurch mit 1,1 Mio Euro Mehrbelastung zu rechnen haben und im Jahr 2010 mit 3,5 bis 4 Mio Euro. Erst bei Entfallen der Parallelausstrahlung ergibt sich eine substantielle Entlastung. Strittig ist in Frankreich weiterhin, ob digital terrestrisch eine Vollversorgung angestrebt werden soll, oder ob die Restversorgung der letzten 10 bis 15 Prozent nicht über die Bereitstellung von Satellitenschüsseln aufgefangen werden kann.

Spannend war auch die Diskussion über HDTV. Im Zuge dieser Debatte versuchte TF1, die Norm MPEG 4 durchzusetzen. Grund für den Vorstoß von TF1 war die Tatsache, dass die Norm MPEG 4 mit annähernd der halben Datenrate bei der Übertragung auskommt und damit HDTV ohne große Bandbreitensteigerung möglich gewesen wäre. Doch dies hat die CSA mit Beschluss vom 20. Juli abgelehnt. Es bleibt bei der Norm MPEG 2 für das digitale terrestrische Fernsehen in Frankreich.

Neben dem Kabel wird in Frankreich seit Dezember 2003 auch die Verbreitung von digitalen Bildinformationen über Telefonkabel via ADSL betrieben.

**Terrestrik ist in Frankreich Hauptverbreitungsweg**

**Digital-terrestrisches TV startet im März 2005**

**Bis 2007 sollen 85 % der Bevölkerung versorgt sein**

**Fünf Jahre Simulcastausstrahlung geplant**

\* Überarbeitetes Manuskript des Vortrags auf dem 5. KEF-Symposium „Digitalisierung der Übertragungswege im Rundfunk – Auswirkungen auf Programm und Kosten“ am 23. September 2004 beim Hessischen Rundfunk in Frankfurt am Main.

\*\* Direktor Europäische Satellitenprogramme im Zweiten Deutschen Fernsehen, Mainz.

**54 % Digitalhaushalte in Großbritannien**  
**Die Entwicklung des digitalen Markts in England**  
 In England ist die Digitalisierung des Individualempfangs bereits sehr weit fortgeschritten. Im Jahr 2004 verfügen 54 Prozent der britischen Haushalte über digitale Empfangsmöglichkeiten, das entspricht etwa 16 Millionen Haushalten. Die digitalen Satellitenhaushalte machen hier den Löwenanteil aus mit 5,8 Millionen Haushalten, gefolgt von der digital-terrestrischen Ausstrahlung mit vier Millionen Haushalten und dem Kabel mit 1,9 Millionen Haushalten.

**Digitale Terrestrik hat höchste Zuwachsrate**  
 Die digital-terrestrische Ausstrahlung hat in jüngster Zeit die größten Zuwachsraten verzeichnet. Unter dem Namen „Freeview“ sind hier die BBC und die private Gesellschaft Crown Castle erst vor zwei Jahren an den Start gegangen und verzeichneten bereits zum Juni diesen Jahres vier Millionen Empfangshaushalte.

**Digital-terrestrische Haushalte empfangen 30 Programme**  
 Digital-terrestrische Haushalte in England werden mit 30 Programmen versorgt, darunter Sky-News, Sky-Sports, neun BBC Kanäle, UK History QVC und ITV. Der Decoder kostet gegenwärtig 100 Britische Pfund. Die Signale können über die bisherige Hausantenne oder eine kleine Zusatzantenne direkt am Gerät empfangen werden.

**Digitaler Satellit: Vordere Plätze im BSkyB-Programmführer mussten erkauf werden**  
 Spannend war in England – angesichts der Dominanz von BSkyB – wie die BBC ihre Präsenz im digitalen Satellitenbereich sicherstellt. BSkyB war nicht bereit, die BBC ohne weiteres auf den vorderen Plätzen seines EPG zu platzieren, dies gelang erst, nachdem sich die BBC ihrerseits mit einem zweistelligen Millionenbetrag englischer Pfund einen vorderen Platz erkaufte. Für jede einzelne Zeile Eintrag im elektronischen Programmführer von BSkyB hat die BBC 75 000 Pfund pro Jahr zu entrichten.

Dies lässt ahnen, mit welchen Zumutungen Rundfunkveranstalter und Zuschauer in den Ländern Europas künftig zu rechnen haben, wenn die Verteilwege in Händen internationaler Investoren liegen. Die Verbreitung der regionalen oder nationalen Kulturleistungen hat dort nicht erste Priorität.

**Digital-TV in Deutschland: Satellitenverbreitung dominiert**  
**Entwicklungstrends in Deutschland bis 2008**  
 In Deutschland verfügen gegenwärtig 14,4 Prozent der Haushalte über eine digitale Fernsehempfangsmöglichkeit. Davon sind über die Hälfte (59%) Satellitenhaushalte. Das Kabel mit 3,6 Prozent Haushalten und DVB-T mit 0,5 Prozent verfügen gemeinsam nur über 40 Prozent Marktanteil bei den Digitalhaushalten.

**Satellit und DVB-T mit hohen Zuwachsraten**  
 Die stärkste Steigerung haben in der jüngeren Zeit der Satellitenempfang und DVB-T erfahren. In den zurückliegenden 18 Monaten hat sich der digitale Satellitenempfang verdoppelt. Und bei DVB-T

sehen wir einen steilen Anstieg, freilich noch auf einer kleinen Basis. Von Januar bis September haben sich die Haushalte von 0,2 Prozent auf 0,6 Prozent verdreifacht. Hingegen hat das Kabel in den letzten beiden Jahren hinsichtlich seiner digitalen Reichweite kaum neue Haushalte dazugewinnen können. Das Kabel ist – gerade mit den letzten Steigerungen von bis zu 30 Prozent – ein großer Kostenfaktor in den Medienbudgets der Haushalte geworden, ein Faktor, der inzwischen mit bis zu 26 Euro deutlich über der Rundfunkgebühr liegt. Die Investition in einen Satellitenreceiver oder in DVB-T-Empfangsantennen amortisiert sich dadurch in einem halben bis einem Jahr. Solange das Kabel nicht attraktive Zusatzdienste anbietet, wird der Zuwachs digitaler Haushalte bei den beiden anderen Empfangsmodi stattfinden.

Was den Markt generell angeht, so ist zu erwarten, dass die Fußballereignisse des Jahres 2006 (Weltmeisterschaft) den Verkauf von digitalen Endgeräten massiv ankurbeln werden und der Anteil digitaler Haushalte bis Ende 2006 auf 40 Prozent steigen wird. Bis zum Ende der nächsten Gebührenperiode im Dezember 2008 rechnen wir mit 75 Prozent Digitalhaushalten.

**HDTV**  
 In Sachen HDTV sind die USA den europäischen Ländern schon ein Stück voraus. Es gibt hier zwei Formate: 720 P und 1080 I. Dahinter verbirgt sich die Anzahl der Bildzeilen, die auf einem Schirm abgebildet werden. Zum Vergleich: Der heutige NTSC-Standard-Fernseher in den USA liefert 480 sichtbare Bildzeilen mit jeweils 720 Bildpunkten, der heutige PAL-Fernseher in Deutschland liefert 576 Bildzeilen mit jeweils 720 Bildpunkten.

Der neue Standard „720 P“ liefert 720 Zeilen mit jeweils 1280 Bildpunkten und verbessert damit die Bildqualität eines herkömmlichen PAL-Bildes um das 2,2-fache. Der neue Standard „1080 I“ liefert 1080 Zeilen mit jeweils 1920 Bildpunkten. Mit über zwei Millionen Pixel wird hier eine Auflösung erreicht, die fünfmal so hoch ist wie die eines heutigen PAL-Bildes.

Bereits in den frühen 90er Jahren gab es Versuche mit HDTV (Muse Standard) in Japan (1991) und in Europa mit dem Projekt HDMAC. Die Versuche in Europa scheiterten, die in Japan wurden fortgeführt und erleben mit der Einführung des digitalen HDTV einen deutlichen Aufschwung. Welche Norm sich in Europa durchsetzen wird, ist noch nicht entschieden.

Die heutige Renaissance von HDTV, dieses Mal im digitalen Standard, gründet sich auf zwei Faktoren:  
 – Fernseher mit Flatscreens, die mit höheren Bild-diagonalen aufwarten als ihre Vorgänger mit der Braunschen Kathodenröhre. Auf den großen Bildschirmen wird die schlechte Auflösung wesentlich augenfälliger. Nach Schätzungen der deutschen Gesellschaft für Konsumforschung, GfK, werden allein in diesem Jahr mehr als 500 000 Flatscreens verkauft werden.

**Fußball-WM wird Digital-TV beflügeln**

**USA sind Europa voraus**

**Frühere HDTV-Versuche in Japan und Europa**

**Renaissance von HDTV im digitalen Standard**

- Der Boom auf dem DVD-Markt. Die heutigen DVDs liefern eine höhere Aufnahmequalität als dies beim Standard-Fernsehsignal der Fall ist, und die Qualität des Fernsehbilds nach heutigem Standard wird eindeutig als schlechter wahrgenommen.

Für den Konsumenten ergibt sich damit ein überzeugender Anreiz, auf eine höhere Auflösungsqualität umzusteigen. Die Fußball-WM 2006 wird in HDTV 16/9 aufgezeichnet werden. Auch im Kulturmarkt wird uns bei hochrangigen Opern und Konzerten der Wunsch nach HDTV-Aufzeichnungen vorgetragen, mit Blick auf eine spätere DVD-Verwertung sowie die Nutzung in künftigen HDTV-Kanälen. Besonderen Wert werden HDTV-Aufnahmen auch bei Dokumentationen aus dem Bereich Natur und Wissenschaft haben, wo kleinste Details bei Lebewesen, Pflanzen oder Forschungsergebnissen gut zur Darstellung kommen.

Der Pay-TV-Sender Premiere hat angekündigt, dass er ab 1. November 2005 über ASTRA 3 HDTV-Kanäle abstrahlen wird. Der Kanal EURO 1080 ist seit 1. Januar 2004 auf Sendung.

#### HDTV wird auch für öffentlich-rechtlichen Rundfunk ein Thema

Ich habe dieses Szenario dargestellt, um deutlich zu machen, dass dies in bestimmten Genres auch eine Frage für den öffentlichen Rundfunk werden kann, zumal sie gerade die klassischen öffentlich-rechtlichen Domänen wie Wissenschaft, Kulturereignisse und Dokumentationen betrifft. Auf die damit verbundenen Programmkosten werde ich gleich eingehen.

Man muss hier freilich sorgfältig zwischen Produktion in HDTV und Ausstrahlung in HDTV unterscheiden. Während Produktionen in HDTV in einzelnen Genres und bei internationalen Koproduktionen schon in näherer Zukunft Sinn machen können, liegt die Frage der Ausstrahlung von HDTV noch in weiterer Ferne und bleibt möglicherweise auf einzelne Ereignisse oder wenige Kanäle beschränkt.

#### Verbreitungskosten

Bei den Verbreitungskosten des digitalen Bouquets des ZDF mit den Programmen ZDF, 3sat, Kinderkanal, ZDFinfokanal, ZDFdokukanal und ZDFtheaterkanal sind mittelfristig keine Kostenänderungen zu erwarten. Die heutigen Verträge sind bis zum Jahr 2022 geschlossen und haben den Umstieg von analoger auf digitale Verbreitung mit einbezogen. Insofern sind für die Periode 2005 bis 2008 der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten KEF vorgelegten Zahlen als feste Parameter anzusehen. Dies gilt für die normale analoge und digitale Ausstrahlung der genannten Kanäle einschließlich der Verbreitung über DVB-T.

#### HDTV-Angebote erfordern höhere Bandbreiten

Sollte die Verbreitung eines digitalen Kanals des Bouquets als HDTV-Angebot aus Gründen der Gesamtentwicklung des Marktes in Betracht gezogen werden, würde die Ausstrahlung je nach Qualitätsstandard die zwei- bis dreifache Bandbreite eines normalen Digitalkanals erfordern. Da es sich bei HDTV I um ein Bild in einer anderen Norm handelt als der Norm eines gewöhnlichen Digitalfernsehbilds, wird man von Simulcast ausgehen

müssen, das heißt zwei Abstrahlungen in den unterschiedlichen digitalen Normen - es sei denn, die Industrie versieht auch die für den einfachen Digitalempfang gedachten Endgeräte mit Wandlern, die das HDTV-I-Signal verwerten können.

Was die Bandbreite angeht, kann man mittelfristig angesichts der rasanten Entwicklung bei den Kompressionsstandards weitere Reduktionen erwarten. Während noch das erste Europäische HDTV-Experiment HDMAC viermal so viel Bandbreite benötigte wie ein analoger Kanal, liegt die benötigte Bandbreite heute bereits bei nur einem Viertel eines analogen Kanals. Die Verbesserung der Kompressionsstandards hat hier in nur zehn Jahren eine Verbesserung um den Faktor 16 gebracht. Und wenn man Moore's Law Glauben schenkt, das die Verdoppelung von Leistungsfähigkeit im digitalen Feld für zwei Jahre prognostiziert hat, sollte dies auch positive Effekte für die HDTV-Verbreitung haben. Allein der Wechsel von MPEG 2 zu MPEG 4 brächte eine Halbierung der Bandbreite.

#### Programmproduktionskosten

Da beim ZDF die Produktion bereits vollständig auf digitale Kameras umgerüstet hat, sind gegenwärtig bei der Produktion von Programm voraussichtlich keine neuen Kostenfaktoren absehbar, sofern es sich um die normale digitale Produktion handelt.

Anders verhält es sich freilich, wenn man an HDTV-Produktionen mit Dolby-Surround-Ton denkt. Zunächst einmal ist das HDTV-Equipment im Kauf wie in der Anmietung heute noch teurer. Dann verlangt die höhere Auflösung nach Bildpunkten wie den Farbwerten eine wesentlich feinere Lichtregie und mehr gesetzte Lichter von kleinerer Intensität. Auch die Hintergründe und das Bühnenbild müssen sorgfältiger aufbereitet werden, da jedes Detail erkennbar ist. Für den Dolby-Surround-Ton ist die Toninstallation aufwendiger. Die Nachbearbeitungskosten für Bild und Ton sind höher, dies gilt auch für die entsprechenden Gerätemieten.

Bei Fernsehspielen und Dokumentationen rechnen wir mit einem zusätzlichen Kostenfaktor von 10 bis 20 Prozent, je nach den Auswirkungen auf den Dekorationsbau. Bei der Dokumentation, wie dem „Condor“, den das ZDF gemeinsam mit BBC, DCI, NHK, Arte und ORF koproduziert hat, beträgt der zusätzliche Kostenfaktor etwa 10 Prozent, bei der Dokumentation „Anaconda“ 11 Prozent. Das ZDF produziert zur Zeit auch eine Produktion über Michelangelo in HDTV.

Gegenläufige Effekte, das heißt Produktionskostenreduktionen könnten sich bei sehr anspruchsvollen filmischen Produktionen mit vielen Spezialeffekten ergeben, die heute noch auf Super 16- oder 35 mm-Film hergestellt werden. Hier entfällt die Digi-

**Benötigte Bandbreiten werden sich aber weiter reduzieren**

**HDTV-Produktion erhöht die Kosten**

**Es gibt aber auch Kostenreduktionen**

alisierung und Spezialeffekte sind leichter implementierbar. Bei der Produktion „Nibelungen“ von Uli Edel wurden 700 Spezialeffekte verwendet, die mit dem vorgegebenen Budget als normale Filmproduktion nicht zu realisieren gewesen wären. So wurden Burgen in ganz Europa digital aufgenommen, die im Film als Hintergrundszenerien nach entsprechender computertechnischer Bearbeitung eingesetzt wurden.

**Sendeabwicklung**

Ein entscheidender Kostenfaktor für HDTV-Ausstrahlungen wäre die Sendeabwicklung, da diese über die herkömmlichen technischen Anlagen nicht abgewickelt werden könnte. Hier müsste in eine gesonderte Sendeabwicklung für die HDTV-Ausstrahlung investiert werden. Beim ZDF haben wir die Kosten einer solchen Investition mit 2 Mio Euro für die Umrüstung eines digitalen Kanals geschätzt, sofern man diesen als reinen Abspielkanal betreibt. Teurer würde es freilich, wenn umfangreiche Zuspelungen wie bei Nachrichtensendungen möglich sein sollten.

**Rechtekosten**

Auf der Programmseite wird langfristig der zentrale Kostenfaktor die Rechtefrage sein. Mit der steigenden Reichweite der Digitalkanäle werden die Kosten für Rechte zunehmen. Dies gilt für Ankäufe von Produktionen ebenso wie für Wiederholungsrechte.

Angesichts der noch geringen Reichweite werden die Kanäle heute aus Kostengründen noch weitgehend mit Wiederholungsmaterial bespielt, und die Forderungen hinsichtlich der Vergütungen halten sich noch sehr in Grenzen. Bei einer größeren Reichweite wird man diese Programmpolitik nicht durchhalten können und auch verstärkt Eigenproduktionen einsetzen müssen. Außerdem werden auch bei Wiederholungen und Ankäufen die Vergütungen sicher ansteigen. Die entsprechenden Schätzungen wurden der KEF bereits mit dem Antrag für die Gebührenperiode 2005 bis 2008 für die ZDF-Digitalkanäle vorgelegt.

**Interaktive Anwendungen**

Die interaktiven Anwendungen werden von Marketingleuten häufig als der eigentliche Zugewinn für den Konsumenten im digitalen Zeitalter bezeichnet. Die Vision des Zuschauers als eigener Programmdirektor, der verschiedene Kamerapositionen bei einem Fußballspiel für sich selbst auswählt, oder sich seinen eigenen Fernsehabend aus Dokumentationen und Spielfilmen selbst zusammenstellt, klingt faszinierend, bedarf jedoch einer realistischen Betrachtung.

Richtig ist, dass gerade die jüngere Generation, die mit dem Internetgebrauch direkt nach der Abgabe der Milchflasche konfrontiert wird, heute alle Medien von Handy über SMS bis zu Downloads

im Internet virtuos und selbstverständlich nutzt und damit auch eine andere Konsumentenhaltung einnehmen wird als die noch mit klassischem Fernsehen aufgewachsene Generation der Baby-Boomer. So stieg bei den jungen Generationen die Aktivität bei Downloads im Musikbereich von 50 000 Songs noch Anfang 2003 auf inzwischen 3,5 Millionen Songs. Gleiches gilt für die Downloads von Videos oder Filmtrailern.

Gleichwohl wird man davon ausgehen müssen, dass auch im digitalen Zeitalter die Mehrheit der Zuschauer auf die Rolle als eigener Programmdirektor verzichten und die Haltung der klassischen Fernsehkonsumenten beibehalten wird. Eine aktive Minderheit von schätzungsweise einem Drittel der Zuschauer wird interaktive Möglichkeiten wahrnehmen.

Für die Fernsehmacher ist die Frage von interaktiven Stoffen vor allem eine Kostenfrage. Hier gibt es zwei interaktive Welten:

- „Interaktiv light“ mit der Einblendung von Zusatzinformationen, die dem heutigen Videotext oder dem Digtex t ähneln. Hier sind die Kosten überschaubar.
- „Interaktiv in jeder Hinsicht“, d.h. auch Zugriff des Zuschauers auf die Bildquellen. Wie sich bereits bei der Produktion von DVDs erwiesen hat, verteuert die Aufarbeitung von Programmstoffen für gute interaktive Anwendungen die Produktionskosten häufig um das Doppelte. Dies wäre in breiten Programmflächen kaum finanzierbar. Man wird sich insofern in den nächsten Jahren auf ausgewählte Programmereignisse beschränken müssen, wo sich interaktive Anwendungen besonders anbieten.

**Programmpräsentation in den Digitalkanälen**

Wie wir aus der Diskussion in diesen Tagen wissen, ist die Ausgestaltung der Digitalkanäle nicht allein eine Entscheidung unseres Unternehmens nach bestem Wissen, sondern die Eckwerte werden maßgeblich durch die wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmendaten vorgegeben.

Der Entwurf des neuen Rundfunkänderungsstaatsvertrags sieht vor, dass das ZDF auf die europäischen Partner EURONEWS und EUROSPORT in seinem Bouquet verzichten muss und dass die Programmflächen auf die heute bestehenden Digitalkanäle ZDFinfokanal, ZDFdokukanal und ZDF theaterkanal beschränkt bleiben. Die Programmfarben werden auf Kultur, Bildung und Information festgelegt.

Die wirtschaftlichen Rahmendaten sind durch die KEF-Entscheidung vorgegeben, die durch die jüngsten Verlautbarungen der Ministerpräsidenten noch eine weitere Kürzung erfahren sollen.

Insofern muss man davon ausgehen, dass es für eine eigenständige Programmgestaltung der Digitalkanäle kaum Spielräume gibt und dass man die Bespielung der Programmflächen durch kluge Synergien und Wiederholungsstrategien gestalten muss. Damit sind wir noch einmal beim Verhalten des Zuschauers im künftigen digitalen Zeitalter. Es ist

**Umrüstung der Sendeabwicklung erfordert Investitionen**

**Rechte sind der zentrale Kostenfaktor der Zukunft**

**Mehrheit der Zuschauer wird auch in Zukunft nicht interaktiv fernsehen**

**Kosten der Interaktivität**

**Ausgestaltung der Digitalkanäle durch wirtschaftliche und rechtliche Vorgaben bestimmt**

**Trotz großer Kanal-auswahl nutzen Zuschauer nur drei bis vier Standardangebote**

davon auszugehen, dass dieser sich nicht anders verhalten wird als der Zuschauer in den USA, der heute schon bis zu 250 Kanäle vorfindet. Die Merkfähigkeit des menschlichen Gehirns lässt die Memorisierung zahlreicher Programmschemata gar nicht zu. Dies führt zu dem Effekt, dass die Zuschauer unter der großen Anzahl der Kanäle drei bis vier Standardangebote auswählen, die dann etwa 60 Prozent Marktanteil auf sich vereinigen, und dass sich der verbleibende Zeitaufwand für Fernsehen von etwa 40 Prozent auf die übrigen Kanäle verteilen wird.

**Wichtig: Programm-  
marken etablieren**

Will man hier wahrgenommen werden, bedarf es einer Schärfung des Profils der Kanäle – sie müssen sich als Programmmarken etablieren – und eines Eingehens auf neue Zuschauererwartungen, die sich bei einzelnen Genres, insbesondere im Informationsbereich, durch die zunehmende mobile Nutzung ergeben. Hier wird man mit deutlich kürzeren Beiträgen und Programmseinheiten an den Start gehen müssen.

**Kein Programmterfolg ohne freien Zugang – Das Prinzip „must be found“**

**Zugang zu und Ab-  
bildung auf digitalen  
Programmführern  
sind die Schlüssel-  
fragen**

Wie das Beispiel der BBC zeigt, wird die Frage des Zugangs und der Abbildung auf digitalen Programmführern die Schlüsselfrage für die Gestaltung unserer Medienmärkte und den Programmterfolg. Die Pressionen von BSKyB hatten einen eindeutigen Hintergrund. Wenn das für die Verteilung verantwortliche Unternehmen auch eigene Programminteressen hat, wird es sich immer bemühen, diese vorteilhaft gegenüber dem Wettbewerber zu platzieren.

Wenn man auf Platz 240 eines digitalen Verbreitungssystems landet und die ersten Seiten des

elektronischen Programmführers mit Trailern und Werbeangeboten anderer Kanäle gepflastert sind, dann kann selbst das qualitätsreichste Programm eines Landes in kurzer Zeit marginalisiert werden.

Wir werden auch in Deutschland zunehmend mit diesem Problem zu tun bekommen. Kabel Deutschland ist nur noch dem Namen nach ein deutsches Unternehmen. Apaxfund, Providence-Fund und Goldman-Sachs heißen die Eigner. Und Investmentgesellschaften haben ein ihnen eigenes Ziel, das sich nicht an den kulturellen Zielen von einzelnen Regionen oder Ländern orientiert, sondern möglichst kurzfristig Ertragsperspektiven sichern soll.

Die Politik wird sicherstellen müssen – über Must-Carry-Regelungen und Regeln für die elektronischen Programmführer, wie sie heute schon in Großbritannien zu finden sind –, dass die für die Entwicklung unserer Kultur und für die Bildung unserer Gesellschaft essentiellen und relevanten Programme auch eine angemessene Chance haben, vom Zuschauer überhaupt aufgefunden zu werden. Die beste Bibliothek nützt nichts, wenn sie in einem elektronischen Speicher unauffindbar platziert ist. Insofern werden sowohl die europäische Medienpolitik als auch die Rundfunkanstalten diesem Aspekt des digitalen Umbruchs besondere Aufmerksamkeit widmen müssen.

**Politik muss durch  
Must-Carry- und  
EPG-Regeln Zugang  
und Auffindbarkeit  
gewährleisten**

