

Max-Planck-Str. 4, D-40237 Düsseldorf
Parking 10/1/10, A-1010 Wien
www.sbr-net.com

Der Fernsehmarkt im Umbruch

Das Internet revolutioniert das Fernsehen

SBR-Diskussionsbeitrag 15

Dr. Ernst-Olav Ruhle
Mag. Jörg Kittl
DI Wolfgang Reichl

Oktober 2015

INHALTSVERZEICHNIS

ZUSAMMENFASSUNG		3
1	Der Markt – Geschäftsmodelle für Fernsehen	4
1.1	Fernsehen wird vielfältiger	4
1.2	Die klassischen linearen TV-Geschäftsmodelle	5
1.3	Streaming & Video on Demand.....	7
1.4	Finanzierung des TV-Angebots	8
1.5	Technische Voraussetzungen.....	10
1.6	Vorleistungsprodukte im regulatorischen Umfeld	11
2	Der regulatorische Rahmen für TV-Übertragung	12
2.1	Allgemeine Regulierungsfragen	12
2.2	Welchen gesetzlichen Regelungen unterliegen „neue Dienste“?	14
2.2.1	Europäischer Regulierungsrahmen.....	14
2.2.2	Richtlinie 2000/31/EG iVm dem ECG	15
2.2.3	Österreichisches TKG.....	15
2.3	Netzneutralität	17
2.4	Urheberrechte.....	18
2.4.1	Deutschland	18
2.4.2	Österreich.....	19
2.4.3	Urheberrecht und Zusatzdienste.....	19
3	Schlussfolgerungen	21

ZUSAMMENFASSUNG

Das Internet revolutioniert das Fernsehen. Früher war der TV-Konsum geprägt durch das Fernsehen im Wohnzimmer bei Vollversorgung durch die öffentlich rechtlichen Rundfunkanstalten mit linearem Programm und Empfang über Antenne, CaTV oder via Satellit. Heute gibt es vielfältige Alternativen, die durch das Internet getrieben werden. Die Auswahl reicht von online Videotheken über zeitversetztes Fernsehen bis zum Streamen von Sendungen. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wurden durch eine grosse Zahl von privaten Sendern (IPTV und OTT-Streaming) ergänzt. Konsumiert wird nicht nur über den klassischen Fernsehapparat sondern auch über Laptops, Tablets und Smartphones.

Trotz weiterhin hohen Konsums beim linearen Fernsehen, entstehen zahlreiche neue Formen der Fernsehnutzung über andere Infrastrukturen, mit anderen Inhalten und unter Verwendung anderer Geräte. Das führt zu massiven Änderungen des Marktes. Die Nutzung von Fernsehen auf PC, Handy und Tablets hat signifikante Zuwachsraten. Wenn auch derzeit das Fernsehen überwiegend weiterhin im Wohnzimmer gesehen wird, steigt der Anteil der Nutzung „on demand“ jedoch stetig. Und dies vor allem in der Zielgruppe der 14-49jährigen, die für die Werbeerlöse maßgeblich ist. Diese Trends werden vor allem durch die technologischen Entwicklungen durch das Internet verstärkt. Dies verändert die traditionelle Wertschöpfungskette des Fernsehens massiv, weil sich die Contentproduktion verlagern und Werbeströme verändern.

Die Regulierung ist derzeit auf traditionelle Medien- und Telekommunikationsanbieter fokussiert. Diese einseitige Sichtweise der Behörden bringt eine kreative Veränderung mit sich, die die Streaming- und OTT-Player in eine gute Ausgangsposition bringen. Streaming- und OTT-Player können einen Großteil der regulatorischen Verpflichtungen umgehen, wenn sie von außerhalb der EU agieren – potentiell zum Nachteil für Konsumenten.

Das uneinheitliche Urheberrecht ist ein weiterer Stolperstein für eine raschere Entwicklung von Streaming und OTT-Diensten. Vorleistungsangebote in diesem Bereich sind ebenfalls bisher außerhalb der Regulierung angesiedelt.

Das Thema Netzneutralität beschäftigt derzeit zwar die Politik, es scheint jedoch für die Vielfalt der Angebote nicht zentral zu sein. Das best effort Internet wird – neben content delivery networks sowie qualitätssichernden Netzwerkmanagementmaßnahmen - auch weiterhin von billigen Streaming und OTT-Diensteanbietern genutzt werden.

1 Der Markt – Geschäftsmodelle für Fernsehen

1.1 Fernsehen wird vielfältiger

Unser Fernsehverhalten ändert sich. Früher war Fernsehen geprägt von öffentlich rechtlichen Rundfunkanstalten mit linearem Programmfernsehen, terrestrischen Übertragungswegen und Satellit, und dem Fernsehapparat im Wohnzimmer. Heute gibt es vielfältige Alternativen. Man kann aus Angeboten von online Videotheken auswählen oder zeitversetztes Fernsehen nutzen oder Sendungen streamen. Neben öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten¹ gibt es private Sender², die hauptsächlich durch Werbung finanziert werden. Die Übertragungswege sind nicht mehr auf terrestrische Übertragung beschränkt. Fernsehen kann über Satellit, Koaxialkabel, über Mobilfunk oder auch vermehrt über das Internet³ bezogen werden. Die klassischen Fernsehapparate werden ergänzt durch Laptops, Tablets und Smartphones. Früher waren Fernsehapparate nur mit einem Funkempfänger (Tuner) ausgestattet. Heute ähneln Fernseher eher einem Personal Computer (smart TV). Damit gibt es Potenzial für neue interaktive Anwendungen. Das Internet bietet aber die Übermittlung von Videos auch in anderer Form an. Immer mehr werden Videos Bestandteil von Informationsseiten. YouTube ist ein Geschäftsmodell, bei dem die Beiträge von Benutzern bereitgestellt werden.

Die Fernsehlandschaft wird also vielfältiger. Unterschiedliche Nutzungsweisen, Übertragungskanäle, Endgeräte und Geschäftsmodelle sind Bestandteil des Marktes. Die folgende Abbildung zeigt die Vielfalt der Entwicklungen im Fernsehmarkt. Diese umfassen Übertragungswege, den Wettbewerb, die Art der Bereitstellung von Inhalten, über das Medium für den Empfang von Fernsehen sowie den Standort der Nutzung.

¹ ARD, ZDF, Das Erste sowie die 9 Landesrundfunkanstalten der ARD in Deutschland und ORF in Österreich. Die Marktanteile der öffentlich rechtlichen Fernsehanstalten in Deutschland liegen bei in Summe über 40%, jener in Österreich bei ca. 34%.

² z.B. ProSiebenSat.1, RTL, ATV, Puls4

³ Die Zahl der Anbieter von Mediendiensten auf Abruf über das Internet beträgt alleine für Österreich laut Verzeichnis der Kommunikationsbehörde Austria 118 Anbieter zum Stand Juli 2014. Diese 118 Anbieter haben 163 Mediendienste auf Abruf angezeigt.
Siehe: <http://www.filmwirtschaftsbericht.at/13/fernsehen/fernsehveranstalter/>

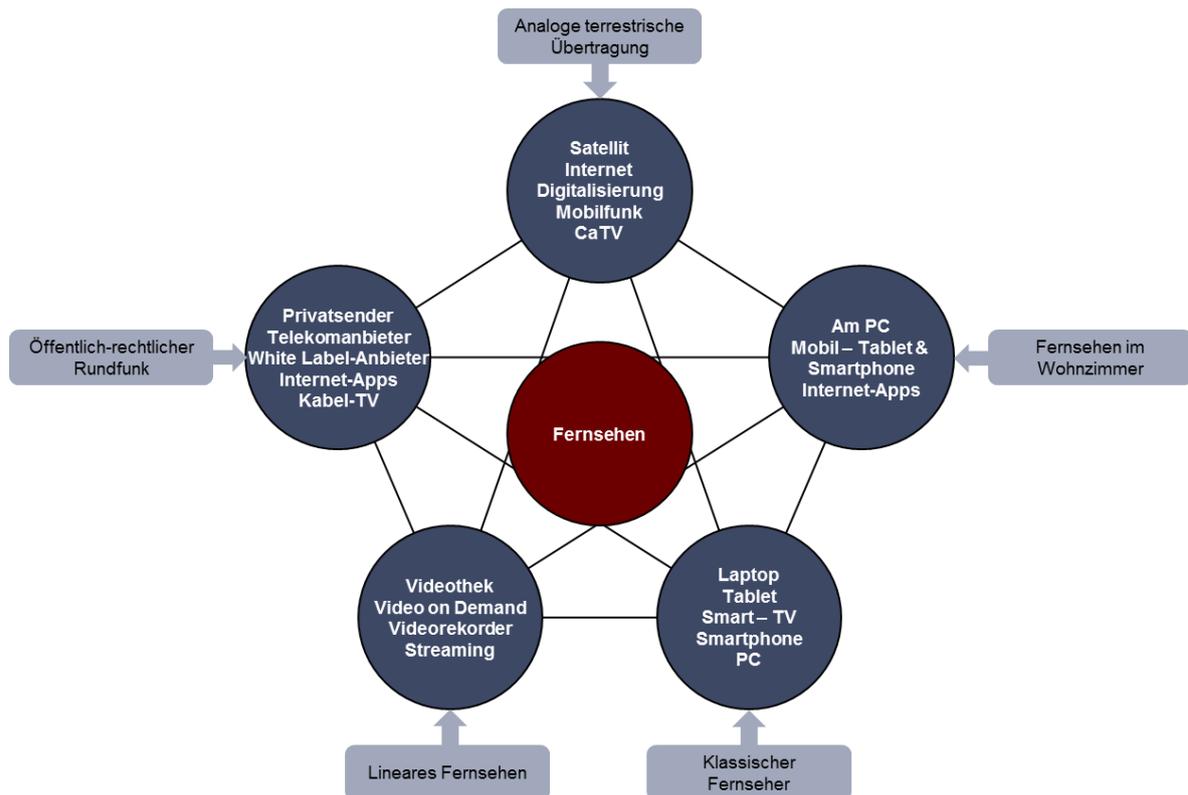


Abbildung 1: Entwicklungen im Fernsehmarkt

Mit dieser Vielfalt entwickeln sich auch neue Geschäftsmodelle.

1.2 Die klassischen linearen TV-Geschäftsmodelle

Wenn Fernsehprogramme gesendet und zeitgleich empfangen werden, spricht man von linearem Fernsehen.^{4 5} Lineares Fernsehen wird als Programm verbreitet. Dieses wird im Vorfeld festgelegt, so dass der zeitliche Ablauf der einzelnen Sendungen im Fernsehprogramm vordefiniert ist. Die einzelnen Sendungen können entweder als Eigenproduktionen durch TV-Anstalten oder Fremdproduktionen durch Studios produziert werden. Die Definition des linearen Fernsehens stellt also weder auf das Empfangsgerät ab, mit dem das Fernsehprogramm konsumiert wird, noch auf das technische Übertragungsmedium. Alle Angebote für lineares Fernsehen enthalten das klassische TV-Bouquet mit nationalen und internationalen Programmpaketen. Linearem Fernsehen kommt heute noch immer die größte Bedeutung zu.

⁴ In diesem Diskussionsbeitrag verwenden wir den Begriff TV oder Fernsehen durchgehend. Die Entwicklungen der letzten Jahre haben zu Angeboten und Diensten geführt, die man auch als „Video“ oder „Bewegt看“ bezeichnet, weil sie eben kein lineares, einem Programmablauf folgendes Fernsehen im klassischen Sinne darstellen. Wir verwenden aber im Rahmen dieses Diskussionsbeitrags zur Vereinfachung den Begriff „Fernsehen“ für all diese Angebote und Dienste.

⁵ <http://www.tv-plattform.de/digitales-fernsehen/glossar.html?lang=de#item291>

Die folgende Abbildung zeigt die Wertschöpfungskette für lineares TV, die durch eine weitgehende Entkoppelung von Inhalteproduktion, Diensteanbieter und TV-Konsum gekennzeichnet ist. (Rundfunk)diensteanbieter sind kaum in die Produktion von Inhalten (Content) eingebunden, auch wenn dieser gelegentlich Eigenproduktionen produziert und/oder lokalen Content generiert.

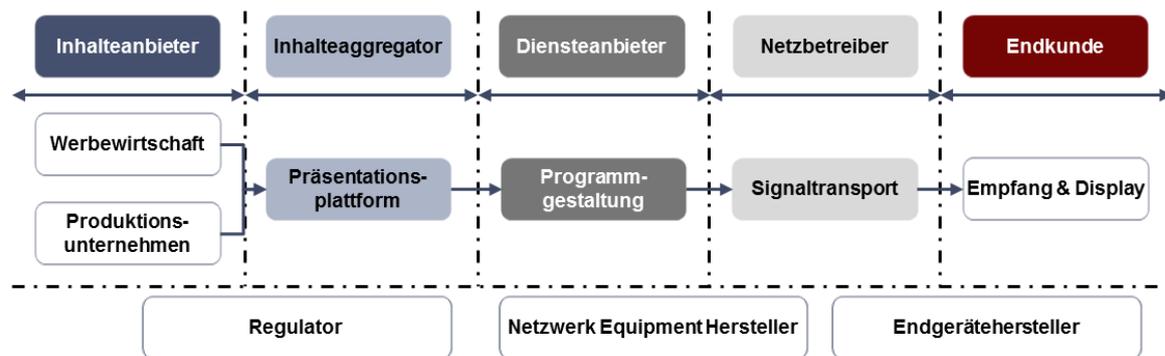


Abbildung 2: Die Wertschöpfungskette im TV⁶

Um Medienvielfalt zu gewährleisten ist lineares Fernsehen in vielen Ländern noch teilweise zugangsreguliert und daher ist ein Marktzutritt nicht ohne weiteres möglich.

Das Medium Fernsehen wird in Deutschland von allen Medien derzeit noch am häufigsten konsumiert. Die Deutschen schauen von Montag bis Sonntag tagesdurchschnittlich 228 Minuten TV.⁷ Das entspricht einem Anstieg der TV-Nutzungsdauer von 15% im Vergleich zum Jahr 1999.⁸ In Österreich betrug die Sehdauer⁹ täglich 168 Minuten. Die Prognose für Nutzung von Online-Videos und TV-Inhalten im Internet von 14-49-jährigen liegt für das Jahr 2018 bei lediglich (zusätzlichen) 60 Minuten.¹⁰

Der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014 zu Folge ist der Anteil der Deutschen Internetnutzer auf 79,1 Prozent angestiegen.¹¹ Besonders in der jungen Zielgruppe der 14 bis 29-jährigen nutzt fast jeder täglich das Internet.¹² Genau hier treiben konvergenzgetriebene Cross-

⁶ Nach: Werbefinanzierung und Mobile TV, Internationales Benchmarking von Mobile TV-Werbeformen, Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, 2009; bzw. Mobile TV in Österreich. Internationale Pilotprojekte – Benutzerakzeptanz – Geschäftsmodelle – rechtliche Rahmenbedingungen. Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, 2006; sowie: Delphi-Studie, Fernsehen 2012 – Strategische Zukunftsperspektiven, Mediarise GmbH, 2010

⁷ ARD/ZDF-Onlinestudie 2009

⁸ Die Langzeitbetrachtung täuscht allerdings, denn die Höchstmarke liegt im Jahr 2006, wo im Schnitt 335 Minuten pro Tag ferngesehen wurden.

⁹ Kommunikationsbericht 2013, Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. Die Sehdauer ist im Zeitraum zwischen 2009 und 2013 in Summe um 15 Minuten gestiegen.

¹⁰ <http://geschaeftsbericht2014.prosiebensat1.com/stories/digital-adjacent-multi-channel-strategie.html>

¹¹ Dieser Wert ist in Österreich ähnlich und liegt bezüglich der Internetzugänge im Durchschnitt bei ca. 83%, Quelle: RTR (September 2015)

¹² <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=506>

Media Strategien die Veränderungen im linearen Fernsehen. Vor allem junge Fernsehkonsumenten drängen auf eine Flexibilisierung der Nutzung der Inhalte und wollen eine zeitlich flexiblere Handhabung der Konsummöglichkeiten, welche durch Streamingdienste oder Video on Demand auf den unterschiedlichsten Endgeräten angeboten werden. Veränderte Nutzung und die neuen Technologien beeinflussen daher auch die Strategien von TV-Diensteanbietern. Die etablierten linearen Programmanbieter haben auf diesen Trend mit weiteren Spartenprogrammen sowie online-Mediatheken reagiert. Auch wenn die Nutzung von Streamingdiensten oder Video on Demand Diensten insgesamt noch relativ gering ist und vor allem zusätzlich zum bestehenden Programmfernsehen erfolgt, ist der Markttrend in dieser Richtung wesentlich.¹³

1.3 Streaming & Video on Demand

Die Digitalisierung sowie Innovationen und Weiterentwicklungen von Informations- und Kommunikationstechnologien treiben Streaming und Video on Demand Dienste. Streaming bedeutet, dass ein Video-Datenstrom über das Internet übertragen und gleichzeitig konsumiert wird ohne dass die Daten auf dem Endgerät gespeichert werden. Video on Demand bedeutet, dass der Kunde aus einer Vielzahl von Sendungen auswählen kann und diese zu einem von ihm bestimmten Zeitpunkt (on-demand) aufrufen und ansehen kann. Kernpunkt ist dabei das Übertragungsmedium Internet, welches zahlreiche neue Nutzungsmöglichkeiten für Medien hervorgebracht hat.

Mittlerweile nutzen mit steigender Tendenz knapp 5 % der deutschen TV-Haushalte Internet als Übertragungsweg für Fernsehen. Die technologischen Veränderungen nehmen Einfluss auf die Nutzungspräferenzen des Fernsehpublikums und ermöglichen so den Eintritt neuer Marktteilnehmer. Über eine stabile Internetverbindung sind viele Rundfunk- und Fernsehinhalte nun online abrufbar, entweder als Streams auf den Webseiten der Sender oder über Plattformen, die Angebote bündeln. Die Vielfalt des Web-TV sowie der Breitbandausbau fördern diesen Trend.¹⁴

Bei der Nutzung von Diensten über das Internet unterscheidet man Dienste, die vom Anbieter des Breitbandanschlusses angeboten werden (auch IPTV Technologie genannt) und Over-the-Top“-Dienste (OTT), die vom Breitbandanbieter unabhängig sind.

¹³ Wie smart ist die Konvergenz? Markt und Nutzung von Connected TV, die medienanstalten – ALM GbR, 2014

¹⁴ <http://www.die-medienanstalten.de/themen/fernsehen/digitales-fernsehen.html>

Insbesondere OTT-Dienste (wie netflix, Flimmit, Hulu, Maxdome, Watchever, Amazon Instant Video, AppleTV, Chromecast, YouTube etc.) drängen mit aller Macht als Streaming bzw. Video on Demand Dienste in den Markt. Meistens sind dies Browser-basierte Dienste. In manchen Fällen ist eine App im Smart-TV oder eine zusätzliche Settopbox notwendig. OTT-Dienste bieten Features wie PVR, nPVR, Catchup TV oder Time Shift, welche das klassische lineare TV nicht kennt. Es gibt auch kein fixes Programm. Die einzelnen Sendungen sind in einer Mediathek abrufbar und können auf Endgeräten mit Internetzugang konsumiert werden. Sie sind somit ubiquitär und zeitunabhängig verfügbar. Dies ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil zum linearen Programmfernsehen.

Die Markteintrittsbarrieren für OTT-Diensteanbieter sind durch die technischen Möglichkeiten des Internet und der teilweisen Deregulierung der Medienmärkte wesentlich gesenkt. Dadurch können die Konsumenten parallel mehrere Medien nutzen, um ihren Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungsbedürfnissen nachzukommen.

1.4 Finanzierung des TV-Angebots

Die Finanzierung des TV-Angebotes ist sehr unterschiedlich. In vielen nicht dem Wettbewerb geöffneten Fernsehmärkten ist das TV-Angebot oft staatlich finanziert. In westlichen Fernsehmärkten ist es üblich, dass sich öffentlich rechtliche TV-Sender aus Gebühren und Werbeeinnahmen finanzieren.

Die Umsatzerlöse des ORF erreichten 959,3 Mio. Euro. Haupteinnahmequellen waren die Gebühren (615,1 Mio. Euro) und die Werbeeinnahmen (208,2 Mio. Euro).¹⁵ ARD, ZDF und Deutschlandradio werden vorrangig durch die Einnahmen aus Rundfunkbeiträgen, aber auch durch Rundfunkwerbung finanziert. Die Gesamterträge aus Rundfunkgebühren für das Jahr 2013 in Deutschland lagen bei 7,68 Mrd. Euro.¹⁶ Für ARD stellen die Gebühren mit 85,3 Prozent im Jahr 2013 die wesentliche Einnahmequelle der ARD-Landesrundfunkanstalten dar.¹⁷ Auch bei ZDF stellt die Werbefinanzierung einen Anteil von unter 10% der Einnahmen dar.¹⁸

Die öffentlich-rechtlichen Programme wenden in der Regel etwa eine Stunde pro Tag für Werbung, Sponsoring, Trailer und andere Programmüberbrückungen sowie

¹⁵ https://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/hoerfunk_und_fernsehen/index.html

¹⁶ Geschäftsbericht 2013, ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice

¹⁷ http://www.ard.de/home/intern/die-ard/die-ard-in-zahlen/Gesamtertraege_der_ARD/1015672/index.html

¹⁸ Der Jahresdurchschnittspreis liegt bei rund 15.930 Euro für 30 Sekunden Werbung. <http://www.zdf.de/regeln-und-finanzen-zdfunternehmen-26483916.html>

Promotionselemente auf. Die maximalen Werbezeiten für das öffentlich-rechtliche Fernsehen sind meist gesetzlich geregelt.

Die Finanzierung sieht bei den privaten Rundfunksendern ganz anders aus. Im Bereich der Privaten fallen gesetzlich vorgeschriebene Gebührenbeiträge vollständig weg. Daher müssen sich diese frei finanzieren. Hierzu gibt es die unterschiedlichsten Geschäftsmodelle. Private Rundfunkanstalten verwenden bis zu drei Stunden pro Tag für Werbung auf wobei in Österreich pro Stunde mit Abweichungen von 20% nicht mehr als 12 Minuten Werbung pro Stunde gesendet werden dürfen.¹⁹

Die Geschäftsmodelle von IPTV und OTT-Modellen unterscheiden sich im internationalen Vergleich. Je nach Anbieter werden Produktbündel oder exklusive Pay-TV-Inhalte offeriert. In der Regel wird ein IPTV-Zugang vom Kunden in Form einer monatlichen Abonnement-Gebühr mit einer festen Vertragslaufzeit bezahlt. Oftmals sind in diesen Modellen zusätzliche, kostenpflichtige Inhalte abrufbar. Beim „á la carte“ Abonnement-Modell kann der Nutzer neben den Grundfunktionen, welche durch die monatliche Gebühr abgedeckt sind, auch zusätzliche exklusive Inhalte gegen zusätzliches Entgelt nutzen.

Einige Anbieter (z.B. BT-Vision) finanzieren sich rein durch Pay-per-View und Video-on-Demand Dienste. Hier ist keine monatliche Gebühr fällig. Teilweise versuchen Anbieter den Wechsel zu IPTV für die Kunden zu erleichtern, indem sie die Set-Top-Box kostenfrei anbieten. Der Nutzer kann so ein kostenloses TV-Angebot wahrnehmen und bei Bedarf auf die kostenpflichtigen Dienste zurückgreifen. Hier wird versucht, die Kundenzahlen rasch nach oben zu entwickeln. Dies kann auch dadurch erreicht werden, dass Premium-Inhalte offeriert werden, deren Nutzungs- und Ausstrahlungsrechte ausschließlich beim Anbieter liegen. Dies ist ein entscheidender Faktor zur Differenzierung von anderen Plattformen. Hier konkurriert zum Teil klassisches lineares TV mit IPTV und Streaming Anbietern, insbesondere bei Sportrechten (Bundesliga, Champions League, etc.).

Die Verschiebung der Nutzung und Zuseher vom linearen TV in Richtung Streaming hat konkreten Einfluss auf die Geschäftsmodelle der Anbieter. Mit steigenden Nutzerzahlen im nicht-linearen Fernsehen nimmt dort auch die Werbung zu. Sie wird neben Bezahlhalten die wesentliche Finanzierungsquelle solcher Angebote sein. Auf die Verschiebung der Werbebudgets müssen nun auch die klassischen Programmdiensteanbieter mit der Schaffung neuer Erlösquellen reagieren. Diese haben

¹⁹ Programmbericht 2013, Fernsehen in Deutschland, Programmforschung und Programmdiskurs, die medienanstalten – ALM GbR

vor allem mit dem Aufbau von Online-Videotheken reagiert. Die Verschiebung der TV-Nutzung ins Web ermöglicht die crossmediale Mehrfachverwertung der Inhalte und zudem wird eine junge für die Werbetreibenden attraktive Zielgruppe erreicht.

Da der Content ubiquitär im Internet auf allen Plattformen verfügbar ist, ist der Wettbewerb dementsprechend groß und auch der Preis relativ gering.²⁰ Abzüglich aller Kosten wie Steuern, Technik-Kosten, Personal, Rechte und Lizenzen erscheinen die Margen relativ gering.²¹ Gewinne lassen sich hier also vor allem über die Masse erzielen.

1.5 Technische Voraussetzungen

Digitales Fernsehen ist heute zum Standard geworden. Fast alle OECD Staaten sowie die meisten europäischen Staaten haben den Wechsel von analoger zu digitaler terrestrischer Übertragung bereits durchgeführt.^{22,23} Digitale Inhalte werden sowohl terrestrisch, als auch über Satelliten, Kabelnetze, Mobilfunknetze und das Internet (als IPTV über managed networks oder als „Internet TV“ über das best effort Internet) übertragen. Betrachtet man die Weiterentwicklung zu höheren Auflösungen (HD und Ultra HD) so stellt sich die Frage, ob die heute zur Verfügung stehenden Breitbandanschlüsse für die Übertragung von hochauflösenden Videoinhalten überhaupt geeignet sind.

Bereits HD Fernsehen hat 5-mal so viele Bildpunkte wie ein Fernsehprogramm in SD Auflösung. Ultra HD 4K hat etwa 20-mal so viele Bildpunkte. Selbst ein unkomprimiertes SD TV Signal würde eine Übertragungsgeschwindigkeit von etwa 200 Mbit/s benötigen. Es ist also in unkomprimierter Form für Streaming über Breitbandanschlüsse technisch nicht geeignet.²⁴ Kodierungs- und Kompressionsverfahren sind daher notwendig um den Datenstrom zu reduzieren. Am meisten werden hierfür heute MPEG2 und MPEG4 eingesetzt. Damit erreicht man für SD etwa 2 Mbit/s und für HD 4 Mbit/s. Diese Verfahren reichen aber für Ultra HD 4K nicht aus. Das neue Kodierungsverfahren heißt HEVC (high efficiency video coding)²⁵.

²⁰ Einige Abonnement-Modelle kosten weniger als 10 Euro pro Monat.

²¹ <http://www.iptv-anbieter.info/iptv-news/anga-com-2014-tv-plattformen-im-wandel/>

²² OECD (2014), "Connected Televisions: Convergence and Emerging Business Models", OECD Digital Economy Papers, No. 231, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5jzb36wjqkvg-en>.

²³ European Audiovisual Observatory: Yearbook 2012

²⁴ Dem liegt folgende Berechnung zugrunde: SD Auflösung ist 576 Zeilen zu je 720 Pixel. Je Sekunde werden 25 Bilder für Lichtstärke erfasst, also $25 * 576 * 720 = 10.368.000$ Pixel je Sekunde. Die gleiche Menge an Information ist auch für die Farbinformation zu erfassen, daher insgesamt $20.736.000$ Pixel pro Sekunde. Geht man von einer 10 bit Kodierung je Pixel aus, so erhält man 207 Mbit/s.

²⁵ ITU-T Rec. H.265

Es liegt die Vermutung nahe, dass hochauflösendes Fernsehen zu einem Treiber für High-speed Breitbandnetze werden könnte.²⁶ In Westeuropa liegt die durchschnittliche Geschwindigkeit eines Breitbandanschlusses bei 19,3 Mbit/s. 50% aller Anschlüsse sind schneller als 10 Mbit/s, 14% schneller als 50 Mbit/s.²⁷ Aus heutiger Sicht ist nur ein geringer Anteil der Breitbandanschlüsse für Ultra HD Streaming geeignet. Es gibt aber auch noch keine erschwinglichen Endgeräte für Ultra HD am Markt. Man kann aber davon ausgehen, dass sich der Trend zu höherer Auflösung durchsetzen wird. Internet Fernsehen kann also zu einem Treiber des Breitband- und Glasfaserausbau werden.²⁸

Unser Diskussionsbeitrag Nr. 5 geht auf die technischen Voraussetzungen detaillierter ein.²⁹

1.6 Vorleistungsprodukte im regulatorischen Umfeld

Dienste wie IPTV, Streaming oder VoD werden gegenwärtig von einigen wenigen Unternehmen als Vorleistungen zur Verfügung gestellt. Der Bundesverband Breitbandkommunikation (BREKO) bietet seinen Mitgliedern ein standardisiertes Vorleistungsprodukt über unabhängige Vorleistungsanbieter an. Das österreichische Unternehmen Ocilion³⁰ bietet ebenfalls ein derartiges Vorleistungsprodukt in den deutschsprachigen Märkten an.

Betrachtet man diese unter regulatorischen Aspekten, bleibt festzuhalten, dass nahezu alle Vorleistungsprodukte, die den oben genannten Diensten zugeordnet werden können, gegenwärtig nicht der sektorspezifischen Regulierung unterliegen. Dies gilt auch für jene Leistungen, sofern überhaupt angeboten, der ehemaligen Monopolisten des Telekommunikationsmarktes. Reguliert ist teilweise allerdings der Zugang zu den passiven Netzinfrastrukturen, die die Basis der Kommunikations- bzw. Multimediadienste bilden.

Unser Diskussionsbeitrag Nr. 11 geht auf Vorleistungseinkauf detaillierter ein.³¹

²⁶ Siehe SBR-net Consulting AG – White Paper: Fernsehen über Breitbandanschlüsse als Motor für den Breitbandmarkt; 14. August 2013. <http://www.sbr-net.de/de/aktuelles/aktuelle-meldungen/aktuelles-detail/news/fernsehen-ueber-breitbandanschluesse-als-motor-fuer-den-breitbandmarkt/419.html>

²⁷ CISCO Visual Networking Index (Wert von 2013)

²⁸ Siehe auch SBR Diskussionsbeitrag #5: IPTV – Ein Treiber für den Breitbandmarkt. Perspektiven zur Erweiterung von Geschäftsmodellen. August 2013

²⁹ SBR Diskussionsbeitrag Nr. 5: V IPTV – Ein Treiber für den Breitbandmarkt Perspektiven zur Erweiterung von Geschäftsmodellen, SBR-Diskussionsbeitrag 5; August 2013

³⁰ <http://www.ocilion.com/>

³¹ SBR Diskussionsbeitrag Nr. 11: Vorleistungseinkauf in der Telekommunikation: Markt, White Label, Plattformen, Integration; September 2014

2 Der regulatorische Rahmen für TV-Übertragung

Die Übertragung von Fernsehinhalten ist auch vor einem regulatorischen Hintergrund zu sehen. Traditionell sind Netze und Inhalte unterschiedlich reguliert. Bei den Netzen geht es im Kern um Fragen der Infrastruktur und des Zugangs dazu. Beim Dienst Fernsehen geht es um sogenannte Inhaltsregulierung. In den meisten europäischen Ländern sind diese Bereiche lange organisatorisch und auch legislativ streng getrennt gewesen – in anderen Teilen der Welt gibt es schon Ansätze zu einer konvergenten Regulierung und einer konvergenten Gesetzgebung. Eine Zusammenführung von Netz- und Inhaltsregulierung ist insbesondere für neue Geschäftsmodelle relevant. TK-Netzbetreiber, die IPTV anbieten, müssen sich nun mit Inhaltsregulierung auseinandersetzen und OTT-Diensteanbieter mit den Netzen, über welche die Dienste übertragen werden.

Aufgrund der Digitalisierung, des technischen Fortschritts und der Nutzung der gleichen Ressourcen (Breitbandnetze einerseits, Frequenzen andererseits), lässt sich aber die strikte Trennung zwischen Netz- und Inhaltsregulierung nicht mehr (dauerhaft) aufrechterhalten. Die Grenzen verschwimmen und das bringt neue Herausforderungen für den Regulierungsrahmen, die wir in diesem Abschnitt erörtern – ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

2.1 Allgemeine Regulierungsfragen

Der Wandel der Telekommunikations- und Medien-/Rundfunkmärkte getrieben durch technisch-ökonomischen Fortschritt betrifft auch das Geschäftsmodell klassischer Netzbetreiber und Rundfunk-/TV-Anbieter. Die geschlossene Wertschöpfungskette in Form der vertikalen Integration von Netzerrichtung, Betrieb und Dienstangebot ist heute nicht mehr prägend. Vielmehr sind Marktzutritte auf den verschiedenen Stufen der Wertschöpfung durch die Digitalisierung möglich geworden. Klassische Anbieter stehen mit ihren Kommunikationsdiensten damit in unmittelbarem Wettbewerb mit all den anderen Kommunikationsdiensten, die sich der Kunde aus dem Internet – over the top (OTT) – beschaffen kann.

Die Erbringung von Streaming-Diensten erfolgt unter anderen Voraussetzungen als die „klassischen“ im Rundfunkbereich angebotenen Dienste / Programme.

- Die Nutzung des Dienstes erfolgt in der Regel auf einer Basis, die als „as is“ oder „as available“ bezeichnet wird. Die über das Internet angebotene Übertragung ist meist nicht qualitätsgesichert und hängt auch mit der Leistungsfähigkeit des

Internetanschlusses des Kunden zusammen.³² Die Bedingungen, die der Nutzer oft akzeptieren muss umfassen auch Haftungsausschlüsse, Datenschutzregelungen, Bestimmungen zum anwendbaren Recht bzw. zum Gerichtsstand (häufig außerhalb der EU) etc. In der Konsequenz bedeutet dies, dass der Nutzer oftmals Bedingungen akzeptiert, die nicht transparent sind. Sie sind oft auch nicht mit den geltenden Rechtsnormen der EU kompatibel.

- Sofern AGB der Nutzung zugrunde liegen, handelt es sich oft um AGB nach dem Recht von Drittstaaten, die weder dem Gemeinschaftsrecht entsprechen noch von der Regulierungsbehörde auf ihre Übereinstimmung mit dem TKG (Deutschland) bzw. TKG 2003 (Österreich) geprüft worden sind.
- Auch die Anwendung von Datenschutz- und Kundenschutzregelungen der EU ist nicht sichergestellt.
- Im Bereich von Streaming Diensten versuchen Anbieter oftmals verbesserte Qualitätsbedingungen der Infrastruktur-Anbieter zu erhalten. Dazu können gegenüber den Kunden Qualitätsgarantien gegeben werden. Diese Angebote erfordern aber Maßnahmen in den Netzen der Betreiber, die gegen die Netzneutralitätsregeln verstoßen können. Ein Beispiel dafür ist der Netflix-Index über Bandbreiten und Qualitäten der Netzbetreiber.³³ Dadurch entsteht ein nachfrageseitiger Druck der OTT-Player auf die Kunden, den „besten“ Netzbetreiber auszuwählen.

ISP LEADERBOARD - AUGUST 2015				
RANK	ISP	SPEED Mbps		PREVIOUS Mbps
1	Unitymedia KabelBW	4.17		4.15
2	Kabel Deutschland	4.15		4.07
3	M-net	3.97		3.89
4	NetCologne	3.90		3.89
5	EWE	3.74		-
6	Telekom	3.70		3.65
7	o2	3.61		3.59
8	Vodafone Germany	3.56		3.52
9	Versatel	3.08		3.07

Abbildung 3: Downloadraten bei deutschen Netzbetreibern am Beispiel für Dienste von Netflix

³² Ein interessanter Aspekt ist hierbei das Bemühen von OTT-Playern (wie z.B. Netflix) die Kunden über Anschlussbetreiber mit hoher Qualität zu informieren. Gleichzeitig versucht das Unternehmen mit Anschlussnetzbetreibern vertraglich zu vereinbaren, dass ihre Dienste in hoher Qualität geliefert und transportiert werden und ist auch bereit für diese Priorisierung zu zahlen. Dies löst Fragen im Zusammenhang mit der Netzneutralität aus, die wir hier nicht im Detail beleuchten wollen, vgl. die Diskussionen bei der Veranstaltung „Netzneutralität im Lichte der Konvergenz“ der RTR, siehe <https://www.rtr.at/de/komp/Netzneutralitaet14102014>.

³³ Für Deutschland, siehe: <http://ispspeedindex.netflix.com/country/germany>; für Österreich siehe: <http://ispspeedindex.netflix.com/country/austria>, abgerufen am 16.9.2015.

Die Konsequenz hiervon ist, dass die Angebote von Streaming-Diensten unter rechtlich und ökonomisch unterschiedlichen Voraussetzungen erfolgen. Diese Anbieter unterliegen einer wesentlich leichteren oder gar keinen Regulierung und können sich durch weniger strikte Regeln im Umgang mit Nutzern und dessen Daten große Wettbewerbsvorteile verschaffen, die ihre Marktposition (weiter) stärken. Die zentrale Frage dabei ist, ob sich die genannten Netze und Dienste als elektronische Kommunikationsnetze bzw. -dienste nach EU-Recht einordnen lassen und welche Konsequenzen dies für die rechtliche Beurteilung dieser Angebote hat.

2.2 Welchen gesetzlichen Regelungen unterliegen „neue Dienste“?³⁴

Einführend geben wir einen allgemeinen Überblick über die relevanten Anknüpfungspunkte an das EU-Recht. Anschließend führen wir eine rechtliche Einordnung unter gesetzlichen Regulierungsbestimmungen in Österreich durch, wobei zu untersuchen ist, ob die genannten Dienste in den Anwendungsbereich des E-Commerce-Gesetzes ECG und/oder des TKG fallen.

2.2.1 Europäischer Regulierungsrahmen

Das Hauptargument für die Regulierung audiovisueller Mediendienste auf EU-Ebene ist der Binnenmarkt, wobei das Herkunftslandprinzip im Mittelpunkt steht. Der „europäische Fernsehinnenmarkt“ bringt ein Mindestmaß an gemeinsamen Regeln zu Aspekten wie Werbung, dem Schutz von Minderjährigen und der Förderung europäischer audiovisueller Werke mit sich. Im Mittelpunkt der Regulierung stehen die die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie), die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und der Rechtsrahmen für die elektronische Kommunikation.

Die Bestimmungen erstrecken sich nicht auf Inhalte, die aus Ländern außerhalb der EU über das Internet bereitgestellt werden, aber für die EU bestimmt sind. Dies ist das größte Problem. Da über Internet und Satellit zunehmend Mediendienste aus Drittstaaten verfügbar sind, müsste man die rechtlichen Zuständigkeiten in Bezug auf diese Dienste neu regeln.

Die Bereitstellung nichtlinearer Dienste unterliegt auch der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr. Gleiches gilt für die Datenschutzvorschriften, da die

³⁴ Der Inhalt dieses Kapitels wurde Großteils aus folgendem Whitepaper von SBR-net Consulting entnommen: Gungl, J. et al: Elektronische Kommunikationsdienste in der Welt der Apps, siehe http://www.sbr-net.com/attachments/article/133/SBR_Diskussionsbeitrag_3_Applikationen.pdf

Verarbeitung personenbezogener Daten oftmals Voraussetzung für ein ordnungsgemäßes Funktionieren neuer Dienste ist. Sobald Daten, die während der Nutzung audiovisueller Mediendienste anfallen, sich auf eine bestimmte oder bestimmbar natürliche Person beziehen, handelt es sich um personenbezogene Daten, die folglich unter den Anwendungsbereich der EU Datenschutzrichtlinie (95/46/EG) fallen. Ein weiterer Regulierungsbereich ist der Verbraucherschutz.

2.2.2 Richtlinie 2000/31/EG iVm dem ECG

In Umsetzung der „Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“³⁵ wurde in Österreich das E-Commerce-Gesetz (ECG)³⁶ erlassen. Gemäß § 3 Z 1 ECG ist ein Streaming- oder OTT-Dienst ein Dienst der Informationsgesellschaft, da er unter anderem auf individuellen Abruf Informationen über ein elektronisches Netz übermittelt. Der Diensteanbieter unterliegt mit seinem Dienst somit dem Anwendungsbereich des ECG. Er hätte somit dessen Verpflichtungen einzuhalten und kann auch die daraus resultierenden Rechte (z.B.: Herkunftslandprinzip) in Anspruch nehmen. Das Herkunftslandprinzip hat zur Folge, dass sich die rechtlichen Anforderungen an einen in einem Mitgliedstaat niedergelassenen Diensteanbieter nach dem Recht dieses Staats richten.³⁷ Rechtsvorschriften, die die Zulässigkeit der Aufnahme oder Ausübung einer geschäftlichen, gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit regeln und nicht besonders und ausschließlich für Dienste der Informationsgesellschaft oder deren Anbieter gelten, bleiben jedoch unberührt.³⁸ Dies ist wesentlich für die Anwendbarkeit der Bestimmungen des TKG.

2.2.3 Österreichisches TKG

Ob und inwieweit die angesprochenen Streaming- und OTT-Angebote Kommunikationsdienste im Sinne des TKG 2003 darstellen, ist in § 3 Z 9 TKG 2003 definiert. Demzufolge ist ein Kommunikationsdienst eine gewerbliche Dienstleistung, die ganz oder überwiegend in der Übertragung von Signalen über Kommunikationsnetze besteht, einschließlich Telekommunikations- und Übertragungsdienste in Rundfunknetzen, jedoch

³⁵ Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“, ABI EG L178/1 vom 17.7.2000)

³⁶ BGBl. I Nr. 152/2001

³⁷ Vgl. Erwägungsgrund 22 der RL 2000/31/EG, ABI EG L178/4 vom 17.7.2000.

³⁸ § 4 Abs 2 ECG

ausgenommen Dienste, die Inhalte über Kommunikationsnetze und –dienste anbieten oder eine redaktionelle Kontrolle über sie ausüben.

Die Begriffsmerkmale des § 3 Z 9 TKG 2003 in Bezug OTT-Dienste sind erfüllt. Zum einen handelt es sich beim Anbieten von Streaming um eine gewerbliche Dienstleistung. Zum anderen kommt es zur Übertragung von Signalen über Kommunikationsnetze. Sie stellen auch keine Nebendienstleistungen dar.³⁹ Streaming- und OTT-Diensten sind daher Kommunikationsdienste im Sinne des TKG 2003, die nach § 15 TKG 2003 der Regulierungsbehörde anzuzeigen sind. Das Privileg des Herkunftslandprinzips des E-Commerce-Gesetzes gelangt in diesem Fall also nicht zur Anwendung und somit wird die Anzeigepflicht nach § 15 TKG schlagend. Somit bleiben die Rechtsvorschriften über die Anzeige- oder Konzessionspflicht etc. von Telekommunikationsdiensten aufrecht.⁴⁰ Vor diesem Hintergrund sind folgende Bestimmungen des TKG 2003 von den Streaming bzw. OTT-Anbietern einzuhalten.

- Anzeigepflicht (§ 15 TKG 2003)
- Maßnahmen zur Sicherheit und Integrität (§ 16a TKG 2003)
- Dienstqualität (§ 17 TKG 2003)
- Anzeige von AGB und Entgelten (§ 25 TKG 2003)
- Besondere Informationspflichten (§ 25b TKG 2003)
- Finanzierungsbeitragspflichten (§ 31 TKG 2003 und § 34 KOG)
- Marktanalyse/SMP/Remedies (Wettbewerbsregulierung nach §§ 35 TKG 2003)
- Informationspflichten (§ 90 TKG 2003)
- Datenschutz (§ 92-97 TKG 2003)⁴²

Die vorgenannten Bestimmungen lösen teilweise erhebliche Aufwände bei den betroffenen Unternehmen aus, sowohl was Personalressourcen, technische Implementierung und Kosten für die Implementierung von Prozessen und Systemen angeht. Per heute haben die meisten Unternehmen, die Streaming oder OTT-Dienste anbieten (z.B. Google, Apple, Amazon, WhatsApp). keine Anzeige⁴³ nach § 15 TKG 2003 übermittelt noch AGB der Regulierungsbehörde angezeigt. Die Berichtspflichten nach §§

³⁹ Mit dieser Begründung hat auch die Telekom-Control-Kommission festgestellt, dass Skype Communications S.a.r.l. den Dienst „Skype Out“ gemäß § 15 TKG 2003 anzuzeigen hat.

⁴⁰ ErläutRV 817 BlgNr 21.GP

⁴¹ ABI EG L 117/15 vom 7.5.1997.

⁴² Die Vorratsdatenspeicherung nach § 102a TKG 2003 käme grundsätzlich auch in Frage, allerdings falls die Applikationen nicht unter die Definition der Dienste, für die die Vorratsdatenspeicherung vorzunehmen ist.

⁴³ Diese Anzeige hat zu erfolgen, völlig unabhängig davon, welche Rolle ein Anbieter am Markt spielt. Ein gänzlich anderes Thema ist die Diskussion über die möglicherweise bestehende Marktmacht von Google in bestimmten Online- und Suchmaschinenmärkten, s. z.B. „ Rosenbach, M.: „Google ist extrem dominant“ sowie Müller, M.U. et al: Der Türsteher, beide in: der Spiegel Nr 43/2012, S. 90 bzw. S. 86ff.

90 TKG 2003 scheinen auch nicht eingehalten zu werden. Die Behörde kann also ihren Aufsichtsmaßnahmen insbesondere nach § 91 TKG 2003 gar nicht nachkommen. Dies betrifft auch die Aufsichtsmaßnahmen hinsichtlich Datenschutz und Datensicherheit. Ob diese Anbieter auch zur Finanzierung des Universaldienstes und der Regulierungsbehörde herangezogen werden müssten, ist ohne entsprechende Daten nicht zu beantworten.

Die Streaming-Diensteanbieter und OTT-Anbieter verschaffen sich durch die Nichtbeachtung nationaler Vorschriften erhebliche finanzielle und nicht-finanzielle Wettbewerbsvorteile. Datenschutzregeln und der Verbraucherschutz werden nicht nach den selben Anforderungen gelebt wie z.B. bei nationalen Netzbetreibern. Regulatorisches Handeln ist daher geboten. Die Regulierungsbehörde müsste wohl die Angebote prüfen sowie entsprechende Anzeigen über das Betreiben von elektronischen Kommunikationsnetzen und –diensten einfordern.

2.3 Netzneutralität

Vor dem Hintergrund steigender Qualitätsanforderungen von Diensten im Internet wird das Thema Netzneutralität gegenwärtig intensiv diskutiert. Von den Ergebnissen dieser Diskussion werden insbesondere Streamingdienste betroffen sein. Um Bewegtbilder über das Internet zu übertragen, muss dafür eine bestimmte Bandbreite zur Verfügung stehen. In best-effort Netzen wie dem öffentlichen Internet kann dies jedoch nicht garantiert werden. Deshalb gehen Diensteanbieter dazu über, sich gegen Entgelt notwendige Bandbreiten für die Übertragung ihrer Inhalte bei den Netzbetreibern zu sichern. Der auf diese Weise erreichten Bevorzugung bestimmter Dienste steht jedoch auch die Möglichkeit zur Diskriminierung von Diensten gegenüber, insbesondere, wenn sie mit dem Dienstangebot des Netzbetreibers in Konkurrenz stehen.⁴⁴ Diese Praxis ist jedoch unter Gesichtspunkten des Wettbewerbs kritisch zu sehen und in einigen europäischen Ländern Europas gesetzlich untersagt (z.B. Slowenien), da sie eine Abkehr vom Prinzip der Netzneutralität bedeutet. Dennoch gibt es diesbezüglich noch keine europaweit einheitliche Regelung, auch wenn das Europäische Parlament zu einer EU-Verordnung zur Netzneutralität zugestimmt hat.⁴⁵

⁴⁴ Ein Beispiel hierfür wäre die Drosselung von Streamingdiensten im Internet zugunsten des eigenen Videoportals.

Der amerikanische Regulierungsbehörde FCC hat eine strenge Form der Netzneutralität angekündigt, die u.a. ein Diskriminierungsverbot sowie ein Verbot der Bevorzugung von Diensten enthält.⁴⁶ Jedoch wurde noch keine verbindliche Regelung verabschiedet. In Österreich wurden bereits im Jahr 2013 Prinzipien zur Netzneutralität formuliert.⁴⁷

2.4 Urheberrechte

Wesentlicher Aspekt für die Verwertung und Verbreitung von Fernseh- bzw. Bewegtbildinhalten ist die Berücksichtigung der urheberrechtlichen Situation und der damit verbundenen Vergütungsansprüche. Diese wollen wir in der Folge für Deutschland und Österreich analysieren.

2.4.1 Deutschland

Einer der zentralen Begriffe in Deutschland ist dabei die sogenannte „Kabelweitersendung“. Dabei ist unter Kabelweitersendung die Weiterübertragung eines Programms durch Kabelsysteme oder Mikrowellensysteme zu verstehen. Das Recht der Kabelweitersendung ist in § 20 b UrhG geregelt. § 20 b Abs. 1 UrhG sieht das eigentliche Kabelweitersendungsrecht vor. § 20 b Abs. 2 enthält einen gesonderten und unverzichtbaren Vergütungsanspruch zugunsten des Urhebers.⁴⁸

In der Praxis werden die Urheberrechte oder verwandte Schutzrechte treuhänderisch von den Verwertungsgesellschaften wahrgenommen, wobei das Urheberrechtswahrnehmungsgesetz die dafür notwendige gesetzliche Grundlage bildet. In diesem Zusammenhang kann das Kabelweitersendungsrecht nach § 20 b Abs. 1 UrhG grundsätzlich nur über eine Verwertungsgesellschaft ausgeübt werden. Das gilt allerdings nicht für Kabelweitersendungsrechte, die einem Sendeunternehmen für seine eigenen Sendungen zustehen.

In Deutschland werden die genannten Rechte von mehreren Verwertungsgesellschaften wahrgenommen. Die bekanntesten sind dabei die GEMA, VG Wort, VFF, und VG Media.

⁴⁶ <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/breitband-internet-fcc-will-strikte-netzneutralitaet-durchsetzen-a-1016873.html>

⁴⁷ <https://www.rtr.at/de/tk/netzneutralitaet>

⁴⁸ Einem IPTV- oder Streaming-Dienstleister stehen (ebenso wie den CATV-, DVB-T- und Satellit-Anbietern) darüber hinaus einer Reihe an Landes-, Staats- und supranationalen Gesetzen und Verordnungen gegenüber, von denen die wichtigsten der Rundfunkstaatsvertrag und das Telemediengesetz sind. Dazu kommen aber auch das Landesmediengesetz des jeweiligen Bundeslandes, die Richtlinie 89/552/EWG (Fernsehrichtlinie), Wettbewerbsrecht, Datenschutz, Patengesetz und der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag.

2.4.2 Österreich

Grundsätzlich ist in Österreich nach § 17 UrhG für die Einspeisung von Rundfunkprogrammen in ein Kabelnetz („Signalrecht“) die Zustimmung vom Programmveranstalter einzuholen. Eine Vielzahl von Programmveranstaltern hat diese Zustimmung zur Programmeinspeisung direkt an den WKO Fachverband Telekom für alle Kabelnetze in Österreich pauschal erteilt, sodass keine gesonderte Zustimmung des Senders an den Kabelnetzbetreiber nötig ist. IPTV wird dabei identisch behandelt wie DVB-C.

Neben dem Signalrecht muss auch das Recht für die urheberrechtliche Weiterleitung der Rundfunkprogramme in das Kabelnetz von den Rechteinhabern (Verwertungsgesellschaften) erworben werden – hier gibt es ebenfalls Gesamtverträge mit den Verwertungsgesellschaften. Inkassostellen sind hier die AKM und die Literar Mechana⁴⁹. Zusätzlich sind direkte Vereinbarungen mit der VDFS und der VAM nötig. Wobei Gesamtverträge erst ab 500 Teilnehmer abzuschließen sind. Aufgrund dieser 500er Grenze sind die allermeisten Gemeinschaftsantennenanlagen nicht entgeltpflichtig. Netzbetreiber drängen aufgrund der daraus folgenden wettbewerbsrechtlichen Verzerrung schon länger darauf, dass diese Grenze fällt bzw. substantiell reduziert wird.

Die Verwertungsgesellschaften nehmen die oben angeführten Urheberrechte nur für frei empfangbare Programme wahr. Für die Einspeisung von verschlüsselten Programmen wie z.B. den HD Programme von Pro7, Sat1 und RTL ist jeweils direkt mit dem jeweiligen Sendeunternehmen eine Einspeisevereinbarung abzuschließen.

2.4.3 Urheberrecht und Zusatzdienste

Die vorgenannten Ausführungen spiegeln die grundlegende Situation für die Verbreitung von Fernsehprogrammen und Bewegtbildinhalten über CATV, DVB-T und Satellit wider, die man auch mit dem klassischen linearen Fernsehen verbindet.

Die Rechtesituation gestaltet sich jedoch deutlich differenzierter, sobald Inhalte und Programme mittels IPTV und/oder Streaming und somit nicht mehr ausschließlich in linearer Form weiterverbreitet werden. Eine in diesem Zusammenhang beispielsweise grundlegende Frage, die bis dato noch nicht in einer einheitlichen Rechtsmeinung mündet, ist, ob die Kabelweitersendungsrechte auch IPTV und Streaming umfassen. IPTV

⁴⁹ Siehe www.literar.at

und Streaming haben aber auch das Feld für weitere Dienste und Anwendungen geöffnet, die eine Abkehr vom linearen TV-Konsum bedeuten. Dazu zählen unter anderem:

- Zeitversetztes Fernsehen – Möglichkeit laufende Sendungen anzuhalten und später fortzusetzen (maximale Zeitversetzung 90 Minuten)
- Catchup TV – Archivierung und Bereitstellung (zum individuellen Abruf) bestimmter Sendungen von Sendergruppen oder des gesamten verfügbaren Fernsehprogramms über einen bestimmten (längeren) Zeitraum
- nPVR – netzbasierter Videorekorder
- EPG – Elektronischer Programmführer
- VoD – Video on Demand

Für alle diese zusätzlichen Dienste müssen die Anbieter zwingend die urheberrechtlichen Fragestellungen klären – und zwar in jedem europäischen Land einzeln. Dies erschwert den Marktzutritt in Europa signifikant. Eine einheitliche Regelung wird seit Jahren gefordert, scheitert aber bisher an den Partikularinteressen der einzelnen Rechteinhaber in den Staaten der EU. Dies ist zum Nachteil der Konsumenten und der wirtschaftlichen Entwicklung.

In Österreich ist die Aufzeichnung von Rundfunkprogrammen auf einem Videorekorder/Festplattenrekorder beim Endkunden durch UrhG §42 rechtlich geregelt und seit vielen Jahren gelebte Praxis. Für die Aufzeichnungsgeräte ist eine einmalige Urheberrechtsvergütung bei Inverkehrbringung des Gerätes zu bezahlen. Laut aktuell gültigem Gesamtvertrag beträgt die Abgabe für einen Festplattenrekorder EUR 20,- (Kapazität 400GB und mehr). Der Festplattenrekorder kann im Eigentum des Endkunden stehen, aber auch dem Netzbetreiber gehören (Mietmodell). Wenngleich nicht ausdrücklich gesetzlich geregelt, ist auch die Vermietung von Festplattenrekordern durch den Netzbetreiber vieljährige gelebte und akzeptierte Praxis. Erfolgt die Aufzeichnung nicht auf einem Endgerät beim Endkunden, sondern auf einem Server des Netzbetreibers, so spricht man von „Network Personal Video Rekorder“, kurz nPVR. Die aktuelle österreichische Rechtslage erwähnt nPVR nicht explizit, schließt eine solche aber auch nicht aus. Insgesamt wird die Rechtslage betreffend nPVR aber als unsicher eingestuft, insbesondere Versuche zur Erarbeitung eines Gesamtvertrags mit der zuständigen Verwertungsgesellschaft AUME sind bislang hieran gescheitert. De lege lata scheint der Fall eines PVR im UrhG allein mit der Privatkopie abgebildet zu sein. Es muss jedenfalls klar hervorgehen, dass der Endkunde selbst die Vervielfältigung iSd § 42 UrhG (Privatkopie) vornimmt und nicht der Netzbetreiber.

3 Schlussfolgerungen

Das Internet revolutioniert das Fernsehen. Trotz weiterhin hohen Konsums beim linearen Fernsehen, entstehen zahlreiche neue Formen der Fernsehnutzung über andere Infrastrukturen, mit anderen Inhalten und unter Verwendung anderer Geräte. Das führt zu massiven Änderungen des Marktes. Die Nutzung von Fernsehen auf PC, Handy und Tablets hat enorme Zuwachsraten – wenn auch derzeit das Fernsehen überwiegend weiterhin im Wohnzimmer gesehen wird. Der Anteil der Nutzung „on demand“ steigt jedoch stetig. Und dies vor allem in der Zielgruppe der 14-49jährigen, die für die Werbeerlöse relevant ist. Der Anstieg findet derzeit weitgehend nicht zu Lasten, sondern zusätzlich zum herkömmlichen Fernsehen statt. Dies bedeutet aber auch, dass die Reichweiten der linearen Sender abnehmen. In Zukunft wird jedoch prognostiziert, dass der Anstieg zu Lasten des herkömmlichen Fernsehens gehen wird. In den USA ist dieser Schritt schon eingetreten. Technologische Entwicklungen befeuern diese Trends mit Endgeräte übergreifenden TV Apps, neuen Screens und interaktiven webbasierten TV-Plattformen.

Jedoch werden nicht alle TV-Inhalte ins Web abwandern. Flexible Nutzungsmöglichkeiten werden allerdings das Konsumationsverhalten nachhaltig verändern. Für die nächsten Jahre wird das lineare Fernsehen auch weiterhin für die Masse der Einstieg in die Streaming bzw. Video on Demand Nutzung sein. Der klassische Rundfunk rüstet sich bereits durch neue Dienste um im Vergleich mit IPTV attraktiver zu werden.

Sicher ist, dass sich die traditionelle Wertschöpfungskette des Fernsehens massiv verändern wird, weil sich die Contentproduktion ändert und Werbeströme verändern. Lokaler Content könne dabei zu einem echten Unterscheidungsmerkmal werden, wovon besonders kleine und regionale Programmanbieter profitieren können. Für alle Anbieter ist es dennoch entscheidend, auf allen Endgeräten präsent zu sein, denn sie bereiten den Weg für innovative und attraktive Angebote wie interaktive Sendeformate, Multi-Screen-Nutzung und Einbindung von sozialen Medien.

Die Regulierung ist derzeit einseitig zu Lasten von Netzbetreibern und zum Vorteil von Streaming- und OTT-Playern ausgestaltet. Streaming- und OTT-Player können einen Großteil der regulatorischen Verpflichtungen ignorieren, wenn diese von außerhalb der EU angeboten werden. Dies bedeutet eine wesentliche Schlechterstellung der nationalen Netzbetreiber und gravierende Nachteile für den Konsumenten.

Das uneinheitliche Urheberrecht ist ein weiterer Stolperstein für eine raschere Entwicklung von Streaming und OTT-Diensten. Vorleistungsangebote in diesem Bereich sind ebenfalls bisher außerhalb der Regulierung angesiedelt.

Das Thema Netzneutralität beschäftigt derzeit zwar die Politik, es scheint jedoch für die Vielfalt der Angebote derzeit unerheblich zu sein. Vor allem content delivery networks (CDN) lösen das freie Internet bei der Zustellung der Datenströme ab und stellen so die Dienstqualität sicher – und dies ganz unabhängig von der Ausprägung der Netzneutralität. Das best effort Internet wird jedoch auch weiterhin von billigen Streaming und OTT-Diensteanbietern genutzt werden. In Zukunft werden Netzbetreibern wohl qualitätssichernde Netzwerkmanagementmaßnahmen zugestanden werden, um die Datenströme optimal leiten zu können. Diese Kombination aus best effort Internet und CDN sollte den Wettbewerb ausreichend sicherstellen.

Abkürzungsverzeichnis und Glossar

4k	4k Auflösung ist ein digitales Format für Fernsehsendungen, das etwa der vierfachen Auflösung von HD-Signalen entspricht.
BREKO	Der Bundesverband Breitbandkommunikation e. V. (BREKO) repräsentiert den Großteil der Festnetz Wettbewerber der Telekom Deutschland. Seine Mitglieder vermarkten ihre Produkte vor allem auf Basis eigener Infrastruktur in Kombination mit dem entbündelten Teilnehmeranschluss (HVt-TAL, KVz-TAL) der Telekom Deutschland und mittels Breitbandkabelnetzen; vermehrt bieten sie aber auch eigene hochleistungsfähige Glasfaseranschlüsse (FTTB/H) und Breitbandkabelnetze direkt zum Kunden an.
Catchup TV	Catchup TV ist ein System, um Fernsehprogramme zu sehen, nachdem sie ausgestrahlt worden sind. Viele Fernsehanstalten erlauben ein Abrufen von bestimmten Sendungen über das Internet eine gewisse Zeit nach der Sendung.
CATV	Cable Television (CATV) – Kabelfernsehen; Rundfunkprogramme werden über ein Koaxialkabel zu den Endkunde übertragen.
CDN	Ein Content Delivery Network (CDN) ist ein Netz verbundener Server, mit dem Mediendateien an den Kunden ausgeliefert werden. Die Einspeisung in das Internet erfolgt erst möglichst nahe beim Kunden.
EPG	Als Electronic Program Guide (EPG) bezeichnet man elektronisch verbreitete Informationen über das aktuelle Hörfunk- und Fernsehprogramm.
FCC	Federal Communications Commission (FCC) ist die US-Regulierungsbehörde für Kommunikationsnetze und -dienste
GEMA	Die Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA) ist eine staatlich legitimierte Verwertungsgesellschaft, die in Deutschland die Nutzungsrechte aus dem Urheberrecht von denjenigen Komponisten, Textdichtern und Verlegern von Musikwerken wahrnimmt, die als Mitglied in ihr organisiert sind.
HD	High-definition video (HD) ist der Oberbegriff für hochauflösende digitale Videoformate.
Herkunftslandprinzip	Das Herkunftslandprinzip bestimmt, dass die Dienste der Informationsgesellschaft (das sind in der Regel gegen Entgelt elektronisch im Fernabsatz und auf individuellen Abruf eines Empfängers erbrachte Dienstleistungen) grundsätzlich dem Rechtssystem unterfallen, in dem der Anbieter niedergelassen ist
IPTV	Mit Internet Protocol Television (IPTV) wird die Übertragung von Fernsehprogrammen und Filmen mit Hilfe des Internet Protocol durch den betreffenden Breitbandanbieter bezeichnet. IPTV ist abzugrenzen gegen OTT-Dienste, die unabhängig vom Breitbandanbieter sind.
nPVR	Network personal video recorder (nPVR) ist Videorekorder im Netz, welcher durch den Benutzer gesteuert wird und Videoprogramme aufnehmen kann.
OTT	Der Begriff Over-the-top (OTT) bezeichnet die Übermittlung von Video- und Audioinhalten über Internetzugänge, ohne dass ein Breitbandanbieter in die Kontrolle oder Verbreitung der Inhalte involviert ist.
Pay-per-view	Pay-per-View bezeichnet eine Form der Abrechnung des Bezahlfernsehens im Einzelabruf-Verfahren. Der Zuschauer zahlt dabei nur für tatsächlich gesehene Sendungen, die zum angegebenen oder gewünschten Termin „freigeschaltet“ (decodiert) werden.

Pay-TV	Pay-TV, auch Bezahlfernsehen genannt, bezeichnet private Fernsehsender, für deren Empfang mit dem Programmanbieter ein kostenpflichtiger Vertrag abgeschlossen werden muss, unabhängig vom vorgeschriebenen Rundfunkbeitrag.
PVR	Ein Persönlicher Videorekorder (PVR) ist ein Videorekorder mit einer Festplatte, der digitale Videosignale aufzeichnen kann.
SD	Standard-definition (SD) Television ist ein Sammelbegriff für Videoauflösungen, wie sie bereits beim analogen Fernsehempfang üblich waren.
Smart TV	Smart-TV, manchmal auch Hybrid-TV, ist die Bezeichnung für Fernsehgeräte mit Computer-Zusatzfunktionen, insbesondere Internet-Fähigkeiten.
Streaming	Streaming bezeichnet die gleichzeitige Übertragung und Wiedergabe von Video- und Audiodaten über ein Netzwerk. Den Vorgang der Datenübertragung selbst nennt man Streaming, und übertragene Programme werden als Livestream oder kurz Stream bezeichnet. Streaming-Media, das über das WWW bzw. HTML angestoßen wurde, wird auch Webradio oder Web-TV genannt. Im Gegensatz zum Herunterladen („download“) ist das Ziel beim Streaming nicht, eine Kopie der Medien beim Nutzer anzulegen, sondern die Medien direkt auszugeben, anschließend werden die Daten verworfen.
USB	Der Universal Serial Bus (USB) ist ein serielles Bussystem zur Verbindung eines Computers mit externen Geräten.
VAM	Die Verwertungsgesellschaft für audiovisuelle Medien mbH (VAM) nimmt insbesondere Vergütungsansprüche, wie diese im Urheberrechtsgesetz definiert sind, für Filmhersteller und andere vergleichbare Rechteinhaber wahr und verteilt die vereinnahmten Entgelte an ihre Bezugsberechtigten.
VdFS	Die Verwertungsgesellschaft der Filmschaffenden (VdFS) nimmt treuhändig und kollektiv die Urheber- und Leistungsschutzrechte der Berufsgruppen Regie, Kamera, Filmschnitt, Szenenbild, Kostümbild und Schauspiel wahr.
VFF	Die Verwertungsgesellschaft für Eigen- und Auftragsproduktionen (VFF) ist die Verwertungsgesellschaft der deutschen Auftragsproduzenten, öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, von privaten Sendeunternehmen und einigen regionalen Fernsehveranstaltern. Sie nimmt treuhänderisch die aus deren Leistungsschutzrecht resultierenden Rechte und Vergütungsansprüche wahr.
VoD	Video-on-Demand (VoD) beschreibt die Möglichkeit, digitales Videomaterial auf Anfrage von einem Internetanbieter oder -dienst herunterzuladen oder über einen Video-Stream direkt mit einer geeigneten Software anzusehen.
Web-TV	Unter Web TV versteht man Fernsehprogramme, die speziell für die Verbreitung über das Internet produziert werden.

SBR – Diskussionsbeiträge

SBR-net Consulting AG veröffentlicht in unregelmäßigen Abständen Diskussionsbeiträge zu aktuellen Themen in der Telekommunikation. Bisher sind folgende Diskussionsbeiträge erschienen:

#	Titel	Veröffentlicht
1	Preisgestaltung auf dem Endkundenmarkt für Breitbandanschlüsse	August 2012
2	Ausbau von Glasfasernetzen als Geschäftsmodell für Versorgungsunternehmen und Stadtwerke	November 2012
3	Elektronische Kommunikationsdienste in der Welt der Apps	März 2013
4	Spectrum Pricing – Theoretical approaches and practical implementation	April 2013
5	IPTV – Ein Treiber für den Breitbandmarkt. Perspektiven zur Erweiterung von Geschäftsmodellen	August 2013
6	Spectrum Allocation in the German Mobile Market and the Outcomes of the Current Consolidation Process. An analysis in light of the possible merger of E-Plus and O2	November 2013
7	Der Weg zur IP-basierten Zusammenschaltung. Evolution statt Revolution	Dezember 2013
8	Mobile payment	April 2014
9	Der Breitbandausbau im Vergleich zwischen Österreich und Deutschland: Ziele, Politik, Finanzierung, Förderung	Mai 2014
10	Industrie4.0 – Implikationen für Markt, Regulierung und Strategie	August 2014
11	Vorleistungseinkauf in der Telekommunikation: Markt, White Label, Plattformen, Integration	September 2014
12	Breitbandstrategien in Deutschland und Österreich: Ansätze der öffentlichen Hand zur Errichtung von Breitbandanschlussnetzen	Dezember 2014
13	Funding and State Aid for NGA: from the telecom to the infrastructure perspective	Mai 2015
14	Breitband aus Sicht der österreichischen Gemeinden; veröffentlicht gemeinsam mit dem österreichischen Gemeindebund	September 2015

Kontakt

SBR-net Consulting AG

Parkring 10/1/10

1010 Wien

T: +43 1 513 514 0

F: +43 1 513 514 095

E: kittl@sbr-net.com