

---

# Empfehlungen

## zum Analog-/Digital-Umstieg auf > DVB-T: Das ÜberallFernsehen <

### Positionspapier der Deutschen TV-Plattform

---

#### Vorwort

Gemäß Beschluss des Bundeskabinetts vom 24. August 1998 soll die klassische terrestrische Übertragung von Fernsehprogrammen in Deutschland mittelfristig von Analog- auf Digitaltechnik („DVB-T“ = Digital Video Broadcasting -Terrestrial) umgestellt werden. Dabei wurde ein Zeitrahmen bis spätestens 2010 vorgegeben.

Die Voraussetzungen dafür sind allerdings bei der terrestrischen Übertragung nicht so einfach wie bei Kabel oder Satellit. Grund dafür ist, dass in Deutschland eine *Einführung* der digitalen Übertragung parallel zur bestehenden analogen Verbreitung – wie in anderen Ländern bereits üblich – aufgrund der hohen Senderdichte nicht möglich ist: die verfügbaren Frequenzen reichen dafür nicht aus!

Deshalb müssen die bestehenden analogen Sender mehr oder weniger gleichzeitig mit der Aufnahme der digitalen Ausstrahlung (bzw. nach einer nur kurzen Übergangsfrist) abgeschaltet werden.

## 1. Einführung

Verschiedene Untersuchungen, u.a. der Deutschen TV-Plattform \*) haben jedoch übereinstimmend ergeben, dass unter diesen Voraussetzungen ein bundesweiter Umstieg in Deutschland nur schrittweise in einzelnen, voneinander unabhängigen Regionen möglich ist.

Die aktuellen Planungen sehen deshalb vor, mit dem Umstieg zunächst in einzelnen Ballungsgebieten zu beginnen (sog. „Insellösung“) und dann nach und nach die Versorgung auch in die Fläche auszudehnen.

Der bundesweite Beginn der Digitalisierung erfolgte im Jahr 2002 mit dem Analog-/Digital-Umstieg im Ballungsraum Berlin/ Brandenburg. Basis dieses Umstiegs war die Unterzeichnung der „Berliner Vereinbarung“ vom 13.02.2002 durch die beteiligten öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanstalten und die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb\_). Die regulären digitalen Programmausstrahlungen wurden am 1. 11. 2002 begonnen.

Mit der Abschaltung der letzten verbliebenen vier analog genutzten Übertragungskanäle am 04. August 2003 ist dieses bundesweit erste Umstiegsprojekt abgeschlossen.

Die Wahl von Berlin/Brandenburg als Startregion erfolgte, weil hier im Vergleich zu den übrigen Regionen Deutschlands sowohl frequenztechnisch als auch wirtschaftlich günstige Voraussetzungen für den Umstieg auf DVB-T gegeben sind.

Eine erste Zwischenbilanz der Deutschen TV-Plattform im Mai 2003 hat gezeigt, dass die Umstellung bis zu diesem Zeitpunkt sehr erfolgreich verlaufen ist. Mittlerweile ist ein Stadium erreicht, das eine Umkehrung nicht mehr zulässt.

Um Berlin aber nicht zu einer dauerhaft autonomen Insel werden zu lassen, ist es dringend erforderlich, den Umstieg Zug um Zug auch in weiteren Regionen nicht nur zu planen, sondern auch umzusetzen. Dabei können und sollten die Erfahrungen aus dem Berliner Projekt ausgewertet und, soweit dies möglich und übertragbar ist, genutzt werden.

Die Herausforderung besteht nun darin, auch in den anderen Regionen ausreichende Randbedingungen für eine erfolgreiche Einführung zu schaffen.

Dieses Positionspapier beschreibt und analysiert die bisherigen Ergebnisse aus der Hauptstadtregion (2.), skizziert die aktuelle Situation in den übrigen Regionen Deutschlands (3.) und versucht eine Analyse, in welchem Umfang und auf welche Weise die Erfahrungen und Ergebnisse aus Berlin-Brandenburg auf die weitere Einführungsstrategie in den anderen Regionen Deutschlands übertragen werden können (4. und 5.).

... weiter / 3

---

\*) vgl. hierzu gemeinsamer Bericht der AG: „DVB-T Einführung (1)“ der Deutschen TV-Plattform und der Initiative „TV 2000“ vom 29. Juni 1999

## 2. Erfolgsparameter des Umstiegs auf DVB-T in Berlin/Brandenburg

Schon vor dem endgültigen Abschluss der ersten Analog- / Digital-Umstellung in Deutschland lassen sich einige wichtige Erfolgsparameter identifizieren:

- Federführung durch die **mabb**\_ mit dem Ergebnis eines erfolgreichen Interessenausgleichs zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Programmveranstaltern.
- Zielführende und entschlossene Umsetzung der vereinbarten und beschlossenen Maßnahmen.
- Ein von allen Programmveranstaltern und der **mabb**\_ getragenes und finanziertes Kommunikationskonzept für alle Beteiligten.
- Professionelle Umsetzung des Kommunikationskonzepts unter Einbindung der Endgerätehersteller und des Handels mit Unterstützung neutraler Institutionen (GARV, Deutsche TV-Plattform).
- Keine Politisierung der Einführung.
- Erfolgreiche Kooperation zwischen den Sendernetzbetreibern, besonders im Hinblick auf eine gegenseitige Standortnutzung.

## 3. Aktuelle Situation von DVB-T in den anderen Regionen

Bedingt durch die föderale Struktur einerseits und durch unterschiedliche Randbedingungen wie Frequenzen, Topografie und/oder Bevölkerungsdichte andererseits ist die aktuelle Ausgangssituation in den verschiedenen Regionen Deutschlands stark unterschiedlich, so dass die Ergebnisse aus Berlin nicht in allen Fällen 1 zu 1 umgesetzt werden können. Im Einzelnen stellt sich die Situation wie folgt dar:

- Das Engagement der zuständigen Landesregierungen und der Landesmedienanstalten bei der Markteinführung von DVB-T ist – bedingt durch die föderale Struktur – in den jeweiligen Regionen unterschiedlich.
- Der Markteinstieg der privaten Programmveranstalter orientiert sich im Gegensatz zu den öffentlich-rechtlichen Programmveranstaltern ausschließlich an kommerziellen Faktoren. Die Finanzierung für die privaten Programmveranstalter ist aber weitgehend noch offen.
- Die Überlegungen, die Markteinführung von DVB-T wie in Berlin auch finanziell zu unterstützen, sind bislang nur in NRW konkretisiert worden.
- Die z.T. in Vorbereitung befindlichen regionalen Vereinbarungen (z. B. nach dem Berliner Muster) sind noch nicht verhandelt bzw. noch nicht abgeschlossen. Somit kann noch keine verbindliche deutschlandweite Zeitplanung erstellt werden.
- Eine Einigung auf eine möglichst zeitgleiche Abschaltung der analogen Versorgung sowohl der öffentlich-rechtlichen als auch der privaten Programme in den einzelnen Regionen ist im wesentlichen abhängig von den jeweiligen Forderungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nach Simulcast für seine Programme.
- Verbindliche Zusagen der privaten Programmveranstalter für eine Beteiligung in weiteren Regionen sind abhängig von der Vorlage GfK-basierter positiver „Ergebnisse aus Berlin“. Mit diesen ist ab dem 3. Quartal 2003 zu rechnen.

#### 4. Anforderungen an einen Umstieg auf DVB-T in den anderen Regionen

Im Vorfeld eines Umstiegs sind in den jeweiligen Regionen / Ballungsräumen umfangreiche individuelle Planungs- und Vorbereitungsmaßnahmen erforderlich.

Dazu gehören z.B. die folgenden Prozessschritte:

- Zielstellung und Zielregionen des Landes / der Medienanstalt feststellen
- Potentialanalyse der analogen Frequenzen
- Planungsvorschlag erarbeiten und zwischen den Beteiligten abstimmen
- Erforderliche Frequenzkoordinierungen einleiten
- Analyse der Verbreitungskosten und einvernehmliche Klärung der Fördersituation
- Vereinbarung zwischen den Beteiligten erarbeiten und abschließen
- Bedarfsanmeldung / Frequenzvergabeverfahren der RegTP
- Abstimmung mit Geräteindustrie (Zeitplan, Sendegebiete und –größe, Kommunikation, ...)
- Erstellung eines gemeinsamen Kommunikationskonzeptes für die Zielgruppen:
  - Handel und Handwerk (Zeitplanung, Argumentations- und Motivationshilfen, ...)
  - Endverbraucher (Zeitplan, mehr Programme und neue Inhalte, Mobilität, ....)

Besondere Bedeutung kommt dabei einer unter allen Beteiligten (öffentlich-rechtliche und private Rundfunkanstalten, Landes-Medienanstalt(en), Telekom und ggf. sonstige Sendernetzbetreiber, evtl. Landesregierung) abgestimmten und verbindlichen vertraglichen „Vereinbarung“ nach dem Berliner Muster zu.

Wichtige Kernpunkte dieser Vereinbarung sind:

- Verteilung der verfügbaren Übertragungskapazitäten
  - Welcher Programmveranstalter gibt welche analoge Kapazität zurück?
  - Welcher Programmveranstalter erhält welche digitale Kapazität?
- Verbindlicher Zeitplan für die Einführung
- Festlegung des Simulcast-Betriebes
- Erstellung eines Finanzierungskonzeptes unter Berücksichtigung:
  - der bisherigen analogen Verbreitungskosten, und
  - der erreichbaren Zuschauerpotentiale.
- Festlegung der Rahmenbedingungen bezüglich Form und Umfang des gemeinsamen Kommunikationskonzeptes (Inhalt, Umsetzung und Finanzierung)
- Behandlung von Randgruppen (Lösung der Frage der Sozialverträglichkeit)

## 5. Allgemeine Empfehlungen

- 5.1** Für einen Erfolg beim Endverbraucher / Zuschauer ist ein bundesweit einheitlicher Auftritt unter der Marke: „**DVB-T: Das ÜberallFernsehen**“ von entscheidender Bedeutung!

Grundsätzlich sollte deshalb das in Berlin/Brandenburg verwendete Grundkonzept für die Einführung von DVB-T (Erscheinungsbild und Marke, Kommunikation, Pressearbeit, ...) unverändert beibehalten und unter Berücksichtigung der spezifischen Anforderungen und Möglichkeiten in allen Regionen so weit wie möglich adaptiert werden.

Dies gilt für alle Maßnahmen im Rahmen des unter 3. geforderten Kommunikationskonzeptes, d.h. gleichermaßen für interne und externe Werbe- und PR-Maßnahmen ebenso wie z.B. für die WebSite (nur eine zentrale WebSite für alle Einzelprojekte!).

- 5.2** Fachhandel und -Handwerk sind ein besonders wichtiger Mittler zum Endverbraucher!

Dieser Gruppe sollte deshalb besondere Aufmerksamkeit im Rahmen des Kommunikationskonzeptes gewidmet werden. Insbesondere sind frühzeitige Motivation für das neue Geschäftsfeld und ausführliche Information über alle mit dem Umstieg zusammenhängenden Einzelheiten (Zeitplan, Programme, Gerätesituation, Preisniveau, ..) wichtig.

Hierzu sind spezielle Fachhandels-Veranstaltungen nach dem Berliner Muster unter Einbeziehung der Geräteindustrie auch in allen anderen Regionen empfehlenswert.

- 5.3** Um Anlaufprobleme, wie sie in Berlin in den ersten Wochen bei einigen Empfangsgeräten und auch im Kabelnetz (Empfang von DVB-T in Kabelkopfstationen und Re-Analogisierung) aufgetreten sind, künftig zu vermeiden, ist eine weitere Verbesserung der Interoperabilität zwischen Geräten und Programmen erforderlich.

Dazu entwickelt die TV-Plattform derzeit eine Sammlung von „Minimal-Anforderungen“ für Sendungen und Geräte, die ein problemloses und einwandfreies Zusammenspiel auch in Sonderfällen, wie z.B. Übertragung im 16/9-Bildformat gewährleisten sollen.

- 5.4** Die Umstellung in Berlin hat u.a. auch gezeigt, daß viele Verbraucher Probleme mit der neuen Technik, speziell mit Anschluß und Bedienung haben. Die dadurch entstehende Frustration kann das ansonsten sehr positive Image des gesamten Systems und damit die Bereitschaft zum Umstieg beeinträchtigen.

Den Geräteherstellern wird deshalb empfohlen, neben den technischen Parametern ihrer Geräte auch Eigenschaften wie *einfache Bedienung* und *einfache Installation* zu optimieren.

Darüber hinaus prüft die TV-Plattform derzeit, ob und in welchem Umfang z.B. ein Qualitäts- oder „Konformitätssiegel“, das die unter 5.3 und 5.4 aufgeführten Geräteeigenschaften mit einschließt, definiert und am Markt eingeführt werden kann.

### **5.5 Eine ganz besondere Bedeutung kommt zweifellos der Projektführung zu!**

Die Leitung und Koordinierung des Markteinführungsprozesses sollte in Analogie zu Berlin/Brandenburg auch in jeder folgenden Region jeweils nur durch eine Institution wahrgenommen werden!

Diese sollte Zugang zu den Entscheidungsebenen der beteiligten Organisationen haben, um im Bedarfsfall einen Interessenausgleich zwischen den Beteiligten durchführen zu können, um die erforderliche Lobbyarbeit leisten und konkrete interdisziplinäre Aufgaben wie z.B. die Frage der Sozialverträglichkeit einer Lösung zuführen zu können.

Ebenso ist in der Phase der Konzeption und Umsetzung der Markteinführung operationelle Arbeit zu leisten, die von dieser Stelle hauptverantwortlich wahrgenommen werden muss.

\* \* \*