

## Keynote Staatsminister Schneider zum BLM Forum Digitalisierung am 13.Mai.2009 in München

---

- Anrede –

### Beispiel Google

Wir alle wissen: Das Gedächtnis der Menschheit wird digital. Google führt derzeit eines der größten Digitalisierungsprojekte aller Zeiten durch: Der Konzern scannt in 28 Bibliotheken rund um die Welt Werke der Literatur und der Wissenschaft ein, um sie im Internet verfügbar zu machen. Bayern arbeitet über die Bayerische Staatsbibliothek an dieser Vision einer umfassenden Demokratisierung des Wissens mit. Dieser mutige Schritt in die Zukunft zeigt, dass wir in der Medienlandschaft vor einer Zeitenwende stehen.

### Herausforderung Digitalisierung

Die Digitalisierung ist die drängende Herausforderung für die Medien- und Ordnungspolitik unserer Tage. Dennoch will ich mich - bei aller Bedeutung des Themas – auf einige Ausführungen zur Digitalisierung der Übertragungswege im Rundfunk beschränken.

## **Keine Technik-spielerei**

Es geht auch darum, technische Innovationen für wirtschaftliche Impulse zu nutzen. Digitalisierung ist kein Selbstzweck. Innovative Technik allein ist kein Erfolgsgarant. Man muss ganz pragmatisch fragen: Was und wem nutzt es – und zu welchen Kosten?

## **Vorteile für die Bürger**

Mir geht es um die Angebote, die mit Hilfe der Technik und der Übertragungsressourcen für die Bürger möglich werden. Deshalb setzt sich die bayerische Politik seit Jahren für die Digitalisierung ein. Wir haben digitales Fernsehen, digitales Radio und jetzt aktuell digitale Breitbandtechnik frühzeitig gefördert.

## **Kein „Henne-Ei-Problem“**

Ich teile nicht die Einschätzung des Vorsitzenden der Gemeinsamen Stelle Digitaler Zugang im Digitalisierungsbericht für 2008, wo von einer „Henne-Ei“ Problematik die Rede ist. Das Programmangebot biete nicht genügend Anreiz zum Umstieg und für den kleinen Teil der Digitalhaushalte lohnte kein neues Angebot. Ich meine: Der digitale Verbreitungsweg bietet nicht nur mehr TV sondern vor allem ganz andere Nutzerperspektiven.

## **Wettbewerb der Mediengattungen**

Es geht um den belebenden Wettbewerb der verschiedenen Gattungen digitaler Angebote. Lassen Sie mich den Quantitätsvorteil anhand des digitalen terrestrischem Fernsehens beschreiben: Statt einem Programm heute vier Programme pro Kanal. Wenn das alles wäre, könnte man kritisieren: So groß sei der Bedarf für neue Programme nicht. Das hieße aber, die neue Qualität der Angebote und ihre Vernetzung auszublenden. Wie viele andere in diesem Raum nutze ich die Vorteile digitalen Rundfunkempfangs, aber auch der digitalen Individualkommunikation über Handy oder PC. Und ich will diese Möglichkeiten nicht mehr missen!

## **Hybride Endgeräte**

Ich wage die Vorhersage: Wegen des möglichen Triple-Play gehört die Zukunft hybriden Endgeräten mit den unterschiedlichsten Angeboten und Techniken in einem Gehäuse und die Nutzer werden schon sehr schnell umstellen. Es wäre also auch ökonomisch und markttaktisch verkehrt, auf analoge Übertragung zu setzen.

## **Chance ergreifen**

Mein Appel an alle Marktbeteiligten: Jetzt nicht auf die Sicherheit etablierter Märkte setzen. Wer sich nicht fortentwickelt fällt zurück. In der Vernetzung der bisher getrennten Angebote liegen die Chan-

cen der Digitalisierung, der Mehrwert. Es sind nicht nur die neuen Angebote für die Zuschauer, sondern die Chancen für die Anbieter von Inhalten, Diensten und nicht zuletzt Endgeräten. Natürlich ist Vielzahl nicht ohne Weiteres mit Vielfalt gleichzusetzen, aber Vielfalt setzt zahlreiche Angebote voraus.

### **Förderung Medienkompe- tenz**

Allerdings kenne ich auch die Warnungen vor der Medienflut, dem Verlust von „Normalkontakten“, den gefährlichen Inhalten. Als Lehrer, als Vater teile ich manche dieser Sorgen. Ich will weder Killerspiele im Kinderzimmer noch Dauerfernsehen im Wohnzimmer befördern. Deshalb brauchen wir überzeugende Antworten für die besonderen Herausforderungen einer digitalen, interaktiven Medienwelt.

### **Kompetenz der Nutzer**

Medienkompetenz ist das Schlagwort, hinter dem sich eine ganz Reihe von Fragen und Aufgaben verbirgt. Das reicht vom souveränen Umgang mit der Technik bis zum kritischen Umgang mit den Inhalten. Kurz gesagt: Vom Einschalten bis zum Ausschalten.

## **Medienführer- schein**

Ich habe die Idee des Medienführerscheins aufgegriffen. Dazu haben wir eine Arbeitsgruppe eingesetzt, die bisher schon vorhandene Vorschläge sichten, ergänzen und zu einem tragfähigen Konzept fortentwickeln soll. Erste Ergebnisse sollen noch vor der Sommerpause vorliegen. Dafür bitte ich um Ihre Unterstützung. Professor Ring weiß ich bereits an meiner Seite.

## **Keine Verteufelung der Technik**

Die Bayerische Staatsregierung hat sich nie isoliert für technische Innovationen eingesetzt sondern immer auch das entsprechende Werteumfeld im Blick gehabt. Für uns steht der Schutz der Menschenwürde und der Jugend ganz oben. Die Digitalisierung bietet uns mehr Steuermöglichkeiten und verlangt daher den mündigen Mediennutzer.

In Anlehnung an das Wort von Friedrich Dürrenmatt, wonach „*Alles was gedacht werden kann, auch gedacht werden wird*“ muss es uns darum gehen, die Menschen und die Gesellschaft in die Lage zu versetzen, richtig mit Medien umzugehen. Das ist die einzige richtige Antwort auf die Herausforderungen. Es geht nicht um eine Verteufelung der Technik.

## **Gestalten, nicht blockieren**

Keine Zeit konnte sich technischen Neuerungen oder neuen Inhalten verschließen. Buchdruck, Film und Rundfunk haben - allen Bedenken zum Trotz - ihren Platz in unserer Mitte gefunden. Die Digitalisierung und damit die Konvergenz der Medien, der Individual und Massenkommunikation, reihe ich hier ein. Besonders im Blick haben wir dabei unsere Kinder und Jugendlichen, die oft der Faszination Multimedia erliegen. Trotz meines Credos für die Digitalisierung bin ich hier - ganz altmodisch - für den Fortbestand „analoger“ Freizeitgestaltung wie soziales, musikalisches oder sportliches Engagement.

Meine Damen und Herren!

## **Nicht mehr Schlusslicht bei Digitalisierung**

Erfreulich ist, dass die Anzahl der digitalen TV-Haushalte in Deutschland wächst. Die Digitalisierungsquote beträgt inzwischen 54,4 % oder 20,6 Mio Haushalte - damit liegen wir über dem europäischen Durchschnitt. Aber damit geben wir uns nicht zufrieden.

## **Switch off 2010 oder 2011**

Unser Ziel für den analogen Switch-off war bisher das Jahr 2010. Dieses Ziel sollten wir nicht vor-schnell aufgeben – 2011 wäre möglich, zumindest

wenn ich die rasante Entwicklung beim Satelliten mit vor Augen führe. Der wirtschaftliche Wert einer solchen Umstellung ist erheblich.

## **Bereitschaft der Marktteilnehmer**

Aber wollen alle Marktteilnehmer den Wechsel tatsächlich? Gerade die großen Fernsehveranstalter müssen befürchten, wenn auch nicht umfänglich, doch spürbar, an die dann größere Zahl von Konkurrenten Zuschauer zu verlieren. So ist im Jahr 2008 der Anteil des ZDF im analogen 13,1%, im digitalen Bereich 11,7%, als Programmfamilie 14,1%. Die ARD besteht natürlich durch ihre umfangreiche Programmfamilie und hat digital einen Anteil von 24,8% - die RTL-Group aber 24,3%. Gewinner sind die jungen Sender, weil eher Jüngere Digitaltechnik nutzen. So ist das Verhältnis bei Pro7 mit 6,6 % analog zu 7,2% digital.

## **Kurzfristige Vorteile**

Eine Verweigerungshaltung wäre aber zu kurz gedacht. Auch wenn das TV mit Abstand das am meisten genutzte Medium ist und noch lange Leitmedium bleiben wird, so nimmt die Nutzungszeit des Internet zu und erwächst in vielen Bereichen zum ernsthaften Konkurrenten. Vor allem die jungen Menschen sind inzwischen länger im Netz, als vor dem Fernseher. Bei einer entweder-oder-Entscheidung zwischen analogem TV und digita-

lem Internet könnte man also der Verlierer sein. Erfolge dagegen weisen die auf, die jetzt schon geschickt die wechselseitige Verknüpfung nutzen. Das wird auch bald für den Markt der Abrufvideos gelten.

## Situation im Kabel

Schwierig erscheint auch nach wie vor die Situation im Kabel zu sein. Ohne Differenzierung nach analoger und digitaler Verbreitung ist das Kabel mit rund 51% immer noch das führende Verbreitungsmedium für Fernsehen, aber der Satellit folgt bereits mit rund 44%, die Terrestrik stabilisiert sich dank DVB-T bei rund 5%.

Die Kabel Deutschland, unser größter Anbieter, hatte ein erfolgreiches Jahr und konnte beim Digital-Kabel 2008 um rund 16% zulegen, aber noch sind es nur rund 30% der Kabelhaushalte, die digitale Technik nutzen,

- obwohl es bei einer viel größeren Zahl bereits im Haus anliegt,
- obwohl die Kanalgebühren sich nur geringfügig wenn überhaupt unterscheiden und
- trotz der geringen Kosten für eine digitale Set-Top-Box.

## **Gegen Spekulation auf analogen „Closed shop“**

Wie können wir die 70% überzeugen, bald zu wechseln? Es kommt einem Schildbürgerstreich gleich, wenn nach einer kompletten Digitalisierung des Satelliten die Zuführungssignale ins Kabel re-analogisiert werden müssen. Ich warne davor, hier nur kurzfristige Rechnungen aufzustellen dergestalt, dass die Re-analogisierung pro Kanal nur einmalig 800.000.- Euro kostet, aber den Vorteil einer sicheren analogen Nische bietet. Die Nachfrage wird sich sehr schnell auf Abrufdienste und HDTV verlagern. Die Rechnung könnte also nicht aufgehen.

## **Triple play**

Die zügige Digitalisierung ist meiner Überzeugung nach auch im wohlverstandenen Eigeninteresse einer Kabel Deutschland (KDG) und anderer. Zum einen bringt ein Verzicht auf Analog-Kanäle weitere Kapazitäten für Fernseh- und Multimedia-Angebote. Zum anderen können Angebote wie Triple-Play oder gar Quadruple-Play, die Angebote mit Mobilfunk, nur bei Digitalanschluss genutzt werden. Und Wettbewerbern kann ein leistungsstarkes Breitbandangebot entgegengesetzt werden, das schon bald 50 MBit/Sekunde erlaubt.

## **Angst vor Verlust an Reichweite**

Ich kenne die Befürchtungen, dass die Bürger die Anschaffung einer Digitalbox scheuen und eventuell zum Satelliten oder DVB-T wechseln. Und ich weiß um die guten Erträge aus der bestehenden Verbreitungssituation.

## **Netzebene vier – NE4**

Zusätzlich besteht noch das Problem der Netzebene Vier, weshalb zahlreiche Betreiber die Neuinvestition scheuen. Auch hier droht eventuell ein Wechsel zu Verbreitungsalternativen wie DVB-T oder Satellit. Doch zum zügigen Wechsel gibt es keine Alternative, auch wenn die Versuchung groß sein mag, die vorhandene Infrastruktur möglichst lange auszunutzen und Investitionen auf wenige, gewinnversprechende Bereiche wie etwa die Telekommunikation zu beschränken.

## **Unsichere Unternehmen**

Viele Betroffene sehe ich also zögern, unsicher, ob Verharren oder Bewegung künftig die besseren Erträge abwirft. Angesichts der wirtschaftlichen Lage habe ich Verständnis für solche Überlegungen. Einbrechende Werbeerlöse verleihen wenig Aufwind für hohe digitale Investitionen. Aber das ist keine Basis für eine erfolgreiche Weiterentwicklung! Mein Appell: Wir müssen eine Perspektive über die nächsten Monate hinaus entwickeln und

jetzt dazu die notwendigen Gespräche führe. Dazu biete ich gerne Unterstützung und Vermittlung an.

### **Konzertierte Aktion**

Die Lösung liegt im gemeinsamen Vorgehen von Markt und Politik. Interessen herausarbeiten, Bedürfnisse offen benennen und an einer Gesamtlösung arbeiten, das ist jetzt angezeigt. Bei der Einführung des terrestrischen Fernsehens haben wir gute Erfahrungen mit einem solchen Modell gemacht. Bis Ende 2008 war die Umstellung geschafft – auch dank gemeinsamer Kommunikation gegenüber den betroffenen Bürgern.

### **Keine kartell- rechtlichen Be- denken**

Ein konzertiertes Vorgehen sollte auch nicht auf kartellrechtliche Bedenken stoßen. Es handelt sich in meinen Augen um eine notwendige Umstellung von Infrastruktur, keine Absprache zu Lasten Dritter, keine Kartellbildung oder Marktbeschränkung. Vielmehr wird damit erst der Wettbewerb der Infrastrukturen befördert. Im Zeitalter des Triple-Plays, also des Nebeneinanders von Fernsehen, Internet und Telefon ist das Breitbandkabel ein weiterer Mitspieler neben DSL-Angeboten.

### **Vorbild Einfüh- rung DVB-T**

Die staatlich geförderte Einführung von DVB-T diente dem Ziel, den Wettbewerb zu fördern. Und

die Zahlen zur Nutzung des terrestrischen Fernsehens geben uns recht: DVB-T ist ein ernst zu nehmender Wettbewerber im Bereich der Rundfunkübertragungsmedien, vor allem bei Zweit und Drittgeräten. Mit der Breitbandinitiative, der „digitalen Dividende“ aus dem oberen UHF-Band kann dieser Übertragungsweg weitere Attraktivität gewinnen. Insoweit bedauere ich sehr, dass den Landesmedienanstalten die Einführung von DVB-H nicht wie geplant gelungen ist, weil dieser mobile Aspekt ein weiteres Plus bedeutet hätte.

## **Neue Herausforderungen**

Die Digitalisierung stellt uns natürlich vor neue Herausforderungen. Sie betreffen die Fragen

- der Plattformregulierung,
- vor allem die Sicherung der Chancengleichheit durch Programm- und Menue-Führung
- und das wirtschaftliche Verhältnis zwischen Infrastrukturanbieter und Inhalteproduzenten.

## **Bündelung**

Allen digitalen Angeboten ist eines gemeinsam: Sie bündeln auf einer Plattform verschiedene Inhalte oder technische Dienstleistungen. In der Zusammenstellung sollen sie als Gesamtprodukt im Wettbewerb erfolgreich sein. Es gibt in der digitalen Welt nicht nur eine Plattform, sondern mehrere.

Hier zeigen sich die wesentlichen Unterschiede zur früheren Übertragungstechnik: Auf dem analogen Kanal, dem Satellit oder per Antenne gab es Fernsehen - und Videotext in der Austastlücke – mehr nicht.

### **Elektronische Programmführer (EPG)**

In der Analogen Welt gab es erst den mechanischen Programmknopf, dann die elektronische Fernbedienung. Die digitale Technik beginnt schon mit einem elektronischen Suchlauf und setzt auf mehr oder weniger differenzierte Menues. Die Auffindbarkeit eines Angebots wird zum Thema. Der elektronische Programmführer ist nicht nur Ersatz der Fernsehzeitung sondern Gate-keeper für Sehwahrscheinlichkeit. Deshalb ist die Versuchung groß, an dieser Stellschraube zu drehen. Die Medienpolitik und die Medienaufsicht müssen sehr darauf achten, solche Versuche durch klare Regeln in den Satzungen zu unterbinden. Das kann keine Entscheidung vom Grünen Tisch aus sein, sondern muss im Dialog mit den Anbietern, aber auch mit den Verbrauchern geregelt werden.

### **Neue Geschäftsmodelle**

Weil das Produkt also ein ganz anderes ist, werden auch die Geschäftsmodelle andere sein. Konkret und aktuell müssen wir darüber sprechen:

- Verkauft die Infrastruktur nur ihre Kapazitäten an die Sender oder
- kauft die Infrastruktur bei den Sendern Inhalte zum Weitervertrieb?

Heute zahlen sowohl die Kabelnutzer als auch die Inhalteanbieter. Hinsichtlich der Einspeise-Entgelte wird verschiedentlich Intransparenz beklagt.

Transparenz und Diskriminierungsfreiheit sind aber klare Vorgaben des Gesetzgebers, die die Landesmedienanstalten im Zusammenwirken mit den Unternehmen gewährleisten müssen.

## **Bündelung Verschlüsselung**

Eng mit Geschäftsmodellen zusammen hängt ein „Tabu“-Thema, ein Thema, das den Puls vieler höher schlagen lässt: die Frage der Verschlüsselung. In Zeiten abnehmender Werbeerlöse gewinnen alternative Finanzierungswege Bedeutung. Abogebühren sind einer davon. Wird daraus das Ende des Free-TV? Wir erinnern uns an den Aufschrei, der durchs Land hallte, als erste Überlegungen zum Entavio-Projekt bekannt wurden, dass große private Anbieter eine „Freischaltungsgebühr“ planten.

## **Abwägung freier Empfang - Be- zahlbarkeit**

Mir sind diese Regungen vertraut. Auch ich ärgere mich als Zuschauer, dass die österreichischen

Programme, uns Oberbayern aus frühen Fernsehjahren bekannt, schon lange nur noch verschlüsselt ausgestrahlt werden, um Rechtekosten kontrollieren zu können. Aber aus Sicht des österreichischen Gebührenzahlers macht dies durchaus Sinn, weil der ORF sich so Angebote leisten kann, die er eben nur für den österreichischen Markt bezahlen muss. Müssen wir gerade deshalb umdenken, weil wir auch in Zukunft noch Qualitätsangebote wollen und die anders nicht finanziert werden können? Wir zahlen doch auch selbstverständlich für Zeitungen und Zeitschriften. Diese Diskussion müssen wir führen, auch wenn sie unpopulär ist. Aber politische Führung heißt eben auch, das Notwendige zu erfassen und danach zu handeln.

## **Frei empfangbares Fernsehen**

Frei empfangbares Fernsehen ist nicht notwendig kostenloses Fernsehen – genauso wie frei verkäufliche Zeitungen nicht Gratis-Zeitung bedeutet. Wir haben es hier mehr mit einem politischen als einem rechtlichen Problem zu tun. Wenn es dem Sender frei steht, überhaupt zu senden, muss es ihm auch frei stehen, eine „Grundgebühr“ zu erheben, so etwas wie eine Abo-Gebühr. Wir müssen daher die Frage stellen: Was für ein System befördern diese Sendeunternehmen dann, und wollen sie das?

## **Vom Sender zum Inhalteanbieter**

Ein anderes denkbare Modell wäre es, wenn die Infrastrukturanbieter an die Sender zahlen und den Vertrieb in einer Hand übernehmen. RTL oder ProSieben wären dann Produzenten bestimmter Inhalte, der eigentliche Partner des Verbrauchers die jeweilige Plattform bei Astra, KDG, etc.. Sie stünden neben anderen Angeboten von bestimmten „Paketen“. Diese Plattformen „kaufen“ ihre Inhalte also ein wie ein Kiosk seine Zeitschriften.

## **Grundversorgung öffentlich- rechtlicher Rund- funk**

Für all diese Überlegungen gilt natürlich die Maßgabe, dass die öffentlich-rechtlichen Programme überall ohne Zusatzkosten als Grundangebot verfügbar sind. Zusätzlich stellt sich dann noch die Frage nach Durchleitungspflichten und Diskriminierungsverboten. In manchen europäischen Nachbarländern ist dies im Kabel oder auf Satellit längst Praxis. Für uns in Deutschland wäre es ein Paradigmenwechsel.

## **Einheitlichen Rechtsrahmen schaffen**

Der „Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien“ ist auf diese Fragen vorbereitet. Aber wir müssen noch weitere Schritte gehen, an deren Ziel ein Medienstaatsvertrag steht, der die beschriebenen Phänomene zufriedenstellend regelt und Wettbe-

werbsneutralität durch gestufte Regulierung schafft. Grundregeln, die für alle Medieninhalte gelten, wie etwa der Jugendschutz, und besondere Regeln, die an spezielle Gefährdungslagen oder Nutzungsformen ansetzen, müssen für alle gelten. Diese Zusammenschau muss sich dann in den Aufsichts- und Verfahrensregeln fortsetzen. Mit der ZAK ist eine pragmatische Lösung gefunden, die für das Ziel der bundesweiten Digitalisierung hilfreich sein sollte.

## **Europäischer Rechtsrahmen**

Aber ein Blick ins nationale Recht allein genügt schon lange nicht mehr, wenn wir über die Herausforderung Digitalisierung reden. Wir brauchen für die digitale Medienwelt europäisch abgestimmte Spielregeln. Die Vertriebswege sind - wie die Unternehmen und Produkte – längst international verflochten, wenn wir auch nach wie vor von einem primär national geprägten Medienmarkt ausgehen können.

## **Kompetenz festhalten**

Dabei sollten wir uns aber davor hüten, Kompetenzen an die EU zu verlieren. Ich erwarte von der EU Unterstützung bei unseren Zielen, nicht die Übernahme der Regelungshoheit! Es darf nicht über Fragen des Frequenz- oder Dienstleistungsrechts

zu einer Aushöhlung unserer auf der Kulturhoheit beruhenden Kompetenzen führen.

## **Einsatz für Subsidiaritätsprinzip**

Gerade Bayern hat sich immer und nachhaltig für das Subsidiaritätsprinzip und den Erhalt der Kompetenzen im Medienbereich eingesetzt - zuletzt beim sogenannten Telekommunikationspaket. Deshalb ist unsere Stimme in Europa wichtig.

## **Europawahl**

Und, erlauben Sie mir diesen Exkurs, deshalb ist Ihre Stimme in Europa wichtig! Gehen Sie am 7. Juni zur Wahl und geben Sie bayerischen Interessen eine Stimme in Brüssel! Bayern hat 12 Millionen Einwohner, mehr als mancher Mitgliedstaat. Überlegen Sie sich, wo Ihre Interessen liegen!

Als EU-Beauftragter der Rundfunkkommission hatte ich schon bald nach Amtsantritt Gelegenheit, unsere Positionen vorzutragen. Ich werde mich auch künftig für die notwendigen nationalen Spielräume insbesondere bei der Gestaltung des Rundfunksystems einsetzen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Ich wünsche der Veranstaltung einen erfolgreichen Verlauf.