

30 September 2013

**Dolby Laboratories comments on the European Commission's Green Paper "Preparing for a Fully Converged Audiovisual World: Growth, Creation and Values"**

Dolby Laboratories welcomes the opportunity to participate in the European Commission's stakeholder consultation process. Dolby's comments will focus on the areas of the Commission's Green Paper which have a link to our activities, namely interoperability, infrastructure, the regulatory framework for Connected TV and accessibility for persons with disabilities. .

**Interoperability of Connected TV (Section 2.3)**

**(6) Is there a need for EU action to overcome actual or potential fragmentation and ensure interoperability across borders? Is there a need to develop new or updated standards in the market?**

*There are multiple sources of possible interoperability issues.*

*Independently of the willingness of a service operator to offer any service on a pan-European or multi-country scale, content rights owned by the service operator might impose a specific footprint for the service availability, whatever the service platform used for operating the service is located in any country inside or outside that footprint. A significant part of the solution to this issue includes commercial aspects and not just technical ones. However, the lack of interoperability may be considered as an economic burden preventing service operators from proposing such services on a wider pan-European scale and a source of frustration for the audience in not being able to access them.*

*The main issue mostly resides in the fact that different technologies, such as the ones required for application management and Digital Rights Management, might be mandated in a given country but not in another one. The same may apply to audio and video codecs although, through the support of broadcast standards under national regulation in TV sets in the case of hybrid terrestrial-broadcast and broadband services, this should be less of a problem. The problem appears more critical for services delivered only over broadband which are less subject to standardisation.*

*In the context of hybrid terrestrial-broadcast and broadband services, specifications like HbbTV and DVB are most often relying on toolboxes, whether this is about DRMs or audio and video codecs. Introducing new technologies into these toolboxes require that several criteria are met, such as the following ones for DVB with regards to audio and video codecs in order to avoid fragmentation: existing value chain, publicly available specifications, performance verification, licensing statements (fair, reasonable, non-discriminatory). However, some national implementations of HbbTV and DVB specifications, as is the case for Digital Terrestrial Television, may only mandate the implementation of a subset of these toolboxes into receivers. At the same time, not all countries have deployed commercially successful HbbTV and DTT*



*services. Cooperation between Member States, in particular those where hybrid broadcast-broadband services are successful, and especially when borders are shared, should be encouraged in order to avoid interoperability issues where the risk exists or may happen.*

*A first solution to any interoperability issue could be mandating a unique technical solution over the EUC footprint in order to avoid fragmentation and ensure interoperability across borders at a technical level. However, **we believe that such a choice would considerably limit not just competition but also innovation at the disadvantage of the service operators (differentiation), end consumer (experience) and technology providers (innovation).** In the long run, we believe that such a choice would inevitably lead to a race to the bottom because of significant constraints on differentiation, attractiveness and innovation. This choice also does not solve any problem with regards to backward compatibility with legacy products. For these reasons, the question about interoperability should not just include spatial criteria but also temporal ones (backward compatibility with legacy products being deployed over time). **Thus, we believe that such a toolbox approach to standardisation remains a good one,** as it also allows competition in terms of innovation through the insertion of new technologies into these toolboxes, providing enhanced experiences and differentiation for the service providers. It should also be noted that these toolboxes are maintained by standardisation bodies.*

*A second solution would be to mandate the implementation of the overall toolboxes and thus consider not just individual technologies but “**complete playback**” solutions. Such solutions would need to take into account interoperability requirements with legacy situations, e.g. an output capability to legacy devices. Focusing on connected TVs, in order to remain pragmatic, consistent and to avoid too complex and costly playback solutions, we believe that a sensible **minimum set of requirements corresponds to enabling an alignment of broadband technologies** with operational broadcast technologies for audio and video (as is presently the case for the HbbTV specification). Another advantage of such an approach is related to the fact that broadcast standardisation and regulation had always been, and remain, attentive to the end-consumer experience in a non-discriminatory way (e.g. for the impaired with signing and audio description).*

*Another solution, specifically for DRMs, and audio & video formats, could rely on managing interoperability at the platform level; at the time the service is actually delivered to the end-consumer (contextual content format adaptation). In practice, this is already performed by service operators in most cases in order to manage service delivery to multiple screens and not just the TV screen. This is not without cost for the service operators, and **technologies capable of addressing multiple screens** without necessitating a reformatting of delivered content **should be encouraged.***

*As a conclusion, Dolby believes that **more cooperation between countries** should help to solve the interoperability issues when national specifications are being produced. **We don't believe there is a need for new standards when it comes to hybrid terrestrial broadcast-broadband services.** Updates are currently in progress in order to better take into account multiple and companion screen delivery. A recommendation for broadband only services to rely on specifications (such as HbbTV and DVB) would be beneficial. A recommendation for*

*standardisation bodies to consider not just single screen applications (the TV one) but multiple screens would also help.*

### **Infrastructure and Spectrum (Section 2.4)**

**(7) How relevant are differences between individual platforms delivering content (e.g. terrestrial and satellite broadcasting, wired broadband including cable, mobile broadband) in terms of consumer experience and of public interest obligations?**

*There are different dimensions to that question.*

*There are two sets of experience factors. Intrinsic ones which are related the end consumer preferences (genre of movie, music, actor, actress, interpretation, etc). These factors form emotional expectations. Extrinsic factors which are related to the technologies being used to deliver not just content but the artistic intent in a faithful way, an immersive way. Extrinsic factors also include time shifted and on-demand features, multi-screen continuity. Some experience aspects refer to both intrinsic and extrinsic factors such as simplicity of usage, accessibility especially for the hearing and visually impaired, and for the elderly (no discrimination). The balance between intrinsic and extrinsic factors defines the level of value proposition and monetisation on the service provider side, the consumer value perception and willingness to spend on the consumer side. **Not all platforms can propose the same set of factors and the same balance.** For instance, many broadcasters are today expanding their service offerings by aggregating and/or converging platforms in order to address the consumer demand, remain competitive, re-aggregate audiences and preserve their revenues whatever their business model is (free-to-air, subscription, pay-per-view, etc).*

*A satisfactory quality of service is a prerequisite for a satisfactory quality of experience. In other words, an experience can only be enjoyed if minimal quality of service requirements are fulfilled, especially those related to bandwidth availability. Terrestrial and satellite broadcasting intrinsically guarantee a quality of service level, as is the case for IPTV and mobile services delivered over what are called “managed networks”. By doing so, experience continuity is also guaranteed. **However, not all distribution networks have the same bandwidth capability, not necessarily for technical reasons but also for economic ones.** Some are more suitable for one-to-many broadcast delivery, others more suitable for one-to-one (unicast) delivery. The experience is thus tailored to the capabilities of a particular distribution network but remains continuous because the quality of service is guaranteed in terms of bandwidth availability. For services delivered over “unmanaged networks” or over-the-top, the quality of service might not be guaranteed. When technologies like adaptive streaming are used, the continuity of service can be maximized facing varying bandwidth conditions. But the experience might not be continuous.*

*These past decades, we lived the migration from analogue to digital with the introduction of digital TV services in the 90’s, the enhancement of the entertainment experience with the introduction of high-definition TV and multi-channel surround sound in the 00’s. The digital migration is close to an end, and a new era starts which is going to be about experiences. Even if this could appear as a paradox, differences between platforms will become even more relevant to achieving economic efficiency in the future. But they are also becoming less relevant for*

*enabling personalised usage, combining multiple and companion screens and screen-to-screen applications. This is a considerable opportunity for improving the experience not just in terms of personalisation but also for the hearing and visually impaired. For this reason, even if this consultation only focuses on connected TVs, the debate should be extended to connected devices in general.*

***Thus, we believe that differences between different platforms are relevant as long as key factors of experience for the hearing and visually impaired and elderly can be fulfilled and are subject to more innovation.***

### **Regulatory framework (Section 3.1)**

**(10) Given convergence between media, is there evidence of market distortion caused by the regulatory differentiation between linear and non-linear services? If yes, what would be the best way to tackle these distortions while protecting the values underpinning the EU regulatory framework for audiovisual media services?**

*We believe that regulation with regards to **accessibility should be harmonised** since linear services, especially terrestrial broadcast ones, have obligations which are not made today for non-linear services delivered over the internet. When similar contents are being offered, we believe that **this constitutes a market distortion** which:*

- *Does not encourage investment in accessibility (signing, audio description)*
- *Discriminates between those having obligations and those which don't have*

### **Accessibility for persons with disabilities (Section 3.5)**

**(26) Do you think that additional standardisation efforts are needed in this field?**

*We believe that the need is more at **encouraging the implementation of existing standards, or those currently under development** (e.g. current activities referring to companion screens, supplementary services streams at DVB), rather than at developing new ones specifically on audio and video formats and distribution mechanisms.*

**(27) What incentives could be offered to encourage investment in innovative services for people with disabilities?**

*The **production cost of signing and audio description remains high** at a content production level, taking into account the multiplicity of European languages, and national and regional levels. Considering contents at a broader scale than audiovisual ones, we believe that a **greater ambition mandating accessibility features would encourage the development of innovative services for people with disabilities, and would encourage investments**. Dolby believes that **collaboration between Member States** through EU-funded research and development projects (under a "disability and elderly" umbrella program) for the development of new and automated technologies and their standardisation when appropriate, **would facilitate financial investment into start-ups and SMEs for transferring the results of the previously mentioned projects into devices, products and services.***



### **About Dolby:**

Since the 1960s, Dolby Laboratories has been a leader in audio innovation. Beginning with Dolby noise reduction, a form of audio compression and expansion that reduces background hiss in tape recording, Dolby Laboratories has developed many ground-breaking technologies, advancing the science of audio reproduction.

Early on, Dolby decided that the company would manufacture professional audio products only, and license technologies that were appropriate for consumer applications. Since then, many Dolby innovations have set the bar for audio technology in both the professional and consumer markets.

Today, Dolby technologies can be found in cinemas, professional recording studios, video games, laser discs, DVDs, mobile media, digital broadcast TV, digital cable, and satellite systems.

First established by Ray Dolby in southeast London, Dolby is today headquartered in San Francisco, USA, and is present in 19 countries globally. True to its origins, the company's EMEA headquarters are in London's Soho district, the heart of the UK's media and cultural centre. As of late September 2012, Dolby EMEA had 281 full-time, regular employees.

Europe remains central to Dolby's global business as a hot-spot for the creative arts as well as leading-edge technologies like psychoacoustic research to vision processing and software development:

- Dolby has invested in meeting national and international industry specifications and standards, and technologies have been incorporated into industry standards in content delivery across EMEA. For example, Dolby Digital Plus is part of the HbbTV European industry standard for hybrid TV
- Much of the company's recent expansion in Europe has been driven by strategic acquisitions of other companies active in the fields of advanced audio and video processing.



## **Panasonic Europe's response to the European Commission Green Paper on "Converging Audiovisual World"**

August 2013

### **PRELIMINARY REMARKS:**

Panasonic<sup>1</sup> believes that the technology it develops is driving innovation and convergence in the audiovisual sector (hereafter "Connected TV").

Panasonic has an ambitious vision for the development of Connected TV in Europe: *"Connected TV opens a world of opportunities for users to access and control any audiovisual content and services anywhere, anytime, and from many highly innovative devices."*

This vision fully supports the EU objectives to: 1) create growth and innovation, 2) support the Single Market for goods and audiovisual services, 3) promote culture and opinion diversity as well as media pluralism, and 4) bridge the digital divide.

Keys for success include that the end user is placed as the centre of the Connected TV experience in order to be in control of (and benefit from) new services, rich content offers, and innovative devices.

In a fast changing technology environment, it is equally important that the scope of the Connected TV debate is not limited to particular devices as this would prove ineffective and future-permeable (i.e. relevant Connected TV policy issues do not pertain to specific devices).

The market shows that Connected TV is at an early stage of development. The audiovisual sector at large already benefits from new services, new audience, new revenues and new relationship with the user (i.e. more social and interactive). These market developments should continue to be led by the industry through innovative technology, business models, and business partnerships.

Panasonic welcomes the Green Paper and its approach which looks at analysing the relevance of today's regulatory framework to ensure tomorrow's success of Connected TV. In this context, premature regulation would risk hampering the ongoing emergence of new services and business models – which ultimately benefit the users and help achieving the above EU policy objectives.

### **PANASONIC'S RESPONSE:**

**QUESTION 1: What are the factors that enable US companies to establish a successful presence in the fragmented EU market despite language and cultural barriers, while many EU companies struggle? What are the factors hindering EU companies?**

The benefits of Connected TV can only be achieved if rich content and innovative services are made available in Europe (incl. at pan-European level).

Panasonic strongly promotes a vibrant European market for audio-visual content and services which support the demand for local, European and US contents. Device manufacturers have a clear interest in offering a broad range of services and applications, not in blocking their access - contrary to what is suggested by this section of the

---

<sup>1</sup> Registered under the EU Transparency Register, number: 31253607851-84

Green Paper. The reality of the market shows that manufacturers are competing hard to offer, without discrimination, a large and qualitative portfolio of services (incl. through the availability of applications). All stakeholders, irrelevant of their country of origin, should be invited to seize the Connected TV opportunities by making applications, services and content available (incl. at pan-European level). It is therefore the market opportunity which should be first understood across the value chain of stakeholders. This cannot be prompted by regulation.

**QUESTION 2: What are the factors affecting the availability of premium content? Are there currently practices relating to premium content at wholesale level which affect market access and sustainable business operations? If so, what is the impact on consumers? Is there a need for regulatory intervention beyond the application of existing competition rules?**

In line with Panasonic's response to Question 1, Panasonic strongly supports a vibrant European market for audio-visual content and services. Device manufacturers have a clear interest in offering a broad range of services and applications, not in blocking their access - contrary to what is suggested by this section of the Green Paper. The reality of the market shows that manufacturers are competing hard to offer, without discrimination, a large and qualitative portfolio of services (incl. through the availability of applications).

However, the availability of content, including premium content, is clearly under the responsibility of the service and content providers who decide which content is made available and in which EU countries (incl. by using geo-locking mechanisms to limit the availability of content in certain markets).

Market studies show that consumers are attached to both local (i.e. national) and European/international content and services. They may feel increasingly frustrated if they cannot access rich content and services in a given country. Panasonic does not support access to illegal offers but a risk exists that consumers turn to illegal offers available on the open Internet.

**QUESTION 3: Are there obstacles which require regulatory action on access to platforms?**

Device manufacturers' portals are not platforms in terms of the pertinent law. Generally a platform is only a digital space offered by the operator. It is fully up to the users to fill them. This does not apply to device manufacturers' portals.

As far as these portals of application are concerned (e.g. Viera Connect for Panasonic), it is important to acknowledge that this is an IP-based space entirely developed by device manufacturers to offer innovative services designed for creating added value of the device for the benefit of the consumer. To Panasonic's best knowledge, these portals are open, without discrimination for all content and applications. The only existing restrictions from Panasonic concern the requirement for these services to be provided in compliance with local regulation.

As indicated in Question 1, manufacturers have strong interest to make these portals accessible and support the development of applications by 3<sup>rd</sup> parties.

In this context, new partnerships are formed and strong cooperation takes place across the value chain of stakeholders. This leads to a rapid increase of the availability of innovative services and more choice for consumers. Given the fast pace of these developments and the absence of restrictions on manufacturers portals for new apps, there is no need for new regulation.

**QUESTION 4: Do the current AVMSD requirements provide the best way to promote the creation, distribution, availability and market appeal of European works?**

In line with Panasonic's response to Question 1, Connected TV offers real opportunities for all content and innovative services to be made legally available across the EU.

All stakeholders should be invited to seize the Connected TV opportunities by making applications, services and content available (incl. European content and at pan-European level). Any possible change of regulation should be driven by the possibility to make more services and content available in order to offer more choice for European users.

Beyond AVMSD requirements, it is imperative to ensure that the take-up of Connected TV is not hampered by outdated and analogue-based copyright levies imposed on an array of digital technology devices. As highlighted by the Recommendations by Antonio Vitorino on private copying and reprography levies, the current national ways of imposing and administering levies is a source of friction with internal market principles. Alternatives deserve further consideration to the current device-based system.

In the same vein, the EU should prevent national taxes targeting devices sold on their territory in the place of offshore service providers on the ground that these operators cannot be easily accessed by the relevant national tax authorities. Such fiscal measures would considerably limit the deployment of Connected TV devices and distort the Single Market.

**QUESTION 5: How will convergence and changing consumer behaviour influence the current system of content financing? How are different actors in the new value chain contributing to financing?**

Current technology and market developments allow consumers to access more legal offers for content and services (e.g. VOD services with rich catalogues). These developments have positive market implications as new and more revenues can be generated and new legal offers for audiovisual content can emerge. The opportunity of legal content providers for getting due remuneration directly from the user will be improved. Accordingly, inefficient copyright levies or indirect compensation systems which require expensive administration and cause distribution conflicts should be replaced by efficient simple and direct payment from users to content providers.

Actually there is no new value chain. The content provider provides content to the consumer and will collect any due remuneration directly from the consumer. Manufacturers like Panasonic, are technology providers making it technically possible for 3<sup>rd</sup> parties to provide content and services directly to the user. In this context, device manufacturers are not involved in the availability and distribution of content. They cannot be held responsible for collecting money and financing of content.

**QUESTION 6: Is there a need for EU action to overcome actual or potential fragmentation and ensure interoperability across borders? Is there a need to develop new or updated standards in the market?**

Connected TV offers unprecedented opportunities for products and services to be delivered at scale across the EU.

First, as far as fragmentation is concerned, Panasonic subscribes to the Green Paper analysis that technical fragmentation should be avoided in order to ensure a truly functioning single market for devices, which will ultimately benefit the consumers in terms of price and in terms of cross-border functioning of their devices. Panasonic has some specific concerns around the HbbTV specification. Panasonic supports and implements the development of this specification for broadcasters to offer hybrid services (i.e. mixing broadcast and IP-based services). However, technical requests for HbbTV specifications may differ according to service providers. This creates considerable challenges to ensure that these technical requests are not incompatible between themselves and can therefore be technically implemented on the same device across Europe. Therefore a real risk of technical fragmentation exists, which would create considerable barrier for the Single Market for electronic devices.

Interestingly, there is currently a high level of service fragmentation where audiovisual services are not available cross-border. As per Panasonic's response to Question 1, it should be clearly understood that device manufacturers are not blocking the availability of applications and services cross-border. In contrast with what the section on "Interoperability of Connected TV" suggests, there is a real interest from manufacturers to have a competitive and vibrant selection of applications and services. Connected TV offers opportunities to tackle this issue by offering the same application and services in the 28 EU countries (and even beyond). It is currently for the service providers to decide in which countries they make their services available.



As acknowledged by the Green Paper, technical convergence is increasing in terms of application development. To support service providers and application developers, Panasonic has joined the Smart TV Alliance. This technical convergence for the development of new applications considerably lowers the cost for new services to be launched.

These fragmentation challenges are fast-moving as the technology and market demand evolve at a fast pace. Therefore, Panasonic believes that potential future challenges should continue being solved by industry dialogue. The market will continue identifying the successful specifications and EU intervention is not required.

Second, as far as interoperability is concerned, Panasonic sees a need to clarify the concept of interoperability and its scope in relation to Connected TV. If interoperability is understood as device interoperability, Connected TV makes possible new innovative solutions and services. Multi-device policies are being implemented across device manufacturers to allow full interaction between TV sets, set top boxes, smartphones, tablets, PVRs, media players, etc. Such device interoperability is strongly promoted by Panasonic as a means to offer a unique consumer experience. If interoperability is to be understood as device-service interoperability, it is important to recognise that, from a technical view point, services need to be developed on relevant technology platforms. This is already the case for operating systems in a PC and smartphone environment. Consumer and innovation benefit from this technical competition. TV sets should not be discriminated against other devices as they offer competing technology platforms for the development of highly innovative services.

In this context, Panasonic sees strong industry engagement and competition to offer interoperability solutions and, given the rapidity of these developments, strongly supports these industry-led developments to be continued, without EU intervention

**QUESTION 7: How relevant are differences between individual platforms delivering content (e.g. terrestrial and satellite broadcasting, wired broadband including cable, mobile broadband) in terms of consumer experience and of public interest obligations?**

Panasonic fully agrees with the Green Paper that broadband access is a pre-requisite for the take-up and success of Connected TV's innovative services.

Different platforms delivering content have different strengths and benefits. The broadcast delivery platforms, (terrestrial, cable and satellite), are well established as a single event mass delivery solution in both rural and urban areas. As it offers a point to point connection, broadband allows delivering individually requested content (e.g. VOD), supports multi-devices' usage, and helps small content vendors who cannot afford broadcast's presence to provide services.

In this technical context, strong discrepancies exist in Europe between EU Member States in terms of delivery channels for audiovisual services (i.e. DTT, satellite, cable and to a certain extent mobile broadband). These discrepancies can be explained by historical, geographical, cultural, and economical reasons. As a result, it is neither currently nor in the long term possible to anticipate that one particular delivery channel will prevail. On the contrary, several delivery channels should be expected to persist in Europe.

This raises considerable challenges in terms of technical fragmentation for TV devices. In response, TV manufacturers have developed TV sets capable of delivering broadcast content irrespective of the delivery channel of the broadcast signal. From a Single Market perspective, this allows consumers to use the same TV set to function across Europe, irrespectively of the technical source of the broadcast signal.

This variety of delivery channels across the EU also has considerable implications in terms of radio spectrum public policy. Policy makers at EU and national level need to ensure that all services using radio spectrum can coexist without risk of interference and service interruption. This coexistence principle should guide relevant public policy makers to ensure that, if new services are introduced by means of spectrum re-allocation, new and legacy devices and services can function together.

From recent experience, the Digital Dividend has insufficiently, if not at all, taken into account the impact on legacy equipment of the re-allocation of 800MHz band to mobile services. At a time where the 700MHz band is considered for re-allocation, it would not be acceptable to repeat past mistake where deployed equipment and services are not considered. This would bring additional legal and technical uncertainty, which in turn would further delay investments and the launch of innovative services and devices in Europe.

**QUESTION 8: “What frequency allocation and sharing models can facilitate development opportunities for broadcasting, mobile broadband and other applications (such as programme-making equipment) carried in the same frequency bands?”**

Technology developments such as DVB-T2 lite could establish a ‘shared content’ approach for spectrum usage where audio/video content could be carried within the same spectrum that could be used by both DVB-T2 and DVB-T2 lite devices. However, it should also be recognised that UHF spectrum capacity is also needed to continue future digital TV developments such as the migration to HD TV services and new technology developments such as Ultra HD services. This together with PSME and future White space technologies will only work towards more efficient spectrum use and continual service enhancement providing a better consumer experience and quality.

Considering and preparing for frequency allocation and radio spectrum sharing models, it is critical that relevant policy makers are guided by the coexistence principle.

Panasonic believes that<sup>2</sup> there is an important role for the European Commission to coordinate on this issue and provide Member States with:

- Comprehensive impact assessments taking into account possible interference issues for radio and non-radio equipment;
- Public policy recommendations to pro-actively take mitigation measures and define clear responsibility between stakeholders.

In addition, technical conditions for introducing new radio services need to take into account potential impact on already deployed radio and non-radio services and equipment.

Moreover, legal protection should be granted to all services and equipment that have been deployed in full compliance with European law.

The cost of replacing equipment for consumers and businesses should be included in this economic analysis and there should be provisions made to facilitate the replacement of equipment if deemed necessary (i.e. financial compensation).

Last but not least, these responsibilities should not fall between all relevant policy makers (incl. the European Commission, RSPG, ECC, CEPT). Otherwise, the technical and legal uncertainty this situation may generate will only lead to limited investments and delays for new products and services to be launched in Europe.

**QUESTION 9: What specific research needs with regard to spectrum have to be addressed to facilitate such development?**

The predictions in growth of high speed broadband/mobile service are well known and publicised by mobile operators. However, the large guard bands required for 4G/LTE service broadcast do not seem to be the most efficient use of the spectrum. Research in the mobile uplink/downlink transmission technologies or other technologies to utilise the spectrum guard bands more effectively would be a significant research for long term spectrum usage.

More immediate research would be to consider the longer term impact to existing services utilising the UHF spectrum such as Terrestrial TV and Programme Making and Special Events (PSME), as highlighted in Question 8 there needs to be sufficient spectrum to enhance current services with new solutions.

Also, beyond possible research to be undertaken, thorough and comprehensive impact assessments need to be developed when re-allocation of radio spectrum is considered by public policy makers. This is critical to ensure

---

<sup>2</sup> In line with the European Forum for Spectrum Coexistence – from which Panasonic is a member.

technical and legal certainty, investments, and the fast launch of innovative services in Europe. For more details, see responses to Questions 7 and 8.

**QUESTION 10: Given convergence between media, is there evidence of market distortion caused by the regulatory differentiation between linear and non-linear services? If yes, what would be the best way to tackle these distortions while protecting the values underpinning the EU regulatory framework for audiovisual media services?**

To Panasonic's knowledge, there is no evidence of market distortion between linear and non-linear services. The AVMSD distinction between linear and non-linear services is still very relevant.

First, these services should be defined and understood as complementary. Non-linear services engage the user – who pro-actively looks for on-demand services and content that is not, to a very large extent, available through linear services. In addition, non-linear services now allow providing niche and personalised audiovisual services which have never been envisaged by linear services. This includes streamed VOD services that can be accessed by consumers anywhere, anytime, and on multiple devices. As a result, the user engagement, experience, and expectations significantly differ between these services.

Second, linear and non-linear services also differ by their scale of audience. While users increasingly benefit from innovative non-linear services, it is still incomparable to the same popularity (i.e. when millions of viewers can be counted for the most popular broadcast services in large EU Member States, only a few thousands viewers can be counted using the most popular non-linear services). As a result, it remains to be established that non-linear services are currently competing with linear services.

Third, linear and non-linear services do not benefit from the same protection in terms of distribution, availability and access. Licenses and must-carry rules ensure that traditional broadcasters are available and accessible on a given territory. Such protection does not exist for IP-based services.

As a result, Panasonic believes that linear and non-linear services are to be understood as complementary and not directly competing services.

Therefore, regulation should continue distinguishing linear from non-linear services.

As far as possible distortions are concerned, non-linear services should not be prevented from providing highly innovative services and from competing between themselves to offer audiovisual content. In this respect, device manufacturers accompany this evolution by technically supporting the access to both linear and non-linear services. Users should then be free to choose the most adequate service for their needs. Given the unprecedented opportunities created, the European Commission and relevant policy makers should ensure that consumers can benefit from these new innovative services.

It is therefore not only important to keep distinguishing between linear and non-linear services, but it is also critical to ensure that non-linear services are not discriminated against for consumers to benefit from the most innovative audiovisual services.

**QUESTION 11: Is there a need to adapt the definition of AVMS providers and / or the scope of the AVMSD, in order to make those currently outside subject to part or all of the obligations of the AVMSD or are there other ways to protect values? In which areas could emphasis be given to self/co-regulation?**

First, this seems to suggest that the current scope of AVMSD is to be reconsidered. This point certainly requires some investigation to conclude if changes are needed and, if so, for what outcome. As indicated in response to Question 10, non-linear services significantly differ from linear-services and are already covered by AVMSD.

Second, the Green Paper ought to first investigate if “values” are undermined by audiovisual media convergence and, on the contrary, if the technical opportunities offered by IP-based services cannot serve to foster values. In

particular, in its follow-up, the EU should address how non-linear services can contribute to further cultural and opinion diversity, media pluralism, protection of children, availability of services for people with disabilities.

In other words, it is equally important to consider the validity, effectiveness and relevance of the current audiovisual rules than it is to consider how the above mentioned opportunities can be promoted. As a result, the Green Paper should lead to a thorough reflection on how to both protect and promote values.

This is most probably an area where self-regulation can be envisaged.

**QUESTION 12: What would be the impact of a change of the audiovisual regulatory approach on the country of origin principle and therefore on the single market?**

Panasonic believes that Connected TV provides innovative technical solutions for services and rich content to be made legally available across the EU. Manufacturers strongly support this opportunities and the availability of exciting services and content.

The fact that a device which can be used for receiving TV programmes and video contents in state-of-the-art quality does not imply that all other functions, which are not involving consumption of video or audio content should be treated like such. Actually, any regulation should not focus solely on the hardware or even its apparent main function but should also consider the characteristics of contents and services. Otherwise danger of distortion of competition is imminent. Any regulatory change should ensure that consumers can fully enjoy benefits rather than restricting one opportunity in favour of others. Legal confusion by subjecting certain transactions to non-fitting legal provisions just because of the user interface utilised should be avoided.

**QUESTION 13: Does increased convergence in the audio-visual landscape test the relationship between the provisions of the AVMSD and the E-Commerce Directive in new ways and in which areas? Could you provide practical examples of that?**

Panasonic believes that the convergence does not create any serious problems in the relationship between the AVMSD and the E-Commerce Directive. Connected TV creates a new interface through which the consumer may get access to existing contents and services in a comfortable way. It provides new means of communication for effecting transactions for which a legal framework already exists but it does not change the characteristics of these transactions. In a nutshell, ordering a book via Connected TV Internet connection instead of a PC Internet connection in legal terms is identical.

Moreover, the opportunity of effecting typical e-commerce transactions using a TV as user interface should not have any impact on TV programmes covered by the AVMSD.

**QUESTION 14: What initiatives at European level could contribute to improve the level of media literacy across Europe?**

No response.

**QUESTION 15: Should the possibility of pre-defining choice through filtering mechanisms, including in search facilities, be subject to public intervention at EU level?**

In addition to response to Question 11, it is important to clarify the role of manufacturers as far as media freedom and accessibility are concerned.

First, device manufacturers are working hard and strongly competing to make all services available and presentable to all consumers in a neutral and equal manner.

Concerning linear services, there is no limit by manufacturers to access content, including “general interest content”. Usually, EPGs are based on the broadcasters’ information and are not re-arranged by manufacturers, content can be found based on information publically provided by the broadcasters (incl. broadcast time, chronological order, genre, etc.).

In a non-linear environment, devices manufacturers are also strongly competing to offer innovative service portals where innovative applications can be easily accessed by users. These services are complementary to linear services and different by their nature (see response to Question 10). Manufacturers are not limiting the availability of non-linear services. Applications can very easily be developed, made accessible and found.

In both linear and non-linear environment, Panasonic also strongly support consumers to be in control of the screen, services and content. This allows consumers to decide for themselves what applications should be displayed under Panasonic’s portal, in which order, etc.

In light of the above, Panasonic does not see a need for EU intervention.

**QUESTION 16: What should be the scope of existing regulation on access (art. 6 Access Directive) and universal service (art. 31 Universal Service Directive) in view of increasing convergence of linear and non-linear services on common platforms? In a convergent broadcast/broadband environment, are there specific needs to ensure the accessibility and the convenience to find and enjoy 'general interest content'?**

As per Panasonic’s response to Question 10, the distinction between linear and non-linear services is still very relevant. Connected TV allows complementary services to be provided in addition to traditional broadcast services. Since “general interest content” is already available and accessible in linear environment, there seems to be very little added-value in finding the same content and services in a non-linear world.

Beyond this question, Panasonic agrees that it is critical for consumer and market success to ensure easy access and convenience to find and enjoy content. Manufacturers are competing hard to develop and implement user-friendly interface and services. Moreover, manufacturers support users not only to find content and services but also to control how they can be access and displayed. For instance, TV behaviour can be customised by users as they like, favourite applications and websites can be displayed and marked for an easy and fast access, tailored and personalised user settings can be set-up on each device, etc.

In this context, Panasonic believes that user control should be a driver to ensure more accessibility and “discovery“ of content and services.

**QUESTION 17: Will the current rules of the AVMSD regarding commercial communications still be appropriate when a converged experience progressively becomes reality? Could you provide some concrete example?**

Commercial communications rules need to be considered in the light of fast technology developments and changing consumer usage.

Media consumption on multi-screen raises the question of the relevance of some existing commercial rules. Users are increasingly watching simultaneously multiple screens, different types of services and content (incl. different commercial messages). Content funding by advertisement is also increasingly accepted (coming from the PC, smartphone and open Internet experience).

Such developments should not be hindered by regulation. Instead, consumers should be given choice and control over the services that are displayed on their screen. They should decide what services are activated and used (incl. commercial services). For instance, consumers should be left in control of deciding whether they want to use social media services or Internet call services while they are watching linear TV programmes. Technical solutions already exist and are already largely accepted by users and content owners (e.g. scaling, reframing) for various services to



be displayed on the same screen. Should regulation prevent this, users can continue to turn to multi-device solutions (e.g. accessing social networks from a mobile device while watching a TV show on a TV set).

In this context, Panasonic believes that rules on commercial communications should allow various services to be displayed on the same screen in the interest of innovative services and users' convenience. This is already accepted in the PC and open Internet world - where multiple contents and services are expected to be conveniently consumed at the same time and on the same screen. This helps competitive devices, new services and innovative commercial communications to be developed and to contribute to create growth and support the EU economy in general.

**QUESTION 18: What regulatory instruments would be most appropriate to address the rapidly changing advertising techniques? Is there more scope for self/co-regulation?**

Given the rapid technical and usage developments in this field, industry cooperation should be encouraged and continued as it is currently delivering to the users in terms of user experience (e.g. multiscreen possibilities), new services (incl. multiple apps) and more content (incl. through VOD services).

In light of Panasonic's response to Question 17, it is critical to ensure that innovative legal services can emerge while consumers are given a convenient access (and control) over these services.

See response to Question 19.

**QUESTION 19: Who should have the final say whether or not to accept commercial overlays or other novel techniques on screen?**

In both linear and non-linear environment, technology now allows users to be in control of the screen, services and content, as strongly supported by Panasonic. As in a PC, smartphone or tablet environment, the user should be in control of the device he purchased.

This also applies for commercial overlays and novel techniques. The user is the best placed to determine his acceptance for each advertising technique. In particular, this level of acceptance is to be assessed by each user according to the context of the advertisement (e.g. at start of the device, while selecting apps, while accessing specific content, etc.), its direct benefits (e.g. relevant and personalised recommendation received, free content offered, etc.) and its alternatives (i.e. competing device and/or service).

Innovative commercial techniques are being developed and implemented. They have a strong potential to create new revenue streams and ultimately benefit the European growth.

In this context, it is critical that the regulatory framework allows these innovative services and the attached new business models to compete in order to empower the Connected TV user with more choice and control over the devices and services he can use.

**QUESTION 20: Are the current rules of the AVMSD appropriate to address the challenges of protecting minors in a converging media world?**

If IP-based services bring new challenges to the protection of minors, they also offer more technical solutions that are not available for traditional broadcasting (e.g. parental control settings on apps).

AVMSD considers the protection of minors from a service point of view, not from a device point of view. This is the most appropriate approach when it comes to the protection of minors from harmful content. Not only because it addresses the source of harmful content, but also because approaching this from a device's point of view would lead to discrimination between devices and ineffective protection (e.g. PCs cannot be treated like TV sets and similarly).

Each manufacturer already provides its own technical solutions which aim at giving users control on how they want to manage their access to content from a protection of minor point of view. For instance, Panasonic has developed over the years strong and user-friendly parental control tools. They allow users to set-up what channels, applications, and websites can be accessed on their Panasonic TV. These solutions should not be restricted by regulation.

In this context, self-regulation and competition encourage all stakeholders to provide innovative and tailored solutions for each use case.

**QUESTION 21: Although being increasingly available on devices and platforms used to access content, take-up of parental control tools appears limited so far. Which mechanisms would be desirable to make parents aware of such tools?**

As acknowledged by this Green Paper, parental control tools are increasingly available and help the protection of children against harmful online and traditional content. Education on the benefits of using parental control tools is key.

Raising awareness is also essential to ensure that not only children know about this but also their parents. See response to Question 20 for Panasonic's implementation and solutions. To a large extent, education and awareness belong to the individuals and cannot be mandated by legislative initiatives. Therefore, the promotion of the existing tools and their benefits should be encouraged.

**QUESTION 22: What measures would be appropriate for the effective age verification of users of online audiovisual content?**

Panasonic provides tools and solutions for protection of minors (see response to question 20).

As far as age verification is concerned, different techniques and solutions are available for content providers (e.g. request for the user's ID card, etc). Content providers are the best placed to develop these tools and to implement them directly with the recipient of the specific service delivered.

If IP-based services bring new challenges to the protection of minors, they also offer more technical solutions that are not available for traditional broadcasting (e.g. parental control settings on apps). This applies to age verification of users of online audiovisual content. It is important to acknowledge that the effectiveness of such age verification tools should be appreciated in comparison with the effectiveness of similar solutions for offline audiovisual content (i.e. what age verification measures exist and prove efficient for linear services?). Moreover, legislative measures to impose specific measures for age verification on online audiovisual content risk to be ineffective due to the nature of the Internet which cannot be controlled.

In this context, the promotion of innovative age-verification tools and education on child protection should be encouraged.

**QUESTION 23: Should the AVMSD be modified to address, in particular, content rating, content classification and parental control across transmission channels?**

AVMSD considers the protection of minors from a service point of view, not from a device point of view. This is the most appropriate approach when it comes to the protection of minors from harmful content. Not only because it addresses the source of harmful content, but also because approaching this from a device's point of view would lead to discrimination between devices and ineffective protection (e.g. PCs cannot be treated like TV sets and similarly).

However, it should be acknowledged that regulation finds its limitation in the open Internet. While Panasonic strongly condemns the illegal distribution, usage, and access to audiovisual content, a considerable share of online audiovisual content accessible from the EU cannot be protected by the AVMSD for jurisdiction, fundamental rights, or technical reasons. As a result, the limited impact of a potential revision of AVMSD to cover more content rating, content classification and parent control should be acknowledged. Therefore, alternative non-legislative solutions should be considered instead.

**QUESTION 24: Should users be better informed and empowered as to where and how they can comment or complain concerning different types of content? Are current complaints handling mechanisms appropriate?**

Education and raising awareness on the benefits of children protection from harmful content can only be supported as users are never too much informed.

To a large extent, education and awareness belong to the individuals and cannot be mandated by legislative initiatives. Therefore, the promotion of the existing tools and their benefits should be encouraged.

**QUESTION 25: Are the means by which complaints are handled (funding, regulatory or other means) appropriate to provide adequate feedback following reports about harmful or illegal content, in particular involving children? What should be the respective roles/responsibilities of public authorities, NGO's and providers of products and services in making sure that adequate feed-back is properly delivered to people reporting harmful or illegal content and complaints?**

No response.

**QUESTION 26: Do you think that additional standardisation efforts are needed in this field?**

Accessibility is one of the key areas where Connected TV innovative services can bring unprecedented solutions to users to watch the content that they like.

From a technical point of view, a lot of relevant industry initiatives, specifications and standards exist. Panasonic's Connected TV sets implement many of them in the field of voice control, Text-To-Speech, audio-description, etc. Panasonic is a market leader in this area with 27 languages being implemented for voice-guidance. Strong cooperation with relevant disability organisations is also taking place to allow the development of quality solutions for users.

Manufacturers already provide these solutions and continue making investments to offer innovative services and technical solutions. From this perspective, no further standardisation efforts are required beyond what is already being developed and implemented by the industry.

From a content point of view, an increased use of these technical tools by content and service providers would allow more content to be made accessible to people with disabilities.

**QUESTION 27: What incentives could be offered to encourage investment in innovative services for people with disabilities?**

In a very competitive market, manufacturers, and Panasonic in particular, have already understood the benefits of proposing accessibility solutions and maintaining a high-level of investment in innovative services. The availability of content is key for the take-up of these services and, as a consequence, to encourage these investments in innovative services to be continued.

**Contact:**  
Antoine Larpin, European Legal & International Affairs Manager, Panasonic Europe Ltd.  
[Antoine.larpin@eu.panasonic.com](mailto:Antoine.larpin@eu.panasonic.com)

Europäische Kommission  
Generaldirektion Kommunikations-  
netze, Inhalte und Technologien  
Referat G1  
Büro BU25 05/181  
1049 Brüssel - BELGIEN

14. August 2013  
RAH/ACH

*Per Email: CNECT-CONVERGENCE-AV@ec.europa.eu*

**Beantwortung der öffentlichen Konsultation zum Grünbuch über die Vorbereitung auf die vollständige Konvergenz der audiovisuellen Welt: Wachstum, Schöpfung und Werte, COM (2013) 231 final vom 24.04.2013**

Sehr geehrte Frau Boix-Alonso,

für die Möglichkeit, uns im Rahmen der öffentlichen Konsultation zum Grünbuch "über die Vorbereitung auf die vollständige Konvergenz der audiovisuellen Welt: Wachstum, Schöpfung und Werte" einzubringen, bedanken wir uns.

Der ZVEI - Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V. vertritt als einer der größten Wirtschaftsverbände in Deutschland die wirtschafts-, technologie- und umweltpolitischen Interessen der deutschen Elektroindustrie auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene. Der ZVEI-Fachverband Consumer Electronics vertritt die Interessen der Hersteller von Unterhaltungselektronik, die mit ihren Produkten, darunter TV-Geräte und Digitalreceiver, Smartphones und Tablet PCs, den digitalen Alltag der europäischen Konsumenten bereichern und prägen. Ein zunehmend relevanter Teil des Produktportfolios sind Smart-TV („Connected TV“), die neben Rundfunk auch Web-Inhalte und „Apps“ darstellen.

Im Folgenden haben wir uns auf die Beantwortung der Fragen konzentriert, die aus Sicht der Unterhaltungselektronik am relevantesten sind. Die Stellungnahme beschränkt sich daher auf die Beantwortung der Fragen 3, 6-13, 15-19, 23 und 26.

Für Rückfragen stehen wir gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Alexander Pett  
Geschäftsführer



Carine Chardon  
Leiterin Medienpolitik/Medienrecht



## **Beantwortung ausgewählter Fragen durch den ZVEI-Fachverband Consumer Electronics:**

*(3) Gibt es Hindernisse, die eine Regulierung des Zugangs zu Plattformen erforderlich machen?*

Nein, denn die Digitalisierung hat die Kapazitätsengpässe analoger Rundfunkinfrastrukturen beseitigt, die eine Auswahl und damit verbundene Einschränkung des Angebotes erforderlich machten. Die digitale Rundfunktechnik bietet Übertragungskapazitäten für praktisch uneingeschränkte Angebots- und Inhaltevielfalt. Must-carry Regimes und andere Eingriffe in die Gestaltungsfreiheit von Infrastrukturen und Plattformen sind vor diesem Hintergrund nicht länger gerechtfertigt.

Die Vielfalt von Medieninhalten zu schützen und zu unterstützen ist nicht mehr vom Zugang zu Übertragungswegen, Geräten oder Technologien abhängig: Technisch bedingte Begrenzungen sind Vergangenheit. So sind audiovisuelle Medieninhalte längst nicht mehr allein über Rundfunkinfrastrukturen, sondern auch über das Internet als offene Verbreitungsplattform verfügbar. Gleichermaßen sind Medieninhalte nicht länger exklusiv über TV-Endgeräte empfangbar, sondern über eine Vielzahl verschiedener Endgeräte.

Der oben skizzierten Entwicklung (Verfügbarkeit audiovisueller Medien „over the top“) Rechnung tragend, bieten Smart-TV zusätzlich zur bereits vorhandenen Vielfalt des digitalen Rundfunkangebots Zugang zu weiteren online verfügbaren Inhalten (online only etc.). Es ist davon auszugehen, dass die Vielfalt dieser über Smart-TV verfügbaren webbasierten Dienste stetig wachsen wird. Damit tragen Smart-TV nicht nur zur Meinungsvielfalt und zur Entwicklung der Informationsgesellschaft bei, sondern sie ermöglichen auch kleineren und lokalen Inhalte-Anbietern, die sich keine klassische Rundfunkverbreitung leisten können, auf den TV-Geräten sichtbar zu werden. Es ist daher nicht nachvollziehbar, warum gerade dieser Vielfaltsgewinn Anhaltspunkt zur Regulierung geben soll.

Überlegungen, etwa den Medienzugang auf hybriden Endgeräten unter Vielfaltsgesichtspunkten regulieren zu wollen, verfehlen daher das Regelungsziel, Meinungsvielfalt zu gewährleisten. Denn gerade die Internetschnittstelle von Smart-TV erhöht auf solchen Geräten die Vielfalt des verfügbaren Medienangebotes im Vergleich zu herkömmlichen Fernsehgeräten.

Zum anderen würde ein gerätespezifischer Ansatzpunkt weder der Marktentwicklung zu mehr vernetzten Endgeräten Rechnung tragen, noch böte er ein zukunftsfähiges Modell. Darüber hinaus wäre ein gerätespezifischer Ansatz ein Verstoß gegen den Grundsatz der Technologieneutralität.

Es bestehen gegenwärtig keine Hindernisse, die eine Regulierung des Zugangs zu Plattformen erforderlich machen.

(6) Sind Maßnahmen der EU erforderlich, um die tatsächliche oder potentielle Fragmentierung zu beseitigen und grenzübergreifende Interoperabilität zu gewährleisten? Besteht auf den Markt ein Bedarf an neuen oder angepassten Normen?

Für die Endgeräteindustrie ist jede Art der Fragmentierung innerhalb des europäischen Binnenmarktes, etwa durch nationale oder gar regionale Spezifikationen, von erheblichem Nachteil, da sie die Entstehung eines Massenmarktes verhindert und den Entwicklungs- und Produktions-Prozess erschwert sowie zu Mehrkosten führt. Somit wird jede marktspezifische Ausprägung einer Technologie zur Belastung für Industrie und Verbraucher.

Aus diesem Grund unterstützt die Industrie die Ausgestaltung und Implementierung von Standards, insbesondere wenn diese von paneuropäischer Bedeutung sind. In diesem Zusammenhang ist die Einführung des ETSI-Standards für interaktives Fernsehen, HbbTV, für die Geräteindustrie besonders wichtig. Die Mitglieder des ZVEI waren an der Entwicklung von HbbTV maßgeblich beteiligt und unterstützen den Standard, der inzwischen in nahezu allen Smart-TV Geräten implementiert ist. Zudem bieten auch immer mehr Diensteanbieter verschiedener europäischer Mitgliedstaaten HbbTV-basierte Dienste an. Die HbbTV-Spezifikation ist daher nach unserer Einschätzung dabei, sich als (ein) europäischer Standard für interaktives Fernsehen zu etablieren.

Voraussetzung für den Erfolg von HbbTV ist die breite Unterstützung des Standards durch möglichst viele Marktteilnehmer auf allen Ebenen der Wertschöpfungskette. Hinderlich für die Etablierung von HbbTV ist es, wenn einzelne Marktteilnehmer, etwa auf nationaler Ebene, weitergehende Anforderungen an einen Standard stellen, indem sie zum Beispiel die Verfügbarkeit von Inhalten unter den Vorbehalt einer Geräte-Zertifizierung stellen. Somit wird die bei ETSI eingetragene Spezifikation verwässert.

Da die Einführung neuer Technologien kein linear verlaufender Prozess ist, gehen wir davon aus, dass gegenwärtige Hürden letztlich aus dem Markt heraus beseitigt werden können.

Eine gesetzliche Mandatierung von Technologien ist aufgrund der hohen Innovations-Dynamik der Branche nicht erstrebenswert. Zudem sind in der Regel nur die Standards bestandsfähig, die von den Marktteilnehmern getragen werden.

*Einschub:* Ergänzend zu diesen Ausführungen bzgl. der Fragmentierung und Interoperabilität möchten wir gerne mit Blick auf den Einführungstext der Kommission zu HbbTV klarstellen, dass im Rahmen von HbbTV nicht etwa Breitbandinhalte in das Rundfunksignal „eingespeist werden“, vielmehr wird das Rundfunksignal mit einer URL verknüpft, sodass bei Aktivierung der roten Taste der Fernbedienung das Rundfunksignal verlassen und das IP-Signal am Bildschirm dargestellt wird. HbbTV ermöglicht insofern lediglich eine Verknüpfung der beiden verschiedenen Quellen.

Zudem möchten wir auf ein weiteres Detail hinweisen: Die im Einführungstext geschilderte Situation, dass „nationale Spezifikationen von HbbTV (...) dazu führen, dass diesen Spezifikationen folgende Anwendungen nicht mit den Geräten in anderen Ländern kompatibel sind“, ist oft urheberrechtlichen Gründen (territorial beschränkte Vergabe von Übertragungsrechten) geschuldet.

Ergänzend zu HbbTV etablieren sich gegenwärtig Smart-TV Portale als weitere Möglichkeit des Zugangs zu webbasierten Diensten auf TV-Geräten. Da die TV-Hersteller untereinander in einem intensiven Wettbewerb um die Kunden stehen,

sind ihnen eigene Entwicklungen wichtig, um sich voneinander abzugrenzen. Gerade in der Phase der Einführung neuer Technologien sind proprietäre Entwicklungen als Alleinstellungsmerkmal einzelner Anbieter und als Signal für die Innovationsführerschaft notwendig. Dieser Prozess ist unerlässlich, um neue Märkte zu schaffen.

Dennoch tritt nach einer ersten Phase des intensiven Wettbewerbs auf Basis eigener Entwicklungen in der Regel eine Marktkonsolidierung ein. Gegenwärtig ist zu beobachten, dass die „Smart-TV Allianz“ an Bedeutung gewinnt. Es handelt sich um einen Verbund mehrerer namhafter Unternehmen der Unterhaltungselektronik, die ein gemeinsames Software Development Kit anbieten, mit dem Dienste-Entwickler TV-Apps programmieren und technisch für die Portale aller in der Allianz verbundenen Unternehmen bereitstellen können.

Fazit: Konkrete Maßnahmen der EU sind daher aus Sicht des ZVEI gegenwärtig nicht erforderlich. Impulse für die Durchsetzung des europäischen Binnenmarktes für TV-Empfangsgeräte sind jedoch grundsätzlich willkommen, da die Anzahl der nationalen und regionalen Anforderungen gerade für kleine und mittelständische Unternehmen wirtschaftlich schwer zu tragen sind.

*(7) Wie groß sind die Unterschiede zwischen den einzelnen Plattformen, über die die Inhalte angeboten werden (z. B. terrestrischer und satellitengestützter Rundfunk, leitungsgebundenes Breitband (einschließlich Kabelfernsehen), mobiles Breitband), für das Kundenerlebnis des Verbrauchers und im Hinblick auf Verpflichtungen zu Erbringung von Dienstleistungen im allgemeinen Interesse?*

Grundsätzlich sind die Unterschiede der einzelnen (gemanagten) Übertragungsplattformen Satellit, Kabel und IPTV aus Sicht der Nutzer inzwischen eher gering: über alle drei Plattformen steht eine große Vielzahl an linearen TV-Sendern sowie VOD Diensten in SD- und HD- Qualität, teilweise auch in 3D zur Verfügung. Anders sieht es noch bei der terrestrischen Verbreitung aus: dort fällt (jedenfalls in Deutschland) nicht nur die Anzahl der übertragenen TV-Sender – besonders im ländlichen Raum – deutlich geringer aus, es ist auch kein hochauflösendes Fernsehen verfügbar. Eine Chance für ein breiteres Angebot bietet der Nachfolgestandard DVB-T2, der auch die Übertragung von HD-Inhalten ermöglicht. DVB-T2 wurde bereits in einigen europäischen Ländern eingeführt. In Deutschland laufen aktuell Diskussionen zu dessen Einführung. Diese stehen allerdings unter dem Vorbehalt der abermaligen Umwidmung von Rundfunkfrequenzen („digitale Dividende 2“), da für die Realisierung eines verbraucherfreundlichen Einführungs-Szenarios die Verfügbarkeit eines ausreichenden Frequenz-Spektrums notwendig ist.

Ein Vorzug von DVB-T ist, dass dem Verbraucher eine mobile sowie portable Nutzung von Rundfunkinhalten (etwa über einen DVB-T Stick) ermöglicht wird. Dies ist angesichts des zunehmenden Trends der mobilen Mediennutzung ein deutlicher Mehrwert. Sämtliche digitale TV-Geräte (iDTV) sind mit einem integrierten DVB-T Tuner ausgestattet. Mit einer technischen Reichweite von über 90% der Bevölkerung in der Bundesrepublik und der Empfangbarkeit von DVB-T überall, unmittelbar, plattformunabhängig und unverschlüsselt, trägt die terrestrische Verbreitung in Deutschland in besonderem Maße zur Grundversorgung der Bevölkerung bei. Bei einem etwaigen Wegfall der Terrestrik würde der Marktanteil der anderen Infrastrukturanbieter in Deutschland steigen, verbunden mit dem Risiko weiterer Preissteigerungen für die Verbraucher. Daneben stellt die Terrestrik, etwa im Falle eines Satelliten-Ausfalls, die einzige Havarie-

sichere Übertragungstechnik dar<sup>1</sup>. Voraussetzung für das Gelingen eines Umstiegs auf die Folgetechnologie DVB-T2 ist aus Sicht des ZVEI neben einem attraktiven Inhalte-Angebot eine ausreichend lange Simulcastphase. Für die zeitweise parallele Ausstrahlung von Diensten über DVB-T und DVB-T2 ist aber die Verfügbarkeit von ausreichenden Frequenzen erforderlich – konkret die Bewahrung des 700 MHz Bands für die Rundfunkangebote.

Immer öfter werden die originären Rundfunkangebote durch online-basierte Dienste ergänzt. Deren Verknüpfung gelingt dank hybrider Endgeräte (Smart-TV), die eine Darstellung von Over the Top-Diensten unmittelbar auf dem TV-Gerät ermöglichen. Auch wenn damit die Bedeutung von Diensten, die über das Internet verbreitet werden, rasant zunimmt, wird die Rundfunkverbreitung, unabhängig vom Übertragungsweg, auch zukünftig eine Schlüsselrolle in der Informationsgesellschaft einnehmen. So stellt die Rundfunktechnik für massenattraktive Inhalte wie gesellschaftliche Großereignisse (Politik, Sport, Unterhaltung), insbesondere bei einer Live-Ausstrahlung, die einzig effiziente Übertragungstechnik dar. Für die Nutzer ist der Rundfunkempfang angesichts der notwendigen Datenvolumina für die Übertragung von Bewegtbildinhalten – ganz besonders in HD-Qualität – im Vergleich zur Punkt-zu-Punkt Technologie erheblich günstiger. Damit ist die Rundfunktechnik gesellschaftspolitisch schützenswert.

Beide Vorteile der Rundfunktechnik – die geringere Kostenbelastung der Bürger und die höhere Dateneffizienz – haben bei der mobilen Übertragung von Bewegtbildinhalten aufgrund des begrenzten Frequenzspektrums ein besonderes Gewicht. Aus diesem Grund kommt DVB-T bzw. DVB-T2 auch künftig eine besondere Bedeutung zu. Eine Zuteilung weiterer Rundfunkfrequenzen an den Mobilfunk wäre also besonders brisant (siehe oben).

Aber auch im Festnetzbereich wird angesichts der aktuellen Debatte um die Entwicklung von Geschäftsmodellen des Netzwerkmanagements deutlich, dass etwa bei der Übertragung von AV-Inhalten über (Internet-)Breitband mehr Einschränkungen bzw. mehr Kosten für die Nutzer zu erwarten sind als bei der Verbreitung von massenkommunikativen Inhalten über Rundfunknetze.

Netzneutralität ist daher eine grundlegende Voraussetzung für Innovation und Wettbewerb sowie die Kommunikationsfreiheit und Meinungsvielfalt im Internet. Es ist daher erforderlich, ein inhalteneutrales Netzwerkmanagement, das der technischen Regelung des Datenverkehrs unter anbieterneutraler Differenzierung zwischen verschiedenen Typen des Internetverkehrs dient, zu gewährleisten. Wesentlich ist dabei, dass umfassende Transparenz gewahrt wird, ob und in welchem Maße Netzwerkmanagement betrieben wird.

Abzulehnen ist hingegen jedes Netzwerkmanagement, das nach Inhalten differenziert. Dies birgt Gefahren der Diskriminierung. Finanzstarke Dienste- oder Inhalteanbieter könnten sich entsprechend ihrer Zahlungskraft eine hohe Übertragungsqualität erkaufen, wohingegen kleinere Anbieter weiterhin auf die Best-Effort-Qualität bauen müssten. Netzneutralität sichert dem Nutzer offenen Zugang zu den Medien (wie auch zu anderen Diensten). Und umgekehrt sichert sie Vielfalt, indem sie auch kleineren und innovativen Anbietern den Zugang zu Übertragungswegen ermöglicht. Der Funktionsumfang von Smart TVs lässt sich nur dann uneingeschränkt nutzen, wenn der Zugang zu einem vielfältigen Angebot audiovisueller Inhalte gewährleistet ist.

---

<sup>1</sup> Die Verbreitung über Kabel ist teilweise eine sekundäre Übertragungstechnik, d.h. das eingespeiste Rundfunksignal wird von einem Satelliten bezogen und wäre somit bei einem Satellitenausfall ebenfalls betroffen.

Deshalb gilt es zu vermeiden, dass gerade die datenintensiven, audiovisuellen Inhalte vom Netzbetreiber aus wirtschaftlichen Gründen zugunsten lukrativerer Datenübertragungen zurückgestellt oder besonderen (diskriminierenden) Preisanforderungen unterworfen werden.

Um Verstöße gegen Netzneutralität erfolgreich zu ahnden, ist es erforderlich, eine einheitliche nationale Aufsicht zu gewährleisten.

*(8) Mithilfe welcher Modelle für die Frequenzzuweisung und gemeinsame Frequenznutzung kann die Entwicklung von Rundfunk, mobilem Breitband und anderen Anwendungen (wie Produktionsausrüstungen) innerhalb derselben Frequenzbänder vorangebracht werden?*

Grundsätzlich ist zu beachten, dass eine „ko-primäre“ Zuweisung von Frequenzen an Rundfunk- und Mobilfunkbetreiber zu deren gemeinsamer Nutzung eine technische Herausforderung an die Verträglichkeit der Dienste und die Störfestigkeit der Geräte bedeutet. Insofern verschiedene Technologien zum Einsatz kommen, ist daher eine saubere Abgrenzung der Frequenzzuteilung für die jeweiligen Dienste vorzuziehen.

Wie bereits bei der Beantwortung der Frage 7 dargestellt, sollte die gesellschaftspolitische Bedeutung von Rundfunk nicht vernachlässigt werden: Die terrestrische Rundfunkverbreitung stellt für massenattraktive und Live-Inhalte wie insbesondere gesellschaftliche Großereignisse die effizienteste Übertragungstechnik dar, was angesichts der begrenzten Frequenzressourcen von zentraler Relevanz ist. Für die Nutzer ist terrestrischer Rundfunkempfang zudem verhältnismäßig kostengünstig.

Integrative bzw. hybride Modelle der Frequenznutzung stehen aktuell noch nicht zur Verfügung. Bis zur technischen Marktreife etwaiger Modelle sind zahlreiche Forschungsaktivitäten und Feldversuche notwendig. Auch die kommerzielle Umsetzbarkeit von technisch möglichen Modellen ist durch die Marktteilnehmer zu prüfen, bevor eine Umsetzung angedacht werden kann. Solange über diese Aspekte keine gesicherten Erkenntnisse vorliegen, ist aus Sicht des ZVEI-Fachverband Consumer Electronics von Veränderungen der Frequenzzuweisung abzusehen, insbesondere da sie für die Umsetzung künftiger Modelle präjudizierend sein könnten.

Die Marktteilnehmer einschließlich des ZVEI stehen für die Erarbeitung von Modellen zur künftigen Nutzung der terrestrischen Frequenzressourcen zur Verfügung. In Deutschland starten hierzu gegenwärtig Diskussionen in verschiedenen Gremien, die die Expertise zahlreicher Interessensgruppen vereinigen. Ihre Ergebnisse sollten in die Erwägungen auf europäischer Ebene mit einfließen.

Aus Sicht der CE-Industrie ist eine europäische Perspektive auf die Frage der Frequenzverteilung und -Nutzung von außerordentlichem Interesse. Um die grenzüberschreitende Nutzung von Diensten zu gewährleisten und um CE-Produkte für den europäischen Binnenmarkt fertigen zu können, ist eine gemeinsame europäische Strategie – etwa für den Fall von hybriden Frequenznutzungsmodellen – begrüßenswert.

Bevor eine veränderte Frequenzzuteilung erfolgt, ist es unerlässlich, die Auswirkungen auf bereits im Markt befindliche Endgeräte zu untersuchen und die Ergebnisse solcher Feldtests zu beachten. Sollte die Störfestigkeit von Bestandgeräten durch eine veränderte Zuweisung der terrestrischen Frequenzen beeinträchtigt werden, würden Nutzer etwaige Störungen als Funktionseinschränkungen und somit „Prob-



lem“ der Geräte wahrnehmen. Die Nutzer würden dadurch das Vertrauen in die Geräte der digitalen Informationsgesellschaft verlieren, und künftig weniger Investitionsbereitschaft zeigen. Die Kundenunzufriedenheit als Folge einer veränderten Frequenznutzung hätten somit die Endgeräte-Hersteller zu tragen, obwohl sie nicht in den Prozess der Frequenzzuweisung einbezogen sind, da sie keine Primärnutzer von Funkfrequenzen sind.

Bei allen denkbaren Szenarien sind daher zumindest die Koexistenz der verschiedenen (ggf. benachbarten) Dienste und die störfreie Funktion von Geräten zu gewährleisten. Störpotentiale sind vorab zu untersuchen, da die Folgen veränderter Frequenzuteilungen auch mittelbare Auswirkungen auf Rundfunkempfangsgeräte und die mit ihnen verbundenen Systeme zur Signalzuführung haben.

Generell ist anzumerken, dass die sukzessive Veränderung der Rahmenbedingungen durch die Umwidmung immer neuer Frequenzabschnitte im UHF-Bereich die Entwicklung bestandsfähiger Geräte erschwert, und sowohl zu Lasten der (vormals) primären Frequenznutzer als auch der Industrie und der Konsumenten geht. Ein besonders offensichtliches Beispiel stellen die drahtlosen Produktionsmittel dar, die bereits im Rahmen der ersten „digitalen Dividende“ bereits in ein anderes Frequenzband umziehen mussten, was mit hohen Kosten und Investitionen seitens der Diensteanbieter und der Nutzer dieser Dienste verbunden war. Bei einer Umwidmung des 7000 Mhz-Bands droht der drahtlosen Produktionsmittelindustrie eine erneute Migration, die abermals mit hohen Kosten und Aufwand verbunden wäre: Die Notwendigkeit und Verhältnismäßigkeit der Maßnahme ist daher gründlich zu prüfen ist.

Aus den vorgenannten Gründen ist bei jeglichen neuerlichen Veränderungen der Frequenznutzung eine mit allen Marktpartnern abgestimmte Planung mit ausreichendem zeitlichen Vorlauf geboten. Zudem ist zu gewährleisten, dass der Zeitpunkt des Angebotes neuer Dienste mit dem Inkrafttreten der hierfür angepassten Normen korrespondiert.

Fazit: Insgesamt befinden sich die Diskussionen über etwaige Hybridkonzepte zur gemeinsamen Nutzung der terrestrischen Frequenzen durch Mobilfunk und Rundfunk noch in der Anfangsphase. Weder über deren technische Ausgestaltung noch über die kommerzielle Umsetzung besteht gegenwärtig Klarheit. Solange dies nicht der Fall ist, sollte das aktuelle Frequenzspektrum für Rundfunkdienste im gesamten europäischen Raum bewahrt werden, um keine Fakten zu schaffen, die der planvollen Umsetzung eines ausgereiften Gesamtkonzeptes für die künftige Frequenznutzung entgegen stehen könnten.

*(9) Besteht ein spezifischer Forschungsbedarf im Hinblick auf das Frequenzspektrum, der berücksichtigt werden sollte, um eine solche Entwicklung zu unterstützen?*

Ja. Aus den zuvor bei Frage 8 genannten Gründen empfehlen wir zunächst die Durchführung von Studien sowie die Ausarbeitung von Geschäftsmodellen unter Einbeziehung der betroffenen Interessensgruppen in Bezug auf die konkreten Möglichkeiten einer künftigen (ggf. hybriden) Nutzung des Frequenzspektrums, deren Realisierbarkeit sowie deren wirtschaftlichen Tragfähigkeit.

Dies beinhaltet eine Analyse der verfügbaren Technologien und der sich daraus ergebenden Nutzungsszenarien ebenso wie umfangreiche Feldtests unter Einbeziehung der gegenwärtigen Endgerätepopulation.

Eine veränderte Frequenzzuweisung ("digitale Dividende 2") zum jetzigen Zeitpunkt könnte für die Umsetzung künftiger, hybrider Modelle präjudizierend sein, hiervon ist abzuraten.

*(10) Gibt es angesichts der Konvergenz der Medien bereits Anzeichen für Marktverzerrungen, die auf die Unterscheidung zwischen linearen und nichtlinearen Diensten im Rechtsrahmen zurückzuführen sind? Wenn ja, wie könnten diese Verzerrungen am besten behoben werden, ohne die dem EU-Rechtsrahmen für audiovisuelle Mediendienste zugrunde liegenden Werte zu verletzen?*

Aus Nutzerperspektive verliert die Unterscheidbarkeit von linearen und non-linearen Medienangeboten an Bedeutung. Dies wird insbesondere deutlich, da der Nutzer die Möglichkeit hat, gleiche Medieninhalte sowohl als lineare als auch als Abruf-Angebote auf ein und demselben Endgerät (nahezu) gleichzeitig zu konsumieren und diese zudem inzwischen auf verschiedenen Endgeräten (CE, IT, TK) verfügbar sind.

Hier ist der Gesetzgeber möglicherweise aufgerufen, zu untersuchen, ob die unterschiedliche regulative Behandlung der beiden Angebotsformen unter den Gesichtspunkten der Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer sowie der Auswirkungen auf die Gesellschaft noch gerechtfertigt ist, oder ob eine Angleichung des Regulierungsniveaus angezeigt ist, um gleiche Wettbewerbsbedingungen zwischen den Anbietern unterschiedlicher Informations- und Kommunikationsdienste zu schaffen.

*(11) Muss die Definition des Anbieters von audiovisuellen Medien und/oder der Geltungsbereich der AVMD-Richtlinie angepasst werden, um einen Teil der oder alle Verpflichtungen der AVMD auch für diejenigen einzuführen, die gegenwärtig nicht unter die Richtlinie fallen, oder können die Werte auf andere Weise geschützt werden? Welche Bereiche sollten schwerpunktmäßig der Selbst- bzw. Koregulierung unterliegen?*

Der Ansatz der Regulierung audiovisueller Mediendienste anhand des Merkmals der redaktionellen Verantwortung hat sich bewährt. Dies ermöglicht die Fokussierung auf Marktteilnehmer, die über einen Einfluss auf die Meinungsbildung verfügen, in klarer Abgrenzung zu rein technischen Dienstleistern wie Infrastrukturanbietern o.ä..

Aufgrund der anhaltenden Branchen-Diskussionen über die Bedeutung von hybriden Endgeräten (Smart-TV) bzw. von darauf verfügbaren App-Portalen für die Meinungsvielfalt möchten wir auf die Ausführungen zu Frage 16 verweisen und klarstellen, dass diese rein technische Systeme darstellen, die Verknüpfungen zu Anwendungen, Diensten und Inhalteangeboten Dritter zur Verfügung stellen. Dabei findet weder eine redaktionelle Gestaltung noch inhaltliche Einflussnahme statt. Eine Ausweitung des Anwendungsbereichs auf Endgeräte, Plattformen und Portale wäre daher systemfremd. Smart-TV bieten vielmehr für Inhalteangebote i.S.d AVMD eine technische Plattform.

Dennoch verliert die Differenzierung von linearen und nicht-linearen Diensten aus der Perspektive der Nutzer an Bedeutung, weil beide Dienstarten über dieselben Endgeräte verbreitet werden (siehe auch Antwort auf Frage 10). Dies wirft die Frage auf, ob eine unterschiedliche rechtliche Behandlung weiterhin gerechtfertigt ist.

*(12) Wie würden sich Veränderungen des Regulierungsansatzes im audiovisuellen Bereich auf das Herkunftslandprinzip und damit auf den Binnenmarkt auswirken?*

Das Herkunftslandsprinzip hat sich bewährt und ist für die Schaffung des Binnenmarktes unverzichtbar. Es schafft den Rahmen zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und die zur Einführung dieser Dienste erforderliche Rechtssicherheit.

*(15) Sollte die Möglichkeit der Festlegung von Auswahlmöglichkeiten durch Filtermechanismen, u. a. bei Suchfunktionen, durch öffentliches Eingreifen auf EU-Ebene geregelt werden?*

Nein. Diskriminierungsfreie Suche und Darstellung sowie nutzerfreundliche Bedienbarkeit sind essentiell für die Benutzer-Akzeptanz und die Voraussetzung dafür, dass die Inhaltevielfalt auch beim Nutzer ankommt. Für die Hersteller von Consumer Endgeräten gehört die nutzerfreundliche Gestaltung der Gerätefunktionen und die Gewährleistung einer einfachen Bedienbarkeit zur Kernkompetenz: An der Bedienerfreundlichkeit muss sich jede Marke messen. Aus diesem Grund investieren die Hersteller in die Entwicklung vielfältiger Möglichkeiten, die zum Zweck haben, den Kunden zur Verfügung zu stellen, indem ihm vielfältige Mechanismen zur Medienutzung geboten werden.

Die Gestaltung der Navigationsstruktur und der Medienportale von Smart-TV liegt in der Entscheidungshoheit des jeweiligen Herstellers oder eines beauftragten Dienstleisters. Im Rahmen internetbasierter Medienportale bestehen für die Nutzer verschiedene Möglichkeiten der Suche, Auswahl und Personalisierung. Dazu gehören in der Regel Mechanismen, um TV-Apps zu suchen, auszuwählen und zu einer Favoritenliste oder dem Startbildschirm hinzuzufügen, Apps zu sortieren/ umzuorganisieren und auch zu löschen. Manche Portale lassen sich darüber hinaus für verschiedene Familienmitglieder personalisieren, so dass bestimmte Apps nur für bestimmte, eingeloggte Nutzer sichtbar werden. Der Grad an Selbstbestimmung und Personalisierung, den Medienportale auf Smart-TV bieten, ist insofern sehr hoch. Die zugrunde gelegten Mechanismen sind vergleichbar mit denen von Tablet PCs oder Smartphones und haben sich in diesem Kontext bereits bewährt. Insofern bieten TV-Geräte den gleichen Freiheitsgrad wie andere ITK-Geräte, lediglich die Art der Bedienung variiert (Fernbedienung statt Maus bzw. „Second Screen“ als Steuerung des „First Screen“).

Primäres Interesse der Gerätehersteller ist es, den Kunden die gesamte Vielfalt verfügbarer Dienste auf dem Gerät zugänglich und auffindbar zu machen. Einen Eingriff in die Funktionalitäten oder die Bedien-Philosophie jeglicher Endgeräte halten wir weder für gerechtfertigt noch für angemessen.

Ein ex-ante Eingriff etwa im Wege einer „Must be Found“ Regelung zugunsten einzelner Dienste-Anbieter scheint schwer umsetzbar. Im Zweifel würde ein solcher Ansatz die Strukturen aus dem linearen Rundfunk auf die Internet-basierten App-Portale der Geräte übertragen. Davon würden aber gerade diejenigen Anbieter profitieren, die bereits im Rahmen der Rundfunkübertragung über einen privilegierten Status (etwa durch Must Carry) verfügen, und die zudem in der Zuschauer-Wahrnehmung ohnehin besonders stark sind (reichweitenstärkste TV-Sender).

Eine „Must-be-found“ Regel würde gerade *nicht* zu einer vielfältigeren Inhaltlandschaft auf den Smart-TV führen und Nischenangebote eher benachteiligen. Eine konkrete Vorgabe von Platzierungen etwa internet-basierter Angebote in Medienportalen ist daher abzulehnen.

*(16) Wie weit sollte der Geltungsbereich der bestehenden Regulierung des Zugangs (Artikel 6 der Zugangsrichtlinie) und des Universaldienstes (Artikel 31 der Universalrichtlinie) angesichts der zunehmenden Konvergenz von linearen und nichtlinearen Diensten auf gemeinsamen Plattformen gefasst werden? Gibt es in dem konvergierenden Rundfunk-/Breitbandumfeld ein besonderes Erfordernis, den Zugang zu „Inhalten von allgemeinem Interesse“ und die Möglichkeit einer mühelosen Suche nach diesen Inhalten zu regeln?*

Die Digitalisierung hat die Kapazitätsengpässe analoger Rundfunkinfrastrukturen beseitigt, die eine Auswahl und damit verbundene Einschränkung des Angebotes erforderten. Must carry Regimes sind vor diesem Hintergrund nicht länger gerechtfertigt. Denn vielfältige Medieninhalte zu schützen und zu unterstützen ist nicht mehr vom Zugang an sich zu Übertragungswegen, Geräten oder Technologien abhängig.

Allein durch die nunmehr nahezu grenzenlose Verfügbarkeit von audiovisuellen Mediendiensten über das Internet („Web-TV“) wird das Informationsinteresse umfassend bedient.

Es ist davon auszugehen, dass zusätzlich zu den über den jeweils angeschlossenen Rundfunkempfangsweg verfügbaren digitalen Rundfunkangeboten auch die Vielfalt der über Smart-TV verfügbaren Internetdienste weiter stetig wachsen wird. Smart-TV Anbieter haben ein hohes Interesse, dem Nutzer ein umfängliches und vielfältiges Angebot zu gewährleisten. Um eine möglichst hohe Reichweite zu erlangen, haben auch die Inhalteanbieter ein großes Interesse, ihr Angebot über eine Vielzahl von Übertragungswegen und Plattformen auf den Bildschirm zu bringen. Die Befürchtung, ein Angebot könnte sich exklusiv etwa an ein einziges Medienportal binden, ist daher vor dem Hintergrund gerade werbefinanzierter Geschäftsmodelle nicht nachvollziehbar.

Angesichts des intensiven Wettbewerbs auf Ebene der Angebotsbündelung und der Ausgestaltung der Endgeräte treten verschiedene Inhalte-Portale unmittelbar miteinander in Wettbewerb: Über ein TV-Endgerät können dank Schnittstellen unterschiedliche Inhalte-Aggregatoren, technische Plattformen und Benutzeroberflächen ko-existieren. Zum einen ist es möglich, weitere Endgeräte wie etwa Bluray-Player oder Set Top Boxen an den Smart-TV anzuschließen. Sie bieten ihrerseits verschiedene Medienportale, zwischen denen der Nutzer wählen kann. Zum anderen bieten Standards wie HbbTV Zugang zu Portalen der Sender und deren EPGs. Daneben sind auch EPGs der Infrastrukturanbieter über den Smart-TV verfügbar. Weitere Portale kommen über Inheldienste, etwa VOD-Plattformen, hinzu.

Über all diese parallel verfügbaren Portale findet der Nutzer über zahlreiche Wege Zugang zu einem breiten und vielfältigen Inhalteangebot. Welche dieser Angebote genutzt werden, obliegt allein der Wahl des Nutzers: Der Nutzer ist in der Lage, zu jeder Zeit eine aktive Entscheidung darüber zu treffen, über welche Portale und welche Infrastruktur er seine Medien konsumiert. Es besteht daher keine Gefahr, dass die Vielfalt des Inhalteangebotes für den Nutzer eingeschränkt wird.

*(17) Werden die derzeitigen Bestimmungen der AVMD-Richtlinie über die kommerzielle Kommunikation nach wie vor angemessen sein, wenn die Konvergenz immer mehr zur Realität wird? Könnten sie einige konkrete Beispiele angeben?*

Aus der Nutzerperspektive verliert die Abgrenzung von linearen und non-linearen Diensten etwa dank hybrider Endgeräte an Bedeutung.

Hier ist der Gesetzgeber möglicherweise aufgerufen zu prüfen, wo noch sachliche Gründe für ein ausdifferenziertes Regulierungsniveau der Werberegeln sprechen.

*(18) Welche regulatorischen Instrumente würden sich als Reaktion auf die sich rasch wandelnden Werbetechniken am besten eignen? Gibt es noch mehr Spielraum für die Selbst-/Ko-regulierung?*

Um Innovationen und neuen Techniken Entwicklungsmöglichkeiten zu geben, ist unter Beachtung grundlegender Standards die Schaffung eines offenen Rechtsrahmens erforderlich.

Vor diesem Hintergrund spielen Ko- und Selbstregulierungsmaßnahmen eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzes. Denn gerade Maßnahmen, die mit aktiver Unterstützung der betroffenen Marktteilnehmer selbst ergriffen werden, sind zur Erreichung der im öffentlichen Interesse liegenden Ziele wirksamer. Ferner bieten Selbstregulierungsmaßnahmen im Umfeld sich schnell wandelnder Techniken und Angebotsformen ein geeigneteres und schnelleres Mittel als ein langwieriger Normsetzungsprozess.

*(19) Wer sollte letztlich bestimmen, ob kommerzielle Einblendungen oder andere neuartige Techniken am Bildschirm akzeptiert werden sollen?*

Die Entscheidungshoheit über die Anwendung von Bild-in-Bild Verfahren (Split Screen), Einblendungen und Skalierungen auf dem (ohne immer größer werden) TV-Bildschirm ist dem Nutzer zu überlassen. Allein der Nutzer muss wählen dürfen, wie er verfügbare Inhalte und Dienste auf seinem Bildschirm darstellt.

Wichtig für die Kundenzufriedenheit und damit für die Industrie ausschlaggebend ist, dass der Zuschauer die jeweilige Darstellung wünscht bzw. ggfs. unterbinden kann. Sämtliche vom Nutzer veranlasste Kombinationen von Bildschirminhalten müssen daher (im Rahmen der geltenden Gesetze wie Urheberrecht, Datenschutz, Jugendschutz und Wettbewerbsrecht) möglich sein. Dem Nutzer sollte zudem ermöglicht werden, durch entsprechende Voreinstellungen am Gerät Notifikationen verschiedener Dienste (etwa Emailbenachrichtigungen) zu autorisieren, wie dies etwa bei Smartphones und Tablet-PC üblich ist.

Eine Rechtskonstruktion, die das gleichzeitige Einverständnis des Zuschauers und des Inhalteanbieters erfordern würde, um Skalierungen bzw. Einblendungen zu ermöglichen, würde dazu führen, dass Inhalteanbieter vom Nutzer gewünschte Bildschirmdarstellungen grundsätzlich unterbinden könnten. Angesichts der unendlichen Kombinationsmöglichkeiten verschiedener Inhalte nach den Vorlieben von Millionen Nutzern ist ein Autorisationsvorbehalt der TV-Sender in der Praxis gar nicht umsetzbar, sondern führt zu einem faktischen Generalverbot kombinierter Bildschirmdarstellungen.



Dies stellt nicht nur eine unverhältnismäßige Bevormundung des Zuschauers dar, ferner würden dadurch auch längst etablierte Darstellungsformen wie das Bild-in-Bild Verfahren ebenfalls verboten.

Gerade angesichts der Möglichkeiten, die im Umgang mit Inhalten an anderen Multimedia-Endgeräten wie dem PC bereits seit Jahren möglich sind, ist das beabsichtigte Verbot im Umgang mit den gleichen Inhalten am TV-Gerät nicht nachvollziehbar. Eine solche Regulierungsmaßnahme würde folglich dazu führen, dass sich der Nutzer verstärkt den Geräten zuwendet, die ihm die gewünschte Gestaltungsfreiheit ermöglichen.

*(23) Sollten durch eine Änderung der AVMD-Richtlinie insbesondere Fragen im Zusammenhang mit der Bewertung von Inhalten, der Klassifikation von Inhalten sowie mit Tools für die elterliche Kontrolle für alle Übertragungskanäle geregelt werden?*

Die Unterhaltungsindustrie engagiert sich für einen wirksamen Jugendmedienschutz in Bezug auf die Verbreitung von Onlinediensten und setzt technische Mittel ein, mit denen die Nutzung des Geräts, dessen Schnittstellen oder einzelner verfügbarer Dienste durch den Nutzer personalisiert und gegebenenfalls eingeschränkt werden kann. Zwar unterscheiden sich die Maßnahmen der Endgerätehersteller im Einzelnen voneinander, zur Erreichung eines angemessenen Schutzniveaus ist jedoch nicht die Vereinheitlichung der technischen Lösungen ausschlaggebend, sondern die Zielerreichung.

Eine normative Regelung von Jugendmedienschutzmechanismen ist nicht erforderlich. Zur Erreichung wirksamen Jugendmedienschutzes sind Selbstregulierungsmaßnahmen, die mit Unterstützung der Unterhaltungselektronik entwickelt werden, am wirksamsten. Selbstregulierungsmaßnahmen können flexibler und schneller auf die Innovationsgeschwindigkeit reagieren als ein formeller Normsetzungsprozess.

*(26) Halten Sie zusätzliche Normungsbemühungen in diesem Bereich für erforderlich?*

Nein. Die von der Unterhaltungselektronik entwickelten Maßnahmen bieten vielfach wirksame Mechanismen, um barrierefreien Zugang zu audiovisuellen Inhalten zu ermöglichen. Zur Erreichung eines hohen Grades barrierefreier Produktgestaltung sind Selbstregulierungsmaßnahmen, die mit aktiver Unterstützung der Unterhaltungselektronik entwickelt werden, wirksamer.