

JG|U

JOHANNES GUTENBERG
UNIVERSITÄT MAINZ

Connected TV:

Rechtliche Einordnung eines „entlinearisierten“ Fernsehens

Michael Naumann

mainz media FORUM

„Internet killed the TV-Star?“ – Fachtagung zur
Zukunft(sfähigkeit) des Fernsehens

November 2014

JOHANNES GUTENBERG
UNIVERSITÄT MAINZ



Gliederung

I. Einleitung und phänomenologische Beschreibung

1. Begriffsbestimmung
2. Technische Voraussetzungen und Funktionen

II. Rechtliche Betrachtung

1. Rechtsgrundlagen
2. Probleme bei der medienrechtliche Einordnung des Phänomens „Connected-TV“
3. Einzelne Problemfelder

I. Einleitung und phänomenologische Beschreibung

I. Einleitung

1. Begriffsbestimmung

Connected-TV = Smart-TV = Hybrid-TV



Abb.: Beispiel für ein Portal eines Endgeräteherstellers (Smart Hub von Samsung)

Quelle: <http://www.tvfacts.de/artikel/5764-ratgeber-smart-tv-fernsehen-trifft-internet.html>

I. Einleitung

1. Begriffsbestimmung

„Connected-TV“

→ *Gattungsbegriff für die mit dem Internet vernetzbaren Fernsehgeräte, mit denen der Zuschauer auf eine Vielzahl an zusätzlichen Diensten und Inhalten über das Internet zugreifen kann.*

→ Keine komplett neuartige Technologie, sondern die **Kombination bekannter Mediennutzungen**: Verknüpfung von Rundfunk und Internet mit der **Möglichkeit der gleichzeitigen Rezeption** ohne Medienbruch

I. Einleitung

2. Technische Voraussetzungen und Funktionen

- 1) **Digitalen Fernsehanschluss**; unabhängig vom jeweilige Übertragungsweg (Satellit, Terrestrik oder Kabel)
- 2) **Hybrides Endgerät**: Smart-TV oder Aufrüstung eines „normalen“ Fernsehers über externe Geräte wie Set-Top-Boxen (z.B. auch Chromecast, Apple-TV, Fire-TV), DVD-Player oder Spielekonsolen, die für die Verbindung mit dem Internet sorgen
- 3) **Breitband-Internetanschluss**

I. Einleitung

2. Technische Voraussetzungen und Funktionen

→ Wichtigste technische Neuerung:

Rückkanalfähigkeit

Klassischer Rundfunk:



Connected-TV mit Rückkanal



→ Ermöglichung von *interaktivem Fernsehen*

→ Rückkanal ermöglicht die **Erfassung und Auswertung des individuellen Nutzerverhaltens** z.B. für Werbezwecke

I. Einleitung

2. Technische Voraussetzungen und Funktionen

Apps:

- Zugriff über **App-Plattform des Geräteherstellers**
- **Darstellungsformen:**
 - ohne Fernsehbild, Bild-im-Bild
 - Technik, Widget
- **Anwendungen** wie vom Smartphone bekannt: v.a. Vod-Angebote (Youtube, Maxedome), Musik (Spotify, Radiosender), Socialmedia, Wetter, Nachrichten, EPGs usw.
- **Proprietäre Systeme:** Keine herstellerübergreifenden Standards, sondern Wettbewerb um attraktivste App-Plattform

I. Einleitung

2. Technische Voraussetzungen und Funktionen

HbbTV-Standard („Hybrid broadcast broadband Television“)



→ Europäischer **offener Standard** für Hybridfernsehen zur Verbindung von Internetanwendungen mit linearem Programm (Lizensierung durch ETSI); **herstellerübergreifende** Anwendung

→ Über den „**Red-Button**“ wird der Zugriff auf ein internetbasiertes Angebot aus dem laufenden Fernsehprogramm ermöglicht:

→ Z.B.: Videotext 2.0, Sendermediatheken, Onlineshops zum laufenden Werbespot



→ **Technisch** gesehen sind die Anwendungen **Webseiten**, die über eine URL aufgerufen werden

I. Einleitung

2. Technische Voraussetzungen und Funktionen

HbbTV – Bsp.: Red-Button-Einblendung



Abb. Quelle: <http://www.ard-digital.de/hbbtv/meine-taste-fuer-mehr-tatort>

I. Einleitung

2. Technische Voraussetzungen und Funktionen

HbbTV – Bsp.: HbbTV-Startleiste der ARD



Quelle: <http://www.ard-digital.de/hbbtv/meine-taste-fuer-mehr-tatort>

II. Rechtliche Betrachtung

II. Rechtliche Betrachtung

1. Rechtsgrundlagen

EU-Ebene

Wichtigste EU Rechtsakte im Medienrecht:

- **Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-RL):**
 - Unterscheidung zwischen **linearen** und **nicht-linearen** Mediendiensten
- daneben Richtlinien zum Datenschutzrecht (z.B. Cookie-RL) und Richtlinien im Urheberrecht
- **Verordnung:** noch in Arbeit: **Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)**

Nationale Ebene in Deutschland

Art. 5 I 2 GG
Rundfunk-
freiheit

Verfassungsrechtlich gebotene besondere Regulierung des Rundfunks wegen dessen **Bedeutung für die öffentliche und individuelle Meinungsbildung → Vielfaltsgebot**

- Rundfunkstaatsvertrag: Unterscheidung zwischen **Rundfunk** und **Telemedien**
Telemediengesetz; Jugendmedienschutzstaatsvertrag
→ *Umsetzung der AVMD-RL (und anderer Richtlinien)*
- Urhebergesetz → *Umsetzung der Richtlinien im Urheberrecht*
- Datenschutzgesetz → *Umsetzung von RL; hier gilt wohl bald die DSGVO*
- Wettbewerbsrecht

II. Rechtliche Betrachtung

2. Medienrechtliche Einordnung des Phänomens „Connected-TV“

EU-Ebene

AVMD-RL: **Linearer** oder **nicht-linearer** audiovisueller Mediendienst

→ AVMD-RL: Zwar System der abgestuften Regelungsdichte und technikneutraler Ansatz

→ Technisches Abgrenzungsmerkmal der Linearität erscheint nicht mehr praktikabel

Nationale Ebene

RStV: **Rundfunk** oder **Telemedien**

→ Einordnung ist entscheidend für die Auswahl der anwendbaren Vorschriften

→ Differenzierte Betrachtung jedes einzelnen Dienstes

→ Gesamtbetrachtung? „**Level playing field**“ bzw. „**level playing screen**“



Entlinearisierung des Fernsehens

→ Rechtfertigung der unterschiedlichen Regulierung von Fernsehen und Onlinemedien, bei zunehmender Konvergenz der Angebote auch im Nutzereindruck?

→ Kritik an der Anwendung verschiedener Gesetze auf einem Bildschirm

II. 3. Problemfelder

a. Vielfaltsgefahren durch neue Gatekeeper

Connected-TVs als **Bottlenecks** und **Gatekeeper** –

Neue Gefahren für die Meinungsvielfalt!?

Gatekeeper durch

- Kontrolle über Zugang zum App-Markt
- Kontrolle über Belegung der Portale
- Kontrolle über Zugang zu HbbTV-Anwendungen

→ Lösung über **Plattformregulierung** im RStV?

Derzeitige Rechtslage: Begriff des Plattformanbieters nach h.M. nicht einschlägig

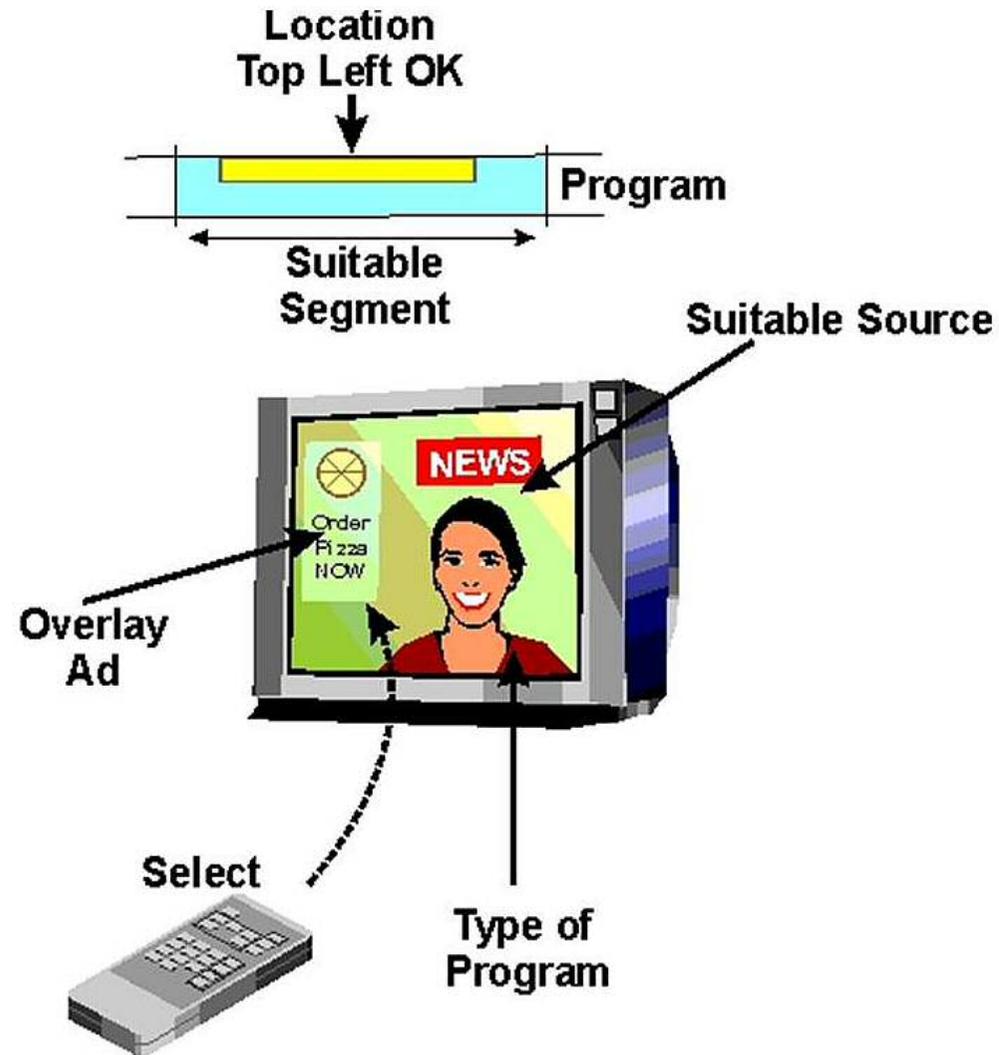
Daher **Regelungsbedarf?** „Must-be-found“-Regelungen?

- Umfasst vom Vielfaltsgebot? Hintergrund des Vielfaltsgebots: Meinungsbildungsrelevanz?
- Tatsächliche Gefahr?

II. 3. Problemfelder

b. Overlay-Ads

→ Unkontrollierte
(Werbe-)einblendung
durch Dritte



II. 2. Problemfelder

b. Overlay-Ads

Anwendbare Regelungen:

- *Plattformregulierung im RStV* → **Veränderungs- und Vermarktungsverbot** (-)
- *Urheberrecht* → **Leistungsschutzrecht für Sendeunternehmen** (-)
- *Wettbewerbsrecht* → Regelungen des **UWG** (-)
 - Derzeit kein wirksamer Schutz der Integrität der Inhalte der Programmveranstalter

→ Regelungsbedarf? ***Investitionsschutz für Rundfunkveranstalter?***

Leistungsschutzrecht: Schutz der Sendeunternehmer vor unentgeltlichen Leistungsübernahme zur eigenen wirtschaftlichen Verwertung durch Dritte

→ ***Wettbewerb um Aufmerksamkeit***

Regulierung der Mittel? Regulierung der Steuerbarkeit durch den Rezipienten?

III. 3. Problemfelder

c. Kommerzielle Kommunikation / Werbung

Branded Red Button



Abb. Quelle: http://www.ip.de/smart_tv/smart_tv_werbeformen/branded_red_button.cfm

II. 3. Problemfelder

c. Kommerzielle Kommunikation/Werbung

P

Regulierung von **Werbung in Rundfunkangeboten**, wenn ergänzende Mediendienste unmittelbar an Rundfunkinhalte anknüpfen?

→ **Branded Red Button**: Verknüpfung zwischen linearen und non-linearen Werbemöglichkeiten

→ **Anwendbarkeit der Regelungen aus dem RStV!**

- Trennungsgebot, falls Verknüpfung aus dem redaktionellen Programm heraus
- Qualitative Werbemaßnahmen, insb. **Product Placement**

II. 3. Problemfelder

d. Datenschutz

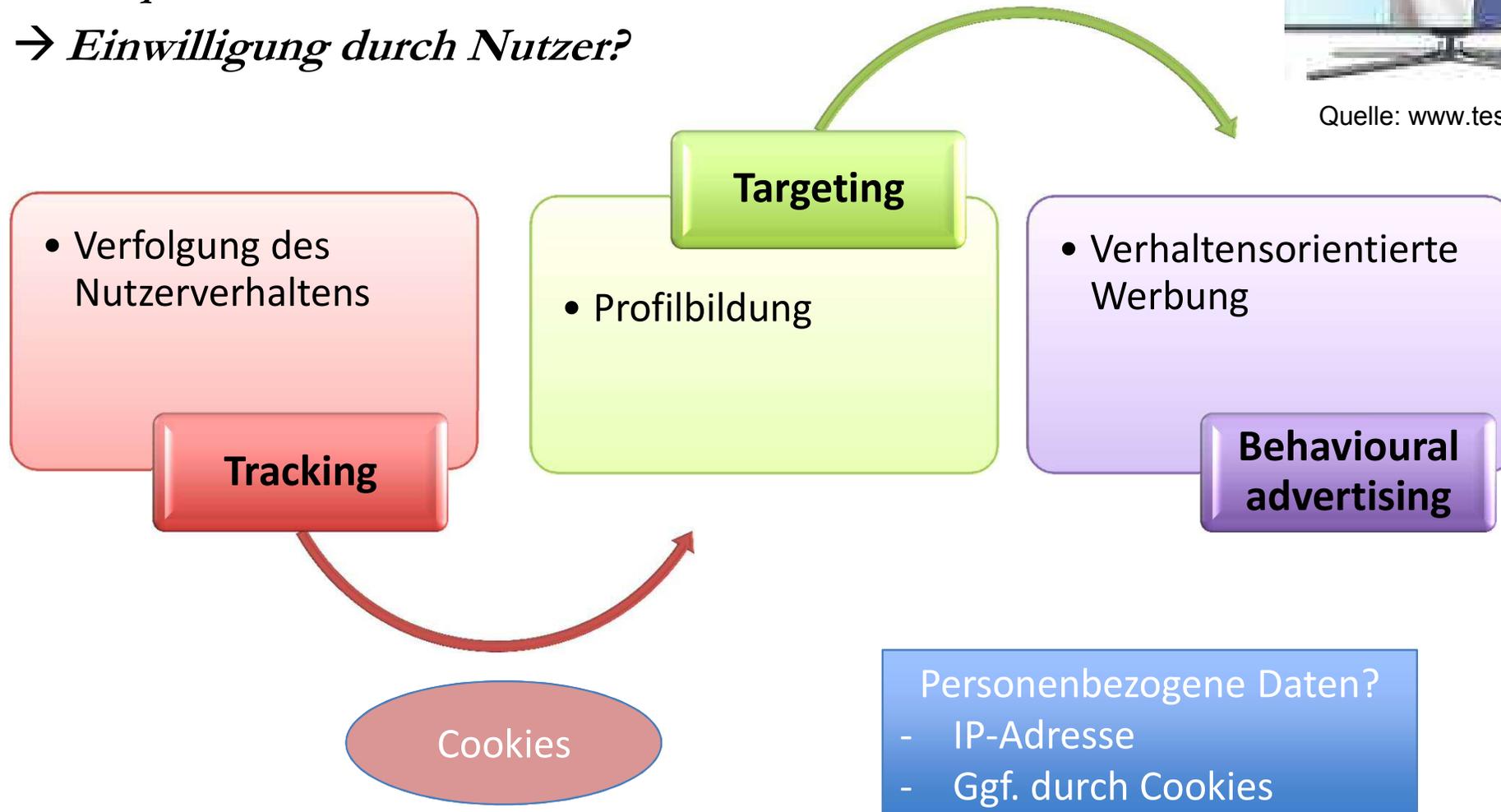
„Spion im Wohnzimmer“

→ Gefahr für die anonyme Fernsichtnutzung in der Lean-Back-Perspektive?

→ Einwilligung durch Nutzer?



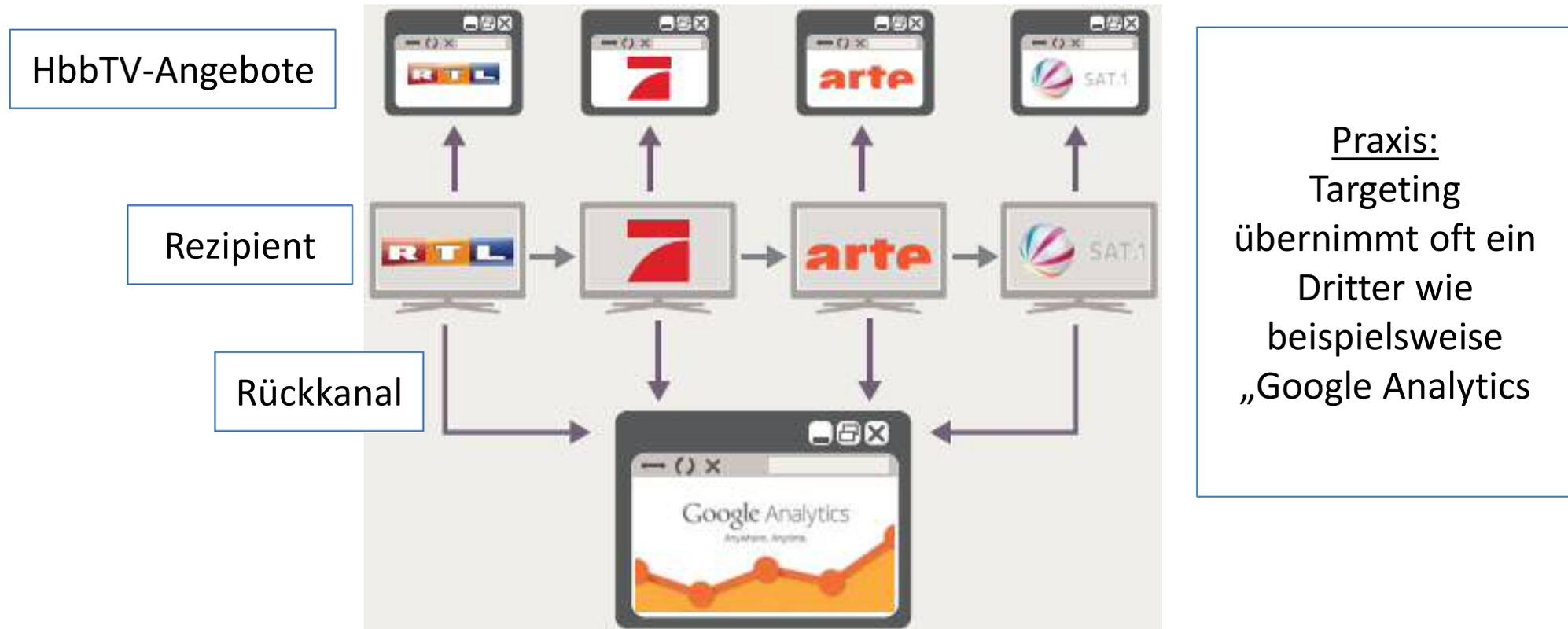
Quelle: www.test.de



II. 3. Problemfelder

d. Datenschutz

- Datenanalyse über Rückkanal: Fernseher sendet Daten an Sender, den Gerätehersteller oder sonstige Dritte;
- Teilweise reicht allein das Einschalten des Programms aus, um Analyse zu starten

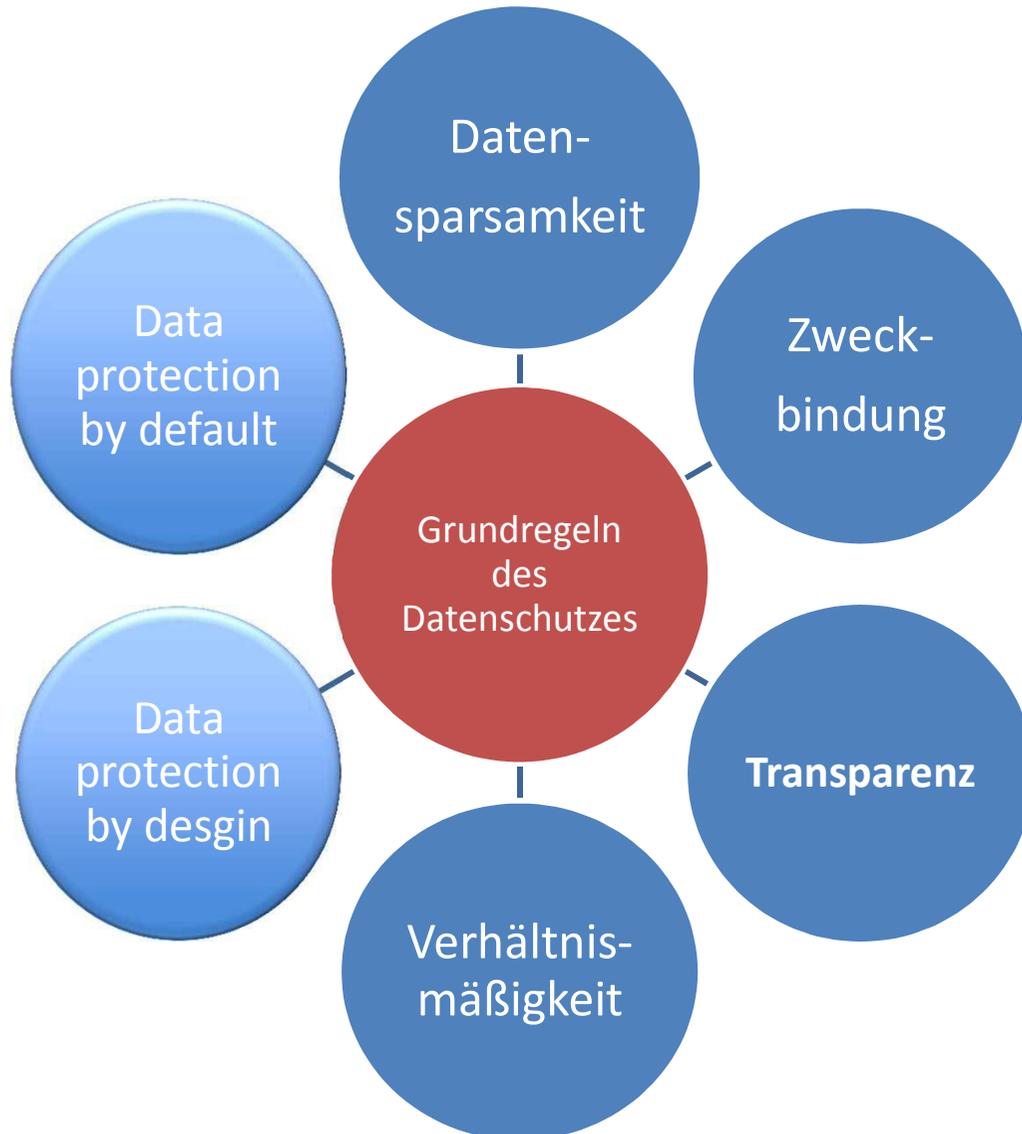


Quelle: <http://www.heise.de/security/meldung/Spion-im-Wohnzimmer-c-t-ertappt-schnueffeln-de-Fernseher-2096578.html?view=zoom;zoom=2>

II. 2 Problemfelder

d. Datenschutz

Grundregeln des Datenschutzes



Rechtsquellen:

- EU-Richtlinien
- Bald: EU-Datenschutzgrund-VO
- BundesdatenschutzG
- LandesdatenschutzG
- Telemedieng

Fazit

→ Die derzeitige Regulierung ist im Hinblick auf hybride TV-Formen nur eingeschränkt zukunftsfähig!

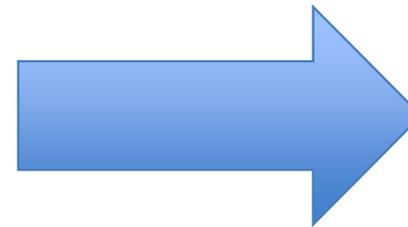
→ **Regulierungsbedarf je nach Problem hinterfragen!**

→ **Umgang mit Aufmerksamkeitstransfer aufgrund Kombination von TV und Internet?**

Derzeitige Regelungsinitiativen

→ National:
„Medienstaatsvertrag“

→ Unionsebene:
- „Grünbuch Konvergenz“
- Möglicherweise Änderung der AVMD-RL
- Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Michael Naumann
- Wissenschaftlicher Mitarbeiter -

Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Rechts- und Wirtschaftswissenschaften
Lehrstuhl Prof. Dr. Matthias Cornils

Tel.: +49 (0) 6131/39-22012

E-Mail: naumanm@uni-mainz.de