

Viviane Reding

Mitglied der Europäischen Kommission, verantwortlich für
Informationsgesellschaft und Medien

Die EU und die digitale Medienwirtschaft

Check Against Delivery
Seul le texte prononcé fait foi
Es gilt das gesprochene Wort

Tagung "6. Bieler Kommunikationstage"
Eröffnungsrede – Biel (Bienne) Schweiz, 25 - 26. Oktober 2007

Sehr geehrter Herr Leuenberger, sehr geehrter Herr Furrer, meine Damen und Herren,

ich bedauere sehr, dass ich an den diesjährigen Bieler Kommunikationstagen nicht persönlich teilnehmen kann. Ihre Tagung beschäftigt sich mit Themen, die die Europäische Union und alle Regulierungsbehörden weltweit täglich beschäftigen: neue Kommunikationsformen, Handy TV, Wettbewerb zwischen Plattformen, Zukunft der Presse, und viel mehr. Die Europäische Kommission hat angefangen, einige der Fragen über den geeigneten Rechtsrahmen für Konvergenz zu beantworten: Neue Richtlinie "Audiovisuelle Mediendienste ohne Grenzen", Strategie über mobiles Fernsehen, kommende Modernisierung des Rechtsrahmens für elektronische Kommunikationen, Initiative über kreative Inhalte Online.

Insgesamt erfreuen sich kreative Inhalte wachsender Bedeutung. So wird unter anderem in Europa immer mehr ferngesehen. Während der durchschnittliche Westeuropäer vor circa zehn Jahren rund 196 Minuten pro Tag fernsah, sind es laut einer im Jahre 2006 veröffentlichten Untersuchung der Vermarktungsgesellschaft IP und der RTL Group im Jahr 2006 rund 222 Minuten gewesen. Es wird sie sicherlich interessieren, dass in der deutschsprachigen Schweiz mit 148 Minuten vergleichsweise wenig ferngesehen wird.

Was den Videospiegelmarkt anbetrifft, so sei nur auf die Besucherzahlen der diesjährigen Leipziger Games Convention hingewiesen. 2002 wurden noch 132.000 Besucher verzeichnet, wohingegen deren Zahl mittlerweile auf 185.000 angestiegen ist.

Unterdessen sind in Westeuropa noch nie so viele MP3-Player verkauft worden wie im vergangenen Jahr. Der Absatz stieg exponentiell. Der Nutzen für die Plattenindustrie ist verständlicherweise enorm.

Gleichzeitig sind die traditionellen Medien zunehmender Konkurrenz durch das Internet ausgesetzt. Für kreative Inhalte bedeutet dies, dass sie zunehmend digital verbreitet werden. Im Segment der Videospiele (online, mobile) wird ein Zuwachs der Einnahmen von 699 Millionen Euro im Jahr 2005 auf grob 2,3 Milliarden Euro im Jahr 2010 vorausgesagt. Für die Online-Verbreitung von TV-Programmen (Video-on-demand und digitale Werbung) wird für den gleichen Zeitraum eine Zunahme von 4,5 Millionen Euro auf 689 Millionen Euro prognostiziert.

Hierzu passend interessieren sich einer neuen OFCOM (die britische Regulierungsbehörde) Studie zufolge junge Menschen zwischen 16 und 24 Jahren immer weniger fürs Fernsehen. Dagegen nimmt das Internet einen zentralen Platz in ihrem Tagesablauf ein. Über 70 % dieser Gruppe nutzten das Internet (2005/2006) um sich kennen zu lernen oder auszutauschen. Auch zahlreiche andere Studien sagen voraus, dass das Internet schrittweise das Fernsehen vom Spitzenplatz der Medien bei den jungen Menschen verdrängen wird.

Online-Inhalte ihrerseits können für das Wachstum der europäischen Informations- und Kommunikationstechnologien und Medien eine entscheidende Rolle spielen. Nach einer von der EU-Kommission in Auftrag gegebenen Studie sollen die Umsätze aus digitalen Online-Inhalten insgesamt in Europa bis 2010 auf 8,3 Milliarden steigen – das entspräche einer Vervierfachung in nur vier Jahren.

Die beschriebene Entwicklung, die wir mit dem Schlagwort Konvergenz bezeichnen, bedeutet grundsätzlich einen Zuwachs an Angeboten. Ein Garant für einen höheren Konsum von Inhalten und neuen Plattformen ist sie damit noch nicht. Deshalb brauchen wir vertrauenswürdige Angebote, die den Nutzern strukturierte Inhalte bieten und zugleich benutzerfreundlich und technisch sicher sind.

Es gibt aber bereits heute erste Negativerfahrungen: So verleihen Verbraucherschutzorganisationen ihrem Unmut über die vielfache Missachtung von Rechten der Konsumenten beim Online-Kauf von Medien Ausdruck. Im Übrigen berichten einige Mitgliedstaaten, dass digitale Dienste sich regelmäßig unter den Hauptbeschwerdequellen von Verbraucherschutzbehörden wieder finden. Bezeichnend sind auch Fälle, in denen Kinder mobile Mediendienste nutzen, ohne sich der Risiken bewusst zu sein. Um den Schutz von Minderjährigen zu verbessern, hat die EU im Jahre 1999 das Programm "Safer Internet" geschaffen. Dieses Programm soll den Risiken vorbeugen, denen unsere Kinder im Internet ausgesetzt sind.

Meine Damen und Herren,

Im Kontext dieser sich technologisch verändernden Medienlandschaft spielen Online-Inhalte eine prominente Rolle zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Europäischen Union. Mobilität verändert weiter die Dimension der Konvergenz.

Dieser letzter Punkt gerechtfertigt die EU Strategie über Handy TV. Angesichts wichtiger Sportereignisse wie der Fußball-Europameisterschaft und

der Olympischen Spiele gilt das Jahr 2008 als ein entscheidendes Jahr für die Einführung des Mobilfernsehens in Europa. Das mobile Fernsehen führt die persönliche Mobilkommunikation – einen der dynamischsten europäischen Märkte – mit den audiovisuellen Inhalten zusammen und wird dadurch zum Vorreiter für hochwertige, innovative Dienste.

Bisher ist die Einführung und Ausbreitung von Mobilfernsehdiensten in der EU schleppend verlaufen. Zugleich haben die Wettbewerber Europas, vor allem aus Asien und den USA, bedeutende Fortschritte gemacht, so dass Europa Gefahr läuft, seinen Vorsprung auf dem Gebiet des Mobilfunks einzubüßen und eine großartige Wachstums- und Innovationschance zu vergeben.

Die Kommission hat deshalb am 18. Juli 2007 eine Strategie über Mobilfernsehen vorgelegt, welche die Entwicklung dieses viel versprechenden Dienstes fördern und die Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Einführung von Mobilfernsehen in der EU schaffen soll. Wir haben hier drei Schlüsselfaktoren für die erfolgreiche Einführung des Mobilfernsehens ermittelt. So gilt es zum einen durch eine flächendeckende Einführung des DVB-H Standards einer Fragmentierung des Binnenmarktes vorzubeugen. Zum anderen müssen Innovations- und investitionsfreundliche Rahmenbedingungen geschaffen werden, indem die bestehende Rechtsunsicherheit aufgrund unterschiedlicher Genehmigungsverfahren in den Mitgliedstaaten beseitigt wird. Zu guter Letzt darf es zu keinen Verzögerungen bei der Bereitstellung hochwertiger Frequenzen für Mobilfernsehdienste kommen. Die Kommission wird in einer Mitteilung über die digitale Dividende, die für Ende 2007 geplant ist, ihre Strategie für die Nutzung der durch die Analogabschaltung frei werdenden Frequenzen darlegen.

(je vais maintenant continuer en français)

Pour assurer le respect de certains principes de politique publique tels que l'existence d'une concurrence saine ou la protection des jeunes et des consommateurs, nous avons besoin partout en Europe de régulateurs forts et indépendants, qui contribuent, avec le législateur à aider au développement de nouveaux services. La multiplication de l'offre audiovisuelle en Europe, gratuit, payant, privé, public, ainsi que la pénétration du haut débit dans les foyers, sont facilitées par l'environnement juridique. Si nous regardons vers d'autres parties du monde, notamment les Etats-Unis et l'Asie, je crois que, dans les domaines de l'audiovisuel et des télécoms, les Européens ont réussi, au fil des années, à se doter d'un environnement juridique favorable au niveau communautaire.

Ainsi, dès 1989, la directive "télévision sans frontières" a ouvert le marché intérieur européen aux opérateurs de radiodiffusion, leur assurant une meilleure sécurité juridique et les avantages liés à l'effet de levier du marché intérieur. En parallèle, ce cadre juridique a mis en œuvre une coordination de principes d'intérêt général relatifs à la protection des mineurs, à la protection des consommateurs ou encore à la promotion de la diversité culturelle. Un défi pour les régulateurs est d'anticiper – afin d'accompagner – l'évolution du marché en essayant de prévoir le rythme de son évolution.

La directive sur les services de médias audiovisuels, qui entrera en vigueur avant fin novembre et dont la transposition aura une durée maximale de 24 mois établit un excellent équilibre entre approfondissement du marché intérieur et garantie des valeurs fondamentales. Le champ d'application de la

directive étend de manière proportionnée ces valeurs aux services audiovisuels à la demande et réaffirme, en le précisant, le principe de neutralité de la réglementation par rapport à la plateforme de diffusion. Ceci est particulièrement important à un moment où les régulateurs dans le reste du monde s'interrogent sur le traitement de la TV sur IP et de la télévision mobile. Avec notre cadre modernisé, nous donnons à nos opérateurs une sécurité juridique que beaucoup nous envient!

Conformément au principe de proportionnalité, la directive fait le choix d'une régulation modulée en fonction du degré de contrôle du téléspectateur, et elle encourage les Etats membres à utiliser pour sa mise en œuvre – c'est-à-dire au-delà de sa transposition, qui leur incombe en tout état de cause – des systèmes efficaces d'autoréglementation et de coréglementation. Comme la directive "télévision sans frontières", la directive sur les services de médias audiovisuels est fondée sur le principe du pays d'origine et donc mérite pleinement l'ajout des mots "sans frontières". En vertu de ce principe, chaque prestataire de services audiovisuels ne relève de la compétence que d'un seul Etat membre, celui sur le territoire duquel il est établi. Le corollaire de ce principe est que l'Etat de réception des programmes n'est pas compétent pour réglementer les programmes audiovisuels émis à partir d'un autre Etat membre. Cette considération est aussi importante pour la Suisse, qui est étroitement associée à l'Union européenne dans ce secteur.

Une preuve de ces liens étroits est la participation de la Suisse au programme MEDIA, qui vient d'être confirmée et prolongée jusqu'à 2009 au moins. Je me réjouis que les professionnels suisses de l'audiovisuel mon-

tent des projets avec leurs homologues européens, et contribuent ainsi à la vitalité du cinéma suisse et à la diversité culturelle européenne,

Monsieur le Conseiller fédéral, cher Monsieur Furrer, mesdames et messieurs,

Je vous souhaite d'excellentes et fructueuses Journées 2007 de la Communication à Biel.