

Inhalt

Vorwort	3
Einleitung	7
1. Methodisches Vorgehen	9
2. Digitales Pay-TV in Deutschland – Eine Bestandsaufnahme	11
2.1 Entwicklung des Pay-TV in Deutschland	11
2.2 Entwicklung des digitalen Pay-TV im europäischen Ausland	22
2.2.1 Frankreich	22
2.2.2 Großbritannien	23
2.2.3 Italien	25
2.2.4 Spanien	27
2.3 Medienpolitische und rechtliche Rahmenbedingungen	28
2.4 Technische Entwicklung	34
2.4.1 Verbreitungswege	34
2.4.1.1 Breitbandkabel	34
2.4.1.2 Satellit	37
2.4.1.3 Andere Verbreitungswege	38
2.4.2 Decoder-Standards	39
2.4.2.1 Simulcrypt versus Common Interface	40
2.5 Medienausstattung und Mediennutzung	42
2.5.1 Ausstattung	42
2.5.2 Zeitbudget	44
2.5.3 Spartennutzung	47
2.5.4 Medienbudget	49
2.6 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen digitalen Pay-TV	53

3.	Entwicklungspotenziale digitalen Pay-TV's in Deutschland	60
3.1	Programm- und Angebotsstrategien für digitales Pay-TV	60
3.2	Technische Verbreitungswege und Decoder-Standards.....	64
3.3.	Medien- und kartellrechtliche Rahmenbedingungen	67
3.4.	Nutzungspräferenzen des Publikums	68
3.5.	Konvergenz und Konkurrenz von digitalem Pay-TV und Online-Angeboten.....	72
3.6.	Finanzierungs- und Marktpotenziale	74
4.	Zusammenfassung	77
	Anhang	
A.	Chronik der Entwicklung des digitalen Pay-TV's in Deutschland	81
B.	Verzeichnis der Tabellen und Grafiken.....	111
C.	Verzeichnis der Abkürzungen	113
D.	Literatur	114
E.	Liste der befragten Experten	125
F.	Ergebnisse der schriftlichen Befragung (Tabellenteil)	126