



**Pressekonferenz am 15. März 2000 / Münchner Künstlerhaus
Statement der Rundfunkanstalten von Herbert Tillmann, Techn. Direktor / BR, München**

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ARD und ZDF werden zur Unterstützung der Markteinführung mit der Ausstrahlung von MHP-Prototypen beginnen. Wir werden einen Prototypen des EPG ausstrahlen und noch im Verlaufe dieses Jahres mit weiteren Applikationen an den Start gehen. Angedacht sind dabei z.B. ein Newsticker und ein Börsenticker.

Wir werden dies tun, um zum einen die Endgeräteindustrie bei der Umsetzung des Standards zu unterstützen. Wir versprechen uns davon zum anderen natürlich auch Erkenntnisse zur technischen Machbarkeit, zur Qualität der Offenheit des Standards sowie Erfahrung bei der konkreten Applikationsentwicklung. Hier werden wir alle Erfahrung sammeln müssen.

Mit der Einführung von MHP sind wir dem Ziel - der durchgehend standardisierten Plattform für Digitales Fernsehen - wieder ein Stück näher gekommen. Wir versprechen uns durch die Markteinführung von MHP eine langfristig garantierte Offenheit der Decodersysteme.

Auch im Digitalen Fernsehen soll gelten: der Kunde bleibt König!
Er soll letztendlich über das Programm, den Dienst und sein Endgerät entscheiden können.

Marktgerechte Diensteentwicklung in Deutschland

Ohne die Konsumenten mit zu komplexen Anwendungen zu überfordern, wird der sanfte Einstieg in die MHP-Dienstwelt sicherlich im ersten Schritt auf der Basis von videotextartigen Diensten erfolgen - wobei MHP natürlich eine erheblich verbesserte Form der Präsentation erlauben wird.

Bei E-Commerce und E-Mail-Diensten werden wir berücksichtigen müssen, daß derartige Dienste bereits über andere Netze (z. B. Internet) verfügbar sind und der Erfolg maßgeblich davon abhängen wird, daß entsprechende Alleinstellungsmerkmale bzw. ein sichtbarer Mehrwert bei der MHP-Nutzung für den Konsumenten erkennbar sind.

Grundsätzlich werden MHP-Anwendungen für den Massenmarkt konzipiert, um die beim Fernsehen bestehende Situation wirkungsvoll zu nutzen. Dabei wird man als Anbieter auf einfache Bedienvorgänge achten müssen, um die Akzeptanz für solche Dienste nicht zu beeinträchtigen.

Generell werden wir jede MHP-Anwendung im Konkurrenzumfeld anderer Systeme und Netze sehen müssen. Die sorgfältige Prüfung des Nutzens für die Teilnehmer steht hierbei im Vordergrund. Wie wir alle wissen sind Dienste über unterschiedliche Netze bereits verfügbar oder realisierbar - Stichwort: "Konvergenz der Medien". Die Akzeptanz der Teilnehmer für diese neue Dimension des Digitalen Fernsehens wird von der erkennbaren Kosten-Nutzen-Relation abhängen.

Evolution im Bereich der Dienstentwicklung

Mittlerweile sind die meisten der FreeTV-Anbieter digital on air. Die ersten Anbieter von ganzen Programmfamilien, sog. Bouquets, sind ARD, ZDF, RTL und Premiere.

Die Bouquets von ARD (ARD-Digital), ZDF (ZDF-Vision) und RTL (RTL-World) bieten zusätzlich zu den digitalen Hörfunk und und z.T. neuen Fernsehkanälen bereits multimedial aufbereitete Zusatzdienste an.

- Die Elektronische Programmzeitschrift - Alles auf einen Blick

Das Besondere an digitalen Programmangeboten sind einfach zu bedienende Navigations- und Informationssysteme; so genannte Electronic Program Guides (EPG) oder Elektronische Programmzeitschriften.

- Das Lesezeichen

Ein besonderes Merkmal des ARD-EPG z.B. ist das Lesezeichen. Die Elektronische Programmzeitschrift und das Lesezeichen stellen eine intelligente, inhaltliche Vernetzung des Programmangebotes her.

- Fernsehen interaktiv - Digitext und Online-Kanal

ARD und ZDF bringen bereits bzw. planen in nächster Zukunft multimediale Inhalte mit einer interaktiven Steuerung auf den Fernsehschirm. ARD und ZDF bieten damit schon heute ein Stück des interaktiven Fernsehens der Zukunft.

- Digital TV interaktiv - neue Unterhaltungsformate

Digitales Fernsehen bietet neuer Sendungsformate, interaktive Funktionalitäten und eine engere Einbeziehung des Zuschauers ins Programm. Erstes Beispiel für ARD interaktiv ist die Primetime-Show "Verstehen Sie Spaß". Die ARD plant den Ausbau von ARD interaktiv mit weiteren Formaten in den Bereichen Science, Sport und Krimi.

Internet-Zugang

Die steigende Attraktivität des Internets mit seinem reichhaltigen Produktangebot und die guten Perspektiven für den Ausbau der kommerzielle Nutzung des Internets bringen es mit sich, daß für Diensteanbieter der Zugriff auf das "Web" über das Fernsehgerät immer mehr an Bedeutung gewinnt. Synergien auf Anbieterseite und Erschließung einer neuen Nutzer- und Kundenschicht stellen uns klar vor die Aufgabe, Technologien so zu gestalten, daß ausgehend vom Endgerät -Fernseher bzw. Decoder- eine Brücke geschaffen wird, die eine einfache Verbindung der bislang klassisch getrennten Medien ermöglicht.

Dienstpalette der nächsten Jahre

Die Umfrage der Deutschen TV-Plattform vom Dezember 1999 hinsichtlich zu erwartender Dienstangebote ergab zusammengefaßt folgendes Bild:

- box- und netzwerkspezifische Basisnavigatoren
- weitere anbieterspezifische Program-Guides
- e-Mail
- e-Commerce
- Home Banking
- interaktive Sendungsformate mit Nutzung des Rückkanals (gameshows, Sportsendungen)
- Push-Informationsdienste
- RDS- bzw. DAB-Zusatzdienste über DVB
- Informationsdienste mit Nutzung des Rückkanals
- Messaging-System (ähnlich SMS)
- Internet-Zugang