

## Digitales Fernsehen auf der CeBIT

### **Erstmals Gemeinschaftspräsentation der TV-Branche**

*Natürlich setzte auch die diesjährige CeBIT wieder neue Rekordmarken, sei es bei Ausstellern, Fläche oder Besuchern, bei Würstchenverzehr oder Bier- und Sektausschank, natürlich gab es wieder eine - für einen einzelnen Besucher fast nicht zu überschauende - Fülle von Innovationen, Weltneuheiten und Weiterentwicklungen, von Ankündigungen und Visionen, von Gags und Hypes, und natürlich strömte die Fachwelt wieder herbei aus aller Herren Länder, pries lautstark ihre Errungenschaften und verkündete ihre Prognosen. Kein Zweifel: Die Euphorie war groß, bei der Messegesellschaft ebenso wie bei den Ausstellern und sogar bei manchem Besucher.*

Doch gemach: Bei all' der Vielfalt, ja dem Wirrwar konnte mancher auch leicht den Eindruck gewinnen, die Branche verzettelte sich. Nahezu jeder - zumindest von den Großen - entwickelt und propagiert seine eigenen Standards, und nichts passt da zu gar nichts. Ein Beispiel? - Nehmen wir nur die neuen Speicherkarten, wichtig z.B. für MP3 Player oder die neuen digitalen Kameras: *SmartMedia, CompactFlash, Multimedia-Karte und Memory Stick* sind nur die vier wichtigsten von über einem halben Dutzend Speicherformaten, die um die Gunst der Kunden wetteifern.

Nicht viel besser: Die Telekommunikation. Auch hier ein Chaos von Systemen, die manchmal schon technisch überholt sind, bevor sie am Markt richtig Fuß fassen konnten. ISDN und x-DSL, SMS und Super SMS, GSM hier und WAP dort, GPRS morgen und UMTS übermorgen, Bluetooth und Hyper-LAN, aber auch PDAs und Organizer oder Subnotebooks, welcher Konsument soll sich da noch zurechtfinden? Und noch schlimmer: Die Handhabung der Geräte wird immer komplizierter, jedes Gerät soll möglichst alles können.

Kein Zweifel: Einigkeit tut Not, Standardisierung heißt das Gebot der Stunde! - auch wenn wir Deutschen ob dieser Forderung manchmal belächelt werden.

Doch es geht auch anders: Auf der CeBIT war es ausgerechnet die Unterhaltungselektronik, die einen Kontrapunkt setzte. Auf einem Gemeinschaftsstand (Halle 24, F04) zeigten die sonst in hartem Wettbewerb stehenden Unternehmen einträchtig vereint zusammen mit Programmanbietern, Netzbetreibern und Softwareentwicklern *ihre* Version von der Konvergenz der Medien, vom digitalen Radio und Fernsehen von morgen.

Neben dem Thema: "Digital Radio", das sich hauptsächlich um DAB drehte, stand dabei die Multimedia Home Platform (MHP) im Mittelpunkt. Sie schafft für die neuen Multimedia-Anwendungen der Zukunft eine einheitliche Basis, die garantiert, daß *alle* Anwendungen auf *allen* Geräten dargestellt werden können: also Free-TV und Pay-TV einschließlich der zugehörigen EPGs, interaktive Unterhaltung und Information, aber auch Internet-Dienste bis hin zum Versand von eMails via TV-Gerät und zum Online-Shopping im Wohnzimmer.

Eine "Verzettelung", wie oben beschrieben in der IT-Branche, die zwangsläufig zu einer Fragmentierung des Marktes führt und damit eine zügige Marktentwicklung verhindert, ist damit abgewendet!

MHP ist also gewissermaßen der "Sesam-Öffne-Dich" für einen einheitlichen horizontalen Markt, der letztlich Vorteile für alle Beteiligten bietet: den Anbieter ebenso wie den Service-Provider und natürlich den Konsumenten.

MHP war aber nicht nur am Gemeinschaftsstand zentrales Thema:  
Auch auf ihren jeweiligen Firmenständen zeigten die Beteiligten Geräte und Anwendungen zur MHP, so z.B. an den Ständen von ASTRA, convergence, IRT, Nokia, Panasonic, Philips, Sony, Sun, TechniDATA, Deutsche Telekom und ZDF.vision (in alphabetischer Reihenfolge).