

Orientierungshilfen ...

Symposium liefert Zwischenbilanz und Ausblick

Unter dem Titel: „Fernsehen am Wendepunkt“ hatte die TV-Plattform zu ihrem mittlerweile 10. Symposium geladen, und nahezu alles, was Rang und Namen hat in der Medienwirtschaft, war zu diesem Jubiläum erschienen. Weit über 200 Teilnehmer folgten am 1. März im Hamburger CongressCentrum den Ausführungen der hochrangigen Referenten, die es meisterlich verstanden, in neutraler Weise einen Bogen zu schlagen von der Entstehung über die aktuelle Situation bis hin zu möglichen Zukunftsszenarien, und die damit vielen Teilnehmern gewissermaßen Orientierungshilfe gaben.

In seiner Eröffnungsansprache ging **Karl-Peter Becker**, Rundfunkreferent in der Senatskanzlei Hamburg und

dia Home Platform“ (MHP) haben Sie überdies die technischen Voraussetzungen für eine der aktuellsten und akutesten Medienanwendungen geschaffen, zur Verbindung/ Konvergenz von Rundfunk- und Mediendiensten im engeren wie im weiteren Sinne,“ führte Becker aus.

Eine optimistische Sicht der künftigen Entwicklung präsentierte **Jürgen Sewczyk**, Direktor Technik bei RTL NewMedia und Vorsitzender der TV-Plattform. „Digitale breitbandige Dienste erschließen neue Möglichkeiten und neue Chancen, für neue Anbieter ebenso wie für Systementwickler und Gerätehersteller“.

Fortsetzung auf Seite 3

MHP: Referenzimplementierung ausgeliefert

Bereits Anfang Februar hat das Institut für Rundfunktechnik (IRT) nach zehnmonatiger Entwicklungsdauer seine Referenzimplementierung (RI) zur MHP an die beteiligten Partner ausgeliefert. Mit der RI wird der DVB-MHP Standard (Digital Video Broadcasting – Multimedia Home Platform) in ein Java-Programm umgesetzt, das auf einem PC unter Windows lauffähig ist. Das IRT plant in naher Zukunft eine Ausweitung der Möglichkeiten der RI. Sie soll dabei um Testmöglichkeiten für Applikationen für das digitale Fernsehen ergänzt werden, die die Konformität mit dem Standard nachweisen lassen. Weiterhin ist auch an einen Testrahmen für Set-Top-Boxen gedacht. <http://www.irt.de>

Auf dem Podium (von li nach re): Dr. Michael Thiele (Moderator), Karl-Peter Becker (Senatskanzlei Hamburg), Jürgen Sewczyk (RTL NewMedia und Vorsitzender der TV-Plattform) und Cornelis Bossers (Ehrenvorsitzender der TV-Plattform)

in dieser Funktion aktiv u.a. am Projekt DVB-T Norddeutschland beteiligt, auf das derzeit intensiv diskutierte Thema der Digitalisierung der Terrestrik ein.

Becker zeigte sich fest überzeugt: „Die Digitalisierung auch der Terrestrik wird kommen“. Und er bescheinigte Deutschland eine hervorragende Ausgangs- und Wettbewerbsposition, insbesondere was die technischen Übertragungsfazilitäten betrifft. „Ich brauche Ihnen gegenüber die Qualitäten von DVB-T etwa gegenüber dem amerikanischen oder dem japanischen System nicht zu erläutern. Mit der „Multime-

E D I T O R I A L

Was wird aus unseren Kabelnetzen?

Das Kabel ist der wichtigste Übertragungsweg für das Fernsehen, künftig auch für das breitbandige Internet. Um so erstaunlicher ist, wie wenig Aufmerksamkeit es findet, was derzeit mit unseren Kabelnetzen geschieht. Das deutsche Kabel ist erfolgreich: Nirgendwo auf der Welt gibt es so viele Programme für so wenig Geld, allerdings analog und ohne Set-Top-Box. Vielleicht liegt es an unserer Selbstzufriedenheit, dass wir uns um die digitale Zukunft des Kabels so wenig gekümmert haben.

Schade auch, dass wir nicht dem britischen Beispiel gefolgt sind: rechtzeitig den Wettbewerb der Übertragungswege zu fördern. Und zwar durch eine klare Trennung der Kabelnetze von der Telekom bei der Privatisierung. Nun läuft es darauf hinaus, dass amerikanische Investoren unsere Kabelnetze übernehmen, allen voran John Malone mit Liberty Media, der über UPC auch die Netzebene 4 beherrschen könnte. Als letztes deutsches Unternehmen scheidet die Deutsche Telekom AG aus, die zunächst noch in Berlin zeigen wollte, was sie kann. Wie dem auch sei: Gut ist, dass Bewegung in die Kabellandschaft kommt. Aber viele Fragen sind offen:

- *Wo sind die konkreten Ausbau- und Investitionspläne? John Malone steht für den geschickten An- und Verkauf von Kabelnetzen, nicht aber für Ausbau und technologische Innovation.*
- *Wie sieht es mit der Zukunft europäischer Technologien aus, insbesondere der Multimedia-Home-Plattform?*
- *Wie steht es um europäische Inhalte, wenn ein Konzern wie Liberty Media zugleich an amerikanischen Inhalte-Anbietern beteiligt ist, und bei uns einen größeren Anteil des Marktes kontrolliert, als ihm in der USA erlaubt wäre?*

In den anstehenden Kartellverfahren werden die Antworten auf diese Fragen zu geben sein.

Noch wichtiger aber:

Sichern wir die Auswahl für den Verbraucher durch die Entwicklung der anderen digitalen Übertragungswege: über Satellit und terrestrische Frequenzen.



Dr. Hans Hege,
Direktor,
Medienanstalt
Berlin-
Brandenburg

T H E M E N	
▶ 9. DMMK	S. 2
▶ DVB-News	S. 2
▶ Symposium 2001	S. 3
▶ 10 Jahre DTVP	S. 4
▶ CeBIT 2001	S. 5
▶ Unternehmensportrait	S. 6

9. Deutscher MultiMedia Kongress Special der TV-Plattform zum Thema MHP

„Online meets TV, TV meets Online“, - so war das Special über-schrieben, das von der Deutschen TV-Plattform im Rahmen des Deutschen Multimedia Kongress (9. DMMK) am 4. Mai in Stuttgart veranstaltet wurde. Im Untertitel war das eigentliche Thema, die Multimedia Home Platform MHP, versteckt: „MHP – Brücke zwischen Fernsehen und Internet“.



Dr. Wilfried Geuen, Panasonic, bei seinem Einführungsvortrag zur Multimedia Home-Plattform

Vier hochkarätige Referenten garantierten für Informationen aus erster Hand. Den Anfang machte Herbert Tillmann, Technischer Direktor des Bayerischen Rundfunks, der in seinem Vortrag die realisierten Multimedia-Angebote des öffentlich rechtlichen Rundfunks genau so aufzeigte wie dessen Zukunftspläne. Den Wandel vom Rundfunk zum Multimedia-Service-Angebot beschrieb Tillmann mit vielen Beispielen. Radio, Fernsehen und Online-Angebote ergänzen sich zur Multimedia-Plattform. Ebenfalls aus Sicht der Rundfunkanstalten zeigte Jürgen Sewczyk, Technischer Direktor von RTL NewMedia und Vorsitzender der Deutschen TV-Plattform, die Wandlung vom Pantoffelkino zum interaktiven Fernsehen auf. Seinen Gedanken, Beispielen und Fakten zur Konvergenz konnten die Kongressteilnehmer anhand vieler Beispiele folgen.

Technischer wurde es in den Ausführungen von Dr. Georg Lütteke, Chairman der MHP-Gruppe des DVB Projektes und geistiger Vater der Multimedia Home Platform (MHP). Er beschrieb die ‚Brücke zwischen Fernsehen und Internet‘ in allen Möglichkeiten. Weitere Fakten zur Technik, Anwendung und Markteinführung von MHP steuerte Dr. Wil-

fried Geuen, Panasonic European Laboratories, bei. Dr. Geuen moderierte auch den anschließenden Workshop, in dem verschiedene Beispiele, Inhalte sowie die Programmierung von MHP-Applikationen live, gewissermaßen also „zum anfassen“ präsentiert wurden. Den Grund weshalb sich die TV-Plattform auf dem Deutschen Multimedia Kongress engagierte, umriss Dr. Geuen mit dem Ziel, die Multimedia-Designer zu animieren, MHP, den einheitlichen Standard für digitales Fernsehen, kreativ zu nutzen und umzusetzen.

Am abschließenden Workshop beteiligten sich GMD, das Institut für Rundfunktechnik IRT, Panasonic und TechniData. Panasonic steuerte eine MHP-basierte Set-Top-Box bei, auf der eine Applikation für Wetterinformationen von TV Katalania gezeigt wurde. GMD war mit einem MHP-Prototypen vertreten, der auf Basis des Electronic Program Guide (EPG) des ZDF, ergänzt mit neuen Elementen, die vielfältigen Möglichkeiten von MHP demonstrierte. Dieser EPG ist seit Mai 2000 bereits „on air“. Das IRT informierte über Playout-Szenarien, MHP-Test-Kriterien und Entwicklungsplattformen. Auch die Hintergründe, Daten und Bestandteile digitaler Übertragung auf MHP-Basis wurden von Dr. Rainer Schäfer vom IRT umfangreich dargelegt. Last but not least demonstrierte TechniData live Beispiele des Content-Managements mit Rückkanal am Beispiel einer Zuschauerbefragung über die Set-Top-Box und aktueller Ergebniseinblendung.

Zahlreiche Kongressbesucher nutzten abschließend die Möglichkeit, die Referenten und die Projektbetreuer intensiv zu befragen. Alles in allem eine gelungene Demonstration der Möglichkeiten und Techniken der Multimedia Home Platform MHP vor einem ausgesprochen fachkundigen Publikum.

www.mhp-forum.de

Wer sendet was? Wegweiser durch den digitalen Sendersdchangel

Auf Fragen wie: Was sendet eigentlich ZDF.info? oder: Welche Programme kann ich auf Mallorca empfangen? findet der Digitalfreund jetzt leicht die Antwort: In einer 128-seitigen Broschüre haben die Redakteure der InfoSat Euro-Media S.A. alle frei empfangbaren digitalen TV- und Radioprogramme der Satelliten ASTRA und Eutelsat HotBird zusammengetragen und die einzelnen Sender beschrieben.

Neben den Programmen wird außerdem in einem separaten Kapitel die Empfangstechnik erläutert. Besonders nützlich ist die Zuordnung der FreiSAT-Programme zu den einzelnen Ausleuchtzonen. So kann man auf einen Blick direkt sehen, welche Programme in welchem Ge-

biet empfangbar sind. Die Broschüre ist gegen eine Schutzgebühr von DM 5,- bei der MTP Mediatech & Printronic GmbH, Postfach 520 in 54541 Daun zu beziehen. Sie soll in Kürze auch im Satellitenfachhandel zu haben sein. Aktuell im Internet unter: www.FreiSat-Digital.de oder www.infosat.lu

D V B - N E W S / D V B - N E W S / D V B - N E W S

DVB 2.0: Neue Ziele, neue Aktivitäten

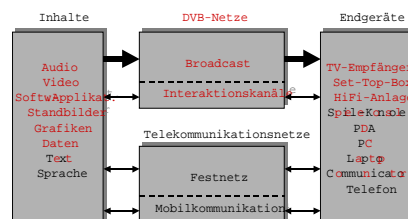
Im Mai 1991, nur wenige Monate nach der Geburt der Deutschen TV-Plattform, wurde das DVB-Projekt gezeugt. Im September 1993 erblickte es das Licht der Welt. Seither hat es sich zu der wohl größten und wichtigsten internationalen Organisation entwickelt, innerhalb derer praktisch alle wesentlichen Spezifikationen für das digitale interaktive Fernsehen und den Datenrundfunk entstanden sind.

Die Deutsche TV-Plattform arbeitet in vielerlei Hinsicht eng mit dem DVB-Projekt zusammen. Langjährige Vorstandsmitglieder der Plattform leiten innerhalb des DVB-Projektes das Promotions- und Communications Module (Dr. Helmut Stein), das Technical Module (Prof. Dr. Ulrich Reimers) bzw. diejenige Gruppe, welche die kommerziellen Zielsetzungen für die Entwicklung der Multimedia Home Platform (MHP) definiert (Dr. Georg Lüttecke). Wichtige Gruppierungen innerhalb der TV-Plattform beschäftigen sich darüber hinaus mit der Umsetzung und Markteinführung von DVB-Systemen (DVB-T, MHP).

Nach dem erfolgreichen Abschluß der Standardisierungsarbeiten für die digitale Übertragung von TV-Programmen war für das DVB-Projekt im Jahr 2000 der Zeitpunkt gekommen, sein Tätigkeitsfeld neu zu definieren. Im Rahmen eines intensiven weltweiten Diskussionsprozesses entstand ein neues Konzept, das im Dezember 2000 dann von der Generalversammlung als **„A Fresh Mission for a New DVB“** verabschiedet wurde. Dabei liegt der Schwerpunkt der neuen Arbeitsphase auf grenzübergreifenden Diensten, die eine Brücke zwischen den verschiedenen Verteilnetzen der Zukunft schlagen und diese miteinander verbinden.

Die wichtigsten Zielsetzungen des neuen Konzeptes sind im Einzelnen:

- Betreuung und Weiterentwicklung bestehender Spezifikationen
- Komplettierung, Betreuung und Weiterentwicklung der Multimedia Home Platform (MHP)
- Einbeziehung von Endgeräten mit eingebauten Speichermedien in die DVB-Spezifikationen
- Skalierung von Diensten und Inhalten, um sie über verschiedenartige Netze bereitstellen zu können
- Übertragung von Inhalten in breitbandigen IP-Netzen
- Entwicklung von Transaktions-, Kopienverwaltungs-, Authentifizierungs- und Zugangskontroll-Mechanismen
- Verknüpfung von Systemen des Rundfunks mit denen der Mobilkommunikation
- Netzwerke im Privathaushalt (mit und ohne „Draht“).



Referenzmodell für die neue Arbeitsphase des DVB-Projektes

Orientierungshilfen ...

Fortsetzung von Seite 1

Durch ihre wechselseitigen Verknüpfungsmöglichkeiten technischer wie inhaltlicher Natur entstehen, so Sewczyk, eine völlig neue Medienwelt, die gekennzeichnet ist durch neue Programme und Inhalte, durch Multimediafunktionen und interaktive Anwendungen. In ihr sind die bisherigen Welten von Fernsehen, Telekommunikation, PC und Internet miteinander verknüpft und zu einem gemeinsamen digitalen und interaktiven Medium zusammengewachsen, für das es bislang

zielgruppengerecht aufbereitet und an das jeweilige Medium angepasst werden.

In seinem Beitrag: „Satellit und Kabel: Schrittmacher der Konvergenz?“ betrachtete **Volker Steiner**, Leiter des Geschäftsbereichs Rundfunk bei der Deutschen Telekom AG, die Entwicklung der Rundfunkverbreitungsmedien Kabel und Satellit und den Einfluß der Konvergenzprozesse auf den Charakter dieser Medien. Er kam zu dem Schluß, daß Kabel und Satellit aufgrund ihrer heute bereits bestehenden Reichweite für digitale Services „eine wesentliche Treiberrolle für die Entwicklung und Einführung neuer Dienste“ spielen werden und daß „dem interaktiven, digitalen Kabelanschluß sicher die Schrittmacherefunktion zukommen“ wird. Parallel dazu, so Steiner, werde der Trend zur mobilen Nutzung der Dienste sich fortsetzen und auch den Aufbau einer breitbandigen terrestrischen Fernsehplattform rechtfertigen, die – gekoppelt mit den auf die Individualkommunikation ausgelegten

Mobilfunknetzen wie UMTS und GPRS – sich komplementär zu leistungsfähigen Plattformen für mobile hybride Dienste ergänzen. Auf Satellit und Kabel folgte ein engagiertes Plädoyer für die Terrestrik. **Dr. Dieter Hoff**, Technischer Direktor des WDR, Köln, erläuterte die Sichtweise der ARD: „DVB-T ist die Schlüsseltechnologie, um der Terrestrik bei der Fernsehversorgung zu einer Renaissance zu verhelfen“. Gründe hierfür seien – so Hoff – die Eigenschaften Portabilität und Mobilität, die heute durch kein anderes technisches System bedient werden: „Gerade in der Möglichkeit zum kostengünstigen, zuverlässigen und drahtlosen Überallempfang liegt neben der Möglichkeit zur Regionalisierung der spezifische Mehrwert der Terrestrik“, erläuterte Hoff und prognostizierte: „Hier stößt DVB-T in eine Marktlücke“. Hoff kündigte an, daß das Programmangebot der ARD für DVB-T ganz auf die Nutzung unterwegs ausgerichtet sein wird. Voraussetzungen für einen Publi-

kumserfolg seien jedoch flächendeckender Empfang über eine einfache Stabantenne, kleine und leichte mobile Endgeräte mit Festplatten-Speicher in der 2. Gerätegeneration sowie ein optionaler Rückkanal für Zuschauerbeteiligung und als Refinanzierungsmöglichkeit für kommerzielle Anbieter.

Nach anfänglicher Euphorie schien es in den letzten Jahren still geworden um das hochauflösende Fernsehen „HDTV“, zumindest in Deutschland. Daß das Thema aber keineswegs zu den Akten gelegt ist, wußte **John G Ive** von Sony Broadcast and Professional Europe. Er be-

richtete über eine Vielzahl von Aktivitäten im Bereich der Produktion, und zwar auf Seiten der Filmstudios und Regisseure (z.B. Pitof, Wim Wenders, George Lucas) ebenso wie der Geräteindustrie (s. hierzu auch: ‚Filmwirtschaft im Umbruch‘, Seite 4). Als Gründe für diesen Aufschwung sieht Ive die jüngste Initiative, einen Industriestandard mit einem ‚Common Image Format‘ (CIF) zu etablieren und die Einführung des ‚24P progressive scanning‘ Standards. Dieses Format sei – so Ive – gleichermaßen ‚filmfreundlich‘ wie auch ‚fernsehfreundlich‘, und zwar sowohl für 50Hz als auch für 60Hz TV-Systeme.



Fast bis auf den letzten Platz besetzt: der Teilnehmersaal

noch gar keinen Namen gibt ... „ITV“, wie die Amerikaner es mittlerweile nennen, würde es vielleicht am treffendsten bezeichnen.

Nach der Darstellung Sewczyks werden die Digitalen Dienste der Zukunft auf drei Plattformen verfügbar sein: **Fernsehen**, **Internet** (mit PC/Monitor) und **UMTS/DVB-T**.

Anhand verschiedener exemplarischer Beispiele lieferte Sewczyk den Teilnehmern jedoch nicht nur einen Eindruck, welch vielfältige Möglichkeiten die Zukunft eröffnet, sondern auch, welche Aufgaben dabei noch zu lösen sind, z.B. um Internet auf dem Fernseher darzustellen, um Interaktivität, eMail und eShopping auf den verschiedenen Plattformen zu integrieren oder um Dienste und Angebote auch mobil uneingeschränkt verfügbar zu machen.

Contentmanagement lautet dabei eine der entscheidenden Herausforderungen für die Inhalteanbieter: Es genügt in Zukunft nicht mehr, Inhalte zu besitzen und zur Verfügung zu stellen, vielmehr müssen sie auch

Mobilfunknetzen wie UMTS und GPRS – sich komplementär zu leistungsfähigen Plattformen für mobile hybride Dienste ergänzen.

Auf Satellit und Kabel folgte ein engagiertes Plädoyer für die Terrestrik. **Dr. Dieter Hoff**, Technischer Direktor des WDR, Köln, erläuterte die Sichtweise der ARD: „DVB-T ist die Schlüsseltechnologie, um der Terrestrik bei der Fernsehversorgung zu einer Renaissance zu verhelfen“. Gründe hierfür seien – so Hoff – die Eigenschaften Portabilität und Mobilität, die heute durch kein anderes technisches System bedient werden: „Gerade in der Möglichkeit zum kostengünstigen, zuverlässigen und drahtlosen Überallempfang liegt neben der Möglichkeit zur Regionalisierung der spezifische Mehrwert der Terrestrik“, erläuterte Hoff und prognostizierte: „Hier stößt DVB-T in eine Marktlücke“. Hoff kündigte an, daß das Programmangebot der ARD für DVB-T ganz auf die Nutzung unterwegs ausgerichtet sein wird. Voraussetzungen für einen Publi-

Branchenprominenz auf dem Hamburger Symposium



Im Gespräch (von li nach re): **H. van Wyk**, President DigiTAG, **Theo van Eupen**, President European Platforms Union (EPU), **Cornelis Bossers**, Ehrenvorsitzender der TV-Plattform und **Wolfgang Becker**, BMWi und Chairman der Initiative Digitaler Rundfunk (IDR) der Bundesregierung



Immer für die Presse zu sprechen: **Theo H. Peek**, Chairman des DVB-Projektes, im Gespräch mit **Rainer Büchen**, Fachjournalist aus Berlin (von hinten)



Wiedersehen nach 10 Jahren: **Cornelis Bossers**, bis 1991 Chef der Deutschen Philips GmbH, Hamburg und Initiator des ersten Symposiums der Plattform im April 1991 im Rathaus Hamburg, im Gespräch mit **LRD Karl-Peter Becker**, Rundfunkreferent der Senatskanzlei Hamburg.



Außerordentliches Vorstandstreffen des DVB-Projektes: **Dr. Helmut Stein**, Nokia und Vorsitzender des Fachverbandes CE im ZVEI sowie Leiter des Promotion and Commercial Module von DVB (li) im ersten Gespräch mit **Drs. Theo Peek**, Chairman des DVB-Projektes



Pressvertreter unter sich: **Peter Weber** (li), freier Journalist aus Hamburg und **Wolfgang E. Schlegel**, Chefredakteur Radio-Fernsehen-Elektronik (RFE)



Beim Fachsimpeln (von li nach re): **Dr. Roland Rathel**, Loewe AG, **Wilhelm Kahle**, Ehrenvorsitzer des Fachverbandes Consumer Electronics im ZVEI und **Dr. Peter Bergmann**, bis 1997 Geschäftsführer des Fachverbandes

Über den Fortgang der Arbeiten im mittlerweile weltweit aktiven DVB-Projekt berichtete anschließend **Prof. Dr. Ulrich Reimers**, TU Braunschweig und Leiter des Technical Module. Die Kernaussagen seines Beitrags finden Sie in den „DVB-News“ auf Seite 2.

Die beiden folgenden Beiträge von **Dr. Georg Lütteke**, Philips und **Dr. Helmut Stein**, Nokia boten einen Ausblick auf Systeme und Geräte der Zukunft. Wegen terminlicher Verhinderung von Dr. Lütteke wurden sie zu einem Vortrag zusammengefasst. So berichtete Dr. Stein zunächst über Multimedia-Anwendungen und Interaktivität, die Multimedia-Home-Plattform (MHP) und das Zusammenwachsen von TV und Internet, über erste Ansätze zur Heimvernetzung sowie die Themen Speicherung, Personalisierung und individuelle Programmzusammenstellung, wie sie z.B. mit neuartigen SetTop-Boxen mit eingebauter Festplatte und einer sog. „Speicher Software Engine“ möglich sein werden. Bei diesen neuen Geräten spielen die Softwarekonzepte eine immer größere Rolle und bestimmen weitgehend die Entwicklung.

In seinem eigenen Beitrag beschäftigte sich Stein mit der drahtlosen Kommunikation von morgen. Die Entwicklung in Richtung *Wireless Home* – also zur drahtlosen Kommunikation über Netze im „Intelligenten Heim“ – macht derzeit große Fortschritte. Mit Hilfe eines *Wireless Lokal Aerea Networks* („WirelessLAN“) lassen sich Büroräume oder auch Privatwohnungen mit Internet-Inhalten sozusagen „ausleuchten“. Verwendet wird der Standard IEEE 802.11 mit einer Datenrate von derzeit 11 MBit/s, der – über 22 MBit/s – voraussichtlich bald in Richtung Hyper-LAN mit Datenraten von 56 MBit/s erweitert wird.

Den nächsten logischen Schritt bei dieser Entwicklung bildet ein Home Gateway Terminal, das neben der reinen IP-Funktionalität auch Steuervorgänge – etwa zur Überwachung oder zur Optimierung der Energienutzung – im Heim abwickeln kann und zugleich die Möglichkeit zur (mobil-)telefonischen Fernabfrage von Funktionen oder Geschnissen im Heim bietet.

Als effizientes Mittel gegen



Cornelis Bossers, Gründungsvorsitzer und heute Ehrenvorsitzender der Plattform, schilderte noch einmal die Motive zur Gründung der Plattform und ihre Zielsetzung



Jürgen Seuczyk (RTL NewMedia), amtierender Vorsitzender, begrüßt die Mitglieder und Gäste und zog eine positive Zwischenbilanz der bisherigen Arbeit der Plattform

10 Jahre Deutsche TV-Plattform

Geboren aus der Erkenntnis, daß ohne branchenübergreifende Kommunikation und Information eine Veränderung wie die Digitalisierung des Fernsehens in dieser globalisierten Welt gar nicht mehr möglich ist, hat die TV-Plattform mittlerweile ihr zehntes Lebensjahr vollendet – durchaus erfolgreich, wie auch Außenstehende ihr bescheinigen.

Nun sind 10 Jahre sicher kein Anlass für euphorische Jubelfeiern, aber Grund genug, einen kurzen Blick zurück zu werfen und eine Zwischenbilanz zu ziehen.

Die Mitglieder taten dies und feierten diesen Anlass am Vorabend des zehnten Symposiums mit einem gemeinsamen Abendessen im Kreise hochrangiger, z.T. internationaler Ehrengäste und nutzen dabei die Gelegenheit, zwanglos und außerhalb jedes offiziellen Rahmens zu diskutieren und Informationen auszutauschen.

Einen Rückblick auf die Gründungsjahre lieferte dabei Cornelis Bossers, Mitinitiator und Gründungsvorsitzer der „Plattform“. Er erläuterte nicht nur die Motive,

sonden auch die Probleme, die sich den Gründungsvätern damals entgegenstellten. Es sei gar nicht so einfach gewesen, zu jener Zeit die verschiedenen Interessengruppen an einen Tisch und sie – manchmal mit etwas Nachdruck – zum Miteinander Reden zu bringen. Um so mehr freue er sich, „zu hören und zu sehen, was in einem Jahrzehnt aus dem anfangs doch recht fragilen Gebilde ‚TV-Plattform‘ geworden ist und wie der Grundgedanke des offenen Miteinanders in dieser sehr modernen Art des Public Private Partnership der unterschiedlichen Interessengruppen sich über die Jahre lebendig erhalten hat. Und stetig weiter gewachsen ist.“

„Kabelsalat“ – übrigens auch im SOHO Bereich (Small Office / Home Office) – positioniert sich der Bluetooth-Standard auf den internationalen Märkten. Bluetooth ist speziell für kostengünstige Kurzstrecken-Funkverbindungen zwischen PDAs, Laptops, Handys und anderen (mobilen) Geräten entwickelt worden. Bluetooth-Devices erkennen sich automatisch und bauen eine Netzwerkverbindung auf. Eine eindeutige ID plus Verschlüsselung der Daten sorgt dafür, dass nur Geräte

miteinander kommunizieren, denen das „erlaubt“ ist. Die Datenrate beträgt bis zu rund 750 kBit/s.

Stein zeigte sich überzeugt, daß die drahtlose Kommunikation von morgen sich selbstverständlich nicht auf Anwendungen im Büro oder Heim beschränken wird. Die Integration der genannten Systeme und Systemkombinationen in Verkehrsmittel aller Art wird den Trend zur mobilen Informationsgesellschaft nach seiner Überzeugung zusätzlich unterstützen.

Den Abschluß der eintägigen Veranstaltung bildete die Betrachtung eines ‚Außenseiters‘: **Prof. Dr. Axel Zerdick**, Kommunikationswissenschaftler an der FU Berlin, beschäftigt sich bei seinen Forschungen intensiv mit der gesamten Medienlandschaft und deren Konvergenz. Als Außenstehender betrachtet er naturgemäß die Situation aus einem völlig anderen Blickwinkel und mit anderer Intention als ein Branchen-Insider. Uns so geriet auch sein Vortrag unter dem Titel „e-merging media“ zu einer teils humorvollen, teils nachdenklich stimmenden ‚Lehrstunde‘ über Wertschöpfungsketten, Konvergenz und globale Allianzen, über ökonomische Modelle und neue Wettbewerbsformen, über Kundenbeziehungen und Akzeptanz.

Nach seinen Untersuchungen hat das Internet die Medien schon jetzt verändert. Wichtigere und umfassendere Veränderungen stehen ihnen aber noch bevor. Traditionelle Wertschöpfungsketten erodieren durch neue Distributionskanäle, durch andere Möglichkeiten der Produkt- und Leistungs-differenzierung, und durch neue Wettbewerber und neue Allianzen. Etablierte Medienunternehmen stehen somit durch das Internet vor zusätzlichen interessanten Problemen und Herausforderungen. Neue Wettbewerber sind schon erfolgreich in einige (wenige) Kerngebiete der Medien eingedrungen. Die zur Zeit am weitesten verbreiteten Geschäftsmodelle von Internet-Unternehmen (und von anderen Unternehmen, die sich mit dem Aufbau ihrer eigenen Internet-Präsenz beschäftigen und Konzepte für E-Commerce entwickeln) verlagern sich deutlich in Richtung auf das Angebot und die Organisation von Inhalten, die bisher die Domäne von Medienunternehmen sind.

Traditionelle Medien haben jedoch (oft nicht erkannte) Vorzüge, und traditionelle Medienunternehmen haben (oft nicht bewußte) Stärken. In der Auseinandersetzung mit der neuen Konkurrenz ergibt sich daraus nicht nur eine hervorragende Überlebenschance, sondern vor allem die Möglichkeit zur wesentlichen Erweiterung ihrer bisherigen Potentiale.

CeBIT 2001

Gemeinschaftsstand zum Digitalen Fernsehen

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 gemacht: 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



Blick auf den Gemeinschaftsstand von Deutscher TV-Plattform, gfu und ZVEI in Halle 24

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 für den Konsumenten.

MHP war aber nicht nur am Gemeinschaftsstand zentrales Thema: Auch auf ihren jeweiligen Firmständen 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).

Funkausstellung Berlin



IFA 2001: Informationsgesellschaft zum Anfassen

Neues Konzept, neue Ideen, neue Angebote. Neben Unterhaltungselektronik, Informationstechnik und Telekommunikation steht nun auch „Content“ gleichberechtigt auf dem Programm. Damit wird auf der IFA im August in Berlin die gesamte Produkte- und Servicepalette der modernen Informationsgesellschaft präsentiert.

Jahrzehntelang waren Begriffe wie „Funkausstellung“ und „Neuheiten“ nahezu gleichbedeutend mit „Technik“. Die diesjährige Internationale Funkausstellung (25.08. bis 02.09.2001) wird jedoch nicht nur neue Technik und Geräte, sondern auch innovative Dienstleistungen präsentieren: Von Programmen und mobilen Diensten bis zu multimedialen Internet-Inhalten, vom Datentransport in Hochgeschwindigkeit bis zur Beratung über neue Ausbildungsberufe. Die Veranstalter sprechen in diesem Zusammenhang gerne von der „vier C's“: Consumer Electronics, Computer, Communication und Content.

Eines der Schwerpunktthemen: **Digitaler Rundfunk**, wobei mit diesem Oberbegriff Hörfunk und Fernsehen gleichermaßen gemeint sind. Im Bereich Fernsehen geht es um Themen wie den Start des terrestrischen digitalen Fernsehens, das in Berlin pünktlich zur IFA den Regelbetrieb aufnehmen wird, um Themen wie die Multimedia-Home-Plattform (MHP), die die Welten von Rundfunk und Internet, von TV und Computer verbindet sowie um die intensive Information des Verbrauchers, an der sich außer der Industrie und den Verbänden auch die Rundfunkanstalten beteiligen

werden. Aber auch DVD und Home Cinema, Vernetzung im Heim, UMTS-Mobilfunk der vierten Generation und Internet in allen Variationen sind wichtige Themen, die ebenso breiten Raum einnehmen werden.

Im neuen Internationalen Fachbesucher-Zentrum (IFZ) vermittelt die IFA allen Interessierten aus Handel und Handwerk Konzepte und Entscheidungshilfen für erfolgreiche Strategien beim Übergang von der analogen in die digitale Welt. Das IFZ bietet Informationen, Anregungen und Ideen, die Distributoren, Handel und Handwerk neue geschäftliche Perspektiven eröffnen.

Interessierte können sich schon vorab via Internet informieren. Auf der Web-Site www.ifa-berlin.de bietet die Messe Berlin eine sogenannte „virtuelle IFA“, die jedermann zugänglich ist. Dort können Sie sich auch als Bezieher der elektronischen „IFA-News“ online registrieren.

Einen ausführlichen Vorbericht, welche Highlights, insbesondere natürlich zum digitalen Fernsehen, Sie wo in Berlin finden können, haben wir für die nächste Ausgabe der TV-Zukunft eingeplant.

www.ifa-berlin.de

UNTERNEHMENS PORTRAIT XVI

Mit diesem Portrait setzen wir unsere Reihe der Vorstellung neuartiger Unternehmen, die durch den Strukturwandel im Medienbereich überhaupt erst entstanden sind, fort. Nach einem Anbieter neuer Inhalte und einem Software-spezialisten in den zurückliegenden Ausgaben präsentieren wir Ihnen heute einen Technologiedienstleister.

Spezialisiert auf interaktive Medien

TechniDATA: Projektlösungen für Sendeanstalten und Breitband-Netzbetreiber

Der Schlüssel für den Zugang zu den neuen Mehrwert-Funktionen des Fernsehens werden die interaktiv bedienbaren TV-Portale sein. Sie ermöglichen dem Zuschauer den Eintritt in die neue interaktive Medienwelt und öffnen gleichzeitig den Anbietern von Unterhaltung, Diensten und Produkten den direkten Weg ins Wohnzimmer des Verbrauchers. Die hierzu erforderlichen Technologien zu entwickeln und bereitzustellen ist das Tätigkeitsfeld der TechniDATA AG. Die im Geschäftsbereich „Neue Medien“ entwickelte Software sorgt dafür, dass interaktive Inhalte von der Produktion auf den Bildschirm des Zuschauer gelangen und dort auch (inter)aktiv genutzt werden können.

TechniDATA, am Bodensee beheimatet und mittlerweile 200 Mitarbeiter stark, ist seit 15 Jahren am Markt aktiv. Hauptkunden sind Industrie- und Medienunternehmen, darunter renommierte internationale Konzerne; die Entwicklung wird durch eine SAP-Partnerschaft unterstützt.

Im Medienbereich verfügt das Unternehmen über eine langjährige Erfahrung in der Softwareentwicklung, so beispielsweise aus verschiedenen Projekten mit dem ZDF, von Redaktions- und Produktionsplanungs-Systemen bis hin zum EPG für das Digital-TV.

Der Unternehmensbereich „Neue Medien“ hat sich in den letzten Jahren konsequent auf zentrale SW-Technologien wie XML und Java ausgerichtet und das Portfolio auf die Realisierung von Hochleistungs-Portalen für alle interaktiven Medien fokussiert. So realisiert TechniDATA z.B. im Bereich interaktives Fernsehen Portalösungen und Mehrwertdienste für das Kabel-TV auf der Basis der Multimedia-Home-Plattform (MHP). Mit dem Know-how auf den CMS-Gebieten Cross-Media

Publishing und Content-Syndication hat das Unternehmen zielgerichtet wichtige Schlüsselpositionen im Medienbereich besetzt.

Die Entwicklungsarbeit von TechniDATA konzentriert sich auf das Internet ebenso wie auf Digital-TV. Bestes Beispiel für ein innovatives medienübergreifendes Produkt ist der „TV-Publisher“. Dieses neue Publikationssystem integriert Technologien aus dem CMS-Bereich mit TV-Technik zu einer leistungsfähigen, Web-kompatiblen Publikationsplattform für

das digitale Fernsehen. Das System ermöglicht die automatische Publikation multimedialen Contents auf der Plattform Fernsehen und bietet definierte Schnittstellen, z.B. zur Anbindung von Shopssystemen.

Vorbereitete Lösungen für zukünftige Entwicklungen, wie die Multi Touch Point Plattform, runden das Spektrum von TechniDATA ab. Über diese Plattform, steht personalisierter Content auf medien-übergreifenden Portalen im TV, Internet und auch mobil zur Verfügung.

www.technidata.tv



Auf der Basis von High-end CMS Technologie realisiert TechniDATA eBusiness-Prozesse für die digitalen Plattformen Internet und interaktives Fernsehen.

Filmwirtschaft im Umbruch

Filmregisseure und Hollywood-Studios rüsten um: Nach einem Bericht des „SPIEGEL“ werden immer mehr Filme mit neuer digitaler Videotechnik (Kürzel: DV) gedreht. Die Vorteile dabei sind zweifacher Art: zum einen ermöglicht DV neue, vielseitige Tricks und Effekte bis hin zu virtuellen Hintergründen und Objekten, zum anderen haben die neuen digitalen Kameras, Speicher- und Schnittsysteme die Herstellung von Filmen dramatisch vereinfacht und vor allem verbilligt.

Dieser zweite Grund ist es auch, der neben der etablierten Filmwirtschaft eine schnell wachsende Szene von Untergrund-Videofilmern hat entstehen lassen, die Hollywoods Bastionen attackieren. Für Amateur-Regisseure bedeutet DV „das pure Paradies“: Für nur einige tausend Dollar lassen sich damit in wenigen Tagen Streifen produzieren, die mit herkömmlicher Technik Wochen, ja Monate gedauert und Produktionskosten von mehreren hunderttausenden verschlungen hätten. Zur Verbreitung ihrer Werke – zumeist

Kurzfilme – dient den Amateur-Spielbergs das Internet: Hier gibt es mittlerweile regelrechte Kurzfilm- und Entertainment-Websites, deren Download-Zahlen in die Hunderttausende gehen. Nach Angaben des SPIEGEL sollen derzeit bereits 50.000 Kurzfilme im Netz kursieren.

Talentwettbewerbe werden ausgeschrieben, und auch die etablierten Festivals rund um den Globus registrieren immer mehr elektronische Filme, und einige Veranstalter haben der neuen DV-Szene bereits eigene Kategorien gewidmet.

zap2web zur CeBIT gestartet

Direkter Draht vom Fernsehen zum Internet



Zap2web heißt eine neue Anwendung, die den direkten Draht zwischen Fernsehprogramm und Internet herstellt. Auf Knopfdruck erscheint die dazu passende Internet-Seite auf dem Bildschirm. Sie kann parallel zum laufenden Fernsehprogramm gelesen werden, das als Bild-in-Bild auf dem gleichen Bildschirm oder als Vollbild zu sehen ist. Zap2web wurde von Loewe und dem ZDF entwickelt und ist mit der CeBIT 2001 in den Regelbetrieb gegangen.

Finnland: Vorreiter bei MHP-Einführung

PlatCo Oy, das Joint Venture der Anbieter digitaler, terristischer Programme in Finnland, und Sofia Digital Oy haben Ende April einen Vertrag geschlossen über die Lieferung des von Sofia entwickelten „Super-Teletext“ sowie von EPGs (Electronic Program Guides), beide auf der Basis der Multimedia Home Plattform (MHP).

Durch den Einsatz der MHP soll sichergestellt werden, daß die Dienste in allen Kanälen auf die gleiche Weise genutzt werden können. Dieses sei für die Durchsetzung der digitalen Fernsehdienste wichtig, heißt es in der Mitteilung der finnischen Programm-anbieter. Die reguläre Programmausstrahlung soll am 27. August 2001 beginnen.

Sofia Digital ist ein Unternehmen, das sich auf die Entwicklung von Inhalten und Diensten nach dem MHP Standard spezialisiert hat. Neben dem

„Super-Teletext“ und den EPGs gehören dazu Seitenerstellungswerkzeuge sowie programm- und werbungsspezifische Spezialanwendungen.

IMPRESSUM

Herausgeber:
Deutsche TV-Plattform e. V., c/o ZVEI,
Postfach 70 12 61 • 60591 Frankfurt
Redaktion: Dr. Michael Thiele
Referat Öffentlichkeitsarbeit, c/o PR4U,
Clausewitzstraße 6 • D-10629 Berlin
Tel.: (030) 88 67 96 94 • Fax: – 88 67 96 93
www.tv-plattform.de
Gestaltung: HW Gemmecke BDG, Hamburg
Auflage: 36.000 Exemplare