



Dr. Michael Thiele, Referat Öffentlichkeitsarbeit der TV-Plattform und Chefredakteur der TV-Zukunft

EDITORIAL

Lieber Leser,

ganz im Zeichen der vor gut zwei Wochen zu Ende gegangenen Internationalen Funkausstellung (IFA) steht diese letzte Ausgabe der TV-Zukunft in diesem Jahr. Auf sechs Seiten berichten wir über Trends und Tendenzen, über neue Geräte und Systeme und besonders ausführlich natürlich über die beiden zentralen Themen des digitalen Fernsehens, die Markteinführung der Multimedia Home Platform (MHP) und die Digitalisierung der terrestrischen Übertragung (DVB-T). Beide Themen waren auch die Kernbotschaft unserer Pressekonferenz, die am zweiten Messetag über 200 Journalisten und Branchenexperten anzog. Daneben informieren wir Sie natürlich - soweit der Platz es uns möglich macht - auch über Themen wie DVD und digitale Aufzeichnungsgeräte, neue Flachbildschirme und digitale Fotografie, über Internet und Mobilkommunikation sowie über die Möglichkeiten einer künftigen Heimvernetzung - alles Themen, die, begleitet von Show und Glamour, von Stars und Sternchen während neun Tagen unter dem Funkturm um die Aufmerksamkeit des Fachpublikums und der Besucher buhlten. Apropos neun Tage: Die überraschendste Neuheit (zumindest für alle Nicht-Insider) wurde erst am letzten Tag bekannt, als das Gros der Journalisten längst abgereist war - und sie kam auf leisen Sohlen: Einer Vorveröffentlichung des am Montag erscheinenden Magazins DER SPIEGEL konnte der erstaunte Leser entnehmen, daß dies die wohl letzte „IFA“ in dieser mittlerweile traditionellen Form gewesen ist. Ab 2003 soll sie nur noch sechs Tage dauern, und zwar von Freitag bis Mittwoch (29. August bis 3. September 2003). Damit passe man sich - so der Veranstalter in einem Nachsatz zum Abschlußbericht - „den weltweit üblichen Gepflogenheiten an“. Ansonsten enthält der Abschlußbericht wenig Überraschendes. Die „erwartete Trendwende in dieser Branche“, so heißt es, sei durch die IFA eingeleitet worden, wobei insbesondere die höheren Geschäftsabschlüsse der Aussteller hervorgehoben wurden. Also ein glänzender Schlußpunkt unter eine mehr als 75-jährige Tradition? - Glänzend ja, Schlußpunkt nein! Auch die „neue“ Funkausstellung wird, verkürzt und gestrafft (und vielleicht in neuer Gestalt??), ihren Spitzenplatz als weltweite Leitmesse der Consumer Electronics behaupten und damit die langjährige Tradition erfolgreich fortsetzen.

Kabelnetze: Verkauf an Liberty Media perfekt

Am Dienstag nach Ende der IFA war es amtlich: Die Telekom hat die restlichen sechs, noch bei ihr verbliebenen Kabelnetze an die amerikanische Liberty Media verkauft. Wie es in der Meldung der Telekom hieß, wird Liberty zum Kaufpreis von 5,5 Mrd. Euro (knapp 10,8 Mrd. DM) auch die DeTeKS (Deutsche Telekom Kabel-Services) und die Media Services GmbH (MSG) übernehmen. Im einzelnen handelt es sich um die Kabelnetze Berlin-Brandenburg, Bayern, Hamburg/Schleswig-Holstein/Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen/Bremen, Sachsen/Sachsen-Anhalt/Thüringen und Rheinland-Pfalz/Saarland. Durch diesen Kauf wird Liberty mit rund 10 Millionen Kunden auf einen Schlag größter Kabelnetzbetreiber in Deutschland. Über die Problematik, die sich daraus ergibt, daß Liberty nicht nur Netzbetreiber, sondern auch Inhalteanbieter ist (Liberty ist u.a. am US-Medienriesen AOL TimeWarner und an News Corp. von Rupert Murdoch beteiligt), haben wir bereits im Editorial in Ausgabe 2/01 berichtet. <http://www.telekom.de>

Funkausstellung - Spiegel des Wandels in der Medienwelt

MHP Markteinführung und Digitalisierung der Terrestrik standen im Mittelpunkt

Immer schneller dreht sich das Rad der Entwicklung bei den neuen digitalen Medien: Bisher eigenständige Bereiche wachsen zusammen, neue Nutzungsmöglichkeiten entstehen und werden unser Leben im privaten wie auch geschäftlichen Bereich grundlegend verändern. Was uns morgen und teilweise auch übermorgen erwartet, das konnte man Ende August schon auf der Berliner Funkausstellung sehen. Nirgendwo sonst wird die ganze Welt der Consumer Electronics so konzentriert und so vollständig präsentiert wie alle zwei Jahre unter dem Funkturm Berlins.

Und nie zuvor war das Spektrum so breit: Vom digitalen Fernsehen und Hörfunk über DVD und digitale Aufzeichnungsverfahren, neue größere Flachbildschirme, Camcorder und digitale Fotografie, Home-Cinema Geräte, aber auch mobile Kommunikations- und Informationstechnologien ein-

Computer, Communication und Content, die auf der Funkausstellung vereint seien.



Die Jugend - unsere Kunden von morgen - begegnen den neuen Techniken mit großer Aufgeschlossenheit

schließlich Internet bis hin zu den Themen Vernetzung und „Intelligentes Heim“ und - nicht zu vergessen - die neuen Dienste und Inhalte. Der Veranstalter spricht in diesem Zusammenhang gerne von den vier „Cs“: Consumer Electronics,

All' die genannten Themen und Bereiche standen in diesem Jahr mehr denn je im Zeichen der Digitaltechnik. Die Digitaltechnik revolutioniert nicht nur die Gerätetechnik, sie ermöglicht auch neue Anwendungen, Dienste und Inhalte. Davon konnte man sich auf der IFA eindrucksvoll überzeugen.

Fortsetzung auf Seite 2

T H E M E N

▶ IFA 2001: Trends ...	S. 2
▶ IFA 2001: Neuheiten ...	S. 3
▶ Rund um den Funkturm	S. 4
▶ Pressekonferenz	S. 5
▶ Nachrichten	S. 6

Funkausstellung – Spiegel des Wandels in der Medienwelt

Fortsetzung von Seite 1

Digitales Fernsehen

Beim Fernsehen galt das Hauptaugenmerk vorwiegend den Themen Multimedia Home Platform (MHP) und Digitalisierung der terrestrischen Übertragung (DVB-T).



Eine eigene "MHP-Ecke" gab es am Panasonic-Stand. Hier zeigten verschiedene Unternehmen "ihre" Geräte und Anwendungen für die Multimedia Home Platform

Bei der MHP steht nach einer längeren Vorbereitungs- und Testphase die Markteinführung jetzt unmittelbar bevor; sowohl Programmanbieter als auch Gerätehersteller präsentierten entsprechende Anwendungen und Geräte und nannten verbindliche Einführungstermine (s. hierzu auch Seite 5: Pressekonferenz der TV-Plattform).

Auch beim terrestrischen Fernsehen, das heute in der Regel noch über eine Dachantenne empfangen wird, soll die Digitalisierung jetzt in Angriff genommen werden. Bei dieser Übertragungsart sind die Vorteile, die man durch die Digitalisierung hinzugewinnt, besonders groß: So genügt beispielsweise eine kleine Stabantenne für sauberen Empfang, so daß man völlig unabhängig ist von jeglicher Anschlußdose, sei es Kabelanschluß oder Satellitenschüssel. Neben diesem sogenannten "portablen" Betrieb ist sogar "mobiler" Empfang, d.h. im bewegten Fahrzeug möglich.

Mit der neuen Bezeichnung „ÜberallFernsehen“ soll diese besondere Eigenschaft für Jedermann deutlich gemacht werden.

In der Pressekonferenz der TV-Plattform (siehe auch Seite 5) beschrieb Dr.Hans Hege, Direktor der Medienanstalt Berlin-Brandenburg, Grundzüge und Strategie der jetzt beginnenden Umstellung im Raum



eMail, SMS und Internet jetzt auch bequem via TV:

Im heimischen Multimedia-Zentrum laufen - dank MHP - alle Fäden zusammen: Klassisches Fernsehen, Pay-TV und interaktive Anwendungen, Multimedia und Internet einschließlich eMail und SMS (Foto: Panasonic)

In zahlreichen Gesprächen, internen Tagungen und Konferenzen am Rande der IFA, insbesondere auch mit ausländischen Experten aus Australien, Singapur und Japan, konnte zudem die Position der Multimedia Home Platform erheblich gefestigt werden.

Berlin-Brandenburg. Dabei machte er deutlich, daß aufgrund der erwähnten Frequenzknappheit bisherige analoge Programme nach relativ kurzer Übergangsphase abgeschaltet werden müssen. „Auf der einen Seite gewinnen wir neue Vielfalt und Unabhängigkeit, wir

müssen uns aber darüber klar sein, daß dies nur geht, wenn wir auf der anderen Seite dafür auch etwas bisheriges aufgeben“, führte Hege dazu aus.

Digital Versatile Disc (DVD)

Die Digital Versatile Disc, kurz: DVD, eilt von Erfolg zu Erfolg. Ihre



Der DVD war in Berlin eine Sonderschau gewidmet

Bedeutung im CE Markt ist inzwischen so groß, daß die Veranstalter ihr eine Sonderpräsentation (Halle 7.2) gewidmet hatten.

Das Filmangebot ist mittlerweile auf viele tausend Titel angewachsen, und während die Abspielgeräte drastisch billiger werden, kommen derzeit die ersten Recorder in den Handel. Mit der Aufzeichnung von Filmen sind ihre Möglichkeiten aber längst nicht ausgereizt: Durch ihre riesige Speicherkapazität und die rasante Lesegeschwindigkeit ist die DVD ein universell einsetzbares Speichermedium. Leider gibt es derzeit noch - ähnlich wie in der Anfangszeit der Videorecorder - drei verschiedene Aufzeichnungsverfahren, die technisch nicht miteinander kompatibel sind.

Digitales Videorecording

Neben der DVD machte noch eine andere Aufzeichnungstechnik von sich reden: die Festplattenrecorder. Hochwertige SetTop Boxen sind häufig schon mit einer Festplatte ausgestattet, mit der sogar Aufnahme und zeitversetzte Wiedergabe gleichzeitig möglich sind.

Kapazitäten um die 40 oder 60 MByte, wie sie heute die Regel sind, ermöglichen Aufnahmezeiten bis über 10 Stunden.

Welche Aufnahmetechnik vorzuziehen ist - beispielbare DVD oder Festplattenrecorder - hängt von den Anwendungen ab. Für eine kurzzeitige Aufzeichnung und zeitversetzte Wiedergabe ist der Festplattenrecorder besser geeignet, während die beispielbare DVD das ideale Medium für die Archivierung werden dürfte. In jedem Fall wird die heutige Video-Cassette bald

ausgedient haben und auch als Aufzeichnungsmedium endgültig abgelöst werden.

Was gab es sonst noch ...?

Weitere Themen waren die digitale Fotografie und die neuen Flachbildschirme. Große Beachtung fanden auch das schnell wachsende Geräte- und Dienstangebot für das DigitalRadio sowie das Zusammenwachsen von Autoradios und Navigationssystemen. In der Telekommunikation waren nicht nur die neuesten Handy-Modelle und Schnurlos-Telefone, sondern auch aktuelle Software- und mobile Multimedia-Lösungen gefragt.



Schon gute Tradition ist das Technische Wissenschaftliche Forum (TWF), das insbesondere bei den zahlreichen Fachbesuchern auf großes Interesse stößt. Im Bild die Demonstration einer neuartigen Bedienungstechnik mit 3D-Unterstützung, bei der die verschiedenen Funktionen durch Mimik und Gestik gesteuert werden.

Neuheiten • Innovationen • Highlights von der IFA

Leider ist der Platz viel zu knapp, um an dieser Stelle einen auch nur annähernd vollständigen Überblick über die vielen attraktiven Neuheiten zu geben. Wir haben deshalb eine exemplarische Auswahl getroffen und stellen im Folgenden am Beispiel von fünf der größten Aussteller je eines der Schwerpunktthemen vor.

Nokia

Eines der Highlights am Nokia-Stand war das neue Mediaterminal, das Fernsehempfänger, Videorecorder und Internetzugang in einem Gerät vereint - natürlich auf MHP-Basis. Trotz dieser Vielfalt ist das Gerät vergleichsweise einfach zu bedienen: Das neu entwickelte Navi™ Bars Menü umfasst eine vertikale und eine horizontale Leiste, die den Benutzer direkt zum Internet, zu TV- oder Rundfunkkanälen, Musikangeboten, Spielen oder zu neuen Diensten führt. Und die dazu gehörende Fernbedienung ist mit einer im Inneren verborgenen Tastatur ausgestattet (s. Bild)



„Ich bin 3 Geräte“ Diese Abwandlung eines gelegentlich auf Öltanks zu findenden Werbeslogans trifft auf das NOKIA Mediaterminal genau zu. Es vereint SetTop Box, Videorecorder und Internet-Zugang in einem Gerät.

präsentierte Panasonic nicht nur Produkte und Lösungen, sondern versuchte, auch emotionales Lebensgefühl zu vermitteln, das für die Panasonic Konzeption von Unterhaltung steht.

Schwerpunkte der Fachpräsentationen waren die Multimedia Home Platform, DVD-Produkte einschließlich der neuen Recorder sowie eine Reihe von Anwendungen in Zusammenarbeit mit ARD, ZDF und RTL World (s. auch Seite 2)

Philips

Philips, einer der Vorkämpfer für die MHP, widmete diesem Thema ebenfalls breiten Raum. Neben der Vorstellung verschiedener SetTop Boxen mit und ohne Speichermöglichkeit wurden auch neue MHP-

Entwicklertools angekündigt. Mit diesem Produktpaket und einem umfassenden Support können Softwareentwickler das große Potential von Middleware, Anwendungen und Diensten für den MHP-Standard voll ausschöpfen.

Das Produkt soll noch im September 2001 auf den Markt kommen. Es stellt eine Umgebung für die Entwicklung, die Erprobung und Prüfung von

MHP-Anwendungen zur Verfügung und bietet die Möglichkeit, diese Anwendungen unter eingeschränkten realistischen Nutzungsbedingungen für MHP-Dienste ablaufen zu lassen.

Besonders interessant bei Philips waren aber auch die DVD-Aufnahmegeräte. Dabei kommt der „DVD+ReWritable“ Standard zur Anwendung, der laut Philips „in beide Richtungen kompatibel“ ist. Das bedeutet, daß DVD+RW-Aufnahmen sowohl auf vorhandenen DVD Playern als auch anders herum „normale“ DVD-VideoDiscs auf DVD+RW Recordern abgespielt werden können. Das System ist außerdem kompatibel zu PC-basierten DVD-ROM Laufwerken.

Für die zweite Hälfte 2002 hat Philips außerdem die Einführung einer MHP-fähigen DVB-T SetTop Box für das neue Überallfernsehen angekündigt.

Sony

Zu den Höhepunkten auf dem Sony-Stand gehörte die Premiere des ersten Digitalfernsehers mit einem integrierten digitalen Satellitenempfänger (IDTV), der auf den offenen Standard der „Multimedia Home Platform“ ausgelegt ist. Der KD-32NS100B kombiniert edles Design im 16:9-Format mit exzellenter Bild- und Tonqualität, modernem elektronischen Programmführer, noch mehr Programmen und der



Sony KD-32NS100: integrierter MHP-Fernseher

Nutzungsmöglichkeit interaktiver MHP-Dienste.

Für Sony ist die digitale Fernsehübertragung auf Basis MHP bei der Nutzung moderner Fernseh-Mehrwertdienste von großer Bedeutung. „Der MHP-Standard stellt einfach die logische Weiterentwicklung des digitalen Fernsehens dar,“ erläutert dazu Leopold Bonengl, Vorsitzender der Geschäftsführung von Sony Deutschland.

Auf dem Sektor der digitalen Fotografie stößt Sony in neue Dimensionen vor: Das neue Spitzenmodell der Sony Digitalkameraerie, die CyberShot DSC-F707 bietet erstmals einen Chip mit 5 Mega-Pixel Auflösung und wird damit auch vielen professionellen Ansprüchen gerecht. Die Kamera ist mit einem 5-fach Zoom-Objektiv ausgestattet (Brennweite umgerechnet 38 - 190 mm), das eine hohe Lichtstärke bietet (1:2,0 - 2,4). Zusätzlich ist 10-fach Digital-Zoom sowie Macro-Funktion ab 2 cm Entfernung möglich.

Sharp

Schwerpunkte bei Sharp waren Flachbildschirme in verschiedenen Größen und Ausführungen sowie Video- und Datenprojektoren. Besonders interessant ein neuartiger PDA, der sich auseinanderziehen läßt und dann im Inneren eine Tastatur zur leichteren Eingabe von Daten und Texten freilegt.



Linux-PDA SL-5000G von Sharp



Die Fernbedienung des Nokia Mediaterminals läßt sich aufklappen und bietet in ihrem Inneren eine komplette Tastatur für Internet- und eMail Anwendungen (Foto: Nokia)

Panasonic

Am Stand von Panasonic wurde der Besucher in eine emotionale Erlebniswelt entführt. Unter dem Motto: „Digital Networking for live“



Die DVD ist noch vielseitiger geworden: An den neuen Panasonic Recorder lassen sich DV-Camcorder anschließen, so daß Videofilmer direkt ihre DVD-Rs produzieren können, die dann auch in normalen DVD-Playern abspielbar sind.

Und das gab es auch noch ... Veranstaltungen und Rahmenprogramm

Daß die IFA nicht nur eine Neuheitenschau der Geräteindustrie, sondern gleichzeitig ein umfassender Informations-Bazar war, dafür standen die zahlreichen Veranstaltungen



Erstmals in diesem Jahr gab es eine "IFA-Night", zu der die Messe bis 24 Uhr geöffnet war. Höhepunkt des nächtlichen Spektakels war der "Funkturm in Flammen", ein faszinierendes Feuerwerk zum 75. Geburtstag des Berliner Wahrzeichens.

während der Messe, aber auch das darum herum gestrickte attraktive Rahmenprogramm. Mit seinen zahlreichen Kongressen, Symposien, Seminaren und Events fand es großes internationales Echo.

Im Mittelpunkt der „IFA-Convention“ mit 15 hochkarätigen Veranstaltungen, die von über 5.000 Teilnehmern besucht wurden, standen das Internationale Medien-forum Berlin-Brandenburg, das 13. Internationale Presse-kolloquium Rundfunktechnik, die Podiumsdiskussion zu UMTS, das „Datenschutz-Symposium“ sowie die Verleihung der Multimedia-Preise „Digi-Globe“ durch die Deutsche Telekom und „Focus“.

Zu den Highlights innerhalb der Messe gehörte zweifellos wieder das „Technisch-Wissenschaftliche Forum“ (TWF), auf dem Forschungsarbeiten und Visionen von Übermorgen vorgestellt wurden. Sonderschauen wie die „Online World“, „Mobile Media“, der „IFA Young Media Park“ und die „IFA Young Media World“ und nicht

zuletzt die „DVD-Sonderschau“ rundeten das Angebot ab.

Das Internationale Fachbesucher Zentrum (IFZ, Halle 9) war für die Besucher aus Fachhandel und Fachhandwerk die zentrale Anlaufstelle. Gleichzeitig sollte das Zentrum mit seiner „Speakers-Corner“, in der täglich Fachvorträge zu den verschiedensten Themen angeboten wurden, als Informationsquelle und Ort



Neben Fernsehgeräten nahmen auch die Mobiltelefone in den unterschiedlichsten Varianten breiten Raum ein. Ebenso gehörten Autoradios und Navigationssysteme zum vielseitigen Gerätespektrum.

für die Kommunikation mit Vertretern aus Industrie und Verbänden dienen. Leider wurde dieses insgesamt hervorragende Angebot nur spärlich angenommen.



Bundeskanzler Schröder bei seiner Eröffnungsansprache

Shows und Berichterstattung im TV

Neben der Ausstellung ist die IFA traditionell auch ein herausragendes Medienereignis. Allein das Fernsehen strahlte nach Angaben der Messe Berlin weltweit rund 800 Beiträge mit einer Gesamtlänge von über 200 Stunden von der und über die IFA aus. ARD und ZDF, seit 30 Jahren Partner der IFA, berichteten praktisch rund um die Uhr vom Geschehen unter dem Funkturm. Auch im Internet war die IFA präsent: Mehr als 12 Millionen „Page Impressions“ wurden rund um die Messe verzeichnet. Und wer die IFA noch einmal Revue passieren und sich weiter über die Branche informieren will, hat hierzu via Internet unter www.ifa-berlin.de weiterhin Gelegenheit.

Auf dem richtigen Weg? Versuch eines Resumés ...

Auch mit einer Woche Abstand fällt es dem Chronisten nicht leicht, ein Resumée zu ziehen, das der Lage gerecht wird.

So spricht der am Schlußtag veröffentlichte Abschlussbericht des Veranstalters zwar von „großer Zufriedenheit bei Ausstellern und Besuchern“ und berichtet von einem zweistelligen Zuwachs beim Ordegeschehen. Keinesfalls aber darf der augenblickliche Erfolg die Branche dazu verleiten, in Selbstzufriedenheit zu verfallen und die Hände in den Schoß zu legen. Viele Herausforderungen liegen noch vor uns, die wir nur gemeinsam – Rundfunkanstalten und Programmbieter, Software- und Hardware-Industrie und nicht zuletzt Handel und Handwerk – überwinden können. Allerdings – und da trifft der Abschlußbericht sicherlich zu – sind wir mit dem Verlauf dieser IFA und mit ihren Ergebnissen ein gutes Stück des Weges vorangekommen.

Dennoch:

■ Trotz größter Anstrengungen der Veranstalter und eines wirklich attraktiven Angebots ist zum wiederholten Mal die Besucherzahl geringer ausgefallen, auch wenn dies nur wenige Prozent sind;

■ Alle Welt redet von Konvergenz und Verschmelzung von Fernsehen, Computer und Telekommunikation; folgerichtig sollten dann auch die bedeutenden Vertreter z.B. der Computerbranche mit an Bord sein; und schließlich

■ Es sollte auch zu denken geben, daß das mit viel Aufwand und Geld erstellte Internationale Fachbesucher-Zentrum (IFZ) mit seinen vielfältigen Informationsmöglichkeiten von den so umworbenen „Fachbesuchern“ so gut wie nicht genutzt worden ist.

Die Lage ist kompliziert, und guter Rat ist da bestimmt nicht einfach.

Sicher scheint: Der Markt ist, nicht zuletzt durch das Zusammenwachsen mit den anderen Branchen und die fortschreitende Globalisierung, aber auch durch das hohe Entwicklungstempo, noch schwieriger, der Wettbewerb noch erbitterter geworden – für die Industrie und die Service-Provider ebenso wie für den Fachhandel.

Vielleicht liegt es aber auch daran, daß die Branche sich mittlerweile selbst zu überholen scheint: Neue Techniken, neue Inhalte, neue Anwendungen – Das heutige Entwicklungstempo ist so hoch, daß es dem Kunden kaum Zeit läßt, sich

über die vorgestellten Neuheiten gründlich zu informieren. Wenn er dann die verschiedenen Möglichkeiten geprüft und abgewogen und seinen Kaufentschluß gefasst hat, ist die Technik oftmals schon wieder überholt, und noch Neues, noch Besseres, noch Kleineres und noch Leistungsfähigeres wirbt um seine Gunst. Das hat im Computerbereich angefangen, sich bei den Mobiltelefonen fortgesetzt und jetzt auch unsere Branche ergriffen.

Ratlosigkeit ist die Folge beim Kunden, und die führt nach gewisser Zeit zu einer Art Verweigerungshaltung.

Deswegen also immer weniger Besucher? Deswegen also so geringes Interesse für das digitale Fernsehen? – das muß nicht sein!

Es muß doch einen Weg geben, die wirklich attraktiven Möglichkeiten der neuen digitalen Medien, die Interaktivität, die Freiheit des neuen „Überallfernsehens“, die Verknüpfung mit dem Internet, die neuen Multimedia-Anwendungen usw. usw., so darzustellen, daß der Verbraucher nicht Angst davor bekommt, sondern, wie damals beim Farbfernsehen, daß er Lust bekommt, an dieser neuen faszinierenden Medienwelt teilzuhaben und sie vielleicht sogar – Stichwort: interaktiv – selbst mitzugestalten. Dann wird er auch bereit sein, dafür das nötige Geld auszugeben.

Erste Schritte sind getan: Programmanbieter, Service-Provider und Industrie haben in der TV-Plattform zueinander gefunden und arbeiten in diesem Kreis an gemeinsamen Lösungen.

Lösungen, die dem Kunden bequeme, leicht greifbare Handhabung und einfache Nutzung ermöglichen. Dafür wiederum sind gemeinsame Standards erforderlich (wie z.B. MHP), aber auch neue Bedienkonzepte, wie sie beispielsweise von Nokia oder RTL World und anderen vorgestellt worden sind.

Fazit: Wir sind sicherlich auf dem richtigen Weg – aber alle müssen ihn aktiv mitgehen. Die Branche darf jetzt nicht einfach zum Tagesgeschäft übergehen, sondern muß sich intensiv Gedanken machen um ihre weitere Zukunftsstrategie, und das nicht ausschließlich unter Kostengesichtspunkten! Das schließt auch das künftige Konzept für die IFA mit ein. Sie muß außerdem den Schluß suchen mit den anderen Branchen der Konvergenz, auch wenn es momentan so aussieht, als würden diese sich (noch) verweigern.

Und der Handel? – Er sollte die Gunst der Stunde erkennen und sie nutzen: Die Ratlosigkeit der Verbraucher ist die Chance des Handels! Hier bietet sich ihm Gelegenheit, sich als kompetenter Partner und „Berater“ zu profilieren, ihm die neue Welt der interaktiven digitalen Medien nahezubringen und damit die Verweigerungshaltung zu überwinden.

Dazu gehört aber auch, daß er sich zunächst selbst gründlich informiert. Lernen ist also angesagt! Packen wirs an!

Oder, wie der Amerikaner es lebensnah ausdrücken würde: „You have no chance – but use it!“

Pressekonferenz der TV-Plattform

Mehr als 200 Teilnehmer fanden sich ein zur Pressekonferenz der Deutschen TV-Plattform am zweiten Messetag. Diese unerwartet starke Resonanz ist nicht nur Beleg für die Kompetenz der „Plattform“ und für die Wertschätzung ihrer absolut neutralen Informationsstrategie, sondern zeigt auch den hohen Bedarf an solchen Basis- und Hintergrundinformationen, der durch das schnelle Entwicklungstempo einerseits wie auch durch die kaum noch überschaubare Vielfältigkeit der stattfindenden Entwicklungen andererseits begründet ist.

Die Konferenz konzentrierte sich deshalb bewußt auf zwei Kernthemen: Die Markteinführung der Multimedia Home Platform (MHP) und - nach Satellit und Kabel - die nunmehr ebenfalls in Angriff genommene Digitalisierung der terrestrischen Übertragung.



Mit über 200 Teilnehmern war der Saal bis auf den letzten Platz besetzt

Multimedia Home Platform

Mit der Einführung der Multimedia Home Platform sei es nunmehr gelungen, so Dr. Georg Lütke, Leiter der MHP Arbeitsgruppe innerhalb der Deutschen TV-Plattform, die letzte Hürde auf dem Weg zu einer zügigen Markteinführung des digitalen Fernsehens zu nehmen, es gewissermaßen noch zuschauerfreundlicher zu machen. Brauchte man nämlich bisher, um alle Programme der verschiedenen Anbieter vollständig zu empfangen, für jeden Anbieter eine eigene SetTop Box, so genügt in Zukunft ein einziges MHP-Empfangsgerät, um alle Programme ohne jede Einschränkung sehen zu können. Und die Vielfalt der digitalen Programme ist, wie man sich auf der Funkausstellung unschwer überzeugen konnte, mittlerweile weitaus größer als die der bisherigen analogen Programme.

Grundsätzlich wurde die MHP bereits vor zwei Jahren, also auf der IFA '99, zum ersten Mal öffentlich vorgestellt. Mittlerweile sei sie in-

tensiv getestet und weiterentwickelt und von der ETSI (European Telecommunication Standardisation Institut) als verbindliche Norm verabschiedet worden. Dieses Jahr nun habe sie, so Lütke, zur Funkausstellung definitiv „das Licht der Welt erblickt“, d.h. die Markteinführung von Programmen und Geräten steht unmittelbar bevor.

„Der Startpunkt ist jetzt“ betonte denn auch Jochen Weymer, Business Manager TV bei Sony und kündigte an, sein Unternehmen werde bereits im November 2001 erste MHP-Geräte

in den Handel bringen; einer Umfrage der MHP MarCom Gruppe zufolge hätten überdies auch alle anderen maßgeblichen Hersteller einen Termin für die Markteinführung „im Laufe des Jahres 2002“ angekündigt.

Ähnlich zuversichtlich gab sich Dr. Simone Emmelius, Leiterin von ZDF.vision, was die Programmseite anbetrifft. Sie bekräftigte das Engagement des ZDF für die MHP und belegte mit einer ganzen Reihe von Beispielen, daß es heute schon eine Vielzahl von Anwendungen und Programmen für die MHP gibt. Neue Anwendungen, insbesondere z.B. aus den Bereichen interaktiver Fernseh- und Datendienste, würden fast ausschließlich nur noch für die MHP entwickelt.

Dies gelte sowohl für die öffentlich-rechtlichen Programmanbieter ARD und ZDF als auch für fast alle kommerziellen Privatsender, allen voran RTL World, der zur Funkausstellung gemeinsam mit Panasonic die erste eMail Anwendung via Fernsehen präsentierte.

DVB-T – das „ÜberallFernsehen“

Ebenfalls in den Startlöchern steht jetzt die Digitalisierung des terrestrischen Fernsehens. Bei diesem Übertragungsweg ist die Umstellung in erster Linie deshalb so schwierig, weil keine freien Frequenzen für die digitale Ausstrahlung in Deutschland mehr verfügbar sind. Für die Umstellung bedarf es deshalb einer abgestimmten Planung und in vielen Fällen der „Umwandlung“ (d.h. Abschaltung) der bisher analog genutzten Frequenzen.

Dabei scheint gerade dieser Übertragungsweg besonders attraktiv: Zwar beträgt der Anteil der Zuschauer, die per Hausantenne ihre Programme empfangen, nach Untersuchungen von Astra nur noch etwa acht Prozent, aber durch die Digitalisierung könnte die Terrestrik, wie diese Übertragungsart im Fachjargon heißt, durchaus wieder an Attraktivität gewinnen. In Verbindung mit moderner Digitaltechnik nämlich ergeben sich völlig neue Möglichkeiten des Empfangs einerseits und der Anwendungen andererseits.

Digitale, nach dem DVB-T Standard terrestrisch ausgestrahlte Signale können nämlich, was bei keiner anderen Übertragungsart möglich ist, mit einer kleinen Stabantenne empfangen werden; der Benutzer wird somit unabhängig von jeglicher Anschlußdose, sei es Kabelanschluß oder Satellitenschüssel. Er kann also fernsehen, wo immer er will: in jedem Zimmer seiner Wohnung, auf der Terasse, im Garten oder unterwegs, z.B. am Badensee.

Dies kommt auch in der neuen Bezeichnung „ÜberallFernsehen“ zum Ausdruck. Unter einem neuen, ganz einfachen Logo mit einer stilisierten kleinen Geräteantenne, wie früher bei einem Mobiltelefon, und

dem Slogan: „Einfach.Überall.Fernsehen“ soll dieses neue Allzweckmedium in Zukunft populär gemacht werden.



Bei der anschließenden Podiumsdiskussion

Mehr Programme, neue Anwendungen

Die neue Technik hat aber noch mehr Vorteile: Durch den Einsatz von Digitaltechnik wird - bei gleicher Anzahl der Sendekanäle! - das Programmangebot viel größer. Mindestens 16 verschiedene Programme und multimediale Dienste sollen es nach Angaben von Dr. Wilfried Geuen, Leiter der Panasonic European Laboratories und Vorsitzender der Arbeitsgruppe DVB-T der Deutschen TV-Plattform, schon zu Beginn der Umstellung sein. Später, wenn die bisherigen Analogprogramme abgeschaltet sind, können, ähnlich wie im Kabel, über 30 Programme erreicht werden.

Doch damit nicht genug: Die zum Einsatz kommende Technik macht auch regional selektierte Programmverbreitung möglich. Somit ist das ÜberallFernsehen das ideale Medium für neue, zusätzliche interaktive Multimediadienste, sei es zur Unterhaltung, sei es zur Information oder für kommerzielle Zwecke.

Wegen der oben bereits erwähnten Frequenzknappheit soll das ÜberallFernsehen zunächst in Ballungsräumen in Betrieb gehen und danach, Schritt für Schritt, auf die gesamte Bundesrepublik ausgedehnt werden. Das erste Projekt ist Berlin-Brandenburg, das spätestens im kommenden Jahr den endgültigen Regelbetrieb aufnehmen soll.



Auch nach Ende der Pressekonferenz wurden die Fachgespräche zwischen Referenten und Journalisten intensiv weitergeführt



10 Jahre Forschung in Europa

Vortragsreihe mit Gästen aus den Matsushita Headquarters, Osaka

Ihr 10-jähriges Bestehen feierten am Montag unmittelbar nach Ende der Funkausstellung die „Panasonic European Laboratories“ (PEL) in Langen. Gäste waren u.a. hochrangige Mitglieder aus dem Management der Matsushita Headquarters in Osaka, Japan, die zuvor die Funkausstellung besucht und sich über die aktuelle Marktsituation und die Entwicklungstrends in Europa informiert hatten.

Zu dieser „Geburtstagfeier“ hatte Dr. Wilfried Geuen, Leiter der europäischen Forschungsaktivitäten von Matsushita, ein attraktives Vortragsprogramm mit neutralen externen Referenten zusammengestellt. Dabei reichte das Spektrum der Themen von „IT technology in the future“, das von Prof. Steinmetz (Universität Darmstadt) präsentiert wurde, über „Convergence of Media“, und hier in erster Linie die Multimedia Home Platform (MHP), bis zu „Mobile Communication and Media“.

Diese Themen sind auch Kernpunkte der Forschungsaktivitäten des Panasonic Labors, das speziell für Aufgaben aus den Bereichen Digitales Fernsehen und Multimedia vor zwei Jahren einen Ableger „Panasonic Multimedia Communications Laboratory“ (PMCEL) gegründet hat. So findet beispielsweise die gesamte Forschung und ein Großteil der Entwicklungsarbeiten des Matsushita-Konzerns zur Multimedia Home Platform (MHP) und zum digitalen terrestrischen Fernsehen DVB-T in diesen Labors hier in Deutschland statt. Die Gäste aus dem japanischen Headquarter zeigten sich sehr beeindruckt und bestätigten ausdrücklich das Engagement und die Verpflichtung des Konzerns für den Standort Europa in Bezug auf Forschung und Entwicklung im Audio und Video Bereich. Das PEL wurde erst in jüngster Zeit durch ein neues Software-Entwicklungslabor in Pilsen (Tschechische Republik) erweitert.



Mit hochqualifizierten Mitarbeitern betreibt der japanische Matsushita Konzern sein europäisches Forschungslabor, in dem alle Audio- und Video Aktivitäten konzentriert sind.

bestätigten ausdrücklich das Engagement und die Verpflichtung des Konzerns für den Standort Europa in Bezug auf Forschung und Entwicklung im Audio und Video Bereich. Das PEL wurde erst in jüngster Zeit durch ein neues Software-Entwicklungslabor in Pilsen (Tschechische Republik) erweitert.

bisher genutzt hat. Jeder dritte Befragte gab an, sein Telefonverhalten auf Grund der neuen Situation im Telefonmarkt verändert zu haben. Beinahe ebenso viele ließen die Bereitschaft erkennen, den Telefonanbieter zu wechseln. Darüber hinaus ermittelte die Umfrage auch den Grad an Zufriedenheit, den die Kunden der privaten Anbieter empfinden.

Die Umfrage wurde erstellt vom Institut für Markt- und Politikforschung, dimap. Die kompletten Ergebnisse sind abzurufen unter www.vatm.de

KirchGruppe plant neue Struktur

ProSieben und KirchMedia sollen zusammengelegt werden

Bis Juni 2002 sollen die ProSieben-Sat.1 Media AG und die KirchMedia zu einer gemeinsamen börsennotierten AG verschmolzen werden. Dieser Plan steht allerdings noch unter dem Vorbehalt der Zustimmung der zuständigen Aufsichtsgremien und bedarf der Anzeige bei den Medienbehörden.

Mit dieser Fusion würde ein neuer Medienkonzern entstehen, der zu den Großen in Europa aufschließen kann und der unter Umständen ein Kandidat für den Deutschen Aktienindex (Dax) wäre. Die Pro-Sieben-Gruppe mit den Sendern Sat.1, ProSieben, Kabel 1 und N 24 befindet sich derzeit mehrheitlich in Besitz der KirchMedia, außerdem ist die Axel Springer AG beteiligt.

Von der Verschmelzung verspricht man sich eine Straffung der Strukturen und eine Stärkung der Finanzkraft. <http://www.kirchmedia.de>

International CES2002

Neuer Termin, mehr Fläche, umfangreiches Kongressprogramm

Zum ersten Mal findet die International CES im Januar kommenden Jahres nicht über ein Wochenende statt, sondern in der Wochenmitte von Dienstag bis Freitag (08. bis 11. Januar 2002, Las Vegas). Sie wurde zudem von fünf auf vier Tage verkürzt.

Erstmals bietet auch der Veranstaltungsort, das Las Vegas Convention Center (LVCC), durch die mittlerweile fertiggestellten und zur CES erstmals genutzten neuen „South Halls“ ausreichend Fläche, so daß nicht wieder, wie in den Vorjahren, diverse verstreut liegende Hotels und Zelte hinzugenommen werden müssen.

Mit mehr als 2.000 Ausstellern aus allen Kontinenten und rund 110.000 Fachbesuchern aus 110 Ländern ist die CES die weltgrößte jährliche Fachmesse dieser Branche. Sie wird begleitet von mehr als 100 Konferenzveranstaltungen mit über 300 Referenten. <http://www.CESweb.org>



Ist da wirklich Nichts dahinter?

Skeptisch informieren sich diese Besucher über Technik und Qualität der neuen Flachbildschirme, die in den unterschiedlichsten Größen und technischen Ausführungen allerorten auf der Funkausstellung zu sehen waren. Leider sind die Preise für diese „Bilder an der Wand“ nach wie vor recht hoch.

Umfrage zum Telefonmarkt

Gemeinsame Studie von vatm und dimap

Seit mehr als drei Jahren werden auch in Deutschland private Telekommunikationsdienste angeboten. Wie diese neuen Angebote von den Telefonkunden beurteilt werden, ließ jetzt der Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM) im Rahmen einer aktuellen repräsentativen Meinungsumfrage feststellen.

Dabei wurde unter anderem ermittelt, wie bekannt die Angebote der privaten Telefongesellschaften sind und wie der Verbraucher sie

Investment in digitales Fernsehen

Schwedische SMI sucht Partner in Deutschland

SMI Media Invest ist ein schwedisches Investmentunternehmen, das sich ganz auf digitales Fernsehen konzentriert. Das Geschäftskonzept umfasst sowohl strategische als auch finanzielle Hilfen, in erster Linie für Entwicklungsunternehmen, die im Bereich interaktiver digitaler Medien arbeiten.

SMI betreut bereits bereits Investitionen im DTV-Bereich in Italien, Frankreich und Spanien, in Großbritannien und Schweden und ist derzeit dabei, sein Aktionsfeld auf Deutschland zu erweitern.

Weitere Informationen:

www.smimediainvest.com

Ansprechpartner für Deutschland: Johan Ohlsson

Johan.Ohlsson@skandiamediainvest.com

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