

## EDITORIAL

Am 1. November war es soweit: In der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg startete das digitale Antennenfernsehen seinen Regelbetrieb mit zunächst acht Programmen, weitere werden im kommenden Frühjahr folgen.

Dieser Einstieg ist genau genommen ein Umstieg - und in dieser Form der Erste weltweit. In Berlin-Brandenburg hat er in einer Krise der Medien- und Kommunikationsindustrie begonnen. Dass er dennoch stattfinden kann, und nicht wie viele andere Projekte Vision bleibt, verdanken wir der Beachtung eines einfachen Grundsatzes: Es kommt auf den Verbraucher an! Der Übergang von Analog nach Digital geht bekanntlich nur mit neuen Endgeräten, und die müssen vom Verbraucher bezahlt werden. Das tut er nur, wenn der Mehrwert gegenüber dem analogen Gerät überzeugt.

Zusammen mit der Deutschen TV-Plattform und der Geräteindustrie haben wir einen eingängigen Namen: Das ÜberallFernsehen und einen einfachen, deutsch gesprochenen Slogan entwickelt: **Einfach – Überall – Fernsehen**. Wir haben mit den Fernsehveranstaltern einen dreiphasigen Umstellungsplan verabschiedet, der nun in die Tat umgesetzt wird. Ohne die klare Entscheidung dafür, dass wir nur mit der Abschaltung der analogen Frequenzen ein konkurrenzfähiges Angebot schaffen können, hätten wir nicht den Schub in der Geräteindustrie erreicht.

Für mich ist es eine positive Überraschung, zu welcher Anstrengung die Geräteindustrie in der Lage ist, auch wenn es zunächst nur um den vergleichsweise kleinen Markt Berlin geht. Und ich hoffe, dass es nun noch weiter geht. Das Geräteangebot ist auch ein Beweis für die Leistungsfähigkeit mittelständischer Unternehmen, die auf den Vorteilen der globalen Entwicklung aufbauen können. Wir sehen die Dynamik eines offenen Marktes, den die in Deutschland einmal angestrebte Lösung der Zusammenarbeit von Kirch, Bertelsmann und der Telekom für eine deutsche Einheitsbox nie erreicht hätte. Wir zeigen in der Praxis, dass digitales Fernsehen mehr ist als Pay-TV, und welche Leistungen die Geräte bei der elektronischen Programmführung schon heute bieten können. Große Herausforderungen stehen aber noch vor uns: insbesondere die praktische Zusammenarbeit zwischen zwei getrennten Industrien: Fernsehen und Mobilfunk. UMTS und DVB-T können sich ergänzen, mit den Stärken der Inhaltenanbieter einerseits, der Fähigkeit der Mobilfunkunternehmen zur Abrechnung andererseits. Es sollte eine Herausforderung für uns in Deutschland sein, als Erste zu zeigen, welche Leistungsfähigkeit unsere europäischen Standards gerade in ihrer Kombination haben.



Dr. Hans Hege,  
Direktor der  
Medienanstalt  
Berlin-  
Brandenburg

## MHP: Start in die Praxis

„Die Multimedia Home Platform MHP ist on air und im Handel“. Dies bekräftigten die beteiligten Sendeanstalten und Gerätehersteller einhellig anlässlich der Pressekonferenz der MHP MarCom Gruppe Deutschland (eine Arbeitsgruppe der Deutschen TV-Plattform) während der Medientage München am 16. Oktober 2002. Das neue Angebot der Sender ARD, ZDF und RTL auf Basis des offenen Standards für interaktives digitales Fernsehen ist nach sorgfältigen Tests in den Regelbetrieb überführt worden.

Dazu stehen dem Konsumenten ab sofort MHP-fähige Endgeräte in Form von Set-Top-Boxen und Fernsehgeräten mit integrierter MHP Funktionalität von Panasonic, Philips und Sony im Fachhandel zur Verfügung. Fujitsu Siemens Computers liefert Set-Top-Boxen für Diensteanbieter.

Vor kurzem hat sich das Europäische Parlament mit großer Mehrheit für die europaweite Einführung des bislang einzigen offenen Digitalfernsehstandards MHP ausgesprochen. In seiner Resolution betonte es, dass nur MHP derzeit das Kriterium eines offenen Standards erfüllt. Die Entwicklung des digitalen Fernsehens sei vor allem deshalb in Schwierigkeiten geraten, weil Pay-TV-Veranstalter mit ihren eigenen Digitalfernsehstandards fast überall in Europa gescheitert seien, heißt es in der Resolution weiter. Digitales

Fernsehen dürfe deshalb nicht auf der Grundlage herstellereigener („propriärer“) Technologien stattfinden, sondern müsse allen Gesellschaftsschichten offen stehen.

Wie bei allen evolutionären Weiterentwicklungen gibt es auch bei MHP keinen „harten“ Übergang, bei dem von einem Tag auf den anderen

das komplette Angebot von Anwendungen und Inhalten einerseits und von Geräten andererseits umgestellt wird. Vielmehr erfolgt der Übergang schrittweise: So werden zu den aktuell vorhandenen Applikationen in Kürze weitere folgen, auch von neuen Anbietern am Markt. Und auch das Angebot an MHP-fähigen Geräten wird sich in naher Zukunft mehr und mehr verbreitern.

*Fortsetzung auf Seite 3*



Pressekonferenz der MHP MarCom Gruppe anlässlich der Medientage München v.l.n.r.: Dr. Georg Lütteke (Arbeitsgruppe Markteinführung MHP), Björn Febrm (Fujitsu Siemens Computers), Jochen Weymer (Sony), Michael Albrecht (ARD), Lothar Kerestedjian (Panasonic), Wolfgang Spöner (Philips), Dr. Simone Emmelius (ZDF), Dr. Helmut Stein (Premiere); Moderation Roland M. Steble.

## Symposium 2003

Unter dem vorläufigen Arbeitstitel:

### ÜberallFernsehen = Fernsehen Überall?

wird die TV-Plattform in bekannter und bewährter Weise über die Umstellung des Antennenfernsehens in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg informieren und aktuelle Fragen rund um dieses Thema diskutieren. Neben einer ersten Zwischenbilanz im Hinblick auf Programme und Applikationen, aber auch auf die Situation des Handels und der Industrie wird bei der Veranstaltung auch ein Ausblick gegeben werden auf das faszinierende und heute noch gar nicht zu überschauende Feld künftiger mobiler Anwendungen und Techniken. **Termin: Donnerstag, 15. Mai 2003 (10 bis 17 Uhr) Ort: Berlin.**

Interessenten sollten sich diesen Termin schon heute vormerken!

### THEMEN

- |                        |      |
|------------------------|------|
| ▶ Das ÜberallFernsehen | S. 2 |
| ▶ Festakt zum Start    | S. 3 |
| ▶ MHP                  | S. 3 |
| ▶ Unternehmensportrait | S. 4 |
| ▶ Zwei neue Webseiten  | S. 4 |

Informationsabende für den Fachhandel

# Neue Chancen für Handel und Handwerk

SFB: Intendant bekräftigt die volle Unterstützung des Umstiegs

**Auch wenn von der Umstellung des Antennenfernsehens auf „DVB-T: Das ÜberallFernsehen“ in der Berliner Region zunächst „nur“ etwa 150 bis 200.000 Haushalte unmittelbar betroffen sind, sind für einen reibungslosen Ablauf dennoch eine genaue strategische Planung und umfangreiche technische und organisatorische Maßnahmen erforderlich. Hier haben Medienanstalt, Rundfunkanstalten und nicht zuletzt auch die Geräteindustrie in vorbildlicher Weise zusammengearbeitet.**

Für die Umsetzung allerdings wird noch ein weiterer Partner benötigt: der Fachhandel! Ihm kommt bei dieser letzten Stufe eine wichtige Rolle als Mittler zwischen Rundfunkanstalten und Industrie auf der einen Seite und den Endkonsumenten auf der anderen Seite zu.

Damit er aber diese Rolle auch ausfüllen kann, muß der Handel rechtzeitig und umfassend informiert



Mit sichtlichem Interesse gingen manche Besucher auch den Details der Geräte auf den Grund, selbst wenn diese, wie hier zu vermuten, nur schwer erkennbar waren.

sein! Informiert nicht nur über Geräteangebot, sondern auch über die Modalitäten der Umstellung, über die neuen Programme, die Termine, die Kanäle und Sender, aber auch über die Kommunikations- und Werbemaßnahmen, als da sind: Laufbänder in den jeweiligen Programmen, Funk- und TV-Spots, Flyer und Broschüren, telefonische Hotline, WebSite und andere.

## Informationsabende

Bereits im März hatten deshalb die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb\_), die Industrie- und Handelskammer zu Berlin (IHK) und die Deutsche TV-Plattform in einer gemeinschaftlichen Aktion zu einem ersten Informationsabend eingeladen (vgl. TV-Zukunft 2/02). Um diese

Informationen zu aktualisieren und zu vertiefen, hatten sich die genannten Partner jetzt erneut zusammengetan und zu einer zweiten Informationsveranstaltung am 30. September/ 1. Oktober eingeladen.

Mit von der Partie waren insgesamt 19 Gerätehersteller, die im Rahmen einer eindrucksvollen Begleitausstellung in der Fasanenpassage der IHK ihre neuesten Modelle präsentierten und die erschienenen Vertreter des Handels über Termine, Leistungen, Preise und Konditionen informierten (s. auch: Liste der Aussteller). Die Stände der Aussteller waren sowohl vor als auch nach dem Informationsteil in den Konferenzräumen der IHK stets gut frequentiert. Insgesamt geriet diese Ausstellung zu einer eindrucksvollen und überzeugenden Demonstration des Engagements dieser Branche für das neue ÜberallFernsehen.

## Info-Package

Ebenfalls erstmals vorgestellt wurde auf den Informationsabenden das von der mabb\_ entwickelte „Info-Package“ für die Händler. Zum Inhalt gehören je ein



Der Intendant des SFB, Horst Schättle, war „incognito“ zum Info-Abend erschienen und batte sich mit einer spontanen Wortmeldung an der Diskussion beteiligt. Dabei betonte er ausdrücklich das große Engagement der Rundfunkanstalten, insbesondere des SFB, für die anstehende Analog-/Digital Umstellung des terrestrischen Fernsehens.

Muster des Flyers und der ausführlicheren Broschüre, ein sogenanntes „FactSheet“ und die erste Ausgabe des „Newsletter“ der mabb\_.

Für Flyer und Broschüre gibt es einen Aufsteller, mit dem diese Medien z.B. auf der Theke des Geschäftes für die Kunden präsentiert werden können.

Selbstverständlich ist das Info-Package auch nachträglich noch erhältlich. Hier die Bestelladresse: Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) Herr Sascha Bakarinow Kleine Präsidentenstraße 1; 10178 Berlin oder per eMail über: bakarinow@mabb.de (Für Händler: Bitte geben Sie bei einer Bestellung die Anzahl an Flyern, Broschüren und FactSheets an, die Sie benötigen)



Über die gesamte Länge von knapp 80m der Fasanenpassage erstreckte sich die Geräteausstellung. Im Bild das Fernseheteam des NDR bei den Aufnahmen für den „Ratgeber Technik“.

## WebSite

Wer bei den Informationsabenden nicht dabei sein konnte, kann sich selbstverständlich auch nachträglich noch informieren. TV-Plattform und Medienanstalt haben dazu eine WebSite entwickelt, die alle wichtigen Informationen sowohl für den Endkonsumenten als auch für Handel und Handwerk bereithält (www.ueberall-TV.de). Hier gibt es beispielsweise im „öffentlichen“ TeileineListemittalen

Geräten, die laufend dem aktuellen Standangepasst wird; und ebenso eine Liste mit allen Fachgeschäften, die Geräte und Zubehör für das Überall-Fernsehen im Programm haben. In einer separaten Rubrik „Fachhandel“, die nur über Passwort zugänglich ist, sollen spezielle Informationen der

## Begleitausstellung

Folgende Unternehmen und haben sich an der Geräteausstellung anlässlich der Händler-Informationsabende beteiligt:

- digenius
- galaxis
- Grundig
- Hauppauge
- Humax
- Kathrein
- Lorenzen
- Metz
- Nokia
- Pace
- Panasonic
- Preisner
- ProMax
- Quelle
- Samsung
- Schwaiger
- TechniSat
- TePax
- Wittenberg Antennen
- ZDF

Rundfunkanstalten und vor allem der Industrie für Handel und Handwerk abgelegt werden.

Fachhändler, die noch nicht in der Händlerliste enthalten sind, können sich unter „postbox@ueberall-tv.de“ anmelden; das Zugangspasswort für den geschützten Händlerleit erhalten Sie unter „passwort@ueberall-tv.de“ (in beiden Fällen bitte Nachweis beifügen, daß Sie tatsächlich Händler sind; eine Registrierung von Privatpersonen ist leider nicht möglich).

## Fachsymposium zum ÜberallFernsehen

Zu einem eintägigen Symposium über das Thema:

„Digitales terrestrisches Fernsehen“

lädt das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) in Zusammenarbeit mit der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb\_) zum 28. November ein.

Das Symposium, das neben Vorträgen auch zwei Podiumsdiskussionen sowie eine begleitende Ausstellung anbieten wird, greift den Beginn des Regelbetriebes für das „ÜberallFernsehen“ in Berlin auf, soll aber die gesamte Thematik des terrestrischen digitalen TV in Deutschland auch im Zusammenwirken mit den Plattformen Kabel und Satellit umfassen.

Für Interessenten hier die Daten der Veranstaltung:

**Termin: 28. November 2002;**  
**Ort: ehemaliges Staatsratsgebäude in Berlin.**



DVB-T: Das Überall Fernsehen

## Festakt zum Start des Regelbetriebs

**Berlin, 31. 10. 2002 – Mit einem Festakt in der Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Telekom AG in Berlin wurde am 31. Oktober der Einstieg in ein neues Fernsehzeitalter begangen.**

In Anwesenheit von Berlins Senator für Wirtschaft, Arbeit und Frauen Harald Wolf, Telekom Vorstand Josef Brauner, des Vorsitzenden des Medienrates Prof. Dr. Ernst Benda, der Intendanten von ZDF, ORF, SFB, Markus Schächter, Prof. Dr. Hansjürgen Rosenbauer, Horst Schättle und des Vorsitzenden des Verbandes Privater Rundfunk und Telekommunikation, Jürgen Doetz, fiel der Startschuss für die Umstellung der terrestrischen TV-Übertragung auf die digitale Technik DVB-T.



*Höhepunkt der Veranstaltung war der Knopfdruck durch den Direktor der Medienanstalt Berlin-Brandenburg, Dr. Hans Hege, und den Geschäftsführer der Rundfunkversorgung (GARV), Uwe Hense.*

### Geräteindustrie ist vorbereitet

Anlässlich der Pressekonferenz zum Start des Regelbetriebs bekräftigte André Herrmann, Vorsitzender des Fachverbandes Consumer Electronics im ZVEI, daß die Geräteindustrie „auf das terrestrische digitale Fernsehen gut vorbereitet“ sei. Zum ersten Mal sei es bei der Einführung eines neuen Systems gelungen, Geräte und Inhalte zur gleichen Zeit für den Endkonsumenten verfügbar zu machen.

Gleichzeitig werde eine ganze Reihe neuer, zusätzlicher Leistungen angeboten. Die Offerte reiche von der einfachen Konverterbox, auch „Zapping-Box“ genannt, bis zu Digital-Receivern mit einer Vielzahl unterschiedlicher Leistungsmerkmale. So gebe es benutzerfreundliche Bildschirminnen, integrierte Spiele, die automatische Programmsuche, Schnittstellen zum PC, und vieles andere mehr.

## MHP: Start in die Praxis

*Fortsetzung von Seite 1*

### Aktuelle Geräte-Situation

Panasonic startete die Massenproduktion der MHP Set-Top-Box TU-MSF100 Mitte September. Eine Auslieferung an den Handel erfolgte entsprechend. Preis: 459,- Euro.

Außerdem wurde die Box auf den vier Panasonic Roadshows im September bundesweit und auf den Kooperationsmessen von EP: und R.I.C. präsentiert. Ein attraktives MHP-Einführungsangebot wird zudem angeboten.

Philips kommt mit der Set-Top-Box DSR 5600 im November in den Handel. Preis 479,- Euro. Begleitet wird die Markteinführung mit einer Anzeigenkampagne, unterstützenden Aktivitäten für den Handel und Erklärungsmaßnahmen für die TV-Zuschauer.

Der Sony Fernseher KD-32NS100 ist bereits seit Ende 2001 im Handel, für 4.000 Euro inklusive Standfuß. Die MHP-Funktionalität des TVs mit integrierter MHP-Box für Sat-Empfang wird ab Oktober per Software frei geschaltet. Im Rahmen der Sony Academy finden interessierte Händler ein Trainingsprogramm für MHP.

### Was gibt es „on air“?

RTL ist mit dem Dienst „RTL WORLD TV Interaktiv“ seit 1. Juli 2002 unter MHP on air. Die ARD betreibt seit der CeBIT 2002 einen MHP-Testbetrieb. Seit 23. August sind nun mit dem ARD Online Kanal (z.B. ARD Ratgeber) und dem TV-Portal (Auswahl aus TV, Radio und Multimedia) erste Anwendungen in Betrieb.

Ebenso ist das ZDF mit dem ZDF Digitext auf MHP Basis seit Anfang August im Regelbetrieb auf Sendung.

Premiere hatte bereits auf der CeBIT und im September auf der IBC interaktive MHP Applikationen gezeigt. Der Zeitpunkt der Ausspielung wird bei Premiere allerdings auch von anderen Parametern abhängig gemacht. Entscheidend sei zunächst die Marktpenetration von MHP-Geräten. MHP-Anwendungen will man aber spätestens dann anbieten, wenn die Umstellung der d-box auf MHP im Frühjahr 2003 erfolgt ist.

### Wie geht es weiter?

Die deutsche MHP MarCom Gruppe begleitet die Markteinführung zudem mit weiteren Marketing- und Kommu-

nikations-Aktivitäten. Diese sind primär auf Handel und Presse sowie im zweiten Schritt auch auf Konsumenten ausgerichtet. Einzelne Maßnahmen sind z.B. die Überarbeitung des Internet-Auftritts auf der Site [www.mhp-forum.de](http://www.mhp-forum.de), die Erarbeitung gemeinsamer Präsentationsmittel und Händlertrainings via Internet. Geplant sind weiterhin begleitende Aktionen zu vielen relevanten Veranstaltungen. Darüber hinaus gibt es einen regelmäßigen MHP Newsletter, der über die Website abonniert werden kann.

Die Aktivitäten der MHP MarCom Gruppe in Deutschland werden von folgenden Sponsoren unterstützt: ARD Digital, Astra, Gist Communications,



*Die Teilnehmer der Pressekonferenz von Industrie und Rundfunk präsentieren das MHP-Logo*

Grundig, Fraunhofer Institut Medienkommunikation, Fujitsu Siemens Computers, Institut für Rundfunktechnik (IRT), Nionex GmbH, Nokia, Panasonic, Philips, Premiere, RTL NewMedia, Scip, Sony, ZDFvision.

## Superschnelle DSL-Übertragung

**QSC stellt Innovation in der Video-Übertragung vor**

Einen Durchbruch in der Übertragung von Filmen und Videos via DSL meldet die QSC AG, ein professioneller DSL-Anbieter in Deutschland. Nach Angaben von QSC erreicht die Wiedergabe DVD-Qualität selbst als Vollbild auf dem PC-Bildschirm, der Ladevorgang dauert nur wenige Sekunden und Ruckelbilder gehören der Vergangenheit an. Erreicht wird diese hohe Qualität durch die spezifische Netz-Topologie des QSC-Netzes. Die dezentrale Server-Struktur mit einer eigens

eingerrichteten Video-Plattform soll breitbandige Übertragungswege vom Server bis zum PC-Endgerät garantieren.

Anwendungsbereiche sieht Bernd Schlobohm, Vorstandsvorsitzender von QSC, nicht nur in der Film-, TV und Medien-Industrie, sondern auch in der internen Unternehmenskommunikation insbesondere von Großunternehmen und im Gesundheitswesen etwa für Röntgen-, Ultraschall- und Kernspin-Aufzeichnungen.

## MHP-Applikationen für drei ARD-Formate

In Zusammenarbeit mit der ARD und dem Institut für Rundfunktechnik entwickelt die Bayerische Medien Technik (BMT) GmbH, Mitglied in der Deutschen TV-Plattform, derzeit für

Der Start der regulären Ausstrahlungen im digitalen ARD-Bouquet ist für das erste Quartal 2003 vorgesehen.

Die Bayerische Medien Technik GmbH ist ein Tochterunternehmen



mehrere Formate interaktive MHP Applikationen. Konkret handelt es sich hierbei um den Polit-Talk „Sabine Christiansen“, „Das Quiz mit Jörg Pilawa“ und den „ARD-Ratgeber“.

Diese Applikationen werden im Dezember 2002 in einer Präsentation zur Interoperabilität von MHP vor der Europäischen Kommission vorgestellt.



der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien und des Bayerischen Rundfunks. Sie kann Dank ihrer Gesellschafterstruktur unabhängig, produkt- und systemneutral neue Technologien umsetzen und Dienstleistungen für öffentlich-rechtliche wie auch für private Rundfunkanbieter erbringen. [www.bmt-online.de](http://www.bmt-online.de).

## UNTERNEHMENS PORTRAIT XIX:

# EPG-Spezialist GIST

## Interaktive Programmführer für alle Plattformen

Der deutsch-amerikanische Spezialist GIST Communications in Berlin und New York hat sich auf die Entwicklung und Vermarktung interaktiver Programmführer, Programmmagazine und Video-on-Demand Guides spezialisiert. Dafür liefert GIST insbesondere Kabelnetzbetreibern auf Wunsch umfassende Komplettlösungen, die neben den erforderlichen Soft- und Hardware auch die Inhalte von namhaften Verlagspartnern sowie Geschäfts- und Finanzierungsmodelle beinhalten.

Programmführer gelten als grundlegende Anwendung des interaktiven digitalen Fernsehens: Die Fernsehinformationen per Fernbedienung spielen in den Digitalstrategien von Programm- und Kabelnetz-betreibern, aber auch von Decoderherstellern und Verlagshäusern als Instrument der Zuschauerbindung eine zentrale Rolle.

Dazu erklärt Ned Wiley, Vice President Sales and Marketing von Gist Communications: „Der elektronische Programmführer ist für den Plattformbetreiber die entscheidende Schnittstelle zum Zuschauer. Genau hier entscheidet sich, ob sich der Zuschauer im digitalen Programmangebot zurechtfindet, ob er Anregungen und Hintergrundinformationen erhält oder auch zur Bestellung eines kostenpflichtigen Zusatzprogramms, etwa eines Films, motiviert werden kann. Wir bringen als Pionier des internet-basierten Programmführers ein einzigartiges Know-how in das interaktive Fernsehen ein. Wir freuen uns, dass unsere Kompetenz von immer mehr Kabelbetreibern, Middlewareanbietern, Decoderher-

stellern und Verlagshäusern und Set-Top-box Herstellern anerkannt wird.“

So präsentierten zum Beispiel zur internationalen Fachmesse IBC im vergangenen September in Amsterdam führende Anbieter von Decodersoft-



ware (Middleware) die interaktiven Programmführer von Gist: Neben Alticast, CANAL+ Technologies und Open TV zeigten auch galaxis/convergence und Motorola die neuesten Gist-Entwicklungen in unterschiedlichsten technischen Umgebungen sowie grafischen und inhaltlichen Varianten. Dazu gehören insbesondere elektronische Programmzeitschriften für digitales Fernsehen und für Video-on-Demand.

http://www.gist.de  
eMail: nwiley@gist.com

## Prof. Ulrich Reimers Preisträger des »IEEE Consumer Electronics Engineering Excellence Award 2002«

Mit dem „IEEE Consumer Electronics Engineering Excellence Award 2002“ wurde Prof. Ulrich Reimers, TU Braunschweig, anlässlich des „2002 IEEE International Symposium on Consumer Electronics“ vom 23.-26. September 2002 in Erfurt/Thüringen ausgezeichnet. Die internationale Tagung fand erstmals in Europa statt und wurde von der TU Ilmenau ausgerichtet. Die Preisverleihung erfolgte im Rahmen des Symposiums am 25. September 2002 im Radisson SAS Hotel in Erfurt. Die Auszeichnung gilt



Bei der Preisverleihung li: Stefan Mozar (IEEE), Mitte: Prof. Reimers, re: Prof. Brandenburg, Leiter der IEEE-Konferenz in Erfurt.

vor allem den jüngsten Arbeiten des Preisträgers zur „Multimedia Home Plattform“ (MHP).

eMail: u.reimers@tu-bs.de

## Kurt Beck: Digital-TV soll verbindlich werden

Das bisher wenig genutzte Digital-Fernsehen soll nach den Vorstellungen von Kurt Beck, Ministerpräsident von Rheinland-Pfalz für alle deutschen Haushalte verbindlich werden. Wie Beck der Süddeutschen Zeitung sagte, möchte

er die Umstellung des analogen Fernsehens bis zum Ende dieses Jahrzehnts gesetzlich vorschreiben. Der SPD-Politiker, der die Medienpolitik der Länder koordiniert, erhofft sich dadurch einen Schub für die Wirtschaft.

## TV-Plattform: Zwei neue Webseiten

### Informationen zum ÜberallFernsehen und zur Multimedia Home Plattform

Seit Mitte Oktober bietet die Deutsche TV-Plattform neue Wege zur Information: Über die WebPortale [www.ueberall-tv.de](http://www.ueberall-tv.de) und [www.mhp-forum.de](http://www.mhp-forum.de) werden umfassende Informationen für Jedermann zu den Themen: „Das ÜberallFernsehen“ und „Multimedia Home Plattform“ dargeboten.

<http://www.ueberall-tv.de>

Völlig neu ist die Seite [www.ueberall-tv.de](http://www.ueberall-tv.de), die über die Umstellung des Antennenfernsehens von Analog-(PAL) auf Digitaltechnik (DVB-T) informiert. Diese Umstellung hat am 1. November zunächst in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg begonnen; weitere Ballungsräume werden voraussichtlich ab 2004 folgen. Die Site enthält zum einen grundsätzliche Informationen und Hintergründe zum neuen „Überall-Fernsehen“, zum anderen spezifische Angaben über das Umstiegsprojekt in

<http://www.mhp-forum.de>

Im neuen Look, in deutscher Sprache und mit neuen Informationen steht seit kurzem die Site [www.mhp-](http://www.mhp-forum.de)



forum.de der deutschen MHP MarCom Gruppe, einer Arbeitsgruppe der Deutschen TV-Plattform, online. Neben Grundlagen und Wissenswertem über den offenen Standard für digitales interaktives Fernsehen findet der Surfer auch Informationen über MHP Applikationen, die bereits sendet werden. Eine weitere Rubrik stellt Applikationen in Entwicklung vor.

Natürlich darf auch die Hardware nicht fehlen. So gibt es auch eine Übersicht der im Markt befindlichen. MHP fähigen Endgeräte und Entwicklungstools. Eine Terminübersicht sowie zahlreiche Download-Möglichkeiten für vielfältige Informationen runden das Angebot ab. Selbstverständlich kann man über die Web-Site auch den Newsletter bestellen.

### 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](http://www.tv-plattform.de)  
**Gestaltung:** HWGemmecke Hamburg  
Auflage: 33.500 Exemplare



Berlin und Umgebung. Hier erfährt der Surfer alles Wissenswerte über die neuen Programme, welche Geräte er braucht und wann und wo es diese gibt, wie der Zeitplan der Umstellung aussieht und vieles andere mehr. Eine spezielle Seite für Fachhandel und -handwerk wird aktuelle Herstellerinformationen, aber auch spezielle Tipps und Tricks sowie ein Diskussionsforum enthalten.

Es ist geplant, alle weiteren Projekte in anderen Ballungsräumen, wenn sie in die aktive Phase des Umstiegs eintreten, ebenfalls in dieses WerbPortal zu integrieren, so daß der Surfer sich an nur einer Stelle über alle Fragen zum ÜberallFernsehen informieren kann.