

EDITORIAL

Ein gemeinsames Dach

Mit DVB 1.0 hat das DVB-Projekt sein zentrales Kerngebäude im globalen Multimedia-Dorf errichtet. Nun ist man dabei, mit DVB 2.0 bzw. MHP 2.0 dieses Gebäude zu erweitern und Verbindungen zu den Nachbargrundstücken und den darauf bestehenden Häusern zu

schaffen. Der Weg dorthin war länger als geplant und von diversen Planungsänderungen und Hindernissen beim Bau gekennzeichnet. Was als konventionelles Gebäudekonzept des analogen Zeitalters – allerdings schon mit neuen, d.h. digitalen Baumaterialien – begonnen hatte, musste im Zuge des Baufortschritts mehrfach angepasst werden, um den sich immer klarer abzeichnenden Anforderungen des digitalen Zeitalters gerecht zu werden. Mit der Verabschiedung von MHP 1.0 konnte schließlich das Dach über dem Gebäude geschlossen werden.

Einigen europäischen Pay-TV-Anbietern dauerte das jedoch zu lange. Sie waren schon vorzeitig in das noch nicht ganz fertige Gebäude eingezogen und hatten sich mit ihren proprietären APIs Behelfsdächer errichtet.

Dass es sich mittlerweile jedoch für Free-TV und Pay TV unter dem gemeinsamen MHP-Dach gut leben lässt, haben die Unterzeichner der Mainzer Erklärung, als da sind ARD, ZDF, RTL und Premiere, nicht nur durch ihre Vereinbarung gezeigt. Sie haben dies auch anlässlich einer MHP-Demonstration am 11. Dezember in Brüssel in Zusammenarbeit mit einer Reihe anderer europäischer Rundfunkanstalten, mit Netzbetreibern und der Geräteindustrie nachdrücklich in der Praxis bewiesen. In einer eindrucksvollen Vorstellung für Mitglieder der EU-Kommission und des EU-Parlamentes wurde eine Vielzahl von unterschiedlichsten MHP-Applikationen der verschiedenen Diensteanbieter gezeigt, die auf allen Geräten der dort vertretenen fünf Hersteller einwandfrei liefen.

Das zeigt auch, dass die Beteiligten die große Herausforderung der Interoperabilität in den Griff bekommen haben. Die Einführung des digitalen Fernsehen ist damit auf eine neue Stufe getreten. Dazu hat auch die Deutsche TV-Plattform mit ihrer Markteinführungsgruppe MHP ihren Beitrag geleistet. Die oben erwähnten Behelfsdächer sollten nun eigentlich wieder abgerissen werden ...

IFA bis 2009 in Berlin

Berlin (dpa) – Die Internationale Funkausstellung (IFA) wird bis 2009 alle zwei Jahre in Berlin stattfinden. Die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) hat als Veranstalter mit der MesseBerlin erstmals einen langfristigen Vertrag über die Ausrichtung der IFA geschlossen. Bisher war die IFA alle zwei Jahre neu vergeben worden. Mit der längerfristigen Bindung an Berlin wird die gfu auch als Mitveranstalter für die Kongressmesse e/home in Berlin auftreten. Von der diesjährigen Funkausstellung (29. August bis 3. September) erwartet die Branche wie in den Vorjahren kräftige Nachfrageimpulse. (s. Bericht S. 3). www.ifa-berlin.de

12. Symposium der Deutschen TV-Plattform:

Zwischenbilanz einer Weltpremiere

Analog-Digital-Umstieg in Berlin verläuft nach Plan

Planmäßig verläuft nach Angaben der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb_) der Analog-/Digital-Umstieg der terrestrischen Fernsehstrahlung in der Hauptstadtregion. Nach dem Beginn des Regelbetriebs am 1. November 2002 mit zunächst acht Programmen steht nunmehr die zweite Stufe des Umstiegs an: Am 28. Februar werden insgesamt vier analoge Programme abgeschaltet, ab 1. März wird dann der digitale Regelbetrieb um die vier frei gewordenen Kanäle erweitert. In Berlin und Umgebung können dann über Antenne erstmals mehr als 20 Programme regulär empfangen werden.

Neu und weltweit bislang einzigartig an dieser Einführung ist, daß es genau betrachtet gar keine Einführung, sondern ein Umstieg ist. Erstmals wird ein vorhandenes System, das seit nunmehr 50 Jahren in Betrieb war und Generationen von Zuschauern Nachrichten und Unterhaltung, Sport und Kultur ins Wohnzimmer lieferte, nach einer nur kurzen Übergangszeit abgeschaltet und durch eine neue, digitale Technik ersetzt. Und bislang ist noch völlig offen, wie der Zuschauer darauf reagieren wird.

Nach den jüngsten Erfahrungen allerdings ist Optimismus angesagt: „Die bisherigen Reaktionen auf die Umstellung waren überwiegend positiv“, konstatiert Dr. Hans Hege, Direktor der mabb. Auch anfängliche Skeptiker, die es – wie überall – natürlich auch bei diesem Projekt gegeben hat (und teilweise noch gibt), waren – nachdem sie das neue „Überall-Fernsehen“ zum ersten Mal selbst erlebt haben – oftmals begeistert von der neuen Programmvielfalt und der überzeugenden Qualität. So ist es auch zu erklären, daß sich bis Mitte Februar bereits 70.000 Berliner entschlossen haben, eine SetTop-Box, wie man sie zum Empfang des digitalen „Überall-Fernsehens“



Die Engpässe aus der Startzeit sind passé: Mittlerweile umfasst das Geräteangebot eine breite Palette verschiedener Modelle und ist in ausreichenden Stückzahlen im Handel verfügbar.

braucht, zu kaufen. Diese Zahl ermittelte die mabb_ durch Umfragen bei der Geräteindustrie und im einschlägigen Fachhandel der Hauptstadtregion. Sie stellt, nur dreieinhalb

Fortsetzung Seite 3

THEMEN

- ▶ MultiMedia HomePlattform S. 2
- ▶ IFA 2003 S. 3
- ▶ Sonderinfo zur Umstellung in Berlin-Brandenburg S. 4/5
- ▶ Bericht aus den USA S. 6
- ▶ Unternehmensportrait S. 6



MULTIMEDIA HOME PLATFORM

Hintergründe • Nachrichten • Neuheiten

Vorstellung in Brüssel

Insgesamt zwanzig Rundfunkveranstalter und Gerätehersteller sowie Kabel- und Satellitenunternehmen aus ganz Europa präsentierten am 11. Dezember 2002 in Brüssel die vielfältigen Möglichkeiten der



Fritz Pleitgen, ARD-Intendant bis Ende 2002

Multimedia Home Platform MHP. Mit Programm-Beispielen und Geräten wurden der zuständige europäische Kommissar Erkki Liikanen, Mitglieder des Europäischen Parlaments und

Vertreter von EU-Mitgliedsstaaten über den aktuellen Stand der Entwicklungen rund um die Multimedia Home Platform umfassend informiert. Die Präsentation hatte der ARD-Vorsitzende Fritz Pleitgen im Juli 2002 in einem Gespräch mit Kommissar Liikanen angeregt.

Dabei hob Fritz Pleitgen noch einmal die Fortschritte auf dem Weg zu einem einheitlichen europäischen Standard für das digitale Fernsehen (MHP) hervor. Die Vorführung von interaktiven Fernseh-Anwendungen bezeichnete Pleitgen als „Beleg dafür, dass MHP eine Erfolgsgeschichte werden kann und werden wird“. MHP ist ein offener Fernsehstandard, der allen Zuschauern einen diskriminierungsfreien Zugang zum digitalen Fernsehen ermöglicht.

RTL ohne OpenTV

Die RTL-Gruppe setzt voll auf MHP. Deshalb folgte zum Jahreswechsel auch die logische Konsequenz, die OpenTV basierten Dienste abzuschalten. Die Entwicklungskapazitäten für interaktive Dienste hat der Sender jetzt voll auf MHP Applikationen konzentriert.

MHP Entwicklertool vorgestellt

Die Sony Open DataCast Plattform ist ein auf offenen Standards basierendes System zum Erstellen und Ausspielen von MHP Datendiensten. Die Plattform besteht aus mehreren Produkten, die einzeln oder auch als komplette Systemlösung eingesetzt werden können. „MediaGateway“ ist ein template-basierendes Autorensystem, welches ohne Programmieraufwand den Inhaltanbieter wieder das machen lässt, was er am beste kann: Inhalte

erstellen. Mit „MediaManager“ und „MediaCaster“ können MHP Applikationen verwaltet, überwacht und ausgespielt werden. Das darin enthaltene Client/Server-System bietet dem Programmanbieter die Freiheit für verteilte Entwicklung und die Integration in bestehende Payout-Lösungen. „MediaStation“ ist ein Mini Head-End System für Test und Validierung von MHP Applikationen in einer realistischen Umgebung.



Sony iDTV für MHP frei geschaltet

Deutschlands erster MHP-fähiger Digital-Fernseher mit eingebautem digitalem Sat-Receiver kommt aus dem Hause Sony und ist seit dem 15. Januar für MHP frei geschaltet. Für bereits gekaufte Geräte findet der hierfür erforderliche Software-Download kontinuierlich statt – automatisch, ohne daß der Nutzer davon etwas merkt. Weitere Informationen und Fragen zum Umgang mit den neuen MHP-Anwendungen gibt die Sony-Hotline 01805-25.25.86.



Vertriebspartnervertrag

Die Nionex GmbH, Anbieter von Portal- und Content-Management-Lösungen innerhalb der DirectGroup Bertelsmann und die finnische Icareus haben den Abschluß eines Vertriebspartnervertrags für den MHP-Browser „pontegra“ bekannt gegeben.

Gütersloh / Dortmund / München / Espoo, 12. Februar 2003 – Der finnische IDTV-Spezialist Icareus Ltd. übernimmt ab sofort in Finnland die Vermarktung des MHP-Browsers pontegra der deutschen Nionex GmbH. Die Partnerschaft mit Icareus trägt der Tatsache Rechnung, dass Finnland bei der Einführung von MHP (Multimedia Home Platform), dem internationalen Standard für interaktives Fernsehen, derzeit weltweit einen Spitzenplatz einnimmt. Die Icareus

Ltd. war von Anfang an an dieser Entwicklung beteiligt und hat bereits selbst eigene MHP-Lösungen erfolgreich gelauncht. pontegra von Nionex ist der erste Browser auf MHP, der sich am neuen DVB-HTML Standard für MHP-Content orientiert. Der Browser erlaubt es, mit Standard Authoring-Tools und Web-basierten Workflow-Komponenten neue, interaktive Dienste auf den derzeitigen MHP 1.0.2 Set Top Boxen zu generieren.

6. Interoperability Workshop

Vom 24. bis 27. Februar veranstaltete das Institut für Rundfunktechnik (IRT) in München den sechsten MHP Interoperability Workshop.

Wie bei den vorherigen Workshops standen den Teilnehmern wieder komplette „play out“-Bedingungen auf DVB-T-Kanälen und DVB-S-Multiplexen zur Verfügung. Ergänzend dazu waren auch Live-Übertragungen von MHP-Applikationen über Satellitenstrecken möglich. Parallel zum Workshop traf sich die MHP Implementers Group zu einem Arbeitstreffen beim IRT.

Weitere Informationen über MHP und den Workshop finden Sie unter www.mhp-forum.de.



Erfahrungsaustausch und Kommunikation zwischen allen Beteiligten sind die Grundpfeiler der IRT-Workshops.



Panasonic Box mit MHP-Logo

Bereits im November letzten Jahres konnte die Matsushita Electric Industrial Co., Ltd. (Panasonic) als erstes Unternehmen seine MHP-SetTop-Box für das offizielle MHP®-Logo zertifizieren. Dafür erforderlich waren mehr als 10.000 Einzeltests im Rahmen des MHP® Conformance Testing und des DVB-MHP Lizenzierungsverfahrens (vgl. Editorial in TV-Zukunft 3/02). Diese besonders strengen Vorgaben machen das MHP®-Logo zu einem Markenzeichen für Qualität und Zukunftssicherheit. Nach erfolgreicher Absolvierung dieser Tests darf Panasonic nunmehr den Universaldecoder TU-MSF100 mit dem MHP®-Zeichen vermarkten.



Panasonic TU-MSF10

MHP-Logo garantiert Zukunftssicherheit

Für den Verbraucher ist das MHP®-Signet eine wichtige Entscheidungshilfe und Qualitätskriterium zugleich. Das Logo garantiert, daß der Decoder den heute geforderten Spezifikationen für das digitale interaktive Fernsehen und in besonderem Maße den Anforderungen zur Darstellung von MHP® Applikationen entspricht.

Mittlerweile haben noch weitere Hersteller die MHP Testsuites für ihre Hard- und Softwareprodukte erfolgreich absolviert. So hat z.B. auch ADB (Advanced Digital Broadcast) die MHP Testsuite für seine MHP Hard- und Software-Lösungen erfolgreich absolviert und kann die Produkte mit dem MHP Logo zieren. Samsung und LG Electronics meldeten ebenfalls die erfolgreiche Absolvierung der Testsuite ihrer Boxen auf Basis der Middleware von Alticast. Auch der DSR 5600 von Philips hat den MHP Test erfolgreich bestanden.

DVB und MHP sind eingetragene Marken der DVB-Project Gesellschaft

Zwischenbilanz einer Weltpremiere

Fortsetzung von Seite 1

Monate nach dem Start des Regelbetriebs, sicherlich einen weltweit einmaligen Rekord dar.

Symposium zieht Zwischenbilanz

In seinem traditionellen ganzjährigen Symposium, das in diesem Jahr am 15. Mai stattfinden wird, zieht die Deutsche TV-Plattform eine erste Zwischenbilanz des bisherigen Verlaufs des Umstiegs. Im Mittelpunkt stehen dabei Fragen nach dem zeitlichen Ablauf des Umstiegs und der Dauer der Simulcast-Phase, nach den Reaktionen auf die relativ kurzfristige Abschaltung, aber auch nach den Geräten, ihrer Verfügbarkeit und Preisstellung sowie der Sozialverträglichkeit. Über diese und weitere Themen berichten und diskutieren Vertreter aller beteiligten Gruppen: der Rundfunkanstalten ebenso wie der Geräteindustrie, aber auch vom Handel, von Verbraucher- und Mieterverbänden. Ihre Ergebnisse sind nicht nur für die unmittelbar Beteiligten interessant, sondern sind auch wertvolle Orientie-



Wer es gerne etwas bescheidener hat: Auch Empfangsboxen im Miniformat gehören mittlerweile zum vielseitigen Geräteangebot.

rungshilfe für alle nachfolgenden Projekte in den übrigen Regionen Deutschlands. Ein Überblick über den aktuellen Stand der Planungen in diesen Regionen sowie ein Ausblick auf

Daten zum Symposium

Termin: 15. Mai 2003,

10.00 bis 17:00 Uhr

Ort: MesseBerlin
(voraussichtlich Halle 7)

künftige neue, darunter auch mobile Anwendungen runden das Themenspektrum des Tages ab.

siehe hierzu auch Seite 5:

„Der Umstieg wird ernst“.

Digitaltechnik im Mittelpunkt

IFA 2003: Ein Festival der Innovationen

Rund sechs Monate, bevor die „Internationale Funkausstellung Berlin 2003“ Ihre Pforten öffnet, geben sich Veranstalter und Messegesellschaft optimistisch: Trotz lahmender Konjunktur, leerer Kassen und schlechten Konsumklimas setzt die Industrie auf Konjunkturimpulse durch die diesjährige IFA, die vom 29. August bis 3. September traditionell in Berlin stattfinden wird.



Im Mittelpunkt des attraktiven Geschehens werden digitale Produkte und Anwendungen stehen, die für den Konsumenten „attraktiver und spannender als je zuvor sind“ – so Dr. Rainer Hecker, der Aufsichtsratsvorsitzende der gfu, auf einer Pressekonferenz Anfang Februar in Berlin. Das Beste aus Audio-, Video-, Foto-, Netzwerk- und Computertechnik fließt in intelligenten, einfach zu bedienenden Produkten zusammen.

So werde der Fernseher von Spezialisten zum Universalisten. Er kann neben dem Empfang von Programmen und Informationsdiensten auch für Online-Spiele, für das Surfen im Internet, zur Steuerung des Energie-

verbrauchs in der Wohnung, zur Überwachung, aber auch zur Betrachtung der Urlaubsvideos und Fotos benutzt werden. Der Computer präsentiert sich auf der IFA nicht nur als PC, denn auch die digitalen Fernseher (einschließlich der „SetTop-Boxen“), die Videorecorder auf Basis von DVDs und Festplatten oder die Spielekonsolen basieren auf lupenreiner Computertechnik.

Natürlich bietet die IFA, die in diesem Jahr auf nur noch sechs Tage verkürzt wurde, wieder verschiedene Fachzentren mit Aktionsflächen und Veranstaltungen sowie ein attraktives Rahmenprogramm.
www.ifa-berlin.de

Weitere Einzelheiten sowie das Programm finden sie in Kürze auf der Webseite der Deutschen TV-Plattform: www.tv-plattform.de

CeBIT 2003

Von 12. bis 19. März 2003 öffnet die CeBIT ihre Pforten in Hannover. Zahlreiche Unternehmen und Programmanbieter werden dort auch wieder ihre MHP-Produkte präsentieren.

Hier nur einige Beispiele:

- ARD Digital,
- ASTRA,
- Fujitsu Siemens Computers,
- Panasonic,
- Philips,
- RTL Newmedia,
- Samsung,
- Sony und
- ZDF vision.

Neben Endgeräten und Applikationen gehören auch Entwicklertools zu den Exponaten. Einen ausführlichen MHP@CeBIT guide finden Sie im Internet unter www.mhp-forum.de zum Download.

Anga Cable 2003

Mehr als vier Monate vor Beginn der Messe haben bereits über 100 Aussteller aus 15 Ländern insgesamt mehr als 3.000 m² Nettoausstellungsfläche für die ANGA Cable 2003 gebucht, die vom 3. bis 5. Juni in der Halle 13.1 der KölnMesse stattfindet. Die international ausgerichtete Fachmesse für Kabel, Satellit und Multimedia wird begleitet von der ANGA Cable Convention 2003, einem Kongress mit mehr als 40 internationalen Referenten aus den Bereichen Technik, Strategie, Content, Marketing und Recht.



Der zweite Tag der ANGA Cable und der ANGA Cable Convention ist auch in diesem Jahr gleichzeitig der „Handwerker-Tag“. Er richtet sich mit den Vorträgen und den weiteren Veranstaltungen in besonderem Maße an die Handwerksunternehmen, die Netze errichten, betreiben und warten.

Messe und Kongress werden unterstützt vom Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI).



Stimmen zu DVB-T

Seit Jahren sammeln wir Insider-Informationen rund um das digitale Fernsehen und reichen sie via TV-Zukunft an Sie, unsere Leser weiter. An dieser Stelle soll jetzt auch einmal der umgekehrte Weg beschrritten werden: wir wollen auch Sie einmal zum Wort kommen lassen. Wir wollen wissen, was Sie über DVB-T denken und/oder welche Erfahrungen Sie bereits damit gemacht haben. Leider reicht der Platz nicht, das ganze Spektrum verschiedener Meinungen und Erfahrungen wiederzugeben. Stellvertretend deshalb nur vier Stimmen von ganz „normalen“ Fernsehzuschauern und aus dem Handel.



Friedrich Reeder
Programmierer

Was mir zum ÜberallFernsehen einfällt? – Endlich mehr Programme und ein geniales Bild im Vergleich zum Analog-Empfang! Die Sprachübertragung allerdings ist bei schlecht eingerichteter Antenne öfter mal gestört, vielleicht wird sie ja auch zweitrangig behandelt. Das ist besonders bei Diskussionssendungen höchst ärgerlich, wenn wichtige Aussagen einfach „untergehen“.

Das überaus klare Bild jedoch ist wirklich bestechend – ich staune, was mein alter Fernseher noch so alles bringt. Einen SCART-Anschluss sollte er aber schon haben, da das von der Box modulierte Antennensignal deutlich schlechtere Qualität liefert. Und von der Kostenseite betrachtet: Eine gute Alternative zum Kabelfernsehen.

Hans Vetter
Architekt, Berlin
Charlottenburg



Seit dem 1. November vergangenen Jahres haben sich meine Fernsehgewohnheiten, die sich mangels besserer Alternativen vorher ausschließlich auf den gelegentlichen Empfang des ARD-Programms mittels einer Zimmerantenne beschränkten, für eine Weile erheblich gewandelt: Dank einer SetTop-Box bin ich nunmehr in der Lage, auf einen Schlag acht Programme in nie zuvor erlebter Bild- und Tonqualität zu empfangen, und das mit meiner alten Zimmerantenne, verbunden mit der Box, und die wieder über den SCART-Stecker verbunden mit meinem schon recht betagten Fernseher.

Was die SetTop-Box sonst noch zu bieten hat, funktioniert alles wunderbar, von der Tastenbelegung auf der Fernbedienung, über den Zugriff auf die Videotexte der verschiedenen Sendeanstalten bis hin zu den Informationen über die Inhalte der gerade laufenden und auch folgender Sendungen.

STIMMEN AUS DEM HANDEL



Wolfgang Wulf
Produktmanager,
MediaMarkt

Mit DVB-Tmacht die Digitaltechnik einen großen Schritt nach vorn: zumindest hier in Berlin stellen wir in den letzten Monaten eine deutliche Marktbelegung fest, was sicherlich auch mit der kurzfristigen Abschaltung der bisherigen analogen Technik zusammenhängt. Die anfänglichen Engpässe vom Oktober letzten Jahres sind längst überwunden.

Nie zuvor hat sich ein neues System so schnell und zu so verbraucherfreundlichen Preisen am Markt eingeführt. Ich komme übrigens eben aus unseren Verkaufsräumen: Dort lief mir ein Kunde überm Weg, drei DVB-T Boxen unterm Arm. Auf Nachfrage erklärte er freimütig: Klar – die eine ist für den Fernseher, die zweite für den Videorecorder. Und die Dritte? – die ist für die Schwiegermutter ... Recht hat er!

Marco und Arnold Lindau
Audio-Video Lindau,
Brandenburg



Als mittelständischer Audio-Video Fachbetrieb liegen unsere Stärken besonders auf den Gebieten von Service und Beratung. Wir haben uns deshalb schon frühzeitig über DVB-T und alles was damit zusammenhängt informiert und, um unseren Kunden qualifizierte Beratung geben zu können, eigene Messungen bzw. Empfangsversuche in und um die Ortschaft Brandenburg vorgenommen. Als Geräte verwendeten wir ein handelsübliches TV-Gerät als Monitor, als SetTop-Box überwiegend den TechniSat DigiPAL 1T sowie verschiedene Antennen: Stabantennen ohne Verstärkung sowie Zimmer- und Camping-Antennen mit Verstärker.

Unser wichtigstes Ergebnis ist einfach zusammengefasst: Überall dort, wo bisher analoger Empfang möglich war, auch wenn nur schwach und verrauscht, ist mit normalen VHF- und UHF-Antennen sauberer DVB-T Empfang möglich. Teilweise reichten die Empfangsmöglichkeiten bis nach Sachsen-Anhalt. Speziell im Gebiet um den Fiener Bruch hatten wir klaren Empfang u.a. in den Orten Genthin, Altengrabow, Tuheim und Kade.

Viele Berliner verbringen ihre Wochenenden oder auch ihren Urlaub auf einem der vielzähligen Gewässer in und rund um die Stadt. Also prüften wir auch den Empfang auf den am häufigsten genutzten Wasserstrassen rund um Brandenburg. Auch hier ein klares Ergebnis: Die Sender im Regelbetrieb können mit Verstärkerantennen auf und rund um die Brandenburger Gewässer problemlos empfangen werden.

Und last but not least testeten wir auch den Empfang im fahrenden Auto: Rund um den großen Beetzsee, mit einer normalen Antenne, erwies er sich auch während der Fahrt als fast immer stabil.

Unser Resümee: Wir sind von DVB-T, seiner Empfangbarkeit, seiner Bild- und Tonqualität und von der neuen Programmvielfalt begeistert und raten vielen unserer Kunden zum Umstieg.

Empfangstest

Um selbst einen Eindruck davon zu bekommen, wie die tatsächlichen Empfangsverhältnisse in der Praxis sind und wie weit über die Stadtgrenzen hinaus die neuen Programme zu empfangen sind, unternahm die Redaktion von TV-Zukunft und des Ratgeberteams von „www.ueberall-TV.de“ Mitte Januar eine Testfahrt in und rund um Berlin. Hier eine kurze Zusammenfassung der Eindrücke und Ergebnisse.

Fahrtroute

Die Fahrtroute führte von der Innenstadt (Ku'damm) in südwestlicher Richtung nach Potsdam, dort durch das Stadtgebiet und dann weiter nach Süden bis zum äußeren Autobahnring (A10). Anschließend den Autobahnring gegen den Uhrzeigersinn südlich, östlich und nördlich um Berlin herum bis zum Anschluss Spandau. Die Entfernung zur Stadtmitte auf dieser Strecke beträgt im Mittel zwischen 15 und 35 Kilometer. Von der Ausfahrt Spandau ging es wieder zurück in östlicher Richtung ins Stadttinnere (siehe Kartenausschnitt).



Streckenführung der Testfahrt rund um Berlin. Der Abstand zur Stadtmitte beträgt zwischen 15 und 35 km.

Technische Ausrüstung

Empfang: passive DVB-T-Antenne, auf dem Fahrzeugdach montiert.
SetTop-Box: TechniSat DigiPal 1 (12V-Betrieb)
Wiedergabe: Grundig Davio 37 (12V-Betrieb)
Spannungsversorgung: PKW-Bordnetz 12 V.

Die Ergebnisse sind einfach und kurz zusammenzufassen:

1. Kanäle im Regelbetrieb

Der Empfang der Regelbetriebskanäle (zum Zeitpunkt des Tests: K5 und K44) erwies sich, auch mit dem geringen Antennenaufwand am Testfahrzeug, innerhalb des Stadtgebiets und ebenso entlang der gesamten Umfahrungsstrecke bei stehendem Fahrzeug als einwandfrei. Geringfügige Einschränkungen gab es lediglich im Südosten (in Verlängerung der Linie Alexanderplatz – Müggelberge).

2. Kanäle im Projektbetrieb

Der Empfang der Projektkanäle (die bis Mitte Februar noch mit geringerer Leistung ausgestrahlt wurden), war innerhalb der Stadtgrenzen ebenfalls möglich; im Bereich des Berliner AB-Außenringes funktionierte er erwartungsgemäß nur vereinzelt, war aber nicht durchgehend gesichert.

Eine Ausnahme bildete der Kanal 59 mit höherer Leistung im Osten Berlins (Versorgung durch Sender Rüdersdorf).

3. Mobiler Empfang

Auch hier bestätigte sich die Theorie: Grundsätzlich funktioniert der Mobilempfang, die Empfangsqualität ist jedoch zum einen geschwindigkeitsabhängig (über 100 km/h lässt die Signalstabilität deutlich nach), zum anderen wird für stabile Wiedergabe durchweg ein deutlich höheres Antennensignal benötigt. Eine Verstärkerantenne oder noch besser – eine Diversity-Lösung, wie sie bei mehreren Herstellern derzeit entwickelt wird, ist deshalb dringend zu empfehlen. Bei der Entwicklung spezieller Geräte für den Mobilempfang sollte zusätzlich ein intelligentes Signalverstärkungsmanagement in Betracht gezogen werden.

4. Störquellen:

Die Unterfahrung von Brücken, kreuzend und parallel geführte Starkstromleitungen sowie Funksender (GSM) unmittelbar neben der BAB führten in keinem Falle zu irgendwelchen mit unseren Mitteln nachweisbaren Störungen oder Behinderungen des Empfangs.

Probleme gab es an einigen Stellen bei dichtem Baumbestand nahe oder beidseitig der BAB sowie auf Abschnitten mit verklümmerte Schallschutzmauern auf beiden Seiten (z. B. auf dem Potsdamer AB-Zubringer). Auch in Senken ist korrekter Empfang nicht immer gesichert.



Der Umstieg wird ernst...

Zweite Stufe der Umstellung wird planmäßig am 28. Februar/1. März vollzogen

Seit 1. November letzten Jahres sind in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg die Kanäle 5 und 44 digitalisiert und senden seither acht Programme im Regelbetrieb. Jetzt werden in der zweiten Stufe auch die bisher von ARD, ZDF, ORB, SAT.1 und RTL noch analog genutzten Kanäle auf digitale Übertragung umgestellt.

Die Umstellung hat bereits am 14. Februar begonnen: Zu diesem Datum wurde die analoge Ausstrahlung des ORB-Programms (bisher Kanal 27) beendet; die Sendeanlage wird bis 28. Februar auf Digitaltechnik umgerüstet.

Darüber hinaus werden am 28. Februar 2003 noch vier weitere Kanäle, nämlich K7 (bisher ARD/analog), K33 (... ZDF), K25 (...SAT.1) und K56 (... RTL) auf Digitaltechnik umgestellt.

Die bisher analog über diese Kanäle abgestrahlten Programme werden entweder abgeschaltet (SAT.1, RTL) oder auf andere, leistungsschwächere Kanäle verlegt und dort noch bis August weitergeführt (ARD, ZDF). Auf jedem dieser insgesamt fünf Kanäle können, ebenso wie auf den bisher schon digitalen Kanälen K5 und K44, nach der Umstellung bis zu vier Fernsehprogramme verbreitet werden.

Das Programmangebot wird digital

Die untenstehende Tabelle zeigt die Belegung der genannten Kanäle ab dem 1. März 2003, soweit sie bis heute schon festgelegt ist. Bis zum Start werden voraussichtlich noch das WDR-Fernsehen sowie FAB („Fernsehen aus Berlin“) und BBC hinzukommen.

Zusätzlich zu diesen digitalen Programmen werden für eine Übergangszeit bis zum Ende der Umstellung im August 2003 auf anderen, leistungsschwächeren Kanälen noch vier Programme analog übertragen: Dies sind das ARD-Programm (Kanal 29, bisher VOX), das Programm des ZDF (Kanal 47, derzeit noch ProSieben) sowie das ORB-Fernsehen (Kanal 51, bisher RTL II). Hinzu kommt noch SFB1, das seinen Platz im Kanal 39 auch in der letzten Phase der Umstellung behält.

Aus technischen Gründen werden

während der Arbeiten zur Umstellung zeitweise Sendeunterbrechungen notwendig. Um den Empfangsbetrieb möglichst wenig zu stören, haben die Sendernetzbetreiber diese Unterbrechungen in die Nacht- und Morgenstunden gelegt. Es muß darüber hinaus auch mit vorübergehenden Leistungseinschränkungen gerechnet werden.

Informationsmassnahmen

Um alle von der Umstellung betroffenen Fernsehzuschauer rechtzeitig auf die bevorstehenden Änderungen hinzuweisen, haben die Medienanstalt und die beteiligten Sender eine Reihe verschiedener Informationsmassnahmen vorbereitet.

So werden beispielsweise ab Anfang Februar auf den bisher noch analog ausstrahlenden terrestrischen Sendern Lauftexte im Bild alle Zuschauer auf den bevorstehenden Umstieg hinweisen. Ergänzt wird diese Maßnahme durch zusätzliche Werbespots und mehrere redaktionelle Beiträge der beteiligten Sender im Fernsehen wie auch im Hörfunk.

Informationsbroschüren und Flyer, in denen alles Wichtige zum Umstieg anschaulich dargestellt und erläutert wird, stehen in großer Anzahl zur Verfügung. Händler, die diese Medien als zusätzliche Werbung und Verkaufsförderung nutzen möchten, können sie – zusammen mit einem Aufsteller für die Ladentheke – direkt bei der Agentur anfordern unter: tjunge@brandenburgs.de (Bitte gewünschte Stückzahl angeben).

Für Fragen der Zuschauer steht auch weiterhin die Hotline zur Verfügung (Tel.-Nr: 01802 / 32.39.99,



Peter Dehn

Auf ein Wort ...

Mit mehr als 70.000 in nur dreieinhalb Monaten verkauften Settopboxen auf dem Regionalmarkt Berlin-Brandenburg dürfte DVB-T in der Einführungsphase einen einsamen Weltrekord aufgestellt haben. Die Anstrengungen der Industrie in Bezug auf Qualität und Preisgestaltung waren – trotz anfänglicher Liefer- und einiger technischer Probleme – beachtenswert.

Wie immer bei der Einführung eines neuen Systems, und insbesondere, wenn sie so rasant erfolgt wie bei „DVB-T: Das ÜberallFernsehen“, entstehen auch Fragen. Über unsere DVB-T-Website www.ueberall-tv.de erreichen uns täglich viele solche Fragen zu den unterschiedlichsten Themen. Einige dieser Themen häufen sich deutlich und markieren damit eine breite Verbrauchernachfrage.

Erheblich unterschätzt wurde offensichtlich, daß Videoaufzeichnungen für viele Zuschauer ein wichtiges Moment der Fernsehnutzung sind. So wird häufig das Fehlen von Twinboxen für die unabhängige Nutzung mit zwei nachgeordneten Geräten (VHS-Rekorder und TV) kritisch notiert bzw. der Marktstart solcher Geräte nachgefragt.

Ähnliches gilt in diesem Zusammenhang für VPS. Die Tatsache, daß VPS (oder eine vergleichbare Funktion) beim ÜberallFernsehen (übrigens auch bei Satellit und Kabel) zur Zeit nicht in der bisher gewohnten Weise genutzt werden kann, ist für den Verbraucher

schlicht nicht nachvollziehbar. Hier scheint es dringend geboten, zumindest eine Übergangslösung für die „analogen Aufnehmer“ zu finden! Sicherlich wird es nämlich noch etliche Jahre dauern, bis sich DVB-Geräte mit digitaler Aufzeichnung (HDD- oder DVD-Recorder) und Programmierung bzw. mit Aufnahmesteuerung über EPG ihren Marktanteil erobert haben.

Zu den wünschenswerten Funktionen des digitalen Fernsehempfangs zählt weiter die Verfügbarkeit der SI-Daten aller Sender unabhängig vom gerade an der STB gewählten Programmplatz. Dienlich könnte dem ein Scan über alle Kanäle während der Bereitschaftsphase sein. Der EPG, eines der Alleinstellungsmerkmale des digitalen Fernsehens, sollte von Seiten der Programmanbieter und der Geräteindustrie sehr ernst genommen und die damit verbundenen Möglichkeiten ausgereizt werden.

PETER DEHN

Redaktion: ratgeber@ueberall-tv.de

6 Cent je Anruf). Und für spezielle, auch technische Fragen gibt es darüber hinaus die Möglichkeit, sich per eMail an die Ratgeber-Redaktion der TV-Plattform zu wenden: ratgeber@ueberall-tv.de

Die Deutsche TV-Plattform flankiert diese Massnahmen durch Beiträge und Serviceinformationen in der Tages- und Fachpresse sowie durch regelmäßige Berichte und Informationen auf der offiziellen Website der mabb_ und der Plattform sowie in TV-Zukunft.

Ein spezielles Ratgeberteam steht für die fachkundige Beantwortung von eMail-Anfragen zur Verfügung.

Zusätzlich halten auch die Verbraucherkonzernzentralen und der Mieterverein Informationen über die Vor- und Nachteile der verschiedenen Empfangswege bereit.

Schließlich werden die mabb_ und die Fernsehveranstalter im Laufe des Februar alle Haushalte im Empfangsgebiet per Hauswurfsendung mit einem

Informationsbrief auf die bevorstehende Umstellung hinweisen und über die Modalitäten informieren.

Geräte für „Das ÜberallFernsehen“

Wie mehrfach erläutert sind für den Empfang und die Wiedergabe der digitalen Programme neue Geräte erforderlich - bei mehreren Fernsehgeräten im Haushalt für jeden Fernseher eine SetTop-Box. Das Gleiche gilt für einen vorhandenen Videorecorder, wenn gleichzeitig eine Sendung aufgenommen und eine andere gesehen werden soll. Solche Geräte werden von verschiedenen Herstellern schon deutlich unter 200 Euro im Handel angeboten.

Eine aktuelle Übersicht, welche Geräte derzeit lieferbar sind, finden Sie auf der o.e. Website „www.ueberall-tv.de“ in der Rubrik: „Geräte“. Diese Übersicht steht auch als pdf-Datei zum download und zum Ausdrucken zur Verfügung. Weitere Infos: www.ueberall-tv.de

5	7	25	27	33	44	56

UNTERNEHMENS PORTRAIT XX:



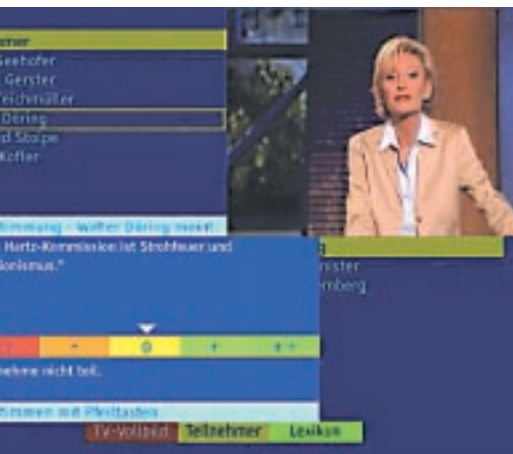
Bayerische Medien Technik

... wir bringen Sie zum digitalen Rundfunk!

Die Bayerische Medien Technik (BMT), eine Tochtergesellschaft der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und des Bayerischen Rundfunks (BR), ist ein bundesweiter Projektdienstleister, dessen besondere Fachkompetenz in der Koordination und der marktorientierten Einführung innovativer Medientechnologien liegt. Die BMT realisiert derzeit interaktive MHP-Anwendungen für drei ARD-Formate. Dieses Know-How bietet die BMT grundsätzlich allen Programmbietern im Dualen Rundfunksystem an.

Die MHP-Applikationen für das TV-Format „Das Quiz mit Jörg Pilawa“, für den Polit-Talk „Sabine Christiansen“ sowie den „ARD-Ratgeber“ wurden von der BMT in Zusammen-

arbeit mit der ARD und dem Institut für Rundfunktechnik (IRT) entwickelt. Sie sind erstmals auf den Medientagen München 2002 und vor der EU-Kommission in Brüssel am 11. Dezember 2002 erfolgreich präsentiert worden. Der Start der regulären Ausstrahlung im digitalen ARD-Bouquet ist für das erste Halbjahr 2003 vorgesehen.



arbeit mit der ARD und dem Institut für Rundfunktechnik (IRT) entwickelt. Sie sind erstmals auf den Medientagen München 2002 und vor der EU-Kommission in Brüssel am 11. Dezember 2002 erfolgreich präsentiert worden. Der Start der regulären Ausstrahlung im digitalen ARD-Bouquet ist für das erste Halbjahr 2003 vorgesehen.

Im DVB-T Startzenario Bayern koordiniert die BMT als Projektbüro im Auftrag von BR, BLM, T-Systems und ZDF die unterschiedlichen Planungs-

leistungen. Darüber hinaus erstellt die BMT technisch-wirtschaftliche Studien und vertritt das Projekt z. B. in der Initiative „Digitaler Rundfunk“. Mit der „DVB-T-Deutschlandkarte“ (Bild) und dem Produkt „MAP4 – Kartographische Versorgungsinformationen für DVB-T“ unterstützt die BMT über Bayern hinaus aktiv die DVB-T-Einführung in Deutschland. MAP 4 ist eine von der BMT vermarktete Software, die – z. B. als Infoterminal im Handel

– nach Eingabe des Empfangsortes eine Versorgungsaussage für DVB-T ermöglicht.

Weitere Kompetenzfelder der BMT sind die inhaltliche Optimierung von Verkehrsinformationen und deren Verbreitung in digitalen Rundfunksystemen (z. B. TPEG, DAB-TMC), die Entwicklung neuer Audio- und Datendienste für Digital Radio sowie DVB-S-Projekte für lokale TV-Stationen.

Ausführliche Informationen finden Sie unter www.bmt-online.de.

TV-Plattform mit Zuwachs

Mitgliederkreis auf den Sektor Handel ausgeweitet

Erneut meldet die TV-Plattform Zuwachs: Zu Jahresbeginn konnte der Mitgliederkreis mit einem bedeutenden Unternehmen der Handelslandschaft weiter vervollständigt werden. Damit ist die TV-Plattform ihrem Ziel, möglichst die ganze Wertschöpfungskette des Fernsehens unter ihren Dach zusammenzuführen, ein gutes Stück näher gekommen.

Seit einiger Zeit schon ist das Hamburger Handelshaus OTTO mit dem Format „Otto TV“ im Internethandel aktiv, um seinen Kunden neue Mehr-

werte zu bieten. Für die Zukunft setzt Otto verstärkt auf interaktives TV und ist deshalb als erstes Handelsunternehmen der Deutschen TV-Plattform

Bericht aus den USA

CES 2003: Digitaltechnik treibt Konjunktur an

Die diesjährige Consumer Electronics Show (CES), traditionell Anfang Januar in Las Vegas, NV (USA), präsentierte sich wieder als Show der Superlative: Mit mehr als 116.000 Fachbesuchern in vier Tagen und rund 120.000 qm Netto-Ausstellungsfläche wurden neue Rekordmarken gesetzt.

Dabei sind die Trends der Branche eindeutig: Alles wird digital, die Bildschirme werden flach und bisher eigenständige Medien wachsen mehr und mehr zusammen zu einem einzigen integrierten „Home Network“. Als Technologien für diese Netzwerke sind „wireless“-Lösungen auf dem Vormarsch, und das Stichwort für die externe Anbindung lautet: „broadband access“. Interessant auch erstmals Bestrebungen, z. B. von Sony in einer der vielbeachteten „Keynotes“ vorgebracht, das Fernsehgerät als zentrales Medium der neuen Informationsgesellschaft im Heim wiederauferstehen zu lassen.

Angesichts dieser Fülle von neuen Geschäftsfeldern scheint dagegen die

HDTV-Euphorie – zumindest vorübergehend – etwas in den Hintergrund zu treten.

DVD: Neuer Verkaufsrekord

Auch im vergangenen Jahr waren DVD-Spieler in den USA wieder der Star der Branche: Wie die Consumer Electronics Association (CEA) Ende Januar mitteilte, konnten in 2002 insgesamt 17,1 Mio. Geräte verkauft werden (Industrie an Handel).

Im Dezember betrug die Steigerung gegenüber dem gleichen Monat des Vorjahres rund 25 Prozent. Auch andere Digitalprodukte, wie z. B. Camcorder, zeigten erfreulich starke Zunahmen im abgelaufenen Kalenderjahr.



Von der bmt erstellte Übersicht aller Regionen in Deutschland, in denen es Planungen für einen DVB-T Umstieg gibt.

Breitband legt in Westeuropa massiv zu

2008 bereits 38 Prozent der Haushalte mit Highspeed-Anschluß

London (pte, 29. Jan 2003) – Die Zahl der Breitbandanschlüsse hat im vergangenen Jahr in Westeuropa massiv zugenommen. Laut einer Studie des anglo-amerikanischen Marktforschers Strategy Analytics (<http://www.strategyanalytics.com>) verfügt 2002 bereits 7,5 Prozent aller westeuropäischen Haushalte über einen Highspeed-Internetanschluss.

Führend war dabei Belgien mit 20,2 Prozent. In Österreich haben 10,3 Prozent aller Haushalte Breitbandinternet, in Deutschland 8,5 Prozent. Bis 2008 – so die Prognose von Strategy Analytics – sollen rund 38 Prozent aller Haushalte Highspeed-Internet beziehen.

<http://www.strategyanalytics.com/press/PR00035.htm>

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: HWGemmecke Hamburg
Auflage: 49.000 Exemplare