

EDITORIAL

Vermittlerrolle

Der Zug der Digitalisierung kommt jetzt richtig in Fahrt. Neueste Marktuntersuchungen zeigen nunmehr auch in Deutschland einen deutlich steigenden Trend zu digitalen Empfangsgeräten, sei es für Satellit, Kabel oder für das neue „DVB-T: Das ÜberallFernsehen“, das in Berlin-Brandenburg gerade so erfolgreich gestartet ist.

Mit steigender Nachfrage wächst aber auch der Wettbewerb:

Die Satellitenbetreiber zum Beispiel, allen voran Astra, suchen nach neuen Geschäftsfeldern für den zu erwartenden Rückgang im analogen Bereich, wenn in absehbarer Zeit die ersten Programmanbieter sich ganz auf die Digitaltechnik konzentrieren. Bei den Kabelgesellschaften macht sich mehr und mehr hektische Betriebsamkeit breit, seit man auch dort einsehen mußte, daß es ohne Investitionen in Zukunft keine Wettbewerbsfähigkeit mehr gibt. Und die Terrestrik, mit immer weniger Zuschauern schon fast totgesagt, steht nach dem erfolgreichen Start in der Hauptstadtregion vor einer von vielen nicht mehr erwarteten digitalen Renaissance.

Der Wind ist also rauber geworden für die Beteiligten, seit aus dem anfänglichen Rückenwind (in der gemeinsamen DVB-Konzeptionsphase) durch den Übergang zum Wettbewerb am Markt ein teils kräftiger Gegenwind geworden ist: Einige Kabelgesellschaften wollen MHP in ihre Netze einspeisen, andere dagegen wollen Ende 2004 eine eigene Lösung empfehlen, und Microsoft versucht wie gewohnt, nun auch die Fernsehtechnik zu erobern. Und die Umstellung auf das neue ÜberallFernsehen, obnehin schon wegen der dichten Besiedelung und der knappen Frequenzressourcen eine technisch wie organisatorisch schwierige Aufgabe, wird durch Streitigkeiten um die Finanzierung und um deren Rechtmäßigkeit weiter erschwert.

Eine Situation also, in der – wenn Fortschritt und Wirtschaftswachstum für alle Beteiligten ermöglicht werden sollen – Ausgleich und Integration gefordert sind. Dieser Aufgabe will und wird sich die TV-Plattform, die einzige Institution in Deutschland, in der branchenübergreifend alle beteiligten Gruppen vertreten sind, unter meiner Leitung in Zukunft noch intensiver annehmen.

Dass dies auch eine lohnende Aufgabe ist, wird überdeutlich, wenn man die in wenigen Tagen beginnende Funkausstellung besucht. Hier zeigen Rundfunkanstalten und Industrie Seite an Seite, welch Feuerwerk an neuen Ideen, an neuen Inhalten und Anwendungen, aber auch an neuen technischen Möglichkeiten und Geräten diese Branche hervorzubringen vermag. Den Nutzen haben schließlich beide Seiten: Die Industrie der sogenannten „Consumer Electronic“, die als einziger Zweig derzeit stabil ist oder sogar leichte Zuwachsraten aufweist, und der Konsument, dem eine völlig neue Medienwelt mit fast grenzenlosen neuen Möglichkeiten geboten wird.

IFA: Your Gateway to Business

Mit neuem Slogan, neuem Logo und neuer Struktur, noch größer, noch vielseitiger und noch attraktiver bietet sich die „Internationale Funkausstellung Berlin“ (29. 8. bis 3. 9. 2003) in diesem Jahr dem Besucher. Mit ihrer auf sechs Tage verkürzten Dauer richtet sie sich noch mehr als bisher an den Fachbesucher, der auf dieser größten Messe der Consumer Electronic alles findet, was er für sein künftiges Geschäft wissen muß.

Mehr noch als bisher ist die diesjährige IFA ein Spiegel des aktuellen Umbruchs in der Medienwirtschaft. Neben Radio und Fernsehen, den ursprünglichen Domänen dieser Ausstellung, gewinnen neue Medien-

bereiche, wie z. B. Telekommunikation, Personal Communication, Computer und Internet, digitale Fotografie und Heimvernetzung immer breiteren Raum und spiegeln damit die durch die Digitaltechnik möglich gewordene Integration dieser bisher eigenständigen Medien wider.

sind nicht mehr exotische Einzelstücke, sondern beginnen, insbesondere im Bereich der tragbaren Geräte die klobige „Glotze“ zu verdrängen, digitale SetTop-Boxen gibt es jetzt in mannigfaltigen Varianten für Satellit, Kabel



Das neue Logo (rechts oben), das neue Motto und die neue Miss IFA: Die Funkausstellung erweist sich als flexibel und passt sich den Zeiten an

Breites Themenspektrum

Leider reicht der Platz nicht aus, um die ganze Breite des Gebotenen darzustellen. Konzentrieren wir uns also auf die Digitalisierung der sogenannten „Consumer Electronics“. Auch hier wird das Spektrum immer breiter und vielseitiger. Hier nur einige Beispiele aus der breiten Palette: Flachbildschirme

und terrestrischen Empfang, wahlweise auch mit eingebauter Festplatte und/oder mit Internet-Anschluß über die verschiedensten Wege. Die DVD setzt ihren Siegeszug fort, Digitalkameras und immer kleinere sogenannte „DigiCams“ gewinnen am Markt die Oberhand, Mobiltelefone und PDAs werden immer leistungsfähiger und beginnen, miteinander zu verschmelzen. Dass man mit ihnen auch fotografieren (und das Foto gleich verschicken) kann, ist fast schon selbstverständlich.

Fortsetzung auf Seite 3

THEMEN

- | | |
|----------------------------|------|
| ► Multimedia Home Platform | S. 2 |
| ► IFA 2003: Vorschau | S. 3 |
| ► Infos zum Markt | S. 4 |
| ► Unternehmensportrait | S. 4 |

Digitaler Empfang wird immer wichtiger Digitale Sat-Receiver: Zuwachs von über 40 Prozent

Die Digitaltechnik spielt beim Empfang von Fernseh- und Hörfunksignalen eine immer bedeutsamere Rolle. Nach Angaben von SES-Astra verzeichnete allein der digitale Satellitenempfang im vergangenen Jahr einen Zuwachs um 700.000 auf insgesamt 2,1 Millionen TV-Haushalte. 1,1 Millionen von ihnen nutzen das digitale Abo-TV-Angebot von Premiere, während der Rest der Haushalte den digitalen Receiver ausschließlich zum Empfang der wachsenden Zahl von unverschlüsselt ausgestrahlten Programmen nutzt.

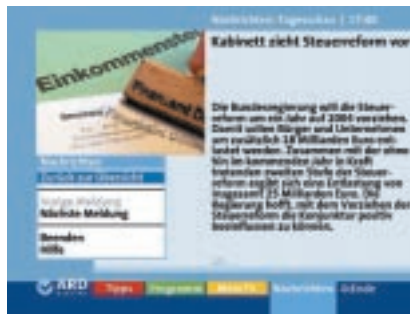
Dass sich der Trend zum digitalen Fernseh- und Hörfunkempfang auch in Zukunft fortsetzt, zeigen die Marktprognosen. Nach Angaben der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) rechnen die Marktforscher im laufenden Jahr mit einem Anwachsen des Absatzes von digitalen Sat-Receiver auf 1,5 Millionen, d. h. mit einem Zuwachs von über 40 Prozent.

Das interaktive digitale Fernsehen auf Basis der Multimedia Home Platform (MHP) bringt neue Dienste und Angebote für digitales Fernsehen. MHP als Brücke zwischen Fernsehen und Internet ermöglicht jedem Fernsehteilnehmer den Einstieg in die faszinierende Onlinewelt ohne Computer und ohne Computerkenntnisse.

ARD und ZDF setzen voll auf MHP

Interaktive Dienste ab 2004 nur noch im MHP-Standard
Mainz - ARD und ZDF senden ab 1. Januar 2004 ihre interaktiven Serviceangebote nur noch im digitalen MHP-Standard. Darauf haben sich die Intendanten von ARD und ZDF, Prof. Jobst Plog und Markus Schächter, bereits im Juli auf einem Spitzengespräch in Berlin verständigt.

Hintergrund ist die wachsende Akzeptanz des digitalen Fernsehens bei den Zuschauern. Neben einer größeren Zahl von Kanälen, ermöglicht es auch – mit immer leistungsfähigeren Digital-Empfängern – die Nutzung interaktiver Angebote. So bieten ARD und ZDF bereits seit einiger Zeit Zusatzdienste wie ZDFdigitext oder den ARD



Die neue ARD Nachrichtenseite im MHP-Standard



Die neue ZDF Sportseite im MHP-Standard

Onlinekanal an. Die Zuschauer werden bei Sendungen wie „Verstehen sie Spaß“ oder bei den Quizfragen von „1, 2 oder 3“ über die Fernbedienung ins interaktive Mitraten einbezogen.

Neue Serviceangebote können auf Wunsch mit der Fernbedienung aktiviert und mit ihren Zusatzinformationen wie ein multimedialer Video-Text auf dem Fernsehbildschirm dargestellt werden. Verbinden die Zuschauer ihre Digital-Receiver mit dem Telefonnetz, erwartet sie noch mehr Interaktivität und der Zugang zu Hintergrundinformationen aus den Archiven der Programmanbieter.

Um solche Serviceangebote nutzen zu können, benötigt man entweder eine sogenannte SetTop-Box oder ein entsprechend ausgestattetes Fernsehgerät, welche die neuen Zusatzinformationen im Sendesignal erkennen und verarbeiten können. Dies sind

Empfangsgeräte auf Basis der internationalen MHP-Norm (Multimedia Home Platform). Geeignete Geräte, die die strengen Qualitätstests der MHP-Norm erfüllen, sind im Handel mit dem MHP-Logo gekennzeichnet.

Mit dem neuen MHP-Standard endet die Ausstrahlung der OpenTV-Angebote von ARD und ZDF zum 31. Dezember 2003.

galaxis zeigt vielseitige MHP-Decoderplattform für Kabelboxen 'Anything goes' lautet das Konzept der MHP-Decoderplattform, die der Lübecker Digitalspezialist galaxis erstmals auf der Fachmesse ANGA CABLE im Juni vorgestellt hat.

Die Besonderheit der MHP-Plattform von galaxis ist ihre Flexibilität. Die leistungsfähige Chipplattform (NEC EMMA 2 mit 200 Mips, 16 MB Flash, 64 MB SDRAM) und das modulare Hardwarekonzept erlauben Netzbetreibern und Contentanbietern eine Fülle von Anwendungsmöglichkeiten; darunter PVR, DVD, WLAN, Bluetooth, als DSL-Router, iTV und Internet-basierte Dienste wie MP3 und vieles mehr. Hardwareseitig sind unter anderem die Integration von Festplatten und DVD sowie Anschlüsse wie Ethernet, AC3, VGA, Common Interface, Smart Card Leser und multiple Frontends vorgesehen.

MHP auf der IFA 2003

Neue Impulse durch erweitertes Geräte- und Applikationsangebot



Zur IFA 2003 in Berlin zeigen Rundfunkanstalten, Diensteanbieter und die Endgeräteindustrie Seite an Seite ihre neuen interaktiven, multimedialen Programme und Zusatzdienste sowie die dazugehörigen Neuentwicklungen aus dem Bereich Set-Top-Boxen oder Fernsehgeräte mit integrierter MHP-Funktionalität (iDTV).

Das Angebot ist deutlich gewachsen. Nach einer ersten Abfrage werden rund 13 Unternehmen – darunter zahlreiche Neueinsteiger – ihre MHP-fähigen Produkte präsentieren. Neue Dienste und Applikationen kommen von rund zehn Sendeanstalten oder Diensteanbietern.

Die neuen Dienste reichen von Super TeleText über neue elektronische Programmführer (EPG), Zusatzdienste mit ergänzenden Informationen beispielsweise bei Sportübertragungen, variantenreiche Wetterdienste, News- und Börsenticker, Informationen über Verkehrswege, Flughäfen oder Bahnhöfe bis hin zu interaktiven Spielshows, neue Formen der interaktiven Werbung, Online-Shopping, eMail und Internetzugriff über die Set-Top-Box oder den MHP-fähigen Fernseher.

Die deutsche MHP MarCom Gruppe erstellt zur IFA wieder einen MHP@-IFA Guide, in dem für interessierte Besucher die entsprechenden Aussteller mit Halle und Standnummer aufgelistet sind. Der Guide wird ab

Mitte August von der Web-Site www.mhp-forum.de als pdf-File zum Download bereit stehen.

Highlight der Aktivitäten zur Internationalen Funkausstellung in Berlin



DSR 5600, MHP-tauglicher Receiver aus dem Hause Philips

ist das MHP-Panel am 1. September. Unter dem Motto „Fernsehen zum Mitmachen – Chancen und Perspektiven des interaktiven Fernsehens“ diskutieren Fritz Pleitgen (ARD), Markus Schächter (ZDF), Jürgen Doetz (Pro7/Sat1; VPRT), Dr. Georg Kofler (Premiere), Hans-Joachim Kamp (ZVEI/Philips), Dr. Rainer Hillebrand (Otto Versand) und Roland Steindorf (Kabel Deutschland). Dabei werden die Themen chancenreicher Wettbewerb, Interoperabilität, Geräte- und Applikationsvielfalt ebenso behandelt wie die weiteren Schritte der Markteinführung interaktiver Dienste auf Basis der Multimedia Home Platform MHP.

Last but not least ist MHP auch Schwerpunkt der Präsentation des Instituts für Rundfunktechnik (IRT) im Rahmen des Technisch Wissenschaftlichen Forums (TWF) in Halle 5.3. Mit zahlreichen Partnern werden dort neueste Entwicklungen und technisches Equipment gezeigt.



Flexibles Hardwarekonzept

„Mit diesem Konzept geben wir der europäischen Kabelbranche ein überaus vielseitiges System an die Hand, das sich soft- und hardwareseitig für jeden denkbaren Anwendungszweck konfigurieren lässt“, erläutert Frank Fischer, Technischer Direktor der galaxis technology ag in Lübeck. „Gleichzeitig eröffnen wir ganz neue Anwendungsfelder. Der modulare Aufbau erlaubt auch den Einsatz verschiedener Varianten in einem Netzwerk, von der Basisversion bis zur HighEnd-Plattform zur Integration im Home Entertainment System.“



KV32FQ80, MHP-tauglicher Komplett-Fernsehen (iDTV) aus dem Hause Sony

IFA 2003 +++ VORSCHAU +++ VORSCHAU +++ VORSCHAU +++ IFA 2003

Fortsetzung von Seite 1

MHP: Der Generalschlüssel

Auf dem Sektor MHP hat sich viel getan seit der letzten IFA, wenngleich auch manche Entwicklungen langsamer vorangekommen sind als erhofft. Die Neuheiten dieses Jahres finden Sie auf Seite 2.

DVB-T: das ÜberallFernsehen

Auch das neue digitale Antennenfernsehen (DVB-T: Das ÜberallFernsehen) ist eines der zentralen Themen der Messe.

Mit der endgültigen Abschaltung der vier letzten noch analog übertragenen Programme am 4. August ist der erste



Flachbildschirme in LCD- und Plasmatechnik erleben derzeit in ganz Europa starke Zuwachsraten

Umstieg in Deutschland erfolgreich abgeschlossen – in Berlin und Umgebung kann man mittlerweile über Antenne nur noch digital fernsehen.

Medienanstalt und Senatsverwaltung Berlins informieren auf einem gemeinsamen Stand (Halle 23B, Übergang Hallen 24/25) über die Ergebnisse des Berliner Umstiegs, wie es mit der Umstellung in Deutschland in den nächsten Jahren weitergehen soll und welche neuen Anwendungen, insbesondere im mobilen Bereich, es in Zukunft geben wird. Präsentiert wer-

den hier u.a. „mobil info“, ein sogenanntes Fahrgast TV im öffentlichen Nahverkehr, das mit DVB-T übertragen wird oder eine SetTop-Box mit Linux TV-Software für den mobilen Internet-Zugang (s. auch Seite 4: DVB-T macht Internet mobil).

Über die weiteren Themen und Partner, die sich an diesem Stand beteiligen, informiert Sie der „DVB-T Guide“ der TV-Plattform. Er bietet Ihnen eine übersichtliche Darstellung, auf welchen Ständen und bei welchen Ausstellern es Neues zum Thema „DVB-T: das ÜberallFernsehen“ geben wird. Der DVB-T Guide steht (ebenso wie der MHP-Guide) ab etwa Mitte August auf der Internetseite: www.tv-plattform.de zur Verfügung. Während der Messe wird er im Fachbesucherpfang ausliegen.

IFA Convention

Traditionell arrangieren die Veranstalter zur Funkausstellung auch eine „IFA-Convention“, die Kongresse, Symposien und Konferenzen zu aktuellen Themen offeriert.

Bereits am 27. August beginnt das Medienforum 2003 im ICC (s. rechts)

Das Internationale Pressekolloquium Rundfunktechnik 2003 – veranstaltet vom Bayerischen Rundfunk – gehört ebenfalls zu den wichtigsten Veranstaltungen der IFA-Convention. Auch hier spielt der Analog-/Digital-Übergang eine wichtige Rolle, wobei neben dem Fernsehangebot vor allem die Digitalisierung der Rundfunkbereiche Lang-, Mittel- und Kurzwelle (DRM) sowie das DigitalRadio (DAB) im Mittelpunkt stehen.

Auch über das „Content-Management“ wird referiert. www.ifa-berlin.de



medienforum 2003

27. - 28. August,
Internationales Congress Centrum (ICC), Berlin

Im unmittelbaren Umfeld der Funkausstellung, am 27./28. August findet das von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg und den Ländern Berlin und Brandenburg veranstaltete Medienforum 2003 im ICC Berlin statt. Das diesjährige Thema lautet: „TV goes Digital – und wer bezahlt?“. Medienpolitiker, Vertreter der Geräteindustrie, Betreiber von Kommunikationsnetzen und Medienforscher informieren und diskutieren an zwei Tagen über aktuelle Fragen der im Umbruch befindlichen Medienlandschaft.

Am ersten Tag ziehen die Veranstalter u.a. eine Bilanz der Einführung von DVB-T in der Region Berlin/Potsdam und informieren aus erster Hand über künftige Umstiegsszenarien in anderen Regionen. Beim Thema: „Baustelle Infrastruktur – wer bezahlt den Ausbau?“ dreht sich alles um die Finanzierung: Dabei werden verschiedene Möglichkeiten vorgestellt und diskutiert, u.a. das Modell eines „Digitalisierungsfonds“, wie ihn erst kürzlich die Landesanstalt für Medien NRW vorgeschlagen hat. Eine Podiumsdiskussion wird auch der Finanzierung gewidmet. Der zweite Tag ist zunächst der künftigen mobilen Breitbandkommunikation gewidmet. Gegenwärtig sind dafür verschiedene Technologien auf dem Markt oder kurz vor der Markteinführung. Jede hat andere Stärken und Wachstumspotenziale, jede richtet sich noch an andere Nutzer. Die Zukunft der mobilen Kommunikation liegt nicht in der

Konkurrenz dieser digitalen Plattformen, sondern in der Vernetzung. Wie können diese unterschiedlichen Potenziale verknüpft, wie können damit neue Wachstums-Ressourcen erschlossen und welche neuen Nutzungsanwendungen gewonnen werden? Zusammen mit der TV-Plattform haben die Veranstalter Experten aus unterschiedlichen Bereichen eingeladen, die aktuelle Situation darzustellen und mit praktischen Beispielen Antworten auf diese Fragen zu geben. Der Nachmittag ist dann grundsätzlichen Fragen gewidmet: Unter dem Titel: „Von dualen zum trialen System – wer bezahlt den Content?“ wird diskutiert, welche Rolle der Politik in der Medienwelt der Zukunft zukommt und ob wir für die digitale Welt von morgen auch eine neue Rundfunkordnung benötigen?

Zum Abschluß lädt die Medienanstalt Berlin-Brandenburg mit der Messe Berlin, dem Medienbüro berlin-brandenburg und Unternehmen aus der Medien- und Telekommunikationsbranche zur „magicmediationight“ in das traditionsreiche Kronprinzenpalais ein. www.medienwoche.info



Die Internationale Funkausstellung wird bis 2009 alle zwei Jahre in Berlin stattfinden. Dazu wurde Anfang des Jahres erstmals ein langfristiger Vertrag geschlossen. Nach der Vertragsunterzeichnung (von links nach rechts): Dr. Alexander Peit (gfu), Dr. Christian Göke (MesseBerlin), Dr. Rainer Hecker (gfu) und Hans-Joachim Kamp (FV CE).

Namensänderung

Aus DVB-X wird DVB-H

Seit dem Sommer 2002 arbeitet eine ad-hoc Gruppe des DVB-Projektes an der Spezifikation für ein Übertragungssystem für sogenannte „Personal Communication“-Geräte (z.B. PDAs: Personal Digital Assistant oder Mobiltelefone).

Das Projekt startete ursprünglich unter dem Namen DVB-M (M für mobil) und lief dann einige Monate

unter der Interimsbezeichnung: DVB-X. Mittlerweile lautet der nunmehr endgültige offizielle Name: DVB-H (H für „handheld“).

Die Namensänderung war notwendig, weil das ursprüngliche M mißverständlich ist. Bekanntlich erfüllt das terrestrische Übertragungssystem DVB-T alle Anforderungen für stationären wie auch mobilen Empfang in Fahrzeugen und Zügen. Mannigfaltige Tests in den vergangenen Jahren haben gezeigt, daß die Original DVB-T Spezifikation selbst

bei hohen Geschwindigkeiten bis z.B. 170 km/h einwandfreien Empfang liefert. Möglicherweise wird also das künftige „DVB-M“ (d.h. für Mobilempfang) ein Original DVB-T ohne irgendwelche Änderungen sein. Derzeit werden von der deutschen Automobilindustrie bereits die ersten eingebauten Mobil-Empfangsgeräte nach dem DVB-T Standard serienmäßig ausgeliefert.

Dagegen geht es beim neuen DVB-H nicht in erster Linie um den Empfang in einem schnell bewegten

Fahrzeug, sondern um eine effektive Darstellung auf dem kleinen Bildschirm eines PDAs oder eines Mobiltelefons sowie um eine möglichst lange Batterie-Lebensdauer. Dementsprechend konzentrieren sich die Entwicklungsarbeiten für DVB-H derzeit auf die Senkung der Leistungsaufnahme der eingesetzten Front-End Bausteine. Ziel ist es, eine Betriebsdauer von mehreren Stunden ohne Nachladen oder Auswechseln der Batterien zu erreichen.

UNTERNEHMENS PORTRAIT XXII

Mit dem Einzug der Digitaltechnik in die Fernsehwelt ist auch eine neue Art von Empfangsgeräten entstanden: Die SetTop-Box, die einfach an einen vorhandenen Fernseher angeschlossen wird und diesen digitaltauglich macht. Und mit dieser neuen Geräteart ist auch eine neue Art von jungen dynamischen und höchst innovativen Unternehmen entstanden, die sich durch Schnelligkeit, Kreativität und Flexibilität auszeichnen.

Von den nahezu 20 neuen Unternehmen dieser Kategorie, die derzeit am deutschen Markt aktiv sind und SetTop-Boxen für Satellit, Kabel und/oder für „DVB-T: Das ÜberallFernsehen“ anbieten, stellen wir in dieser Ausgabe den koreanischen Hersteller HUMAX vor, der es geschafft hat, in nur 14 Jahren seit seiner Gründung weltweit präsent und in vielen Ländern auf diesem neuen Marktsegment sogar Marktführer zu sein.

HUMAX – Spezialist nicht nur für SetTop-Boxen Think Locally, Act globally

HUMAX wurde 1989 in Seoul/Südkorea gegründet und wird seit 1997 an der KOSDAQ unter der WKN (28080KQ) geführt. Als einer der weltweit führenden Hersteller von



Franz Simais, Geschäftsführer der deutschen HUMAX Digital GmbH

SetTop-Boxen kann das globalisierte Unternehmen auf mehrjährige Erfahrungen bei der Entwicklung und dem Vertrieb digitaler Unterhaltungselektronik zurückgreifen. Diese Expertise bringt HUMAX

neben seinem Stammsitz in Korea auch in Japan, dem Mittleren Osten und Europa ein. Den US-amerikanischen Markt bearbeitet HUMAX erfolgreich in Kooperation mit SAMSUNG.

Seit 1996 fokussiert sich HUMAX auf digitale Set-Top-Boxen. Dabei legt das Unternehmen viel Wert darauf, in den regionalen Kernmärkten direkt präsent zu sein. So eröffnete HUMAX im Januar 2000 die deutsche Niederlassung „HUMAX Digital GmbH“ in Oberursel bei Frankfurt. Von hier aus werden die gesamten europäischen Aktivitäten des Unternehmens gesteuert. Der Bedeutung des Standorts Rechnung tragend, beschäftigt HUMAX mittlerweile mehr als 20 Mitarbeiter in Oberursel; weltweit sind es 450 Mitarbeiter, davon allein 175 Ingenieure. Seit Mitte des Jahres ist HUMAX auch Mitglied der Deutschen TV-Plattform und unterstützt deren Ziele durch aktive Mitarbeit in den diversen Gremien und Arbeitsgruppen.

Ab Herbst wird HUMAX neben klassischen SetTop-Boxen auch Produkte aus dem HiFi- und Heimkino-Bereich anbieten. www.humax-digital.de

Aufgewacht Kabelgesellschaften kündigen Offensive an

Köln – Kabelnetzbetreiber, Regulierer und die privaten Rundfunkbetreiber wollen die rasche Digitalisierung der deutschen Kabelnetze nunmehr gemeinsam vorantreiben. Dies bekräftigten Vertreter des Deutschen Kabelverbands, der Landesmedienanstalten und des VPRT im Rahmen einer Diskussionsveranstaltung auf dem Medienforum NRW im Juni in Köln.

Detailfragen des Umstellungsszenarios sollen nun gemeinschaftlich und prag-

matisch geklärt werden. Insbesondere die privaten Rundfunkbetreiber sehen neue Wertschöpfungschancen im digitalen Kabel, bekräftigte der VPRT-Präsident Jürgen Doetz. Die Netzbetreiber wollen den Digitalmarkt zunächst mit preiswerten Decodern entwickeln. Zudem streben die Mitglieder des Deutschen Kabelverbands einen Kaufmarkt für digitale Set-Top-Boxen an: „Wir werden uns nicht als Boxenschieber betätigen“, betonte Roland Steindorf, Sprecher der Geschäftsführung von Kabel Deutschland, „wir wollen den Wettbewerb der Hersteller, die Kooperation mit dem Fachhandel und Wahlfreiheit für den Verbraucher.“

Marktprognose

Digitale Empfangsgeräte mit deutlichen Wachstumsraten

Nach Untersuchungen der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) werden die Bundesbürger im laufenden Jahr rund 310 Mio. Euro allein für Digitalgeräte ausgeben. Das sind rund 30 Prozent mehr als im vergangenen Jahr.

Verständlicherweise geht dieses Wachstum zu Lasten der analogen Geräte. So sollen z.B. die Verkaufszahlen für analoge Sat-Receiver um 22 Prozent auf eine Million sinken. Auch die Ausgaben verringern sich von 101 auf 76 Millionen Euro. Rückgänge kennzeichnen nach gfu-Angaben auch das Geschäft mit Sat-Systemen (Receiver und Antennen), bei denen die Verkaufszahl von 330.000 auf 295.000 Stück sinken soll. Positiver dagegen der Absatz von Satellitenschüsseln, der um zwei Prozent auf 820.000 Stück anwachsen wird. Insgesamt sollen die deutschen Konsumenten im laufenden Jahr knapp 500 Millionen Euro für Satellitenempfangsanlagen ausgeben; das wären sieben Prozent mehr als im vergangenen Jahr.

Statistik

Kabel weiter vor Satellit und Terrestrik

Immer wieder wird nach Zahlen gefragt, wie viele Haushalte ihr Fernsehprogramm über das Kabel beziehen, wie viele vom Satelliten und wie viele über die gute alte Hausantenne. Jüngste Untersuchungen haben jetzt ergeben, daß der analoge terrestrische Fernsehempfang über Antenne in den letzten Jahren weiter rückläufig war.

Demnach ergibt sich derzeit folgende Verteilung: 20,6 Mio. Haushalte (= 56,7%, +1,6) werden über Kabel versorgt, 13,8 Mio. (= 38%, +3,5) empfangen ihre Signale direkt vom Satelliten und 1,9 Mio. Haushalte (-26%) werden über Hausantenne, d.h. terrestrisch, versorgt.

Das sind insgesamt nur noch 5,3 Prozent aller 36,3 Mio. TV-Haushalte, der Trend ist weiter abnehmend. Umso wichtiger ist es, diesen Übertragungsweg für den Zuschauer wieder attraktiver zu machen, z.B. durch die Umstellung auf Digitaltechnik (DVB-T: Das ÜberallFernsehen). Dadurch

kann die Programmzahl auf einen Schlag vervierfacht werden, zusätzlich sind portabler und mobiler Empfang möglich – zwei Eigenschaften, die kein anderes Übertragungsmedium bieten kann.

Nach dem erfolgreichen Start in Berlin-Brandenburg rechnen viele Experten damit, daß weitere Ballungsgebiete im ganzen Bundesgebiet in den nächsten Jahren folgen werden.

DVB-T macht Internet mobil

Mit DVB-T wird nicht nur das Fernsehen mobil, sondern auch der Zugang zum Internet. Der Berliner Softwarespezialist Convergence hat eine Softwarelösung entwickelt, die den Internet-Zugang via DVB-T ermöglicht. Durch die Verknüpfung von High-Speed-Datentransfer und Mobilität können mobile oder portable Endgeräte via DVB-T mit Informationen versorgt



Convergence hat sich ganz auf die Entwicklung von MHP-Lösungen auf Linux-Basis konzentriert. Im Bild die neue SetTop-Box, die auf der IFA am Stand der mabb (Halle 23B, Übergang Halle 24/25) gezeigt wird.

werden. Dazu gehören zum Beispiel öffentliche Displays, mobile Büros und interaktive Werbetafeln. DVB erlaubt neben der Übertragung von digitalen Audio- und Videosignalen auch die Übermittlung von Daten mit hohen Geschwindigkeiten.

Die Set-Top-Box mit ihrer LinuxTV-Software übernimmt in diesem Fall die Funktion eines Routers, der über „IP over DVB“ ein- und ausgehende Datenströme voneinander trennt. Die für den jeweiligen Anwender bestimmten Daten werden aus dem DVB-T-Signal gefiltert und an das jeweilige Endgerät geliefert,

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: 32.000 Exemplare