

EDITORIAL

Weichenstellung

Der Digitalisierungsprozess in der Satellitenverbreitung hat erheblich an Dynamik gewonnen. Bis zu drei Millionen deutsche Haushalte werden bis zum Jahresende 2003 über einen digitalen Satellitenreceiver verfügen. Neueste Marktuntersuchungen lassen auch in der Zukunft einen stetig steigenden Absatz digitaler Satellitenreceiver erwarten. Die IFA 2003 hat diesen marktgetriebenen Trend eindrucksvoll unterstrichen.

ARD und ZDF haben diese Entwicklung zum Anlass genommen, die Weichen für die Zukunft der Satellitenverbreitung neu zu stellen. In einem umfassenden Vertragspaket wurde mit dem Satellitenbetreiber SES ASTRA nach intensiven Verhandlungen eine langfristige Zusammenarbeit vereinbart. Kern der Vereinbarung ist neben sinkenden Verbreitungskosten für ARD und ZDF vor allem die ausgewogene Gestaltung eines stufenweisen Übergangs auf die vollständig digitale Satellitenverbreitung. Bereits seit 1997 werden Programme von ARD und ZDF parallel zur analogen Verbreitung auch über Digitaltransponder ausgestrahlt. Dieses Angebot wird in Zukunft Zug um Zug erweitert. Ab 2004 sollen über zusätzliche Kapazitäten zunächst die Regionalprogramme des WDR, später auch die des MDR und des NDR übertragen werden. Über einen eigenen digitalen Hörfunktransponder können ab 2006 neben den bereits vorhandenen auch weitere Hörfunkangebote empfangen werden.

Mit zunehmender Marktdurchdringung von großen Displays und DVD-Geräten wächst das Qualitätsbewusstsein der Verbraucher. ARD und ZDF haben auch diesen Trend in ihrer Digitalstrategie berücksichtigt. Neben dem Kapazitätsgewinn durch das Verlagern der Hörfunkangebote werden ARD und ZDF ab 2008 zusätzliche Kapazitätserweiterungen vorsehen, damit die Datenrate für die einzelnen Programme weiter erhöht werden kann. So können gestiegene Ansprüche an die Übertragungsqualität befriedigt werden. Ende 2010 ist dann die endgültige Abschaltung der analogen Satellitenverbreitung aller Programme von ARD und ZDF vorgesehen. Damit unterstützen ARD und ZDF aktiv das von Bund und Ländern in der Initiative „Digitaler Rundfunk“ formulierte Ziel einer vollständiger Digitalisierung bis zum Jahr 2010. Um den dynamischen Prozess in der digitalen Satellitenverbreitung weiter zu beschleunigen, ist es jedoch wünschenswert, dass sich weitere Programmanbieter dieser Strategie anschließen.



Dr. Dieter Hoff,
Technischer
Direktor, WDR

IFA: Schaufenster der digitalen Medien

Großer Publikumsandrang – Flachbildschirme im Mittelpunkt

Das IFA-Jahr 2003 wird wohl als das Jahr des flachen Fernsehers in die Historie eingehen. Galten die eleganten Flachmänner bisher eher als teure Exoten, beginnen sie jetzt, den Massenmarkt zu erobern. Nahezu alle Fernseh-Gerätehersteller waren mit dabei und präsentierten die neuen flachen Apparate als eines ihrer Produkt-Highlights: Vom 15-Zoll Gerät fürs Arbeitszimmer oder die Küche bis zum Heimkino-Boliden mit weit über einem Meter Diagonale.

Breites Themenspektrum

Aber die sogenannten „Flat TVs“ waren nicht der einzige Knüller der IFA. Die Digitalisierung schreitet jetzt in allen Bereichen immer zügiger voran: Beim Fernsehen, beim Videorecording und beim Heimkino, bei den Videokameras und Fotoapparaten, bei der Kommunikation ohnehin und natürlich im Audio- und HiFi-Bereich bis hin zum Haushaltsbereich, Stichwort: Heimvernetzung. Und die Digitaltechnik macht Multimedia jetzt auch mobil: sei es im Auto oder der Bahn, sei es auf dem Mobiltelefon oder dem Taschencomputer im PDA-Format (Personal Digital Assistant).

DVB-T: das Überallfernsehen

Beginnen wir mit dem digitalen Fernsehen. Hier kommt die Antenne wieder zu Ehren: Die terrestrische Ausstrahlung nach dem Digitalstandard DVB-T ist derzeit das meistdiskutierte Großprojekt der TV-Evolution. In Berlin war der Umstieg von der analogen auf die digitale Verbreitung knapp vier Wochen vor der IFA abgeschlossen. Seither gibt



Flachbildschirme in den verschiedensten Größen und Ausführungen bestimmten in diesem Jahr das Bild der Funkausstellung (Foto: Sharp)

es im Großraum Berlin/Potsdam über die Antenne kein Analog-Fernsehen mehr! Trotzdem gab es so gut wie keine Proteste: „Berlin hat deutlich gemacht, dass der Zuschauer die neue digitale Technologie akzeptiert, wenn der Mehrnutzen den Preis rechtfertigt“ resümierte denn auch Dr. Hans Hege, Direktor der Medienanstalt Berlin-Brandenburg, anlässlich des Medienforums 2003 unmittelbar vor Beginn der IFA (s. hierzu Seite 3: DVB-T).

Die Fachwelt diskutiert nun, wie es weitergehen soll in den anderen Regionen Deutschlands. Dabei zeichnet sich ab, dass einige Projekte, so

Fortsetzung Seite 2

IFA 2003 erfolgreich

„Das Publikums-Interesse war groß, der Handel hat intensiv geordert, wir sind außerordentlich zufrieden“ oder „Wir haben alle Zielgruppen erreicht – das waren sechs tolle IFA-Tage“ – so und ähnlich beurteilten die Aussteller den Verlauf der IFA 2003. „Die Messe war so international wie nie zuvor und hat die hohen Erwartungen von Ausstellern und Besuchern übertroffen“ – so lautet auch die positive Bilanz des IFA-Veranstalters Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) und der Messe Berlin. Begeistert hat nicht nur die Publikums-Resonanz, sondern auch das große Interesse der Fachhändler, das zu reger Order-tätigkeit führte. Für das Nachmessegeschäft gibt es nach Auskunft der Aussteller ebenfalls sehr positive Signale. Ein besonderes Lob galt dem Medienereignis IFA: Weltweit wurde nie zuvor so umfangreich über die Neuheiten und Entwicklungen berichtet.

THEMEN

▶ IFA 2003: Trend	S. 2
▶ IFA 2003: DVB-T	S. 3
▶ IFA 2003: MHP	S. 4
▶ Pressekonferenz	S. 5
▶ IBC Amsterdam	S. 6

IFA: Schaufenster der digitalen Medien

Fortsetzung von Seite 1

z.B. in Nordrhein-Westfalen und in der Region Hannover/Braunschweig möglicherweise bereits im nächsten Jahr dem Berliner Beispiel folgen werden. Als Hilfestellung dafür hat die TV-Plattform zur IFA ein Positionspapier vorgelegt, in dem gewissermaßen die Rahmenrichtlinien für alle künftigen Projekte niedergelegt sind (s. hierzu auch Seite 5: Pressekonferenz...).

MHP: Der Generalschlüssel

Auch das Thema MHP fand breite Beachtung (s. auch Seite 4). Im Grundsatz sind sich fast alle Experten einig: Das heimische Fernsehgerät bleibt

auch in der neuen Medienwelt von morgen das Tor zur Fernsehwelt. Und mit MHP, sei es als SetTop-Box oder fest eingebaut, wird das Fernsehgerät zum Generalschlüssel für alle künftigen digitalen Inhalte und interaktiven Anwendungen. Auf der IFA gab es zu MHP aber nicht nur neue Geräte und Anwendungen in großer Zahl zu sehen, MHP war auch im Technisch-Wissenschaftlichen Forum (TWF) und im Rahmenprogramm ein wichtiges Thema: Eine kurze Zusammenfassung der ZDF-Podiumsdiskussion zum Thema MHP am 1. September sowie der Keynote von Fritz Pleitgen zum gleichen Thema am 2. September finden Sie auf unserer MHP-Seite (S. 4).

<http://www.ifa-berlin.de>
<http://www.ueberall-tv.de>
<http://www.mhp-forum.de>



Einer der Höhepunkte für die Besucher war wieder die „IFA-Night“ am ersten Messetag mit dem spektakulären Funkturm-Feuerwerk



Bundeswirtschaftsminister Clement beim VIP-Rundgang über die Messe am Stand von LOEWE: Gerhard Schaas, Loewe, Klaus Woweritt, Regierender Bürgermeister von Berlin, Dr. Rainer Hecker, Loewe und Wirtschaftsminister Clement (von li nach re).



RTL NewMedia brachte die „Superstars“ zur IFA: Als wahrer Publikumsmagnet nicht nur für die jungen Leute erwies sich die RTL Showbühne auf dem Stand von Panasonic

IFA 2003: Versuch eines Resumés...

Ganz im Zeichen der Internationalen Funkausstellung IFA 2003 steht diese Ausgabe der TV-Zukunft. Der Themen gab es viele: Neue Geräte, neue Systeme, neue Inhalte und Anwendungen – und Attraktionen natürlich auch, als da sind die vielen Veranstaltungen und die Stars und Sternchen, die diesem Ereignis alle zwei Jahre den äußeren Glanz und einen großen Teil der Anziehungskraft für Medien und Besucher verleihen.

Epochales geschah übrigens auch: So z.B. die pünktlich zur IFA erfolgte Bekanntgabe des Vertrages zwischen ARD/ZDF auf der einen und SES-ASTRA auf der anderen Seite. Was da so unscheinbar unter der Überschrift „Vertragsverlängerung“ daherkam, enthielt im Inneren wahrlich Revolutionäres: Nämlich die definitive Planung der Öffentlich-rechtlichen, ab 2010 ihre Programme über Satellit nur noch digital zu verbreiten! Was aber nichts anderes bedeutet, als dass ab diesem Zeitpunkt es keine Analog-Übertragung mehr geben wird! – Wer hätte das gedacht? Die öffentlich-rechtlichen, lange Zeit als Bremser der Entwicklung gescholten, präsentieren sich plötzlich als Motor des Fortschritts. Na also... (s. dazu auch unser Editorial).

Der Besucher allerdings, insbesondere natürlich der Fachbesucher, war gezwungen, Prioritäten zu setzen und sich auf für in wichtige Themenbereiche zu konzentrieren. Das haben auch wir getan. In unserem Falle heißt das: Focussierung auf die Digitalisierung im Allgemeinen und auf die Multimedia Home Platform (MHP) bzw. den Umstieg des terrestrischen Fernsehens auf DVB-T im Besonderen. Zu beiden Themen finden Sie in dieser – aus gegebenem Anlaß – wieder auf sechs Seiten erweiterten Ausgabe der TV-Zukunft kompizierte Informationen: wie immer firmenneutral, kurz und knapp dargestellt und auf das Wesentliche focussiert.



Dr. Michael Thiele

IFA 2003: Vielseitiges Angebot

Kein Zweifel: Es wurde viel geboten auf der IFA – nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ! So viel, daß der Besucher gar nicht mehr in der Lage ist, alles gleichermaßen wahrzunehmen, schon gar nicht in der auf sechs Tage verkürzten Ausstellungszeit.

IFA 2003: Messe der Glückseligen

Dennoch: die Verkürzung war notwendig und hat sich bewährt: Einer Umfrage der Messe zufolge waren die Aussteller zufrieden bis glücklich, der Verband war glücklich, die Messe war glücklich und vermutlich auch der Bundeswirtschaftsminister, der sich in seiner Eröffnungsrede einen „Konjunkturschub“ erhofft hatte.

IFA 2003: Fazit

Eine rundherum gelungene Präsentation der Dynamik und der Leistungsfähigkeit dieser Branche, die sich auch in schwierigen Konjunkturzeiten dem Abwärtstrend tapfer entgegenstemmt und mit Innovationen, mit neuen Ideen und Lösungen neue Wege erschließt. Es scheint, als hätte diese Branche jetzt begriffen, dass nur eine konsequente Vorwärtsstrategie den gewünschten Erfolg bringt, oder, wie es ihr Vorsitzter, Hans-Joachim Kamp (Philips) wenige Tage vor Messebeginn kristallklar formulierte: „Nur Innovationen sind der Garant für Wachstum“.
www.gfu.de

Starken Andrang und großes Interesse gab es an allen Tagen auf den Messeständen. Im Bild der Stand von Nokia in Halle 4.2, an dem es neben Mobiltelefonen auch die neueste SetTop-Boxen-Technologie zu sehen gab. Die Media-master-Reihe im Nokiatypischen Design umfaßt mehrere Modelle von der Einsteigerbox bis zum MHP-Gerät mit CA und CI-Slot.



DVB-T: Das ÜberallFernsehen

Viel Neues gab es – wie in der letzten Ausgabe angekündigt – in Sachen „DVB-T: Das ÜberallFernsehen“. Highlights waren hier der erste Twin-Receiver zum Fernsehen und gleichzeitigen Aufnahmen eines anderen Programms (Pace), der erste Mobilfernseher im Stile eines Kofferradios mit 6,8" LCD-Bildschirm (TechniSat), die ersten MHP-tauglichen Boxen, teilweise mit CI-Slot (= Common Interface) für verschlüsselte Sendungen (Nokia), aber auch Kombi-Boxen mit eingebauter Festplatte für das zeitversetzte Aufnehmen und Wiedergeben und schließlich verschiedene komplette DVB-T Fernsehgeräte, die sogenannten „Integrated Digital TV“ (IDTV), die teilweise ebenfalls schon für MHP-Applikationen tauglich sind (SONY, Panasonic).

Präsentiert wurden ferner Nachrüstsätze für neue oder vorhandene TV-Geräte (Loewe, Metz), aber auch PC-Steckkarten, die jeden Laptop oder



sogar einen PDA in einen Mobilfernseher verwandeln (SCM Microsystems). Ganz dem mobilen DVB-T-Empfang gewidmet haben sich die Hersteller Grundig Car InterMedia Systems und Harman/Becker, welche erste Nachrüstsätze fürs Digitalfernsehen im Auto zeigten. Wer noch weiter in die Zukunft blicken wollte, konnte dies im Technisch-Wissenschaftlichen Forum („TWF“) tun. In Halle 5.3 zeigten ARD, ZDF, T-Systems und verschiedene Institute der Fraunhofer-Gesellschaft, was die moderne Digitaltechnik leisten kann, insbesondere wenn man die Verfahren des Rund-

funks, des Internet und der Mobilkommunikation miteinander verbindet, und welche Systeme, Techniken und Anwendungen uns morgen und übermorgen ins Haus stehen könnten. Und – last but not least – in Halle 23 präsentierten die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb_) und die

Senatsverwaltung für Arbeit, Wirtschaft und Frauen künftige mobile Anwendungen für das in der Berliner Region so erfolgreich gestartete terrestrische Digitalfernsehen (DVB-T: Das ÜberallFernsehen). Und dass der Mobilempfang einwandfrei funktioniert, davon konnten sich die Besucher selbst überzeugen: Bei einer Fahrt in einem der von diesem Stand aus operierenden Velotaxis mit eingebautem DVB-T Fernseher, die den ganzen Tag über munter durchs Messegelände kreuzten.



Lange erwartet und immer wieder verschoben: Der erste Twin-Receiver für DVB-T, mit dem man fernsehen und gleichzeitig ein anderes Programm aufzeichnen kann. Der „Puma-T“ kommt vom Elektronikhersteller Pace und macht die umständliche Ersatzlösung mit zwei Dekoder-Boxen für Fernseher und Videorecorder ab sofort unnötig.

Ohne Abbildung: Highlights am Stand von **Panasonic** waren ein Fernseher mit DVB-T Empfangsteil sowie die neue terrestrische Box TU-CT20E, mit EPG, Software-Update sowie zwei Scartanschlüssen.

Mobilen DVB-T Empfang mit dem Laptop (bzw. auch mit einem PDA) demonstrierte das **ZDF** im Technisch Wissenschaftlichen Forum (TWF). Der mobile DVB-T Empfänger in Form einer PC-Card wurde von **SCM Microsystems** entwickelt; er war auch auf dem Gemeinschaftsstand der Berliner Landesinitiative „Projekt Zukunft“ und der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb_) zu sehen. Der Miniempfänger wird einfach in den Steckschacht des Laptop oder eines PDA eingeschoben und fertig ist der mobile DVB-T-Empfang für unterwegs. (Foto: ZDF)



Loewe zeigte neben großflächigen Breitbild und Flachbildfernsehern, basierend auf Plasma- und LCD-Technologie, einen Digital-Recorder mit Festplattenspeicher sowie Aufrüstsätze für DVB-T (IDTV). Präsentiert wurden die Modelle für das digitale Antennenfernsehen sowohl im klassischen 4:3-Format (Nemos 29) mit einer Bildschirm-diagonale von 72 (68) cm, als auch im kinoähnlichen 16:9-Breitband-Format (Nemos 32) mit einer Bildschirmdiagonale von 81 (76) cm.



Mit dem **DTI 1001** stellte **Thomson** seinen ersten Receiver für den Empfang von DVB-T vor. Das kompakte Gerät bietet ein On-Screen-Display für alle Bedienungsfunktionen, verfügt weiterhin über einen Timer für zehn Vorprogrammierungen, eine Kindersicherung sowie EPG. Die universelle Fernbedienung soll nicht nur den DVB-T-Receiver, sondern auch herstellereigenen TV- und Videogeräte steuern.



Sharp, Pionier bei Flachbildschirmen in LCD-Technik, zeigte gleich drei Geräte seiner AQUOS-Serie mit integriertem DVB-T Empfänger. Im Bild der Größte der drei, der LC-37AD1E mit 94 cm Bildschirm-diagonale im 16:9 Kinoformat. Daneben gibt es noch die Modelle LC-30AD1E bzw. LC-22AD1E mit 75 bzw. 56cm Bildschirmgröße und ansonsten gleicher Ausstattung.

In ausgefallenem Styling und innovativ die Boxen der Elipsus-Serie des Herstellers **Micronik**. Unter der Modellbezeichnung **DVR 3002/3004-T** gibts die erste DVB-T Box mit integrierter Festplatte (40 GB bzw. 120 GB). Der Speicher dient dabei als digitaler Videorecorder (DVR) und ermöglicht die Aufnahme und – auf Wunsch auch zeitversetzte – Wiedergabe der Sendungen. Damit macht der neue „Festplattenvideorecorder“ den herkömmlichen Videorecorder praktisch überflüssig.



Auch **Philips** mischt jetzt mit bei DVB-T. Das niederländische Unternehmen stellte neue digitale Set-Top-Boxen auf Basis der Multimedia Home Platform (MHP) für den terrestrischen wie auch für Satellitenempfang vor.



Premiere bei **TechniSat**: Der erste tragbare DVB-T Fernseher fürs „ÜberallFernsehen“. Das Gerät trägt den Produktnamen **DigiPal LCD** und verfügt über einen 6,8 Zoll LCD-Monitor. Mit dem eingebauten Akku soll kabelloser Mobilbetrieb für mehr als eine Stunde möglich sein, mit zusätzlicher Stromquelle, z. B. im Wohnwagen oder auf der Segeljacht beliebig länger.



Nokia war auf der IFA unter anderem mit dem **Mediamaster 310-T** vertreten. Das Gerät ist ein MHP-fähiger DVB-T-Receiver mit CI-Slot für alle unverschlüsselten TV-Programme sowie via CI-Modul und eingebettetem Conax CA-System für Pay-TV-Programme verschiedener Anbieter. Das Gerät verfügt über EPG sowie über ein schnelles Navigationssystem und ermöglicht damit ein kurzfristiges Hin- und Herschalten zwischen TV- und MHP-Anwendungen.

Multimedia Home Platform

Ausführlich informierten die Beteiligten - Rundfunkanstalten, Diensteanbieter und die Endgeräteindustrie - Seite an Seite auf der weltweit größten Messe der Unterhaltungselektronik über ihre neuen interaktiven und multimedialen Programme und Zusatzdienste sowie über die dazugehörigen Neuentwicklungen aus dem Bereich Set-Top-Boxen oder Fernsehgeräte mit integrierter MHP-Funktionalität (IDTV). Mittlerweile hat das Angebot auf beiden Seiten deutlich zugenommen: Mehr als ein Dutzend Unternehmen - darunter zahlreiche Neueinsteiger - präsentierten ihre MHP-fähigen Geräte und Produkte. Und von rund zehn Sendeanstalten oder Diensteanbietern kamen neue Dienste und Applikationen dazu.

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 Spielformen, neue Formen der interaktiven Werbung, Online-Shopping, eMail und Internetzugriff über die Set-Top-Box oder den MHP-fähigen Fernseher.

Bei den Geräten und Systementwicklungen waren es Set-Top-Boxen in den verschiedensten Ausstattungs- und Leistungsklassen (u.a. von Galaxis, Humax, Kaon Media, LG Electronics, Nokia, Panasonic und Philips

sowie Samsung), das ACTIVITY Media Center (Fujitsu Siemens Computer) sowie ein komplettes MHP-Fernsehgerät (IDTV) von Sony. Daneben

wurden eine Reihe von Systementwicklungen präsentiert, angefangen von spezieller MHP-Middleware (Alticast),

MHP fürs Internet über DVB-T (convergence), über den MHP Browser Integra (Nionex) bis zur Referenzimplementation des Instituts für Rundfunktechnik (IRT), München.

Weitere Höhepunkte zum Thema MHP waren das MHP-Panel am 1. September unter dem Motto: „Fernsehen plus mhp“, die Keynote des ARD-Intendanten Fritz Pleitgen am 2. September und die Präsentationen des Instituts für Rundfunktechnik



MHP kontrovers diskutiert

„MHP ist die unverzichtbare Voraussetzung für einen gemeinsamen digitalen Fernsehmarkt“. Das war die einhellige Auffassung führender Vertreter der Öffentlich-rechtlichen und privater Programmveranstalter, der Industrie und des Handels im Rahmen der Podiumsdiskussion „Fernsehen plus MHP“ auf der ZDF-Bühne während der IFA 2003. Doch obwohl die Notwendigkeit der gemeinsamen Plattform nicht in Frage stand, meldeten vor allem Privatsender und Premiere Bedenken an.

So argumentierte Premiere-Chef Georg Kofler, die Umrüstung der Premiere Digital-Receiver sei wegen technischer Schwierigkeiten derzeit nicht machbar und nannte Kosten für die Umrüstung von 300 bis 500 Mio. Euro. Die Intendanten von ARD und ZDF, Fritz Pleitgen und Markus Schächter, wiesen dies als unrichtig zurück. Nach Ansicht von Schächter sei die Einführung von MHP für den Bezahlsender keine technische, sondern eine Willensfrage. Er forderte Kofler auf, bei dieser Entwicklung „nicht mit zwei Füßen auf der Bremse zu stehen.“ Und Pleitgen merkte an,

dass Kofler Probleme von seinen Vorgängern geerbt habe, dass jedoch darunter das Publikum nicht leiden dürfe.

Constantin Lange, Geschäftsführer RTL NewMedia, geht dagegen die Entwicklung der Markteinführung nicht schnell genug. Gleichwohl plädiert er dafür, Realismus einkehren zu lassen: Seiner Einschätzung nach werde die Reife der MHP noch mehrere Jahre dauern. Ähnlich argumentierte Roland Steindorf, Geschäftsführer von Kabel-Deutschland: Zwar befürworte er die Weiterentwicklung des digitalen Fernsehens, doch könne das Angebot erst aufgenommen wer-

Keynote Fritz Pleitgen

Eine der Neuerungen der diesjährigen IFA waren die täglichen „Keynotes“. Jeden Morgen referierte auf der ARD-Bühne in Halle 2.2 ein Top-Manager der Medienwirtschaft jeweils zu einem aktuellen Thema der Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik.

Am Dienstag, dem 2. September nutzte Fritz F. Pleitgen, Intendant des WDR und Vizepräsident der EBU (European Broadcasting Union) dieses Forum, um neue Impulse und Initiativen zur

Einführung von MHP als digitalem Fernsehstandard anzunehmen. Es fehle „der durchschlagende politische Wille, die vorhandenen Mittel zur Markteinführung von MHP auch einzusetzen“, bemängelte Pleitgen vor Journalisten und Medienexperten in Berlin. Neben scharfer Kritik an der Bundesregierung warf er den Landesmedienanstalten vor, bisher keine konkreten Schritte

zur Durchsetzung von MHP unternommen zu haben. An die Kabelnetzbetreiber gerichtet bemängelte er, dass deren Ankündigung zur Einführung von digitalen Kabelempfangsgeräten jenseits von MHP nichts Gutes erwarten ließen. Entschieden lehnte er die von

einigen Kabelnetzbetreibern geforderte sogenannte „Lean MHP“-Lösung ab. Dahinter stehe die Absicht, offene und interoperable technische Systeme für das digitale Fernsehen zu verhindern.



Fritz Pleitgen, Intendant des WDR und EBU-Vizepräsident, bei seiner Keynote am 2. September 2003 in Berlin

Die Folgen dieser Entwicklung wären „Zugangsbeschränkung, eingeschränkte Wahlmöglichkeiten, abgeschottete Märkte, Gefährdung von Angebotsvielfalt und Medienpluralismus.“

Der WDR-Intendant ging auch auf die Kritik kommerzieller Fernsehanbieter ein, wonach MHP nicht refinanzierbar sei. „Wie ich höre, soll Murdoch mit BskyB

beträchtliche Gewinne mit interaktivem Fernsehen einstreichen.

Die Rede ist von 218 Millionen Pfund Jahresumsatz und zweistelligen Zuwachsraten.“

Ähnlich verlaufe die Entwicklung in Frankreich.



Teilnehmer der MHP-Diskussion am ZDF-Stand (von li nach re): Georg Kofler (Premiere), Roland Steindorf (Kabel Deutschland), H.-J. Kamp (Philips), Fritz Pleitgen (Intendant WDR), Markus Schächter (Intendant ZDF), Dr. Rainer Hillebrandt (Otto Versand), Moderator A. Cichowitz (NDR) und Jürgen Doetz (ProSiebenSat.1 Media AG)

den, wenn die Sender MHP-taugliche Programme entwickelt hätten.

Einwände kamen auch von Jürgen Doetz, Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG und Chef des VPRT (Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation). Ihm fehlen noch die Verbindlichkeiten zu Inhalt und Format der MHP, ferner hätten die Privaten keine Möglichkeiten, zusätzliches Geld zu erwirtschaften. In diesen Punkten habe er noch Gesprächsbedarf. Schächter nahm das auf und bot ein Treffen nach der IFA an.

Industrie und Handel wiederum stehen der MHP positiv gegenüber. So bestätigte Hans-Joachim Kamp, Geschäftsführer von Philips Deutschland, die Industrie sei bereit, MHP-Geräte in großem Stil zu produzieren; seiner Einschätzung nach sei auch die Preisstellung angemessen: „rund 300 Euro sind ein akzeptabler Preis für die gebotene Leistung eines MHP-Gerätes.“ Dem pflichtete OTTO-Vorstand Rainer Hillebrandt bei: Man würde günstige MHP-Decoder bauen, sagte er.

Pressekonferenz der TV-Plattform

Beinahe schon Tradition bei der Funkausstellung ist die Pressekonferenz der TV-Plattform, in der Branchenexperten aus allen Bereichen der Medienwirtschaft firmenneutral zu aktuellen Themen informieren. In diesem Jahr standen erneut der Fortgang bei der Markteinführung der Multimedia-Home-Plattform (MHP) und der Analog-/Digital-Umstieg beim terrestrischen, d.h. dem Fernsehen über Antenne zur Diskussion.

Eingangs wies Jürgen Sewczyk, Technischer Direktor bei RTL NewMedia und Vorsitzender der Deutschen TV-Plattform, auf die allgemeine Branchensituation und den immer schärfer werdenden Wettbewerb hin. „Der Wind ist rauher geworden für die Beteiligten, seit aus dem anfänglichen Rückenwind in der gemeinsamen Konzeptionsphase durch den Übergang zum Wettbewerb am Markt ein teils kräftiger Gegenwind geworden ist“, stellte er fest und bekräftigte, dass die TV-Plattform unter seiner Leitung auch weiterhin alle Anstrengungen unternommen werde, um die Digitalisierung weiter voranzutreiben und die teilweise divergierenden Interessen einiger Gruppen zusammenzuführen.

MHP – Die Multimedia Home Platform

Neue Impulse für die Markteinführung der „Multimedia Home Platform“ (MHP) sieht Dr. Georg Lütteke, Vorsitzender der AG: „Markteinführung MHP“ der TV-Plattform in dem gemeinsamen Engagement von Industrie und Rundfunkanstalten für MHP anlässlich der Internationalen Funkausstellung Berlin (IFA 2003). Gleichzeitig aber warnt er auch vor zu großen Hoffnungen, was das Tempo angeht: „Mit MHP betreten wir Neuland, und die Erkundung dieses Neulands wird uns noch lange beschäftigen“ sagte er anlässlich der IFA-Presskonferenz der TV-Plattform in Berlin.

In seinem Beitrag berichtete er über den aktuellen Stand der Entwicklung und Einführung der Multimedia Home Platform (MHP) nicht nur in Deutschland, sondern auch in den anderen Ländern Europas, des Fernen Ostens und in den USA. „An MHP führt nichts vorbei“ lautet eingangs seine Feststellung, denn echtes „Digital-TV bietet mehr als digitalisier-

tes Analog-TV und MHP bietet dazu das Konzept und die notwendige technische Basis“. Sein Fazit: „Erst MHP eröffnet den erlebbaren Mehrwert des echten digitalen Fernsehens.“

Ausdrücklich unterschied Lütteke in seinem Beitrag zwischen „Digital-TV“ und „digitalisiertem Analog-TV“. Echtes Digital-TV bietet neuartige Dienste und Anwendungen, es ist – unter Einschluss von Interaktivität – „Fernsehen zum Mitmachen“. Und MHP bietet dafür die optimalen Voraussetzungen für alle Beteiligten, so dass der weltweiten Markteinführung nichts mehr im Wege steht.

Markteinführung hat begonnen

Und diese Markteinführung ist inzwischen gut vorangekommen. Mittlerweile sind mehrere MHP-Anwendungen „on air“, u.a. von RTL sowie von ARD und ZDF, es gibt eine Vielzahl von spezialisierten Anwendungsentwicklern, und die ersten MHP-tauglichen SetTop-Boxen sind seit Jahresbeginn im Handel.

Und die Funkausstellung (IFA) zeigt, dass auf diesem Weg jetzt zügig weiter vorangeschritten wird. Mehr als ein Dutzend Unternehmen – darunter viele Neueinsteiger – präsentierten MHP-taugliche Produkte auf der IFA. Und mehr als zehn Sendeanstalten und Serviceprovider kamen mit neuen Applikationen und Diensten. Auch erste T-Commerce Anwendungen sind, z.B. bei Karstadt-Quelle und OTTO, in Entwicklung.



Dr. Georg Lütteke, Philips und Vorsitzender der AG: „Markteinführung MHP“ der TV-Plattform



Jürgen Sewczyk, Direktor Technik bei RTL NewMedia und Vorsitzender der TV-Plattform

DVB-T: Das ÜberallFernsehen

Zweites Hauptthema war der Analog-/Digital-Umstieg für das terrestrische Fernsehen. Für den erkrankten Dr. Wilfried Geuen berichtete Prof. Dr.-Ing. Ulrich Reimers, Leiter des Technical Module des DVB-Projektes. Er fasste zunächst die Ergebnisse des am 4. August mit großem Erfolg abgeschlossenen Umstiegs in der Hauptstadtregion zusammen. „Gerade nach diesem Erfolg ist es um so wichtiger,

dass die Beteiligten jetzt um so zügiger den Umstieg auch in den weiteren Ballungsregionen Deutschlands vorantreiben“, betonte Reimers in seinem Beitrag. Nur durch eine Ausdehnung auf ganz Deutschland könne sich ein entsprechender Markt für Geräte wie auch für die neuen, zumeist mobilen Anwendungen entwickeln.

Dieser Ausdehnung stehen allerdings im Moment noch planerische und finanzielle Hürden im Wege. Die Wahl von Berlin/Brandenburg als Startregion erfolgte nämlich, weil hier im Vergleich zu den übrigen Regionen Deutschlands sowohl frequenztechnisch als auch wirtschaftlich günstige Voraussetzungen für den Umstieg auf DVB-T vorgelegen haben.

Positionspapier zum weiteren DVB-T Umstieg

Um die Arbeit der künftigen Projekte zu unterstützen, haben deshalb die Beteiligten, die alle auch Mitglied in der Arbeitsgruppe „DVB-T Umstieg“ der TV-Plattform sind, die Erfahrungen aus Berlin ausgewertet und eine Art Leitfaden erstellt unter dem Titel: „Empfehlungen zum Analog-Digital Umstieg auf >DVB-T: Das ÜberallFernsehen<“. Dieses Papier beschreibt und analysiert zunächst die Erfolgsfaktoren des Umstiegs in Berlin und skizziert dann die aktuelle Situation in den übrigen Ballungsregionen Deutschlands, die sich in den einzelnen Bundesländern sehr unter-

schiedlich darstellt. Auf der Basis dieser Ergebnisse werden dann stichwortartig die gemeinsamen „Anforderungen an einen Umstieg auf DVB-T in den anderen Regionen“ entwickelt. Das Positionspapier schließt mit allgemeinen Empfehlungen, die rückblickend aus den Erfahrungen im Berliner Projekt abgeleitet werden konnten. Es ist als eine Art „Checkliste“ gedacht für alle Verantwortlichen und Mitarbeiter in den künftigen Umstiegsprojekten in Deutschland.

Minimalanforderungen für DVB-T Empfänger

Dass der Umstieg in Berlin-Brandenburg ein „Erfolgsmodell“ ist, steht für Reimers außer Frage. Die Anzahl der bisher verkauften Empfangsgeräte, die sich mittlerweile der 200.000er Marke nähert und damit deutlich über den ursprünglichen Erwartungen liegt, belegt dies eindrucksvoll. Es hat sich gezeigt, dass eine große Mehrheit der Antennenzuschauer die digitale Technologie akzeptiert, weil der dadurch gewonnene Mehrnutzen den Aufwand und den Preis rechtfertigt. Dennoch – es sind auch noch einige Wünsche offen geblieben bei den Zuschauern in Berlin. In erster Linie geht es dabei um die Sicherheit der



Prof. Dr. Ulrich Reimers, Universität (TH) Braunschweig und Leiter des „Technical Module“ von DVB

Verbraucher in einem freien Markt, der für die meisten Beteiligten neu und deshalb schwer einzuschätzen ist.

Die TV-Plattform hat deshalb in Zusammenarbeit von Geräteindustrie, Rundfunkanstalten und Service-Providern ein zweites Papier mit

der Bezeichnung: „DVB-T Minimalanforderungen und Leitfaden für DVB-T Endgeräte“ erarbeitet. Enthalten sind darin z.B. Anforderungen hinsichtlich der Technischen Empfangseigenschaften der Geräte, der Benutzerführung durch die Programme sowie bezüglich eines Software-Updates für zukünftige Ergänzungen. Das Papier liegt derzeit in Version 1.1 vor, soll jedoch in Zukunft permanent weiterentwickelt werden und dazu beitragen, künftige Umstiege in anderen Regionen noch besser abwickeln zu können. An die Vorträge schloss sich eine rege Diskussionsrunde an, in der die beiden Themen weiter vertieft werden konnten.

DVB-T: Das ÜberallFernsehen auf der IFA 2003

Überall mehr als Fernsehen

Berlin-Brandenburg startet digital mobil

Unter der Überschrift: „Überall mehr als Fernsehen“ informierten die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb_) und die Senatsverwaltung für Wirtschaft Berlin (Projekt Zukunft) auf einem Stand auf der IFA 2003 über den am 4. August erfolgreich abgeschlossenen Umstieg in der Hauptstadtregion, der gewissermaßen der „Einstieg in den Umstieg“ in Deutschland war, aber auch über die vielfältigen mobilen Anwendungen, die in Zukunft mit „DVB-T: Das ÜberallFernsehen“ möglich sein werden.

Insgesamt zehn Unternehmen und Forschungseinrichtungen aus der Berliner Region (convergence, Contcast, Cyberconsult, Gemeinschaftsprojekt Broadcast and Mobile Convergence, Gosub, Heinrich-Hertz-Institut, Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post, TouchMobile, Trend Network und T-Systems International) präsentierten auf dem Gemeinschaftsstand in Halle 23, welche neuen Mehrwertdienste bereits heute nutzbar und welche in naher Zukunft zu erwarten sind.

Natürlich erfuhr der interessierte Besucher auch alles Wissenswerte über die gerade abgeschlossene Umstellung in der Hauptstadtregion, die gewissermaßen der „Startschuß“ war für die im nächsten Jahr beginnende Umstellung in Deutschland. Dabei sollen die Erfahrungen aus dem Berliner Umstieg für die Folgeprojekte genutzt

werden, soweit dies möglich und übertragbar ist.



Fabrgast-TV im öffentlichen Nahverkehr: Mittels DVB-T überträgt z.B. die Firma „Trend Network“ ihre Programme in Busse und Straßenbahnen.



Grundig Car InterMedia System: Mittels eines speziell entwickelten Mehr-Tuner-Konzeptes können auch während der Autofahrt und bei hohen Geschwindigkeiten glasklare digitale TV-Bilder empfangen werden. Der Receiver ist selbstverständlich auch für die bisherigen analogen TV-Standards wie PAL B/G, SECAM-L und NTSC tauglich. Erste Endgeräte für den mobilen DVB-T-Empfang im Auto werden Anfang 2004 erwartet.



Der Karlsruher Spezialist für Navigation, Multimedia und Infotainment im Auto, Harman/Becker, präsentierte ebenfalls einen DVB-T Receiver fürs Auto. Das Gerät ist durch seine kompakte Bauweise und die zum Lieferumfang gehörende Docking-Station bestens für den Einsatz im Auto vorbereitet. Ähnlich einem Laptop lässt sich der Empfänger problemlos aus der Docking-Station entnehmen und als „stand-alone“-Version verwenden.

IBC 2003

Neben der Funkausstellung gab es im September noch eine zweite herausragende Veranstaltung: die „International Broadcasting Convention“ (IBC) in Amsterdam, die sich traditionell an die „Professionals“ der Medienbranche wendet. Auch in diesem Jahr trafen sich vom 11. bis 15. September wieder rund 40.000 Teilnehmer aus allen Ländern Europas und aus Übersee und informierten sich über die neuesten Entwicklungen und Verfahren.

Mit über 1.000 Ausstellern war das „RAI Exhibition and Congress Centre“ in Amsterdam wieder voll ausgebucht. Der eigentliche Kongress bot an fünf Tagen in sechs verschiedenen Themenbereichen von der Produktion über die Verbreitung bis zur Archivierung eine Fülle von Vorträgen, Tutorials und Workshops.

Natürlich waren auch hier die Themen MHP und DVB-T stark vertreten: So wies beispielsweise der vom DVB-Projekt erstellte „MHP@IBC-Guide“



allein 38 Aussteller aus, die neue Geräte oder Anwendungen zur Multimedia Home Platform präsentierten. Und das Thema: „Digital Terrestrial Television“ stand am Nachmittag des ersten Konferenztages auf dem Programm. Höhepunkt hier die Keynote von Dr. Hans Hege (Direktor der Medienanstalt Berlin-Brandenburg) zum Thema: „Berlin goes digital“.

Im Folgenden aus der Fülle des Gebotenen zwei Beispiele, die exemplarisch belegen, dass durch die Digitalisierung tatsächlich neue Anwendungsbereiche entstehen, die weit über das klassische Fernsehen hinausgehen.

Programmzeitschriften nehmen interaktives Fernsehen ins Visier

So wollen z.B. die europäischen Programmzeitschriftenverlage in Zukunft ihre Leser direkt auf dem TV-Bildschirm erreichen: Nach dem Axel-Springer-Verlag veröffentlicht auch die Niederländische Verlagsgruppe Programmabladen AKN eine erste interaktive Programmzeitschrift im digitalen Fernsehen: Auf der IBC zeigten führende Anbieter von digitalen Set-Top-Boxen und Digitalsoftware interaktive Ausgaben von HÖRZU und TV GIDS ONLINE, dem populärsten niederländischen Online-Fernsehma-

gazin. Konzept und Technik stammen vom Berliner EPG-Spezialisten GIST Communications; die Programmdateien werden live via ASTRA ausgestrahlt.

GIST entwickelte dazu ein System, nach dem die Programmdateien von unterschiedlichen Decoderplattformen ausgelesen werden können: So stellt die MHP-Version umfangreiche Sortierfunktionen, Erinnerungs- und Aufnahmefunktionen bereit; die gleichen Daten können auch von preisgünstigen Basis-

boxen genutzt werden – freilich mit reduziertem Funktionsumfang. www.gist.de

High-Speed-Internet über DVB-T

Ein anderes Beispiel für die Erschließung neuer Bereiche kam von dem französischen Unternehmen „Thales Broadcast and Multimedia“. Die Idee: Über den beim terrestrischen Digitalfernsehen eingesetzten DVB-T-Standard ließen sich z.B. für Kunden in dünn besiedelten Gebieten High-Speed-Internet-Anschlüsse realisieren. Auf der IBC präsentierte Thales ein passendes Business-Modell für „DVB-T-Internet“. Nach Angaben von Thales lägen die Kosten für den Anbieter eines solchen Dienstes etwa im gleichen Rahmen wie die Kosten für ein entsprechendes ADSL-Angebot; für den Nutzer könne andererseits ein TV-tauglicher DVB-T-Internet-Receiver für 250 bis

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: 48.000 Exemplare