

Marktbelegung durch HDTV

Das Fernsehbild wird größer, schärfer und detailreicher

Neue Absatzchancen erwartet sich die Fernsehindustrie vom Hochauflösenden Fernsehen (HDTV). Aber nicht allein die TV-Branche hat das „Fernsehen im Kinoformat“ im Visier: Auf der morgen beginnenden CeBIT, der weltgrößten Computermesse, wird deutlich, daß mittlerweile auch die Branchen der Informations- und der Kommunikationstechnik intensiv auf dieses Thema setzen.

Man braucht kein Prophet zu sein, um die wirtschaftlichen Impulse vorherzusagen: Die Nachfrage nach großen Displays und flachen Bildschirmen steigt schon jetzt rasant – einige Hersteller, wie z.B. Sharp, haben die Produktion herkömmlicher Bildröhren und damit bestückter Geräte bereits eingestellt. Filme auf DVD stellen schon heute das Fernsehprogramm in punkto Qualität und Auflösung weit in den Schatten; die Nachfolger HD-DVD und Blu-Ray werden in Kürze echte HDTV-Qualität möglich machen und damit den Wunsch des Zuschauers nach besseren Bildern anfachen. Und vor allem für Handel und Handwerk eröffnen sich, wie jüngst bei der Digital-Umstellung des Antennenfernsehens, neue Geschäftsmöglichkeiten.

Daß die Entwicklung zum gestochen scharfen TV-Bild nicht mehr in allzu ferner Zukunft liegt, wurde unlängst auch auf dem 14. Symposium der TV-Plattform in Stuttgart deutlich. So genügt die Mehrzahl der aktuell am Markt angebotenen großflächigen LCD- und Plasma-Displays bereits heute allen Anforderungen an ein HDTV-Wiedergabegerät. Und um dies für den Kunden auch deutlich zu kennzeichnen, gibt es seit Mitte Januar das europaweite „HDready“-Logo. „Dieses Label soll dem Konsumenten schon heute Sicherheit bei der Investition in HDTV-fähiges Equipment geben“, erläuterte dazu Dr. Dietrich Westerkamp, Thomson.

Aber, so Michael Kurpiers von Sharp Electronics Europe: „Gute Bildschirme brauchen auch gute Bilder“. Und die gibt es vorerst nur von der Disk. Gefordert sind also die Rundfunkanstalten, die sich indes des Themas in unterschiedlicher Weise annehmen. Während man bei Premiere zum Beispiel der Überzeugung ist, daß „HDTV die Fernsehlandschaft in Deutschland in den nächsten Jahren prägen wird“ (Dr. Frank Hoffmann, Head of Key Accounting, Premiere Technology) und man deshalb ab 1. November 2005 ein aus drei Kanälen bestehendes HDTV-Angebot plant, sieht man beim ZDF eher eine schrittweise Annäherung an HDTV: „Es gibt noch einiges zu tun, bevor wir mit einer HDTV-Ausstrahlung auf gesicherter Basis, mit Investitionssicherheit sowohl für den Konsumenten als auch für uns Rundfunkanstalten, beginnen können“, führte Eckhard Matzel, Leiter der Abteilung Grundsatzangelegenheiten beim ZDF, bei gleicher Gelegenheit aus. Allerdings gab auch er sich überzeugt: „Eines ist sicher, HDTV gehört die Zukunft“.

Im Ausland geht man dagegen HDTV oftmals viel offensiver an: So erwartet beispielsweise Richard Freudenstein, COO von BSkyB (British Sky Broadcasting), „eine deutliche Marktbelegung durch HDTV“. In seiner Keynote anlässlich der „DVB WORLD“ in Dublin Anfang März unterstrich er, daß „HDTV für BSkyB hervorragende Chancen bietet, neue Kunden zu gewinnen.“

16:9 Bildformat

Fest verknüpft mit HDTV ist das Breitbildformat, im Fachjargon als 16:9 bezeichnet. Es entspricht dem klassischen Kinoformat und bringt viel eindrucksstärkere Bilder, weil auch das menschliche Gesichtsfeld deutlich breiter ist als hoch. Davon profitieren nicht nur Hollywood-Filme, die auf DVD schon heute nur im 16:9 Format angeboten werden – auch der Fußball profitiert davon: Aus der Perspektive des Zuschauers ist das Fußballfeld eben deutlich breiter als hoch und durch das breitere Bild wird mehr vom Spielgeschehen sichtbar. Und so wird auch die Entscheidung der FIFA, die WM 2006 ausschließlich in HDTV und 16:9 zu produzieren, die Fernsehübertragungen noch authentischer und realistischer machen. Bleibt zu hoffen, daß auch die Sender in Deutschland dieses Format übernehmen und damit dem Zuschauer die neue Qualität des Fernsehens nahe bringen. Dann kann auch die WM 2006 – wie schon viele große Sportereignisse vorher – zur Marktbelebung beitragen.