

EDITORIAL

Generationswechsel

Die Branche ist im Wandel, neue Erlebnishorizonte tun sich auf, das Fernsehen wird mobil: Dies alles macht die Unterhaltungselektronik zu einer der interessantesten und "spannendsten" Branchen überhaupt. Und wie immer in ihrer langjährigen Geschichte ist die Internationale Funkausstellung Berlin (IFA) ein Spiegel dieser Branche, in dem jeder sehen kann, was sich abspielt und wobin die Entwicklung geht.

Das war auch in diesem Jahr wieder so. Nach meinem Dafürhalten war aber die diesjährige IFA eine ganz besondere IFA: „Besonders“ deshalb, weil sie wie kaum eine andere der zurückliegenden Jahre eine Vielfalt an interessanten Entwicklungen und attraktiven Neubeiten bot, Innovationen, die mehr sind als nur neue Geräte mit verbesserter Technik. Innovationen, die den Markt beleben und ihm kräftige Impulse verleihen können.

Das Fernsehen ist dabei, seine bisherigen Grenzen zu sprengen: Der Bildschirm wird größer (und breiter), HDTV steht an der Schwelle zur endgültigen Markteinführung. Aber auch am unteren Ende der Größenskala tut sich Vieles: Man kann jetzt auch unterwegs fernsehen, und das sowohl in Fahrzeugen als auch auf kleinen tragbaren Geräten, den sogenannten „Handhelds“, die man bequem bei sich tragen kann.

Handys und PDAs werden also fernsehtauglich. Und nicht nur das: Sie bieten über ihre Mobilfunk-Funktion automatisch auch einen Rückkanal, wie wir ihn für interaktive Nutzungen brauchen. Wir haben jetzt die große Chance, Fernsehen auf dem Handy oder dem Smartphone einzuführen und damit neue Märkte zu erschließen. Wir sollten uns aber darauf konzentrieren, attraktive Inhalte und Anwendungen zu entwickeln und nicht über technische Systeme streiten – die sind dem Nutzer obnein egal.

Das Gleiche gilt für HDTV: Die verschiedenen Technologien für HD-Displays sind ausgereift, und der Markt spricht eine deutliche Sprache: Die Nachfrage nach den neuen Großbildschirmen ist enorm und wächst weiter. Dabei gibt das HDready-Logo dem Konsumenten die Gewissheit, daß sein neuer Bildschirm auch mit künftigen HDTV-Geräten und -Programmen „klarkommen“ wird. Die passenden Receiver werden für das Jahresendgeschäft erwartet.

HDTV und MobileMedia waren jedoch nicht die einzigen Themen, die die Branche dieses Jahr bewegten und über die auf der IFA informiert wurde. Da gibt es z.B. noch das digitale Antennenfernsehen „DVB-T: Das Überall-Fernsehen“. Seine Einführung war in den bisherigen fünf Startregionen überaus erfolgreich. Inzwischen sind mehr als doppelt so viele DVB-T Geräte verkauft wie es vor der Umstellung noch Antennenzuschauer gab und nächstes Jahr sollen weitere zwei Millionen über den Ladentisch gehen. Die Öffentlich-Rechtlichen planen den weiteren flächendeckenden Ausbau von DVB-T in den nächsten Jahren.

Und schließlich: Auch für interaktives Fernsehen, z.B. mit MHP ist jetzt die Zeit gekommen: Nach unübersehbaren Erfolgen in Italien oder als Bestandteil des Standards der neuen Blu-ray Disc ist es nun an der Zeit, die Markteinführung von iTV auch in Deutschland voranzubringen.

Kein Wunder also, daß die Branche nach mehreren dünnen Jahren wieder Zuwachsraten vermeldet: Der Aufbruch in eine neue Welt des Fernsehens zeichnet sich ab, ein „Generationswechsel“ steht an.



Jürgen Sewczyk, Vorsitzender der TV-Plattform

Internationale Funkausstellung Berlin 2005

Was denn nun?

Größer, flacher, schärfer – oder: Kleiner, leichter, schneller?

Beides! – Oder: „Das Fernsehen sprengt seine Grenzen“, wie es Jürgen Sewczyk, Vorsitzender der Deutschen TV-Plattform anlässlich der Pressekonferenz auf der IFA treffend formulierte. Auf der einen Seite werden die Bildschirme fürs Wohnzimmer immer größer und können mittlerweile flach wie ein Bild an die Wand gehängt werden, auf der anderen Seite werden die tragbaren Geräte, wie die Mobiltelefone vor zehn Jahren nach der Einführung des D-Netzes, immer kleiner, handlicher und leistungsfähiger. Beide Entwicklungsrichtungen wurden auf der am 7. September zu Ende gegangenen Internationalen Funkausstellung Berlin (IFA 2005) in vielen Varianten vorgestellt.

Zunächst aber soll der Chronistenpflicht Genüge getan werden. Natürlich war die IFA wieder eine Veranstaltung der Rekorde: Mehr als 1.200 Aussteller, mit mehr als 160.000 qm

die größte jemals belegte Ausstellungsfläche und 56 Prozent mehr Fachbesucher als 2003. Die Aussteller hochzufrieden, vor allem mit der gestiegenen Zahl der Geschäftsabschlüsse. Die Gesamtbesucherszahl allerdings lag mit ca. 250.000 um etwa zehn Prozent tiefer als beim letzten Mal.

Auguren deuteten dies denn auch gleich als erstes Anzeichen für einen Wandel von der Publikumsmesse mit Show und Glamour zur reinen Fachhandelsmesse. Für eine reale Beurteilung allerdings scheint es so kurz nach Schließung der Pforten entschieden zu früh, zumal auch andere Veranstaltungen ähnliche Einbußen verzeichnen.

TV-Zukunft berichtet in der vorliegenden Ausgabe in komprimierter Form über wichtige Vorgänge und Entwicklungen rund um das Fernsehen und seine Digitalisierung. Dabei stehen nicht die neuen Geräte im Mittelpunkt – dafür reicht der

Platz nicht aus und darüber kann Jedermann in den diversen Fachmagazinen ausführlich nachlesen – sondern uns geht es mehr darum, die Hintergründe und Zusammen-



Traditionell informierte die TV-Plattform auf einer Pressekonferenz über die aktuellen Themen. Im Bild: Jürgen Sewczyk. (Vorsitzender) bei der Einführung

hänge aufzuzeigen, Entwicklungen aufzuspüren und die Trends und Tendenzen möglichst klar und verständlich darzustellen.

(Berichte über die IFA finden Sie auf den folgenden Seiten 2, 3 und 4)

THEMEN

▶ IFA für Fortgeschrittene	S. 2
▶ Pressekonferenz	S. 3
▶ Medienpolitik@IFA	S. 4
▶ Games Convention	S. 4

Forum von VDE und TV-Plattform zur IFA 2005

IFA für Fortgeschrittene

Expertenrunde zum Fernsehen von morgen

Die optimale fachliche Vorbereitung auf die Funkausstellung (IFA) war das IFA-Forum. Von der Deutschen TV-Plattform und dem Verband Elektrotechnik, Elektronik, Informationstechnik (VDE) gemeinsam für Insider geplant und veranstaltet, wurden hier unter dem Motto: „Fernsehen von morgen – was bietet es dem Nutzer?“ Hintergründe deutlich und zahlreiche für die Consumer Electronics relevante Entwicklungen herausgearbeitet.

Das Forum – moderiert von Prof. Dr.-Ing. Ulrich Reimers, Mitglied des Vorstandes der TV-Plattform und Chairman des „Technical Module“ des DVB-Projektes – skizzierte zunächst die aktuellen Trends bei den neuen Produkten. Allen voran der Trend zum flachen Bildschirm (LCD und Plasma-Display) und zum Breitbildformat (16:9). Aktuelle Marktdaten zufolge nähert sich der Anteil der 16:9 Bildschirme bei Fernsehern ab 66 cm Bildschirmdiagonale – 2004 hatte er bei 30 Prozent gelegen – in diesem Jahr bereits der 40-Prozent-Marke. Wertmäßig entspricht das für 2005 einem

Umsatzanteil von 65 Prozent. 2006, im Jahr der Fußball-WM dürften 75 Prozent erreicht oder überschritten werden. Anschließend an aktuelle Produktentwicklungen standen innovative Technologien des Fernsehens im Mittelpunkt. Im Vordergrund dabei: „Handy-TV“ (der Begriff ist so hinreichend unpräzise, dass er sich unausrottbar im Sprachgebrauch einnisten wird) und natürlich hochauflösendes Fernsehen: HDTV.

lyse mit drei Sätzen der Erinnerung an HD-MAC, den ersten Anlauf zu Beginn der 90er Jahre, hochauflösendes Fernsehen für das Wohnzimmer einzuführen: „An die 80 Kilo schwere, im Wortsinn unhandliche Fernsehgeräte, deren Bildbrillanz erst im Dunkeln restlos überzeuge.“ Heute, sei die HDTV-Front technisch und strategisch weit überzeugender aufgestellt. Über große Flachbildschirme im 16:9-Format, steigende Datenraten bei der Übertragung, nachrüstbare SetTop-Boxen und das Gütesiegel HDready ist die Entwicklung auf einen evolutionären Weg geschickt worden. Selbst das „Henne-/Ei-Problem“ ist entschärft: Mit Pay-TV-Angeboten und via HD-DVD oder Blu-Ray Disc gibt es quasi vom Start weg Content in HDTV-Qualität.

Fernsehen treibt (auch) „Handy-TV“
Ob DVB-H oder DMB: Klaus Hofmann, ProSieben-Sat.1 Media AG, nimmt das „Handy-TV“ insofern beim Wort, als er a priori das Fernsehen für den Treiber der Entwicklung hält. Er nannte in diesem Zusammenhang Nachrichten („N24“), Magazine und Sport als geeignete Programmanteile. Schon aus wirtschaftlichen Gründen empfiehlt er, die Einstiegs-



Mit großem Interesse folgten die Teilnehmer den Ausführungen der Referenten.

Geschäftsmodelle auszuprobieren. Zu dem Projekt gehört auch die erstmalige Ausstrahlung von Hörfunkprogrammen über DVB-T. Aber: „Wir brauchen UHF-Spektrum, damit wir in die Innenräume hinein kommen“, hieß es in Richtung Medienpolitik. Und: „Zur IFA und danach wird es in Berlin auch DMB geben.“

Broadcasting meets Mobile Phone

Quasi als Dreingabe erhielten die Teilnehmer des IFA-Forums eine Kurzlektion zur hohen Kunst, in Wertschöpfungsketten zu denken: In der Arbeitsgruppe M3 („MultiMedia Mobil“) der TV-Plattform, geleitet von Dr. Helmut Stein (DVB), treffen sich Broadcaster und Mobilfunkbetreiber. Beide lernen dort zu staunen, wie der jeweils andere an Geschäfte herangeht.

Und wie verschiedenartig die jeweilige „Denke“ ist, wie unterschiedlich die Struktur der Geschäftsmodelle: Broadcaster stellen sich vor, zum Handy zu senden, selbstverständlich ohne den Mobilfunker zu fragen. Mobilfunker sehen das naturgemäß ganz anders. Sie stellen sich ihren Part – beispielsweise das Angebot

Klaus Hofmann:
„Unsere Untersuchungen haben ergeben, daß der Treiber von DVB-H im ersten Schritt konventionelle Fernsehprogramme sein werden.“

schwellen möglichst niedrig zu setzen. Neuer Content ist für den Start zu teuer, ist für den Zuschauer ungewohnt und braucht daher lange, um sich durchzusetzen. Freilich: Immer noch werden Antworten gesucht. Wo fängt „Handy-TV“ an, für Nutzer interessant zu werden? Warum und wann werden die Leute bereit sei, jeden Monat acht bis neun Euro dafür auszugeben?

DVB-H mit DVB-T Appeal: Private Programmanbieter könnten sich bei DVB-H beteiligen, um so Gebiete digital zu wirtschaftlichen Konditionen zu versorgen. „Wo die Privaten nicht mit DVB-T in die Fläche gehen, haben sie hier die Chance, kostengünstig mit neuen innovativen Angeboten dabei zu sein“, führte Hofmann aus.

Der Direktor der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), Dr. Hans Hege, informierte die Teilnehmer über das aktuelle DVB-H Projekt auf Kanal 39 in Berlin. Das sei ein Testbetrieb, noch kein Regelbetrieb. Den Stand des DVB-H-Projektes verglich Hege mit dem von DVB-T vor etwa fünf Jahren. Ein wichtiges Ziel sei, kreativen Unternehmen die Möglichkeit zu geben, sich und ihre



Prof. Dr. Ulrich Reimers:
Wir müssen die Internationale Funkausstellung auch dazu nutzen, aktiv Medienpolitik zu machen!

eines Preisausschreibens per TV – ebenfalls im Alleingang vor: Ohne einen Broadcaster. Vereinfacht kann man den Unterschied auch so umschreiben: Im Handy steckt der Rückkanal, aber kein Fernsehen. Der Broadcaster dagegen hat Fernsehen, aber keinen Rückkanal.

Und wenn dann noch der Endgerätehersteller mit seiner wieder anderen „Denke“ und der naheliegenden Forderung antritt, möglichst immer, möglichst alles, möglichst weltweit zu standardisieren: Dann bleibt für M3 noch viel zu tun.

Dr. Hans Hege:
„Wir müssen mehr machen aus den digitalen Übertragungswegen. Wir müssen davon wegkommen, daß es nur Zapping-Boxen gibt. Jede Box sollte für verschlüsselte und Pay-TV Angebote und möglichst auch für interaktive Anwendungen tauglich sein.“
„Wir müssen das verfügbare Spektrum so effektiv wie möglich nutzen! Das schließt eine weitere Nutzung der analogen Übertragung aus. Wir sollten deshalb überlegen, „analog“ Ende 2006 komplett abzuschalten.“



Dr. Helmut Stein:
Zu HDTV: „Der Zuschauer muß sich darauf einstellen, daß Alles, also auch die SetTop-Box, der Disk-Player, der Recorder usw. auf HD-Level funktionieren muß.“
Zu MobileMedia: „Die Akteure müssen sich erst einmal kennen lernen, wie die Marktstrukturen und -strategien des jeweils anderen Partners funktionieren, bevor sie näher zusammenrücken können“.
Zur Innovationsbegeisterung in Deutschland: „Wenn es beim Fußball oben und unten schwarze Streifen gibt, ist gleich die Nation in Gefahr und der Kanzler muß sich einschalten ...“

HDTV: Einführung mit Augenmaß
Dr. Helmut Stein, ebenfalls Mitglied des Vorstandes der TV-Plattform und Leiter des Promotions und Communications Modules im DVB-Projekt, begann seine – für das Thema HDTV bemerkenswert unaufgeregte – Ana-



lyse mit drei Sätzen der Erinnerung an HD-MAC, den ersten Anlauf zu Beginn der 90er Jahre, hochauflösendes Fernsehen für das Wohnzimmer einzuführen: „An die 80 Kilo schwere, im Wortsinn unhandliche Fernsehgeräte, deren Bildbrillanz erst im Dunkeln restlos überzeuge.“ Heute, sei die HDTV-Front technisch und strategisch weit überzeugender aufgestellt. Über große Flachbildschirme im 16:9-Format, steigende Datenraten bei der Übertragung, nachrüstbare SetTop-Boxen und das Gütesiegel HDready ist die Entwicklung auf einen evolutionären Weg geschickt worden. Selbst das „Henne-/Ei-Problem“ ist entschärft: Mit Pay-TV-Ange-

boten und via HD-DVD oder Blu-Ray Disc gibt es quasi vom Start weg Content in HDTV-Qualität.

Fernsehen treibt (auch) „Handy-TV“
Ob DVB-H oder DMB: Klaus Hofmann, ProSieben-Sat.1 Media AG, nimmt das „Handy-TV“ insofern beim Wort, als er a priori das Fernsehen für den Treiber der Entwicklung hält. Er nannte in diesem Zusammenhang Nachrichten („N24“), Magazine und Sport als geeignete Programmanteile. Schon aus wirtschaftlichen Gründen empfiehlt er, die Einstiegs-



Dr. Hans Hege:
„Wir müssen mehr machen aus den digitalen Übertragungswegen. Wir müssen davon wegkommen, daß es nur Zapping-Boxen gibt. Jede Box sollte für verschlüsselte und Pay-TV Angebote und möglichst auch für interaktive Anwendungen tauglich sein.“
„Wir müssen das verfügbare Spektrum so effektiv wie möglich nutzen! Das schließt eine weitere Nutzung der analogen Übertragung aus. Wir sollten deshalb überlegen, „analog“ Ende 2006 komplett abzuschalten.“

Pressekonferenz der TV-Plattform

Die einen bezeichnen sie als „Pflichttermin“, für die Anderen ist es der „ruhende Pol“ in der Hektik der vielen Pressekonferenzen mit immer sensationelleren Superlativen, mit noch hochauflösenden Geräten und noch drahtloseren Innovationen: Die Pressekonferenz der TV-Plattform, auf der Vorstand und Mitglieder dieser Institution objektiv und firmenneutral berichten und informieren, wohin die Reise geht. Und so waren auch dieses Jahr wieder gut 90 Teilnehmer ins Pressezentrum der IFA gekommen, um sich aus neutraler Quelle über die aktuellen Trends und Tendenzen der Branche zu informieren.

HDTV und Mobile Media hiessen die Hype-Themen der IFA in diesem Jahr und waren dementsprechend auch die Themen der Pressekonferenz.

„Mobile Media“ im Handy

„Mobile Media“ werden nach dem Fernsehen (1930) und dem Internet (1990) das nächste Massenmedium. Diese Überzeugung vertritt Dr. Helmut Stein, Mitglied des Vorstandes und Leiter der Arbeitsgruppe „M3“ (Multi-Media Mobil). Die Gründe dafür lägen auf der Hand: „Die neuen digitalen Technologien ermöglichen jetzt drahtlose Breitband-Übertragung, die TV-tauglich ist, auf kleine, für die Jackentasche geeignete Empfangsgeräte.“

Märkte wachsen zusammen

Um die mobile Medienzukunft in die Praxis umsetzen zu können, müssen zwei bislang eigenständige Medien zusammenfinden: der Rundfunk, im Fachjargon die „Broadcastwelt“ und die Mobilfunkbetreiber, die sogenannten „Mobile Operators“. Und das ist nicht ganz einfach, wie Stein zu berichten wusste, haben doch beide im heutigen Markt völlig unterschiedliche Geschäftsmodelle, die sie naturgemäß auch auf die neue Medienwelt übertragen möchten.

Betrachtet man den Markt der Mobile Operators, so ist nach Video Streaming und Video Download jetzt „Mobile TV“ der nächste logische Service der Provider. Weltweit haben seit dem Jahr 2000 über 100 Betreiber mobile Videodienste gestartet,

davon neun in Amerika (Nord- und Südamerika), 67 in den EMEA-Ländern und 29 in APAC/China. Die Inhalte



So einfach passt ein heutiges „Smartphone“ in die Jackentasche

sind individuell abrufbar („Point to Point“), allerdings entstehen hohe Kosten und die Bildqualität ist mässig.

Demgegenüber bietet eine Broadcaststruktur die Möglichkeit, volle TV-Programme zu übertragen und breite Nutzerschichten zu erreichen. Die Kosten sind vergleichsweise gering, die Qualität hoch.

Mit der bisherigen Analogtechnik allerdings war Mobilempfang nur schlecht möglich. Durch die Digitalisierung, insbesondere durch die terrestrischen Standards DVB-T/DVB-H sowie DMB, eröffnen sich jetzt völlig neue, sehr attraktive und aussichtsreiche Möglichkeiten.

Und durch die Verbindung von Broadcast und Mobilfunk erhält man automatisch eine interaktive Plattform, da der Rückkanal in jedem Gerät ohnehin zur Verfügung steht. Für den Rundfunk eröffnet sich also ein weites

Feld für neue Geschäftsmodelle und neue Formate, z.B. im Nahverkehr, in Arbeitspausen, zur Überbrückung von Wartezeiten und ähnliche kurzzeitige Nutzungen.

Herausforderung für Deutschland

„Der Zug fährt“, lautete denn auch Steins Resumee, wenngleich man noch am Anfang stehe und viele Fragen noch offen seien. Dazu gehöre z.B. die Frage nach einem möglichst einheitlichen technischen Standard und natürlich nach attraktiven und zugkräftigen Inhalten und belastbaren Geschäftsmodellen.

Die Zeit für Antworten auf diese Fragen sei allerdings nicht beliebig lang: Die globale Geräteentwicklung verlaufe mit hohem Tempo und so mahnte er an, daß man auch in Deutschland möglichst bald zu konkreten, international abgestimmten Ergebnissen kommen müsse.

HDTV in den Startlöchern

Über das hochauflösende Fernsehen (HDTV) berichtete Dr. Dietrich Westerkamp, ebenfalls Mitglied des Vorstandes und Leiter der Arbeitsgruppe „HDTV und Bildqualitätsverbesserung“ der TV-Plattform. „Die rund um die IFA genannten Zuwachsraten für Flachbildschirme zwischen 170 und über 300 Prozent, je nach Bildschirmgröße, sprechen eine deutliche Sprache“, kommentierte er die aktuelle Entwicklung dieses Marktsegments.

Westerkamp wies aber auch darauf hin, daß ein großer Flachbildschirm („Display“) alleine noch kein HDTV macht. Zunächst einmal muß sichergestellt sein, daß das Display selbst auch wirklich alle Anforderungen von HDTV erfüllt; dies ist durch das *HDready*-Logo sichergestellt. „Um aber die vollen Vorteile von HDTV erleben zu können, müssen auch die übrigen, am Bildschirm angeschlossenen Geräte HD-tauglich sein, und vor allem müssen die Programme in HDTV gesendet werden,“ erläuterte Westerkamp. Derzeit sei das Programmangebot aber noch sehr spärlich: Erst ab Ende des Jahres gebe es entsprechende Programme von Premiere und der ProSiebenSat.1 Gruppe; die Öffentlich-Rechtlichen dagegen setzten zunächst auf „Bildqualitäts-



Die Teilnehmer an der Pressekonferenz

verbesserung“, z.B. durch Übergang auf das 16:9 Breitbildformat und durch Ausnutzung aller Möglichkeiten, die die digitale Programmverbreitung an sich schon beinhaltet.

Statusbericht 2005

Um über die vielschichtigen Aspekte von HDTV einen Überblick zu geben, hat die Arbeitsgruppe einen Statusbericht „HDTV in Deutschland“ zusammengestellt und – gewissermaßen als Leitfaden für alle Interessierten – bereits vor der Funkausstellung veröffentlicht (s. hierzu auch TV-Zukunft 3/05, Seite 6). Der vollständige Statusbericht steht auf der Website zum Download bereit (www.tv-plattform.de).

NEU: Das HD-TV Logo

Nachdem es bereits seit Anfang des Jahres ein Logo für HDTV-taugliche Bildschirme gibt (*HDready*), hat man sich nunmehr auch auf ein entsprechendes, europaweit einheitliches



Zeichen für Empfangsgeräte geeignet, also z.B. SetTop-Boxen. Das *HD-TV* Logo sieht optisch dem *HDready* Logo sehr ähnlich, so daß Verwechslungen, insbesondere mit anderen Bezeichnungen wie „HDTV vorbereitet“, „HDTV-kompatibel“ oder wie solche Phantasiebezeichnungen immer heißen mögen, so gut wie ausgeschlossen sind.

Ein neues TV-Zeitalter

„HDTV ist“, so Westerkamp in seinem Resumée, „also noch keineswegs selbstverständliche Realität, aber es steht in den Startlöchern!“

Und wie auch immer der Zeitplan der Beteiligten aussehen mag - Fest steht: HDTV wird das heutige Fernsehformat in den nächsten Jahren Schritt für Schritt ablösen. Die heutigen Flachdisplays mit *HDready*-Logo sind der erste Schritt zu diesem Ziel.



Prof. Ulrich Reimers (DVB), Frank Sträßle (bmt), sitzend und Reiner Müller (BLM)



Jürgen Seuczyk und Petra Vitolini-Naldini, neue ChRed. SatReport



Gernot Busch, Reiner Müller, Dr. Dietrich Westerkamp und Thomas Wächter (von li nach re)

Medienpolitik@IFA

RoundTable zum digitalen Fernsehen auf der IFA 2005

„Deutschland ist bei der Einführung von HDTV gar nicht so weit zurück, wie immer behauptet wird.“ Dies ist eine der Kernfeststellungen des IFA RoundTables mit Ministerpräsident Kurt Beck am 5. September auf der Berliner Funkausstellung. Mit den angekündigten Starts von Premiere am 19. November und jüngst auch der ProSiebenSat.1 Gruppe für den 26. Oktober liege Deutschland sogar an der Spitze Europas.

Dennoch bemängelte **Dr. Georg Kofler**, Vorstandsvorsitzender der Premiere AG, gebe es in Deutschland noch zu viele Hindernisse. Insbesondere im Kabel sei der Prozeß der Digitalisierung noch nicht weit genug fortgeschritten, und an die Politik gerichtet forderte er ein „Digitalisierungsgesetz“, das einen festen Zeitpunkt für die Abschaltung der analogen Verbreitung vorschreibt.



Ministerpräsident Kurt Beck, gleichzeitig Vorsitzender der Rundfunkkommission der Länder, beim RoundTable „Medienpolitik@IFA“ in Berlin

Das sieht die Politik erwartungsgemäß ganz anders. **Kurt Beck**, gleichzeitig auch Vorsitzender der Rundfunkkommission der Länder, wies diese Forderung entschieden zurück: „Die in der Initiative Digitaler Rundfunk“ (IDR) genannte Zielsetzung 2010 für den Abschluß der Digitalisierung steht nach wie vor und ist völlig ausreichend“, betonte er und bemängelte seinerseits, daß es in Deutschland zu wenig Investoren gebe, die Mut hätten und langfristig planen würden. „Die Marktwirtschaft muß zeigen, daß sie es kann – Geld genug ist ja da“ war sein Resümee.

Ähnlich argumentierte auch **Jürgen Doetz**, Präsident des Verbandes Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT). Auch er bezeichnete eine Zwangsdigitalisierung als „Unsinn“.

Hans-Joachim Kamp, Chef von Philips Deutschland und Vorsitzender des Fachverbands Consumer Electronics (CE) im ZVEI, verwies auf die steigenden Verkaufszahlen von großen

16:9 Flachbildschirmen. Davon verfüge bereits der größte Teil über das Qualitätssiegel „HD ready“ als Orientierungshilfe. Kamp betonte, daß Wachstum in dieser Branche nur durch Innovation generiert werde. Insofern habe die Industrie natürlich großes Interesse an einer möglichst schnellen Verbreitung von HDTV. Und um dies zu beschleunigen, könne er sich der Forderung nach einem festen Abschalttermin für Analogprogramme durchaus anschließen.

Herausforderung Kabel

In einem Punkt stimmten die Teilnehmer ausnahmslos überein: Bei dem aktuellen Prozeß der Digitalisierung, der ja Grundlage ist für eine HDTV-Übertragung, fehlt bisher das Kabel! Dies sei besonders schwerwiegend, weil statistisch immer noch mehr als 50 Prozent der Zuschauer ihre Programme auf diesem Weg bezögen. Aber ohne daß sich beim Kabel bald etwas bewegt, könne das Ziel, die Digitalisierung für alle Übertragungswege in 2010 abzuschließen, wohl kaum noch erreicht werden. Leider konnte der Vertreter der Kabelbetreiber dazu keine Stellung nehmen, da er seine Teilnahme kurzfristig hatte absagen müssen. Für den Satelliten, der im vergangenen Jahr erhebliche Zuwächse verbuchen konnte, hielt **Ferdinand Kayser**, Präsident und CEO von SES-Astra, die Zielvorstellung 2010 für realistisch. Gleiches gilt auch für die terrestrische Verbreitung via DVB-T.

Frequenznutzung noch unklar

Die Diskussion, moderiert von **Prof. Dr. Ulrich Reimers**, Chairman des ‚Technical Module‘ des DVB-Projektes und Vorstandsmitglied der Deutschen TV-Plattform, schloß mit der durchaus „delikaten“ Frage, was nach der Abschaltung der analogen Übertragung mit den frei gewordenen Frequenzen, speziell bei der Terrestrik, geschehen soll?

Games Convention:

Karpfen im CE-Teich

Die „Games Convention“ in Leipzig – unter den zumeist jugendlichen Besuchern insiderisch „GC“ genannt – 2005 hat sie sich fest etabliert. Mit 134.000 Besuchern (2004: 105.000 Besucher) verzeichnete sie einen Rekord. Laut Umfragen des Leipziger Instituts für Marktforschung wollen 90 Prozent aller Besucher wiederkommen.

Auch bei den Medien sorgte die GC 2005 für Aufsehen. Rund 2.000 Journalisten aus 28 Ländern (2004: 1.700 Journalisten aus 21 Ländern) berichteten von „Europas Erlebnis- und Fachmesse“, in deren Mittelpunkt interaktive Unterhaltung steht. Und bei den Ausstellern – auch hier überaus zufriedene Gesichter: 92 Prozent der insgesamt 280 Teilnehmer aus 15 Ländern sahen ihre Erwartungen erfüllt oder weit übertroffen und kündigten bereits vor Messeschluss ihre



Teilnahme an der GC 2006 in Leipzig an. Aus Berlin (IFA) und Hannover (CeBIT) ist zu hören, dass man diese Entwicklung „mit Aufmerksamkeit“ verfolgt.



Die Antworten hierauf gingen – Insider ahnen das schon – weit auseinander. Kurt Beck plädierte für eine wirtschaftlich orientierte Lösung und könnte sich durchaus vorstellen, die Frequenzen für neue Innovationen freizugeben. **Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring**, Präsident der BLM berichtete, die Landesmedienanstalten diskutierten diese Frage schon seit geraumer Zeit, die Lösung sei außerordentlich schwierig. Eine Nutzung nur für „Handy-TV“ sei zu wenig, eine vollwertige „MultiMedia“-Lösung müsse es schon sein, mit neuen Inhalten, neuen Diensten und interaktiven Anwendungen.

Und **Jürgen Doetz** schließlich meinte nur lakonisch: „Lassen Sie die Frequenzen am besten beim Rundfunk“.

MHP-Wissensdatenbank online

Seit 21. Juli 2005 hat das „MHP Knowledge Project“ seine MHP-Wissensdatenbank der gesamten MHP-Community online zur Verfügung gestellt.

Die Datenbank, die jetzt zur Registrierung geöffnet ist, ist über die Webseite des Projekts www.mhpkdb.org erreichbar. Alle diejenigen, die sich aktiv mit MHP befassen, sind eingeladen, das angebotene MHP-Know-How zu nutzen und über diese Datenbank Informationen zu MHP auszutauschen. www.mhpkdb.org

TVZukunft

Ein Informationsdienst der Zeitschriften CE-Markt, FKT und InfoSat
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: 42.000 Exemplare