

Juli 2007

Hintergrund-Information

Bestandsaufnahme

Die wichtigsten Branchenthemen 2007

Neue Technologien, wie z.B. die Flachbildschirme, Digitalisierung und Konvergenz haben der Branche der Unterhaltungselektronik in den letzten Jahren einen soliden wirtschaftlichen Aufschwung beschert. Mit den Mobilfunkanbietern und Internet-Providern sind neue Unternehmen hinzugestossen und haben den klassischen Markt der Unterhaltungselektronik nicht nur erweitert, sondern auch seine Strukturen verändert.

Nie zuvor war deshalb die Vielfalt an Neuerungen so groß wie in diesem Jahr! Nie zuvor waren aber auch die Fragen, worum es sich bei dieser Technik oder bei jenem Verfahren eigentlich handelt, wo wir heute stehen und wie es dabei weitergehen wird, so zahlreich.

Bei der Suche nach Antworten gibt es jetzt Hilfestellung: In der folgenden Zusammenstellung der wichtigsten aktuellen Themen informiert die Deutsche TV-Plattform - wie immer firmen und technologie-neutral - über die entscheidenden Fakten, Trends und Hintergründe.

IPTV

Das sogenannte "IPTV" ist eine neue Verbreitungsform auf der Basis des "Internet Protocol" (IP). Häufig wird es in einen Topf geworfen mit "Internet-TV", ist aber etwas ganz Anderes.

Während beim Internet-Fernsehen beliebige Inhalte und Programme, die frei verfügbar im Netz zugänglich sind, zu jeder Zeit und überall von Jedermann heruntergeladen werden können, handelt es sich bei IPTV quasi um eine "geschlossene Gesellschaft": Ein Anbieter stellt einem bestimmten Nutzerkreis - den Abonnenten - ein festes Programm bouquet mit definierter Qualität zur Verfügung.

Als Transportweg für IPTV kann grundsätzlich jeder der drei klassischen Broadcastwege (Satellit, Kabel, Terrestrik) genutzt werden, vorzugsweise jedoch ein modernes DSL-Netz. In diesem Falle ermöglicht IPTV auch individuelle Angebote, also Fernsehen auf Abruf ("on-demand") sowie beliebige Arten von Interaktivität.

Das sogenannte "Triple Play" (Fernsehen, Telefon, Internet) gehört quasi zur Grundausstattung. Damit zeichnet sich ein intensiver Wettbewerb mit den klassischen Kabelnetzbetreibern und/oder Pay-TV Anbietern ab.

... / 2

Grundsätzlich wird IPTV über DSL ein großes Marktpotential zugetraut. Vor einem breitem Angebot in Deutschland sind aber noch ein weiterer Netzausbau und die Klärung regulatorischer Fragen erforderlich.

Unklar ist derzeit auch noch, mit welchen Verfahren und Systemen der Zugang zu den Programmen hergestellt werden soll. Dies bezieht sich insbesondere auf die CA-Systeme und die sogenannten API's, also die Middleware Software-Pakete, die unter Namen wie MHP, MHEG und anderen bekannt sind. Derzeit gibt es hier noch eine Vielfalt unterschiedlicher, miteinander nicht kompatibler Lösungen. Mittlerweile hat sich dazu das sogenannte "Open IPTV Forum" gegründet, eine internationale Vereinigung, der Netzbetreiber, Infrastruktur-Anbieter und führende CE-Hersteller angehören. Ihr Ziel ist es, zu einer einheitlichen Lösung auf der Basis offener Standards zu kommen. (www.openiptvforum.com)

HDTV

Das Thema HDTV bewegt die Gemüter nunmehr auch schon wieder seit einigen Jahren.

Auf der Geräteseite herrscht weitgehend Klarheit, praktisch alle Geräte größer 26" sind heute HD-tauglich und tragen das **HDready** Logo. Die EICTA, Urheber der **HDready** und **HD TV**-Logos, denkt derzeit ueber eine Ergänzung des HDready-Logos durch den Zusatz "1080p" nach, um der ausufernden Vielfalt der "Full-HDxx"-Logos entgegenzuwirken.

Die Verbreitung von HDTV-Programmen erfolgt derzeit zum größten Teil über Satellit, auch einige Kabelbetreiber haben mittlerweile HDTV-Programme im Angebot, soweit der Netzausbau dafür ausreichend ist. Eine Verbreitung von HDTV über DVB-T ist in Deutschland derzeit wegen der begrenzten Frequenzressourcen nicht vorgesehen; hier dominiert eindeutig die mobile Nutzung.

Auf der Programmseite hat es in jüngster Zeit wenig Neues gegeben: Außer der Ankündigung der Schweizer Sendergruppe SRG SSR idée suisse, ab Dezember mit dem Programm "HD suisse" zu starten, gibt es keine Aktivitäten. Für die Zeit der IFA hat die ARD umfangreiche Testsendungen über seinen Kulturkanal EinsFestival angekündigt. Als definitiver Startzeitpunkt wird von ARD und ZDF jedoch nach wie vor das Jahr 2010 genannt, das "durch seine sportlichen Grossereignisse wie Olympische Winterspiele und Fussball-WM prädestiniert sei".

DVB-T: Das ÜberallFernsehen

Als "beispielhafte Erfolgsgeschichte" bezeichnete unlängst Jörg-P. Jost, Leiter der Arbeitsgruppe DVB-T der Deutschen TV-Plattform, die bisherige DVB-T Einführung in Deutschland. Die ursprünglich geplanten Ballungsräume sind längst umgestellt, und seit 2005 haben ARD und ZDF mit dem Ausbau "in die Fläche" begonnen. Mittlerweile sind weit über 70 Prozent der Bundesbürger mit DVB-T erreichbar.

Und der Ausbau soll weiter gehen. Erst kürzlich haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland erneut versichert, dass sie zu ihrer Zusage stehen, den Flächenausbau von DVB-T fortzusetzen und bis Ende 2008 mindestens 90% der Bundesbürger mit DVB-T zu versorgen. Für eine Ablösung von DVB-T durch eine Folgetechnik (DVB-T2), wie andernorts diskutiert, existierten derzeit keine konkreten Planungen. Nach dem Flächenausbau muss sich das System im Markt weiter verankern, bevor über die Einführung neuer Standards nachgedacht werden kann. Weitere Infos unter: www.ueberallfernsehen.de und www.ueberall-tv.de

Digitalisierung des Kabels

Als "unendliche Geschichte" hatte bereits 2004 Dr. Hans Hege, Direktor der Medienanstalt Berlin-Brandenburg, anlässlich des jährlichen Symposiums der TV-Plattform, die Digitalisierung des Kabels bezeichnet.

Seither ist einiges geschehen, zumindest haben die Anbieter die Zeichen der Zeit erkannt und gehen jetzt den Markt offensiv an. Aber wie so oft, steckt der Teufel im Detail. Auch hier besteht bei manchen Akteuren immer noch die Vorstellung, dass man sich Marktvorteile verschaffen kann, wenn man sich über unterschiedliche Systeme vom übrigen Markt abgrenzt. Und so sind, ähnlich wie bei IPTV, die Pläne für die zur Anwendung kommenden Systeme für Middleware und Verschlüsselung/DRM noch sehr unterschiedlich und kommen der Forderung nach möglichst offenen Standards nicht wirklich nach. Das entspricht aber nicht den Wünschen des Kunden, der mit nur einem Endgerät am liebsten alles empfangen möchte. Ein nennenswerter Fortschritt bei den Nutzerzahlen in Deutschland ist jedenfalls noch nicht erkennbar.

MobileMedia ("Handy-TV")

Beim mobilen Fernsehen, im Volksmund kurz "Handy-TV", ist nach den Worten von Dr. Helmut Stein, Leiter der AG: "MultiMedia Mobil" (M3) der Deutschen TV-Plattform, nach der ersten Phase der Euphorie jetzt Ernüchterung und mit der praktischen Arbeit auch Realitätssinn eingetreten.

Die aktuelle Diskussion dreht sich um drei Themenkreise: Technik und Geräte, Regulierung und Erfolg versprechende Marktmodelle.

Im Bereich Technik ist der Wettbewerb zwischen den Übertragungsarten DVB-H und DMB nach wie vor nicht entschieden. Im Gegenteil: Weitere Technologien, wie Qualcoms MediaFlo und DVB-SH, eine Kombination aus Satelliten- und terrestrischer Übertragung - sind neu hinzugekommen.

Mittlerweile hat sich die EU-Kommission des Themas angenommen. In der Mitteilung "Stärkung des Binnenmarktes für das Mobilfernsehen" vom Juli 2007 wird in Abs. 2.1 u.a. festgestellt: "Es besteht gegenwärtig in Europa die Gefahr einer Fragmentierung des Binnenmarktes, weil es mehrere Mobilfernsehtechnologien für unterschiedliche Plattformen gibt, ..." Und im gleichen Absatz: "Eine Einigung auf eine gemeinsame

Technische Norm für mobiles Fernsehen brächte große Vorteile sowohl für die europäischen Verbraucher als auch die Unternehmen der Branche." Und etwas weiter unten wird dann auch Stellung bezogen: "In der gegenwärtigen Situation erscheint DVB-H als aussichtsreichster Kandidat für die künftige Einführung des terrestrischen Mobilfernsehens in Europa."

Aber nicht allein im technischen Bereich gibt es noch offene Fragen, auch das Regulierungsverfahren ist eine komplizierte und langwierige Prozedur, die über Bedarfsanmeldungen, TK- und - parallel dazu - Medienrechtliche Verfahren bis zur Realisierungsphase reicht.

Einzelheiten hierzu wurden im Workshop der TV-Plattform im Februar ausführlich dargelegt und diskutiert (s. hierzu auch www.tv-plattform.de).

Und schliesslich braucht es für eine erfolgreiche Markteinführung aussichtsreiche Geschäftsmodelle. Hier zeigt sich ganz deutlich, dass in diesem Sektor zwei grundverschiedene Welten aufeinander prallen: Die klassische Rundfunkwelt, jahrzehntelang geprägt durch Kontinuität und eine stetige Fortentwicklung etablierter Geschäftsmodelle und derzeit durch die schrittweise Digitalisierung im Wandel begriffen, und die Welt der Mobilkommunikation, geprägt von schnellem Wandel, aggressiven (Marketing-) Strategien, Gerätesubventionen und Tarifakrobatik. Eine "Konvergenz" dieser Welten wird tiefgreifende Veränderungen der Strukturen der bisherigen Märkte mit sich bringen.

In einem Punkt allerdings sind sich die Vertreter beider Welten einig: Die Zukunftschancen der neuen Mobil-TV Welt werden in erster Linie von Qualität und Attraktivität der Inhalte abhängen.

Weitere Themen der Branche

Darüber hinaus gibt es eine ganze Reihe weiterer Themen, die für die künftige Entwicklung der Consumer Electronics von großer Bedeutung sind.

So können durch die Digitalisierung und die aktuellen Entwicklungen im Internet Fernsehdienste und allgemeine multimediale Inhalte jederzeit und überall für jedermann verfügbar sein. Selbst erstellte Inhalte (User Generated Content) sind derzeit der Renner im Internet und werden langfristig auch die Fernsehlandschaft verändern.

Vor diesem Hintergrund gewinnen Themen wie Urheberrechtsschutz, Verschlüsselung, Kopieren und Speichern ganz neue Bedeutung.

Die TV-Plattform hat diese Fragen bereits im Mai in ihrem Symposium in München aufgegriffen und ausführlich diskutiert (www.tv-plattform.de)

Sie finden diese Presseinformation auch im Internet unter: <http://www.tv-plattform.de/presse>

Weitere Informationen:

Deutsche TV-Plattform
Referat Öffentlichkeitsarbeit
Dr. Michael Thiele
Clausewitzstraße 6
10629 Berlin

Tel: 030 / 88 67 96 94
Fax: 030 / 88 67 96 93
mobil: 0171 / 47.49.406
eMail: [info @ tv-plattform.de](mailto:info@tv-plattform.de)