

TVZukunft

TV-PLATTFORM
DEUTSCHE
3/07
AUGUST 2007

AKTUELLE INFORMATIONEN DER DEUTSCHEN TV-PLATTFORM



Dr. Michael Thiele, Deutsche TV-Plattform, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

EDITORIAL

Informationspflicht

Digitalisierung und Konvergenz haben in der Unterhaltungselektronik den größten Umbruch ausgelöst, den diese Branche je erlebt hat. Neubeiten und Veränderungen überschlagen sich geradezu: IPTV, HDTV, Handy-TV und MobileMedia, Interaktivität, dazu noch DVB-T und DVB-T2, aber auch DVB-H, DMB und dann auch noch DVB-SH, neue Begriffe wie DRM und

HDCP – wer soll da noch den Überblick behalten?

Besonders auffällig wird diese Häufung immer zu Messezeiten wie z.B. gerade jetzt, im Vorfeld der Internationalen Funkausstellung (IFA) – und nicht nur verunsicherte Konsumenten stellen sich besorgt die Frage, wo das hinführen wird? Wird es beim Fernsehen auch so kommen wie in der Computerwelt, dass man, um dabei zu sein, alle zwei Jahre ein neues Gerät kaufen muss?

Diese Frage erfordert eine differenzierte Beantwortung.

Auf der einen Seite verläuft die Entwicklung, speziell im Digitalbereich, außerordentlich schnell, die Lebenszyklen technischer Systeme sind in der Tat kürzer geworden, auch im Bereich von Fernsehen und Hörfunk.

Auf der anderen Seite: Nicht die Technik bestimmt, was morgen „läuft“ am Markt, auch nicht ein noch so hochfliegendes Marketingkonzept, sondern der Konsument! Er ist, im wahrsten Sinne des Wortes, der König, und er allein entscheidet, ob und wann welche neuen Techniken, Formate oder Geschäftsmodelle erfolgreich sind. Neubeiten werden nämlich nur zum Erfolg, wenn der Markt bereit ist für sie, d.h. wenn der Konsument, der Fernsehzuschauer sie besitzen oder nutzen möchte – und wenn er dann auch bereit ist, dafür zu bezahlen!

Informationspflicht ist also angesagt:

Information als Bringschuld z.B. für die Deutsche TV-Plattform, die u.a. diese Ausgabe der TV Zukunft ganz in das Zeichen von Aufklärung und Information gestellt hat. Lesen Sie auf den Innenseiten das Wichtigste über die in diesem Jahr „beißen“ Themen: sachlich und neutral aufbereitet und ohne Sensationsmache realistisch dargestellt.

Und Information als Holschuld z.B. für den Fachbändler!

Deshalb, lieber Fachhändler, ist der IFA-Besuch Pflicht für Sie! Aber bewerten und relativieren Sie die Informationen, damit Sie Ihre Kunden auch in Zukunft optimal beraten können.

Und deshalb, lieber Konsument: Geben Sie ruhig selbst hin, schauen Sie sich selbst an, welche faszinierende Neubeiten und Entwicklungen die Branche für Sie bereithält oder in Vorbereitung hat und bilden sich selbst ein Urteil!

Eine spannende und erkenntnisreiche IFA 2007 wünscht Ihnen

Ihr Michael Thiele

Jahrgang 2007 – eine neue IFA:

TrendSetting Area



Die IFA ist international. Und wie! Aber – zum Glück – keine „Internationale Funkausstellung“ wie gehabt. Sondern unglaublich viel mehr. Von „Highlight des Jahres“ über „internationale Leitmesse“ bis hin zu „weltgrößte Show der Consumer Electronics“ reichen die Superlative. Sogar Rekorde werden angepeilt: „Für 2007 erreichen wir ein Plus von rund zehn Prozent der vermieteten Fläche gegenüber 2006.“
Erfreulich für die Veranstalter.

„TV-Zukunft“ freut sich mit, hat aber noch wesentlich bessere Argumente für die IFA und für den Messebesuch ausgemacht.

Die IFA – wenn schon ein Superlativ – ist der einzige Ort in Europa, wo alles, die ganze CE-Welt erkennbar wird: Der aktuelle Stand, aber auch die mittel- und langfristige Entwicklung, Produkte, Trends und Hintergründe. Und zwar so umfassend, dass Fachbesucher hier die tatsächlich relevanten Informationen für ihre Planung, sogar für neue Geschäftsideen erhalten.

Zudem hält die IFA die CE im Gespräch: Vor Ort bei ein paar Hunderttausend, weltweit – via Presse, Radio, TV und Internet – bei ein paar hundert Millionen Beteiligten, Mitlern und Konsumenten.

CE setzt der Konjunktur „eins drauf“

Über eine allgemein positive konjunkturelle Entwicklung können sich derzeit alle freuen. Die Branche der Consumer Electronics setzt gleich noch eins drauf: Sie wartet mit einem Innovationsschub derart attraktiver Produkte auf, dass anderswo genannte Wachstumsraten eher bescheiden wirken. Auch die Prognosen für 2007 zeigen erfreuliche Wachstumsfelder. Beispiele: Der Inlandsabsatz steigt bei



Auch 2007 bei der Messe unter dem Funkturm wieder dabei: Miß IFA mit den leuchtend roten Haaren

- LCD-TV um 50% auf 3,8 Mio. Stück,
- Plasma-TV um 20% auf über 500.000 Stück,
- Notebooks um 30% und bei
- Navigationsgeräten („Navis“) wird ein Wachstumspotential von 50% auf über 3 Mio. Geräte vorhergesehen.

Allein im ersten Halbjahr 2007 wurden zehn Prozent mehr digitale Kameras verkauft, Spiegelreflex-Kameras legten sogar um 42% zu.

Fortsetzung auf Seite 2

GAMES CONVENTION

Messen im Umfeld der Consumer Electronics sind auf Erfolgskurs: So meldet auch die GC („Games Convention“), Europas „Leitmesse für interaktive Unterhaltung, Infotainment, Edutainment und Hardware“ einen Wachstumsschub. Sowohl die Zahl der Aussteller als auch die Präsentationsflächen legen gegenüber dem Vorjahr zu. Erstmals wird das Freigelände aktiv eingebunden. Die GC 2007 findet vom 23. – 26. August in Leipzig statt. Mehr auf Seite 4 und unter: www.gc-germany.com

THEMEN

| | |
|--------------------|------|
| ▶ Eine neue IFA | S. 1 |
| ▶ Bestandsaufnahme | S. 2 |
| ▶ Medienpolitik | S. 4 |
| ▶ Technologiemesse | S. 4 |

Fortsetzung von Seite 1

Das reflektiert einen weiteren, für die Branche positiven Trend: Man kauft wieder höherwertig.

Und die Branche floriert. Daher kein Wunder: Alle sind wieder da. Auch jene Aussteller, die 2006 vielleicht deshalb fernblieben, weil sie dem Konzept der alljährlichen IFA (noch) misstrauten.

Und die Aussteller haben mehr zu bieten als jemals zuvor: Schon vier Wochen vor Messebeginn – wenn die Neuheiten üblicherweise noch unter Verschluss gehalten werden – verzeichnete die von der IFA herausgegebene Neuheitenliste fast vierzig Eintragungen, darunter viel Hochkarätiges.

Zukunft zum Anfassen

Das erweiterte Konzept der IFA lautet: Wissensvermittlung, Erfahrungsaustausch und Dokumentation, aber auch interaktives Mitmachen und Miterleben.

Endlich mitreden können bei Podcast und IPTV – Information wird groß geschrieben. Es gibt Anregungen, Innovationen und Zusammenhänge in Sonderschauen (sie Kasten „IFA-Sonderschauen“) sichtbar.

Die Messehalle 26, bereits in den vergangenen Jahren TrendSettingArea,

präsentiert ein neues und weltweit diskutiertes Medium. Motto: „Vom Sender zu Web 2.0“. Damit greift die IFA ein neues Netzverständnis auf. Gezeigt werden die Möglichkeiten der Internetnutzung durch das „Mitmach-Medium“ Web 2.0. Im „Blog-House“ treffen sich Broadcaster, Netz-Provider, Verlage, Online-Zeitungen und -Radios, dazu Plattformanbieter und bereits erfolgreiche Web 2.0 Teilnehmer aus allen Bereichen.

Was a priori nach Publikumsbelustigung aussieht, erweist sich für den Fachbesucher als Gelegenheit, die rasante Entwicklung jenseits des klassischen Broadcastings und die neuen Möglichkeiten im Schnellgang kennenzulernen: Durch „The BlogHouse“ führt ein lehrreicher, dabei unter-

haltsamer Informationsparcours. Der Besucher trifft auf die interaktive „BlogMachine“, die den Besucher des Standes filmisch erfasst und in einen Videoclip integriert. Über die „Blog Beichte“ kann er eine Textmessage eingeben. Im Aktionsbereich befindet sich ein dreidimensionales Bühnenbild, in dem sich der Besucher selbst humorvoll inszenieren kann. Schließlich hat der IFA-Besucher die Möglichkeit, sich kostenlos via Skype von einem Karikaturisten porträtieren zu lassen, der zur gleichen Zeit auf dem Montmartre in Paris sitzt. Über Videoprojektion sieht man den Entstehungsprozess, und über e-mail erhält man das Ergebnis: Ausgedruckt auf A3!

Vor einem Jahr stand in „TV-Zukunft“: „Die IFA will Spiegelbild einer rasanten Zukunft sein. Das wird ihr gelingen, wenn sie die Konsequenzen der von der Digitalisierung angetriebenen Konvergenz einzuordnen und verständlich zu machen versteht.“ – Das ist ihr gelungen! Schön, wenn man Recht behält.



Auf der IFA 2007 steht wieder der Fachbesucher im Mittelpunkt. Im Bild das Fachbesucherzentrum während der IFA 2006

Bestandsaufnahme

Die wichtigsten Branchenthemen der IFA

Neue Technologien, wie z.B. die Flachbildschirme, Digitalisierung und Konvergenz haben der Branche der Unterhaltungselektronik in den zurückliegenden Jahren einen soliden wirtschaftlichen Aufschwung beschert. Mit den Mobilfunkanbietern und Internet-Providern sind neue Unternehmen hinzugekommen 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, wie es bei dieser Technik oder bei jenem Verfahren weitergehen wird, so zahlreich.

Nachfolgend finden Sie Hintergrundmaterial zu den aus unserer Sicht wichtigsten Themen, damit Sie die Informationsflut der IFA besser bewerten und die Fakten richtig einordnen können.

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 ein festes Programm bouquet einem bestimmten Nutzerkreis – den Abonnenten – 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.

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 die Interoperabilität zwischen Inhalten/-Diensten und Endgeräten hergestellt werden soll. Dies bezieht sich insbesondere auf die Middleware und CA/DRM. Derzeit gibt es hier 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.

Mehr unter: www.openiptvforum.com

HDTV

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

Auf der Geräteseite herrscht weit-

Neue Segmentierung

Für mehr Übersichtlichkeit auf dem Messegelände sorgen 2007 die überarbeitete Segmentierung und Hallenaufteilung. Die Einteilung erfolgt anhand von drei Fragestellungen: „Welchen Content gibt es? Welches Equipment braucht man dafür? Wie ist der Übertragungsweg?“

Erstmals befindet sich das Segment „IFA Audio Entertainment“ in den Hallen am Messeingang Süd. Neu auf der IFA sind die aufgrund des Potenzials von Anwendungen auf Basis von Web 2.0 geschaffenen Produktsegmente „IFA My Media“ und „IFA Public Media“. Im Segment „IFA MyMedia“ ist auch zusammengefasst, wie digitale Bilder und Filme aufgenommen, übertragen, gespeichert und bearbeitet werden. Das ebenfalls neue Segment „IFA Technology & Components“ integriert Technologieunternehmen und die International Halls. Eines der Highlights dieses Segments ist das Technisch-Wissenschaftliche Forum (TWF), das als eigenständige Technologiemesse innerhalb der IFA auch in diesem Jahr einen Einblick in die Technik der elektronischen Medien von morgen geben wird.

gehend 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 dominieren eindeutig die portable und 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 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 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 andersorts 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.

Mehr unter: www.ueberallfernsehen.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, zumin-



Längst hat sich die IFA von der „Deutschen Funkausstellung“ zur Internationalen Leitmesse für den gesamten Bereich der Consumer Electronics entwickelt.

dest 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 sind, ähnlich wie bei IPTV, die Pläne für die zur Erzielung von Interoperabilität zur Anwendung kommenden Systeme für Middleware und Verschlüsselung/DRM noch sehr unterschiedlich und kommen der Forderung nach möglichst offenen Standards nicht wirklich nach. Ein nennenswerter Zuwachs bei den Nutzerzahlen 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 eingekehrt.

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 ausführlich dargelegt und diskutiert (s. hierzu auch TV Zukunft 1/07, Seiten 2 und 4 sowie www.tv-plattform.de).

Und schliesslich braucht es für eine erfolgreiche Markteinführung aussichtsreiche Geschäftsmodelle. Hier zeigt sich ganz deutlich, dass in diesem Sektor zwei grundverschie-

dene 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 Tarifikrobatik. 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 (s. TV-Zukunft 2/07). Wir werden auch in Zukunft „am Ball“ bleiben und Sie weiter informieren.

Schüler und Jugend – Die Kunden von morgen

Erstmals haben Schulklassen zusammen mit ihrem Lehrer die Möglichkeit, für nur 30 Euro die IFA zu besuchen. Schüler, die einen individuellen IFA Besuch mit Freunden planen, profitieren in diesem Jahr erstmals vom Schülerticket für nur 5,50 Euro.

In Halle 11.1 wird der IFA Speed Talk mit prominenten Gästen präsentiert. Ausgewählte Stars und Sternchen werden von ihrem Berufseinstieg erzählen und Autogramme geben.

Zusätzliche Interaktivität bietet die Onlineplattform der Young IFA. Neben Podcasts werden hier Handy- oder Digitalkamera-Fotos der jugendlichen Messebesucher festgehalten und prämiert. Außerdem gibt es Angebote für das Umfeld Schule: Unterrichtsmaterialien und der „Klicksafe Aktionstag“ „Mehr Sicherheit im Internet durch Medienkompetenz“ unterstützen Lehrerinnen und Lehrer dabei, dass Themenfeld IFA und Neue Medien aufzugreifen.

Zur IFA 2007 wird ein spezieller Young IFA Infopoint zur Verfügung stehen. Mehr unter [www.ifa-berlin.de/Besucher/Young IFA 2007](http://www.ifa-berlin.de/Besucher/Young%20IFA%2007).

Digitalisierung und Medienpolitik

Die neuen digitalen Medienplattformen, die Multimedia-Inhalte beliebiger Art jederzeit und überall für Jedermann verfügbar machen, erfordern neue politische Rahmenbedingungen. Daher widmet sich die IFA traditionell auch intensiv der Medienpolitik. Denn Medienpolitik ist mitentscheidend für die Entstehung neuer Märkte, neuer Arbeitsplätze und konsumentenorientierter Geräte.

So lädt auch 2007 das Fachforum **medienpolitik@IFA** wieder zur öffentlichen Debatte ein. Expertenrunden werden auf der IFA Themen wie „Wettbewerb der Infrastrukturen – Internet und klassische Medien“ oder – unter der Leitung des Vorsitzers der TV-Plattform, Gerhard Schaaß – die Frage „Wohin steuert die Digitalisierung?“ diskutieren.

Im Mittelpunkt der Round Tables steht 2007 der Verbraucher: Wird er sich die Programme selber zusammenstellen, indem er Filme, Informationen oder Beiträge von Freunden und Nachbarn aus den Netzen holt? Wird er selber Beiträge ins Netz stellen? Wird er zum Medienakteur der Zukunft? Welche rundfunk- und urheberrechtlichen Probleme zieht das nach sich? Und wie sehen die Geräte dafür aus? Die verschiedenen Diskussionsrunden sind thematisch miteinander verknüpft: Es wird aus europäischer, nationaler und verbraucherorientierter Sicht diskutiert.

Gast ist unter anderem Kurt Beck,

rheinland-pfälzischer Ministerpräsident und Vorsitzender der Rundfunkkommission der Länder. Beck ist in diesem Jahr auch wieder Schirmherr der gesamten Veranstaltungsreihe „medienpolitik@IFA“.

Das Fachforum **medienpolitik@IFA** richtet sich vor allem an Medien-



Min-Präs. Kurt Beck, in Personalunion auch Vorsitzender der Rundfunkkommission der Länder, im Gespräch mit Dr. Rainer Hecker (LOEWE), Vorsitzender des Aufsichtsrats des Veranstalters gfu.

schaffende, Medienpolitiker und (Medien-)Wissenschaftler, aber auch Fachhändler, Verbände und Vertreter der CE-Industrie. Interessierte Konsumenten sind ebenso herzlich eingeladen. Die Roundtables finden auf der IFA-Sonderfläche in Halle 26 statt. Datum und Uhrzeit der Round Tables werden unter www.ifa-berlin.de rechtzeitig bekannt gegeben.

IFA-Sonderschauen

Mobile Media: In Kooperation mit European Mobile Media Association (EMMA) präsentiert die IFA 2007 Fahrzeuge der Sonderklasse mit Mobile Media, Car Entertainment und Car Audio. Als Highlight wird die Deutsche Meisterschaft der EMMA live durchgeführt. (Halle 9)

„Teuerste Anlage der Welt“ (TADW): Das Magazin „AUDIO“ präsentiert die „Teuerste Anlage der Welt“. HiFi- und Home-Cinema-Fans können mit eigenen Ohren erleben, wie das teuerste Audio-Video-System klingt, das der Markt derzeit zu bieten hat. (Halle 1.2)

Plus X Award: Die Hall of Fame des Plus X Awards, präsentiert von TV SPIELFILM, macht prämierte Marken aller Sparten erlebbar. Der Lifestyle-Sender GIGA überträgt täglich TV-Shows. Mit Stars, CoffeeBar, TV-Koch und den besten Technologien des Jahres. (Halle 7.2c)

VoIP World: Leistungsschau zum Thema Voice over IP in Unternehmen und Haushalten. Aussteller präsentieren den aktuellen Stand für IP-basierte Kommunikation (Sprache, Bild, Daten) in Unternehmen und für Jedermann. (Halle 4.2)

XOUNTS @ IFA: Robert Wilson, der weltbekannte amerikanische Künstler, inszeniert auf 300qm mit 100 Xounts eine einmalige und imposante Light & Sound Symphonie. Dieses Highlight wird umrahmt von verschiedenen Wohnwelten. (Halle 7.1b)

Technologiemesse innerhalb der IFA

IPTV, 3D-Technik, flexible Displays, HDTV... – Das Technisch-Wissenschaftliche Forum (TWF) – in diesem Jahr unter der Schirmherrschaft der Bundesministerin für Bildung und Forschung, Dr. Annette Schavan – fokussiert als eigenständige Technologiemesse innerhalb der IFA die technische Kompetenz aller beteiligten Industrien, Medien und Institutionen.

Im TWF (Halle 5.3.) stellen Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Institute und Projektgemeinschaften ihre Beiträge zur digitalen Medienzukunft vor. Und hier informiert auch die Deutsche TV-Plattform über ihre Arbeit und aktuelle Entwicklungen.

Zu den zentralen Themen des TWF 2007 zählt das interaktive Fernsehen über Internet-Strukturen, kurz IPTV. Es wird demonstriert, wie Technologien auf der Basis des Internet-Protokolls die klassischen audiovisuellen Medien in künftige Kommunikationsstrukturen einbinden. So zeigt das TWF auch anspruchsvolle Lösungen für die Verbreitung von High-Definition-Inhalten via Internet.

Die TV-Plattform engagiert sich mit Informationen rund um „DVB 2.0“. Das Kürzel steht für die nächste Generation der bewährten DVB-Standards für das digitale Fernsehen, die mit effizienteren Technologien die Voraussetzung für ein breiteres Spektrum an

digitalen Diensten und Angeboten schaffen wird. Auch DVB-SH, das satelliten-gestützte „Handy-Fernsehen“ wird im TWF gezeigt.

Bildschirme, die Videosignale in dreidimensionaler Räumlichkeit abbilden, zeigt das TWF schon jetzt. Neue 3D-Lösungen kommen ohne zusätzliche Hilfsmittel wie Spezialbrillen oder Farbfilter aus. Ein weiterer TWF-Beitrag verdeutlicht den Forschungsstand zum Thema flexible Displays – zu Bildschirmen, die sich aufrollen, in Kleidungsstücke integrieren oder mit mobilen Computern und Handys nutzen lassen.

Zum Thema Audio präsentieren mehrere Aussteller neue Surround-Formate, die speziell auf das Qualitätsniveau von High-Definition-Programmen oder auf die digitale Ausstrahlung über terrestrische Hörfunksender zugeschnitten sind.

Weitere Informationen bei www.ifa-berlin.de unter Events / Kongresse.

GAMES CONVENTION

(Fortsetzung von Seite 1)

Die GC ist unterteilt in einen Publikums- und einen Business-Bereich. Das Congress Center Leipzig (CCL) und die Messehalle 1 bilden zusammen das GC Business Center, den Treffpunkt für Aussteller, Fachbesucher und Journalisten. Hier steht den ausstellenden Unternehmen eine ansprechende Rahmengestaltung zur Verfügung, um über eigene Produkte zu informieren und Geschäftskontakte zu knüpfen. In den Publikumshallen 2, 3 und 4 erwartet die Besucher das Entertainmentangebot. In Halle 5 geht es mit „GC family“ und „GC ART“ etwas ruhiger zu. Der Sonderbereich für Medienkompetenz und kindgerechte Medien auf der GC berät Eltern, Lehrer und Kinder über sämtliche Fragen des interaktiven Lernens und Spielens. Im neuen Teilbereich „Ausbildung & Beruf“ erwartet die Besucher ein „Gläsernes Entwicklungsstudio“. In Zusammenarbeit mit dem Bundesverband für Inter-



Auf der Games Convention in Leipzig: Jugend unter sich

aktive Unterhaltungssoftware e.V. (BIU) und den exDream-Studios gewährt die Leipziger Messe einen Blick hinter die Kulissen der Spieleentwicklung.

TVZukunft

Ein Informationsdienst der Zeitschriften CE-Markt, FKT und InfoSat

Herausgeber:

Deutsche TV-Plattform e. V., c/o ZVEL,

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