

Juni 2008

[medienpolitik@IFA](mailto:medienpolitik@IFA)

## Strategien für Massenmärkte

***Der Rundfunk, Medium für Millionen, braucht Massenmärkte!  
Freie und offene Massenmärkte. Entscheidungsdefizite in Politik  
und Wirtschaft gefährden die Innovationsbereitschaft und können  
zur Fragmentierung der Märkte führen. Entstehen überhaupt noch  
Märkte, wenn Fragmente den Massenmärkten die Basis entziehen?  
Insofern ist Medienpolitik zugleich angewandte Wirtschaftspolitik.***

Um das zu verdeutlichen, wird es auch in diesem Jahr anlässlich der Internationalen Funkausstellung Berlin (IFA) das bewährte Forum: „medienpolitik@IFA“ geben. Derzeit sind – dieses Jahr im Rahmen des Medienforums Berlin-Brandenburg – drei Roundtables geplant. In allen drei Runden werden Strategien für Massenmärkte unter hochrangigen Experten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft diskutiert. Zwei der insgesamt drei Veranstaltungen werden von Vorstandsmitgliedern der Deutschen TV-Plattform moderiert.

### Die drei voraussichtlichen Themen bei „medienpolitik@IFA 2008“:

- Erfordert innovative Technik ein entsprechend innovatives Procedere für die Markteinführung?
- Nationale und internationale Plattformen? Wer managt die Wertschöpfungskette?
- Alternativen für (digitale) Hörfunkangebote? Entscheiden technische Standards oder Programminhalte über den Erfolg? DigitalRadio als praktisches Beispiel für ein medienpolitisches Dilemma.

Bei dem von Prof. Dr. Ulrich Reimers moderierten ersten Roundtable geht es um „Methodiken für die interdisziplinäre Einführung neuer Medientechnologien“. Um die Frage also, wie die technische mit der medienpolitischen Entwicklung synchronisiert werden kann? Was also ist zu tun, damit sich die rasante technische Entwicklung nicht selbst überholt, bevor sie überhaupt realisiert werden kann? Müsste mehr reguliert werden. Oder ganz anders – und durch wen? Müssen staatliche Institutionen eigentlich immer technologieneutral sein? Wer gehört an den Tisch, wenn interdisziplinär, im Zeitalter der Konvergenz also, möglichst branchenübergreifend über die Einführung neuer Medien und Medientechnologien in Europa entschieden wird?

... / 2

## Wertschöpfungskette organisieren

Im Roundtable „Nationale und internationale Plattformen – Was nutzen Plattformen und wem?“ sollen anhand eines konkreten Vorschlags die Möglichkeiten und Unmöglichkeiten diskutiert werden, welche Rolle Vermarktungs-Plattformen innerhalb einer Strategie für (offene) Massenmärkte spielen können.

Dienen sie der Organisation der Wertschöpfungskette?

Welche Rolle spielen dabei die technischen Plattformen?

Brauchen wir für Interoperabilität zwischen Diensten/Inhalten und Endgeräten harmonisierte Lösungen für alle Vermarktungs-Plattformen? Welche Funktionen können, welche müssen sie haben und welche auf keinen Fall?

Was tut sich bei der Regulierung in Deutschland?

Welche Entwicklungen gibt es auf europäischer Ebene?

## DigitalRadio – noch mal von vorn?

Dr. Helmut Stein wird das Panel „Alternativen für (digitale) Hörfunkangebote – DigitalRadio noch mal ganz von vorn?“ moderieren. Es gibt zahlreiche Systemvorschläge für die Realisierung des digitalen Hörfunks, und jedes Jahr werden es mehr. Ehe die Content-, Halbleiter-, Automobil- und Endgeräteindustrie hier einsteigt, müssen die Voraussetzungen für einen Massenmarkt geschaffen werden.

Wer aber entscheidet, und nach welchen Kriterien? Soll oder muss es im Interesse einer umfassenden Digitalisierung des Rundfunks Förderprogramme geben? Wie groß ist der Spielraum für alternative Dienste und Programme? Ist der Erfolg von DigitalRadio eine Frage des Übertragungssystems oder eher des Contents? Schließlich ein Diskurs zur Frage: Warum ist das Internet-Radio erfolgreich? Liegt es an den angebotenen Diensten, ist der Content origineller? Fasziniert das Internet-Radio – wie weiland die Kurzwelle – durch die Idee, mit der Welt verbunden zu sein. Und welche Schlussfolgerungen sind gegebenenfalls daraus zu ziehen?

***Insgesamt geht es bei allen Roundtables um das Problem, daß die Einführung neuer Medien und innovativer Medientechnik nicht einem simplen (Wunsch-)Zeitplan folgt, sie erfordert schlüssige Migrationspläne und interdisziplinäre Entscheidungen. Die Realisierung technischer Entwicklungen sollte nicht von Medienpolitik, Bürokratien, von Konkurrenzgerangel oder Inkompetenz behindert werden.***

---

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)