



HDTV kommt in Deutschland endlich in Fahrt

Programmvielfalt

Hoch auflösendes Fernsehen (HDTV) führte lange in Deutschland ein Nischendasein – im Gegensatz zu etlichen anderen Ländern in Europa. Inzwischen hat hierzulande allein die Zahl HDTV-fähiger TV-Geräte locker die zweistellige Millionen-Grenze überschritten und immer mehr Sender bieten ihre Programme in neuer Qualität an. Über den neuen Run auf HDTV gibt Dr. Dietrich Westerkamp vom Vorstand der Deutschen TV-Plattform Auskunft.

? Als Leiter der AG HDTV und Bildqualitätsverbesserung der Deutschen TV-Plattform setzen sie sich seit Jahren für die Etablierung des hoch auflösenden Fernsehens in Deutschland ein. Warum dauert das so lange?

Westerkamp: Es gibt eine Reihe von Gründen, die bisher bremsend wirkten. Zum einen kostet die Umstellung der Produktions- und Sendetechnik die Rundfunkanstalten zunächst Geld, denn HD ist etwas teurer als digitales Fernsehen in Standard-Auflösung (SDTV). Auch die Übertragung größerer Datenraten ist ein Kostenfaktor. Das alles will natürlich refinanziert werden.

Dazu kommt noch das bekannte Henne-Ei-Problem, also die Frage: Muss erst entsprechende Empfangstechnik in vielen Haushalten vorhanden sein, oder muss es erst eine attraktive Programmvielfalt geben?

? Offenbar sind die Zuschauer in Vorleistung getreten und haben bei Neuananschaffungen kräftig in HD-fähige Fernsehgeräte investiert. Angesichts der nur vier HDTV-Programme in Deutschland sprechen Kritiker sogar von der „HDTV-Lüge“ ...

Westerkamp: Das ist natürlich Unsinn, belogen wurde niemand. Im Gegenteil: Wer auf den Ratschlag gehört hat, bei pri-

vatem Technik-Neukauf auf die HD-Logos zu achten, ist auf der sicheren Seite und hat zukunftsfähig investiert. Entscheidend ist doch, dass neu angeschaffte Flachbildschirme im 16:9-Format HDTV darstellen können und dazu noch mit Surround tolen Klang bieten. Das gibt dann auch schon gute Bildqualität bei Standard-TV, wenn es mit entsprechender Bandbreite und Datenrate gesendet wird. Ein weiterer

Qualitätssprung ist dann HDTV und mit den für die nächsten Monate angekündigten neuen HDTV-Programmen von ARD, ZDF, Premiere bzw. Sky, der RTL-Gruppe und von ProSiebenSat.1 wird eine völlig neue Programmvielfalt für HDTV in Deutschland

erreicht. Mit einem HDready Bildschirm kann aber noch niemand ein HDTV-Signal empfangen, er benötigt einen HD TV-Empfänger dazu. Bei den neuesten Ankündigungen des privaten Rundfunks gibt es dabei jetzt im Hinblick auf die Verschlüsselung ein weiteres Diskussionsthema, mit dem sich unsere Arbeitsgruppe beschäftigen wird.

Fortsetzung auf Seite 2

WEITERE THEMEN

- | | |
|-------------------------|-----|
| ▶ Zukunft ist hybrid | S 2 |
| ▶ Digitalkampagnen | S 3 |
| ▶ IFA: Aktive Teilnahme | S 4 |
| ▶ Logo und Webseite neu | S 4 |

Editorial

Schritt halten

Fernsehmarkt und Unterhaltungselektronik-Branche befinden sich mitten in einer dynamischen Entwicklung: Nicht zuletzt aufgrund von Digitalisierung und Konvergenz der Dienstleistungsangebote bei gleichzeitiger Divergenz der Nutzungsmöglichkeiten und Endgeräte. Kaum ist die analoge Terrestrik komplett umgestellt, stehen neue, effektive-

Übertragungsverfahren zur Verfügung. Begehrlich schauen die Mobilfunkler auf zeitweilig freie Rundfunkfrequenzen und reklamieren diesen Teil der digitalen Dividende für sich. Die Abschaltung des analogen Satelliten rückt näher und mit IPTV bekommt das Fernsehen einen vierten Übertragungsweg. Zugleich bieten immer mehr Endgerätehersteller den Zuschauern die Möglichkeit, neben Rundfunk auch Internetdienste auf dem TV-Flachbildschirm zu empfangen. HDTV steht in Deutschland vor seinem Durchbruch.

Seit fast 20 Jahren hat die einst als HDTV-Plattform gegründete Deutsche TV-Plattform den Wandel der Branche aktiv begleitet – fördernd, moderierend und harmonisierend, um mögliche Fragmentierungen zu vermeiden. Damit dies so bleibt, gründete die Mitgliederversammlung Ende April in Mainz drei neue Arbeitsgruppen. Mit einer AG Digitalisierung wird die Deutsche TV-Plattform den Analog-Digital-Umstieg bei Satellit und Kabel begleiten. Die AG Hybride Endgeräte erarbeitet Basisanforderungen für Endgeräte, die Rundfunk und Internet integrieren. Und bei der AG Terrestrik stehen neben der Frage der Frequenznutzung auch weiterentwickelte digitale Rundfunktechnologien und der Antennenempfang von mobilen Diensten im Mittelpunkt. Parallel zu Umstrukturierung unserer Arbeitsfelder hat der Vorstand auch eine Modernisierung der Außerdarstellung der TV-Plattform initiiert. Durch diese strategischen Weichenstellungen halten wir Schritt mit den aktuellen Entwicklungen des Medienmarktes als wichtiges Forum für digitale Rundfunktechnologie.



Foto: DTVP

Gerhard Schaas,
Vorstandsvorsitzender der
Deutschen TV-Plattform

HD-GERÄTE IN DEUTSCHLAND

verkaufte Geräte bis Februar 2009 / Quelle: GfK

HD-geeignete TV-Bildschirme	12.119.303
HDTV integrierte Fernsehgeräte	458.629
HDTV-Settopboxen	585.571
HDTV Personal Video Recorder	128.651
HD-Spieleboxen (Xbox/PS3)	786.626
PC/Laptop (HD DVD/BlueRay)	426.424

DEUTSCHE HDTV-PROGRAMME

auf Sendung:

Premiere HD, Discovery HD, Anixe HD, arte HD

bis Ende 2009:

Sky Cinema HD, Sky Sport HD, Disney Cinemagic HD, National Geographic HD, History HD sowie RTL HD und VOX HD

ab Februar 2010:

ARD HD, ZDF HD, Eins Festival HD

geplant 2010: ProSieben HD, Sat.1 HD

? Die neuen HD-Programme sollen aber in unterschiedlichen Standards ausgestrahlt werden: die öffentlich-rechtlichen Sender setzen auf 720p, die Privaten eher auf 1080i – beide mit 50 Bildern pro Sekunde. Ist das kompatibel?

Westerkamp: Wichtig ist im Moment, dass die Konsumenten HDready- oder HDTV-Geräte haben, denn die können alle Programme in 720p wie auch in 1080i problemlos darstellen. Und nur in diesen beiden Formaten wird hoch auflösendes Fernsehen gesendet. Wichtiger als die Zeilenzahl ist aber p für progressiv und i für interlaced (Zeilensprung). Zwar können ent-

sprechend zertifizierte Geräte beides, doch plädiere ich eindeutig für progressiv im Sinne einer guten Bildqualität. Dahinter verbirgt sich, dass bei p alle 720 Zeilen des Bildes gleichzeitig dargestellt werden, während bei i 1080 Zeilen aus zwei nacheinander gesendeten Halbbilder mit je 540 Zeilen im Gerät wieder zusammengesetzt werden. Dieses De-Interlacing ist in den meisten Fällen nicht fehlerfrei machbar.

? Und was ist mit den fünf verschiedenen Logos – von HDready und HDTV über HDready 1080p und HDTV 1080p bis zu Full-HD. Ist das nicht alles verwirrend für Handel und Verbraucher?

Westerkamp: Leider sind die verschiedenen Logos für den Laien etwas verwirrend, was mehr dem kreativen Marketing und weniger der Technik geschuldet ist. Deshalb haben wir als AG auch einen Fragen-Antworten-Katalog erstellt,



Foto: DTVP

der einfach verständlich die Verbraucher und den Handel informiert. Außerdem gibt es noch den „Einkaufsberater HDTV“. Um HDTV richtig genießen können, ist es für Zuschauer wichtig, dass ausreichend HDTV-Programme verbreitet werden. Um Satellit mache ich mir keine Sorgen, eher um das in Deutschland als Empfangsweg dominierende Kabel. Da liegt noch ein gehöriges Stück Arbeit vor uns allen, um HDTV hierzulande zum Fernsehalltag zu machen.



HDTV: EINKAUFSBERATER UND „WISSENSWERTES“

Mit dem bevorstehenden Start der Regelausstrahlung der bundesweiten Programme von ARD und ZDF sowie von RTL und VOX als hoch auflösendes Fernsehen wird es für Zuschauer immer wichtiger, sich über HDTV zu informieren. Nützliche Tipps bietet der „Einkaufsberater HDTV“, der von der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) in Kooperation mit der Deutschen TV-Plattform und anderen Partnern in neuer Auflage erschienen ist. Für Handel und Verbraucher hat die Deutsche TV-Plattform in „Wissenwertes über HDTV“ Informationen zu technischen Hintergründen zusammengetragen. Das Material kann unter www.tv-plattform.de genutzt und herunter geladen werden.

Fortsetzung auf Seite 3

Internet und Fernsehen auf einem TV-Bildschirm

Zukunft ist hybrid

Immer mehr TV-Flachbildschirme bieten den Kunden einen neuen Service: Neben Fernsehprogrammen können auch Internetdienste empfangen und genutzt werden. Verschiedene Hersteller gehen bei diesen „hybriden Geräten“ unterschiedliche Wege – wie auch die IFA 2009 zeigen wird. Grund für die Deutsche TV-Plattform, eine eigene Arbeitsgruppe einzurichten, die gemeinsame Basisanforderungen formuliert.

Die Verbindung von Internet und Fernsehen wird immer attraktiver. Allein beim Fernsehen im IP-Standard (IPTV) will die Telekom die Zahl ihrer Kunden auf eine Million verdoppeln – mit Investitionen in attraktive Liveübertragungen der Fußball-Bundesliga über breitbandig aufgerüstete Telefonnetze. Auch andere Anbieter investieren in IPTV als viertem Übertragungsweg. Und die Programmveranstalter selbst binden über die IP-Kodierung des Signals interes-

sante Zusatzanwendungen ins eigene TV-Programm ein und arbeiten an einem modernisierten Video- bzw. Teletext. Die Resultate werden auf der IFA 2009 zu sehen sein.

Neben dieser ersten Stufe der Konvergenz von TV und Internet läuft inzwischen schon die zweite Phase. Fast alle großen Hersteller von modernen Fernsehgeräten wetteifern derzeit darum, neben TV-Programmen ebenfalls Internet-Inhalte auf den Flachbildschirmen im Wohnzimmer zu zeigen. Mehr noch: Mit diesen „hybriden Endgeräten“ können Nutzer auch Musik, Photos und vieles mehr konsumieren – es ent-

Kampagnen für Analog-Digital-Umstieg in Deutschland

Verbraucher aufklären

Wenn gleichzeitig Sender, Netz- und Satellitenbetreiber, Gerätehersteller und Händler Aktionen starten, dann muss es um ein wichtiges Problem gehen. In der Tat: Die schleppende Analog-Digital-Umstellung in Deutschland lässt uns als größter Fernsehmarkt Europas nur im Mittelfeld rangieren.

Von 38 Millionen deutschen Haushalten empfangen erst 20 Millionen ihre TV-Programme digital. Während das Antennenfernsehen als erster Übertragungsweg schon seit Ende 2008 komplett umgestellt ist, sind es beim Satellitenempfang 70 Prozent und beim Hauptverbreitungsweg Kabel nur reichlich 30 Prozent. Um die Entwicklung zu beschleunigen laufen derzeit zwei Digitalisierungskampagnen – vom Satellitenbetreiber Astra („Analog ist eine Sackgasse“) und vom Gerätehersteller TechniSat. Außerdem veranstaltet die Handelskette ElectronicPartner eine Roadshow.

„Die Digitalisierung ist in den Regalen der Händler angekommen und soll jetzt in die Köpfe und Wohnzimmer der Verbraucher“ sagt Wolfgang Elsässer, Geschäftsführer von ASTRA Deutschland: Trotz steigender Verkaufszahlen gebe es „noch immer Aufklärungsbedarf bei den Endverbrauchern“. Mit „Hallo Digital TV“ verfolgt auch TechniSat das Ziel, die Digitalisierung des deutschen TV-Marktes voranzutreiben. „Alle Haushalte, die noch analog ihr Fernsehprogramm empfangen, sollten sich rechtzeitig

mit dem Thema befassen und vorbereitet sein“, meint Stefan Kön, Geschäftsführer bei TechniSat Digital GmbH. Unter www.digital-check.de gibt es ein Extra-Web-Angebot. „Wir haben es bereits bei der DVB-T Einführung gemerkt: die Kunden wollen die neue Empfangstechnik, zögern ihre Entscheidung aber bis zur Umstellung hinaus“, sagt Hartmut Baumann von ElectronicPartner: „Hier liegt es am Fachhändler vor Ort seinen Kunden schon jetzt die digitalen Vorteile zu erklären“. Die Roadshow durch 23 Städte läuft noch bis Mitte Juli.

Vorstöße für eine Beschleunigung kommen auch vom Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT). Die dort in einem Arbeitskreis organisierten Bezahlsender haben auf der ANGA Cable Ende Mai in Köln ihren Forderungskatalog vorgestellt. So verlangen sie laut Arbeitskreis-Vorsitzenden Jochen Kröhne, dass sich „alle Marktbeteiligten an einer schnelleren und konsequenteren Digitalisierung beteiligen“. Ziel müsse die „Festlegung auf einen verbindlichen Abschaltzeitpunkt der analogen Fernsehübertragung auch für das Kabel zum

Jahresende 2011“ und ein „verbindliches Umstiegsszenario“ sein. Noch früher – bereits zum 31. Dezember 2010 – fordert der Fachverband Rundfunkempfangs- und Kabelanlagen (FRK) eine Analog-Abschaltung. Mit diesem Beschluss der Mitgliederversammlung will der Verband, so FRK-Vorsitzendem Heinz-Jürgen Bien, „ein Signal setzen“.

Auch die Industrie und der Handel setzen sich für eine rasche Digitalisierung und die schnelle Markteinführung von HDTV ein: ZVEI und BVT legten im Rahmen ihres Branchendialogs am 5. Mai 2009 ARD und ZDF ihre „Berliner Erklärung“ vor, in der sich die Partner für eine rasche, nachhaltige Digitalisierung aussprechen.

Den Digital-Umstieg fördern will ebenfalls die Deutsche TV-Plattform: Sie gründete Ende April die neue Arbeitsgruppe Digitalisierung

unter Leitung von Jörg-Peter Jost (Bereichsleiter Technik des Hessischen Rundfunks). „Der Erfolg des schnellen und effizienten Umstiegs beim Antennenfernsehen in Deutschland ist uns Ansporn, die Digitalisierung der zwei deutschen TV-Hauptverbreitungswege Kabel und Satellit ebenfalls konsequent anzugehen“, sagt Vorstandsmitglied Jost: „Die Deutsche TV-Plattform mit ihrer breiten Mitgliedschaft ist das geeignete Forum, diese Wandel zu begleiten – auch im Interesse der Zuschauer und Verbraucher.“



Fortsetzung von Seite 2



Foto: Philips

Neue Flachbildschirme bieten auch Web-Angebote

oder widgetbasierte Lösungen von Samsung und Sony. Auch diese Produkte und Dienste werden im September unter dem Berliner Funkturn auf der IFA zu sehen sein, sind zum Teil schon im Handel.

Angesichts dieser Entwicklungen hat die Deutsche TV-Plattform Ende April als eine von drei neuen Arbeitsgruppen die AG „Hybride Endgeräte zur Integration von Broadband und Broadcast“ gegründet. Ihr gehören Gerätehersteller, Sender, Dienstleister, Regulierer, Netz- und Satellitenbetreiber, Ausrüster und Forschungs-Institutionen an. Bereits beim ersten

stehen sogar neue Zentralen für das vernetzte Heim. Dabei gibt es verschiedene Entwicklungen mit unterschiedlichen Technologien – etwa VieraCast von Panasonic, NetTV von Philips

Treffen Anfang Mai zeigten sich das Branchenbedürfnis zu Verständigung und die Dringlichkeit praktikabler Lösungen. Deshalb arbeitet die AG mit Hochdruck an einem „White Paper für Hybride Endgeräte“. Ein erstes Basismaterial soll bereits zur IFA 2009 vorliegen und später die Endfassung dann bis zum Spätsommer 2010 erstellt werden. „Wie beim White Paper IPTV wollen wir als Deutsche TV-Plattform erneut Wegbereiter für neue Technik- und Marktentwicklungen sein“, sagt Vorstandsmitglied Jürgen Sewczyk. Er leitete von 2007 an die AG IPTV und nun auch die neue AG Hybride Endgeräte.

IFA 2009 auf Rekordkurs

Aktive Teilnahme

Für die IFA 2009 (4. – 9. September) in Berlin laufen die Vorbereitungen auf Hochtouren: Zum zweiten Mal werden Unterhaltungselektronik und Elektrohausgeräte gemeinsam gezeigt.

Seit Mai 2009 ist der neue Internetauftritt der IFA online: unter www.ifa-berlin.de für die Allgemeinheit und unter www.ifa-berlin.com auf deutsch und englisch für das Fachpublikum wird ein umfangreicher Service geboten. Im Online-Shop ist auch die Anmeldung sowie die Ticketbuchung einfach zu bewerkstelligen. Neu ist das Downloadcenter, das übersichtlich alle Formulare und Grafiken zur IFA 2009 bündelt.

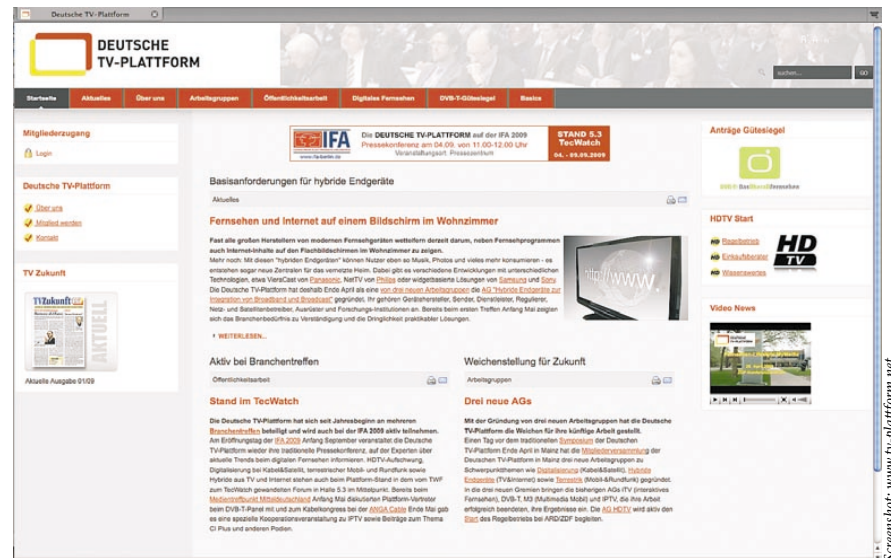
Neu ausgerichtet wird das ehemals Technisch-Wissenschaftliche Forum (TWF). Als TecWatch präsentiert es in Halle 5.3. Innovationen und Forschungen von nationalen und internationalen Einrichtungen. Zielsetzung ist eine thematische Erweiterung über den Bereich Unterhaltungselektronik hinaus. Nach der stark besuchten internationalen IFA-Presskonferenz Ende April auf Malta finden für Journalisten und Medienvertreter die IFA-Previews in Hamburg (14.-16. Juli) und München (21.-23. Juli) statt (www.preview-event.com) mit Produkt-Präsentationen und Keynotes von Experten, auf denen auch führende Vertreter der Deutschen TV-Plattform auftreten.



Am Branchenhighlight im September ist die Deutsche TV-Plattform (www.tv-plattform.de) ebenfalls aktiv beteiligt. Am Eröffnungstag (4. September, 11 bis 12 Uhr im Pressezentrum) findet die jährliche Pressekonferenz der Deutschen TV-Plattform statt, auf der Experten über aktuelle Trends und Entwicklungen des digitalen Fernsehens informieren. HDTV-Einführung, Digitalisierung, terrestrischer Rundfunk sowie hybride Geräte und Dienste als Kombination von TV und Internet werden auch auf dem Ausstellungsstand der Deutschen TV-Plattform im TecWatch im Mittelpunkt stehen. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Deutsche TV-Plattform in neuem Gewand

Logo und Webseite neu



Neben der Neuorganisation ihrer Arbeitsgruppen arbeitet die Deutsche TV-Plattform seit Jahresbeginn daran, ihre Kommunikation und den Service für Handel und Verbraucher zu verbessern. Ziel ist es, den sich beschleunigenden Wandel audiovisueller Medien moderierend zu begleiten und wie in den fast 20 Jahren seit Gründung durch Aufklärung zu mehr Verständnis beizutragen. Unter der Prämisse „Tradition und Moderne“ hat sich die Deutsche TV-Plattform auch an eine Überarbeitung ihrer Außendarstellung gewagt: Das zeigt sich sowohl in einem neuen Logo als auch der Neugestaltung der „TV Zukunft“.

Grundlegend überarbeitet wurde der Web-Auftritt der Deutschen TV-Plattform (www.tv-plattform.de), der seit kurzem online verfügbar ist. Neben der übersichtlicheren Gliederung und Navigation sowie dem neuen Layout findet man hier neue Funktionen, die zu einem besseren Nutzungserlebnis beitragen sollen. So informiert die TV-Plattform erstmals auch in englischer Sprache über ihre Aktivitäten – ein Angebot, das schrittweise ausgebaut wird.

Während die Startseite ganz im Zeichen der Plattform-Aktivitäten steht, gibt es unter Aktuell neben Presseinformationen auch wichtige Branchen-News. Neu sind die Video News – Kurzfilme, die einen Einblick in Veranstaltungen der Deutschen TV-Plattform geben. Detailinformationen von unseren Veranstaltungen sind unter dem Menüpunkt Veranstaltungen abrufbar. Einem aktuellen Schwerpunktthema ist im rechten Bereich des Webauftritts ein spezieller Kasten gewidmet – derzeit ist dies der „HDTV Start“.

Wer ständig auf dem Laufenden über die Arbeiten der Deutschen TV-Plattform bleiben will, hat im neuen Webauftritt die Möglichkeiten, einen RSS-Feed für die entsprechende Rubrik einzurichten, oder nutzt das Aboformular für Pressemitteilungen bzw. das kostenlose Informationsblatt „TV Zukunft“.

Fazit: Durch die Modernisierung ihrer Außendarstellung und verbesserte Service-Funktionen will sich die Deutsche TV-Plattform noch stärker als wichtiges Forum und Moderator des Zukunftswandels in Deutschland profilieren.

*Ein Informationsdienst der Zeitschriften CE-Markt, FKT und InfoSat, Auflage: 41.000 Exemplare
Herausgeber: Deutsche TV-Plattform e. V., c/o ZVEI, Postfach 70 12 61 • 60591 Frankfurt
Redaktion: Holger Wenk, Pressesprecher, c/o konzeptW, Chemnitzer Str. 74M, 12621 Berlin,
Tel./Fax: 030-9985174, mail: wenk@tv-plattform.de, www.tv-plattform.de
Gestaltung: Petra Dreßler, vision&gestalt, Druck: dmp Digital- und Offsetdruck Berlin*