

20. Symposium der Deutschen TV-Plattform

Vernetzte Medien

Immer mehr Geräte und Übertragungswege bieten integrierte Mediennutzung. Und auch bei Verbrauchern ist Vernetzung zunehmend gefragt. Deshalb stand das 20. Symposium der Deutschen TV-Plattform unter dem Titel: „Integrierte Mediennutzung – Daheim und Unterwegs“. Neben Fachvorträgen und Diskussionen stieß auch die Fachaussstellung auf großes Interesse der über 100 Teilnehmer.

Digitaler Rundfunk, Mobilfunk und Internet werden auf Grundlage von Standards und Spezifikationen dynamisch weiterentwickelt. Immer mehr Verbraucher wollen die Vielfalt der Medien unabhängig von Ort, Zeit und Verbreitungsweg nutzen – ob zu Hause oder unterwegs. Vom „managen einer gewissen Unordnung“ und einem Bedarf an „Synchronisation“ sprach Gerhard Schaas, Vorsitzender der Deutschen TV-Plattform, bei der Eröffnung des 20. Symposiums des Vereins in Berlin. Entscheidend seien nutzerfreundliche Lösungen von Endgerä-

Braunschweig schilderte die Vorzüge des weiterentwickelten terrestrischen Standards DVB-T2 sowie dessen Variante DVB-T2 lite für den mobilen Medienkonsum. Dass auch der neue Mobilfunkstandard LTE (Long Term Evolution) beachtliche Kapazitäten für Bewegtbildübertragungen bieten, zeigte Jörg Huschke von Ericsson Germany auf. Vor- und Nachteile diverser Varianten der Video- und Fernseh-Verbreitung via Internet analysierte Prof. Thorsten Herfet von der Universität des Saarlandes und appellierte an alle Beteiligten, gerade für die IP-Ver-

breitung „gemeinsam noch effizientere Übertragungsverfahren“ zu entwickeln.

Wie groß das Interesse der Konsumenten an vernetzten Geräten für „daheim und unterwegs“ ist, zeigte Frank Franz von der GfK Retail

and Technology GmbH in seinem Impulsvortrag auf. Bereits über 5,5 Millionen im deutschen Markt verkaufte Endgeräte der Unterhaltungselektronik sind internetfähig und acht Millionen bieten die Möglichkeit der Heimvernetzung. Zugleich ist der Boom der Smartphones und Tablet-PCs ungebrochen, mit denen surfen im Internet von unterwegs inzwischen bequem möglich ist. Der durchschnittliche Nutzer „hybrider“ Endgeräte – d.h. von Geräten, die neben dem Rundfunkempfang auch einen Inter-

Fortsetzung auf Seite 2

Auf ein Wort

Konsequent

Gerade ist das 20. Symposium der Deutschen TV-Plattform mit dem Titel „Integrierte Mediennutzung – Daheim und Unterwegs“ zu Ende gegangen. Und wie seine Vorgänger war es eine sehr gelungene Veranstaltung.

Mehr als zwanzig Jahre ist es nun her, seit das erste Symposium unter dem Titel „Aufbruch zu HDTV“ 1991 im Rathaus in Hamburg stattfand. Mit großem technischen Aufwand demonstrieren wir damals HDTV per Satellit – live und analog.

Seither hat sich in der Medienwelt Gewaltiges getan und die Symposien waren stets ein Schaufenster der rasanten Entwicklung. So stand z. B. 1994 PALplus im Mittelpunkt, 1996 das soeben per Satellit gestartete Digitale Fernsehen. 1998 fanden die ersten Diskussionen zur möglichen Einführung von DVB-T in Deutschland ihren Niederschlag, und schon 1999 beschäftigten wir uns erstmalig mit „Fernsehen und Internet“. 2004 drehte sich alles um Kooperation und Wettbewerb zwischen den unterschiedlichen Netzen und 2006 war das Thema „IPTV und Mobile Media“.

Ja, und plötzlich stand beim 17. Symposium unser jahrelang kaum diskutiertes „Ursprungs“-Thema HDTV wieder im Blickpunkt, gefolgt von 3DTV im Jahr 2010. Kennen Sie eine andere Organisation, die schon so lange und so konsequent den Fortschritt der elektronischen Medien in Deutschland mitgestaltet?



Prof. Dr.-Ing.
Ulrich Reimers,
Geschäftsführender Leiter
des Instituts für Nachrichtentechnik der TU Braunschweig, ist langjähriges Mitglied des Vorstandes der Deutschen TV-Plattform



Die Referenten des 20. Symposiums

ten und Diensten, damit sich die Verbraucher in der scheinbar grenzenlosen Vernetzung nicht verirren (Interview S. 3).

In seiner Keynote verwies Volker Steiner, Managing Director Eutelsat Deutschland, darauf, dass sich der Satellit in der vernetzten Welt „mit seiner Multitasking-Fähigkeit als effizientes Instrument vielfältiger Inhalte-Verteilung“ erweist. Welche Chancen die neuen Standards wie DVB-C2 für ein modernes Kabelnetz bieten, verdeutlichte Christoph Schaaf, Leiter Neue Technologien bei Kabel Deutschland. Jan Zöllner vom Institut für Nachrichtentechnik der TU

WEITERE THEMEN

► Symposiums-Aussteller	2
► Interview Gerhard Schaas zu Verbrauchernutzen	3
► IFA-Aktivitäten	4
► Präsent in München	4
► Neues im Web	4
► In eigener Sache	4

Aussteller beim 20. Symposium der Deutschen TV-Plattform in Berlin

Innovative Lösungen



BMW Als führender deutscher Autohersteller demonstrierte die BMW Group mit einem 5er BMW und einem Mini Cabrio modernes Car

Entertainment. Im Mittelpunkt standen Rundfunk- und Bewegtbildnutzung unterwegs – kombiniert mit Individualkommunikation.



Eutelsat Eutelsat zeigte den neuen interaktiven Hybrid-TV-Dienst KabelKiosk Choice. Er basiert auf dem internationalen Standard HbbTV und ist eine speziell auf die Anforderungen von Kabelnetzbetreibern zugeschnittene Lösung mit aktuellen Top-Movies, Applikationen externer Inhalteanbieter, EPG-Diensten und lokalen Inhalten.



Kabel Deutschland

Kabel Deutschland Der führende Kabelnetzbetreiber in Deutschland bot Einblicke in die Möglichkeiten des neuen Standard DVB-C2 und neue „smarte“ TV-Dienste wie Video on Demand (VoD)

auf Basis des europäischen HbbTV-Standards. Zusammen mit dem Angebot von Triple Play (Rundfunk, Internet und Telefonie aus einer Hand) hat das Breitbandnetz einiges Entwicklungspotential.



Der Stand von Eutelsat auf dem 20. Symposium

LOEWE Die LOEWE AG verdeutlichte mit zwei Geräten der Modelllinien Connect und Individual, dass integrierte Mediennutzung bereits in den Haushalten angekommen ist. So ermöglicht das neue Bediensystem Loewe MediaPortal auch den Zugang zum Internet sowie zum Loewe Medienportal MediaNet und zahlreichen damit verbundenen Zusatzdiensten.

LOEWE.

Siemens Mit seiner Over-the-top-TV (OTT) Lösung SWIPE zeigte Siemens Communication, Media and Technology die Möglichkeiten der multimedialen Verknüpfung von Fernsehen und Internet. Mit OTT SWIPE kann die Auswahl von Videos auch über Tablet-PC oder Smartphone erfolgen und anschließend per Handbewegung auf den TV-Bildschirm überführt werden.

SIEMENS

Sky Bei Sky Deutschland war live flexible Mediennutzung von Bezahlinhalten auf mehreren Bildschirmen zu sehen: Mit dem Angebot Sky Go entscheiden Zuschauer schon heute selbst, wo, wann und auf welchem Gerät sie ihr Lieblingsprogramm sehen möchten.



VideoWeb VideoWeb macht aus jedem Flachbildschirm einen Smart-TV: mit der Upgrade-Box VideoWeb TV kann jeder Flachbildschirm, der über einen HDMI-Anschluss verfügt, auch Dienste und Inhalte aus dem Internet abbilden. Zusätzlich bietet die Box ein HbbTV-basiertes VideoWeb-Medien-Portal.



Fortsetzung von Seite 1

net-Zugang über DSL, W-LAN oder Mobilfunk bieten – ist laut Franz 30 bis 49 Jahre alt, „eher wohlhabend“ und männlich: Er nutzt Dienste aus dem Internet am TV-Gerät mindestens eine Stunde pro Woche. Trotzdem gibt es noch Hürden für die integrierte Mediennutzung bei der Consumer Electronic, wie der GfK-Forscher herausfand: Jedes vierte mobile Endgerät wie Handy oder Tablet-PC ist online, während bei webfähigen TV-Geräten bisher nur jedes Siebente angeschlossen ist. Viele Kunden nutzen also noch nicht die volle Vielfalt der vernetzten Geräte. Das Fazit von Frank Franz aus einer Konsumentenbefragung: Produkte sind vorhanden, Preise stimmen, aber bei der Vermarktung im Handel sowie der Bewerbung durch Inhalteanbieter und Gerätehersteller mangelt es noch.

Dass wachsende Medienintegration nicht nur Vision, sondern bereits Realität ist, verdeutlich-

ten etliche weitere Fachvorträge im Rahmen des 20. Symposium der Deutschen TV-Plattform in Berlin. So stellte Dr. Jörg Allgäuer, Sky Deutschland, den Multiscreen-Service „Sky Go“ vor, der den Kunden jederzeit mobiles Fernsehen auf dem Bildschirm ihrer Wahl ermöglicht – quasi „TV zum mitnehmen“. Stefan Jenzowsky von Siemens präsentierte die Over-the-top („OTT“) Lösung SWIPE, auf dessen Grundlage derzeit in Indien eines der weltweit größten TV-Verteilnetze entsteht. Eindrucksvoll war zu erleben, dass television künftig auch als „tele-wischen“ bezeichnet werden kann, wenn die Inhalte von den Nutzern per Handbewegung zwischen verschiedensten Bildschirmen hin- und her-verteilt werden.

Georges Agnes von der Astra-Tochter HD Plus berichtete über die hybride Satelliten-Plattform HD + InterAktiv, die auf dem neuen Standard

HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband Television) basiert. Über die komplexen Anforderungen der Verknüpfung von mobiler Mediennutzung mit Kommunikation in Fahrzeugen referierte Dr. Bertram Hock von der BMW Group. Er appellierte dabei an die Fachleute der verschiedenen Bereiche, sich vor dem Hintergrund der langen Produktionszyklen der Automobilbranche auf langfristige stabile Standards zu einigen.

Und wie halten es klassische Programmveranstalter mit dem Trend zur Medienintegration? Im Gespräch mit Dr. Helmut Stein (Moderation) betonten Dr. Andreas Berezky (ZDF) und Andre Prahl (Mediengruppe RTL Deutschland), dass für die öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Sender integrierte Mediennutzung von wachsender Bedeutung ist. Zugleich machten sie deutlich, dass lineares Fernsehen auch weiterhin das wichtigste Medium ist.

Interview mit Gerhard Schaas, Vorsitzender der Deutschen TV-Plattform

Medienintegration managen

Beim 20. Symposium der Deutschen TV-Plattform am 27. Oktober 2011 in Berlin stand der Trend zur integrierten Mediennutzung im Mittelpunkt. Gerhard Schaas, Vorstandsvorsitzender der Deutschen TV-Plattform, erläutert die Dimension des Themas und die Hintergründe der Veranstaltung.

▶ **Warum stellt die Deutsche TV-Plattform ausgerechnet bei ihrem Jubiläumssymposium das Thema integrierte Mediennutzung in den Mittelpunkt, wenn das Fernsehen nur ein Teil von Medien ist?**

Gerhard Schaas: Dafür gibt es gute Gründe. Aktuelle Untersuchungen zeigen, dass Fernsehen und Video-Abwurf – also Bewegtbildinhalte – einen wesentlichen Teil des Medienkonsums ausmachen. Dies gilt sowohl für den stationären wie den mobilen Medienkonsum, bei der Nutzung von klassischen Medien aber auch des Internets. Außerdem wird das klassische Fernsehen immer öfter nicht „nur“ über die herkömmlichen Verbreitungswege Satellit, Kabel und Antenne empfangen, sondern die unterschiedlichen Broadbandwege – also Internetverbindungen – gewinnen zunehmende Bedeutung. Dazu kommt noch: Die Menschen wollen in immer stärkerem Maße die Vielfalt der Medien unabhängig von Ort und Zeit genießen – und das auf multifunktionalen und vernetzten, jedoch einfach zu bedienenden Geräten. Im Grunde gilt sogar: Den Nutzern ist egal, aus welcher Quelle die Dienste kommen; Sie sind nicht Technik-, sondern Inhalte-orientiert.

WEB-SPECIAL 20. SYMPOSIUM

Unter <http://www.tv-plattform.de/de/20-symposium-informationen.html> finden Interessenten alle Informationen zum 20. Symposium der Deutschen TV-Plattform vom 27. Oktober 2011, insbesondere:

- Überblick Referenten
- Überblick Aussteller
- Programm plus Artikel

Auch gibt es eine Fotogalerie, Pressefotos zum Download und demnächst ein Video zur Veranstaltung.



Eröffnungsrede von Gerhard Schaas in Berlin

All diese Trends finden schon seit Jahren ihren Niederschlag in der Arbeit der Deutschen TV-Plattform und ihrer Gremien. Hieraus resultierte im Vorstand die Erkenntnis, dass es an der Zeit ist, eine Bestandsaufnahme bereits vorhandener Lösungen für integrierte Mediennutzung zu präsentieren, aber auch aufzuzeigen, wie der Weg in die Zukunft aussehen könnte. Genau das ist uns beim Jubiläums-Symposium mit unterschiedlichen Fachvorträgen, interessanten Diskussionen und einer Begleitausstellung innovativer Lösungen auch gelungen. Deutlich geworden ist aber ebenfalls, dass in diesem Bereich noch ein großes Handlungsfeld vor uns liegt.

▶ **Durch Konvergenz und Vernetzung wird Unterhaltungselektronik komplexer. Muss das zwangsläufig zur Verwirrung der Nutzer führen?**

Schaas: In der Tat ist durch die Komplexität der Innovationen im Bereich der Verbreitungswege, der Endgeräte und Medieninhalte ein gewisses Risiko gegeben, dass die Nutzer eher verwirrt werden und dies gegenüber den Vorteilen der neuen Technik zu überwiegen scheint. Nur wenn Lösungen gefunden werden, die – angepasst an die Lebensgewohnheiten der Menschen – eine einfache, intuitive Nutzung der Medieninhalte ermöglichen, nehmen sie die Innovationen auch tatsächlich an.

Weil zur Lösung dieser mächtigen Aufgabe alle Protagonisten in der Medienkette gefordert sind, bietet die Deutsche TV-Plattform mit der Zusam-

menetzung ihrer Mitglieder ein ideales Forum, um derartige Themen zu behandeln und zumindest Lösungshinweise zu geben. Im Mittelpunkt aller Aktivitäten muss der Verbraucher stehen, denn er steht am Ende der Wertschöpfungskette und entscheidet durch sein Konsumverhalten letzten Endes über den Erfolg oder Misserfolg unserer Entwicklungen. Das hat auch das 20. Symposium gezeigt, und es wird nicht die letzte Veranstaltung dieser Art der Deutschen TV-Plattform sein.

▶ **Ist durch die dynamische Entwicklung bei digitalem Rundfunk, Mobilfunk und Internet nicht eine gewisse Unübersichtlichkeit entstanden, die durch Standardisierungen behoben werden kann?**

Schaas: In meiner Eröffnung des Symposiums habe ich von einer „gewissen Unordnung“ gesprochen, die es zu managen gilt. Die Frage ist, ob dies durch Normung, Standardisierung oder branchenübergreifende Spezifikationen erreicht werden kann oder durch eine bessere Synchronisation der unterschiedlichen Marktentwicklungen. Ganz ohne Zweifel tragen Normung und Standardisierung am stärksten zur Klarheit im Markt bei, ermöglichen horizontale Marktstrukturen und Interoperabilität von Diensten und Geräten – zum Wohle des Nutzers. Bei der heutigen rasanten technischen Entwicklung ist es allerdings zunehmend schwierig, dass die Standardisierung mit dieser Dynamik Schritt hält. Innovationen werden zunächst oft durch proprietäre Lösungen voran getrieben. Wichtig ist es aber, darauf einzuwirken, dass wo immer möglich auf branchenweit anerkannte Spezifikationen bzw. Standards zurückgegriffen wird: Nur so kann ein Massenmarkt und daraus resultierend auch Wettbewerb, der für die Kunden viele Vorteile bringt, etwa eine Absenkung des Preisniveaus.

Man muss hier versuchen, mit Realitätssinn die unterschiedlichen „Player“ in der Medienkette zusammenzubringen, um zumindest eine grundsätzliche Verständigung herzustellen. Dafür stehen wir bei der Deutschen TV-Plattform. Denn kurzatmige Lösungen oder mangelnde Synchronisation führen fast immer zu einer Fragmentierung des Marktes und machen letztendlich die Akzeptanz von Medienintegration beim Verbraucher schwieriger.

Deutsche TV-Plattform bei der 51. IFA in Berlin: Pressekonferenz und TechWatch

Vielfalt von Hybrid TV, HDTV und 3DTV

Mit der traditionellen Pressekonferenz am Eröffnungstag, einem Stand im TecWatch sowie zwei Fachvorträgen im TecWatch-Forum hat die Deutsche TV-Plattform auch in diesem Jahr wieder aktiv an der IFA in Berlin (2. – 7. September 2011) teilgenommen.

Die Analyse der beherrschenden Trends der TV-Branche und des CE-Marktes sowie zwei Vorträge zum vernetzten Fernsehen und der Zukunft der Terrestrik standen im Mittelpunkt der Pressekon-



ferenz am 2. September in der Red Lounge auf dem Berliner Messegelände, an der rund 60 Journalisten teilnahmen. „Interaktivität und Mobilität bestimmen den Medienmarkt“, stellte der Vorstandsvorsitzende der Deutschen TV-Plattform, Gerhard Schaas (LOEWE AG), fest. Zugleich mahnte er weitere Anstrengungen zur Analog-digital-Umstellung bei Satelliten-TV an. Sie ebnet den Weg für mehr HDTV-Programme sowie für den Aufbau von 3DTV. Vorstandsmitglied und AG-Leiter Dr. Helmut Stein stellte zwei Dokumente zum terrestrischen Fernsehen vor: einen Bericht über Sperrfilter zur Vermeidung von Störungen des DVB-T-Empfangs durch LTE800 Dienste (Digitale Dividende) und einen Bericht zu Chancen der DVB-T2-Einführung. Bei der IFA-Pressekonferenz der Deutschen TV-Plattform sowie zwei Tage später im Tec-Watch-Forum präsentierte Vorstandsmitglied Jürgen Sewczyk als Leiter der Arbeitsgruppe Hybride Endgeräte das „White Book Hybrid-TV“ der Deutschen TV-Plattform sowie die 3. aktualisierte Auflage der gefragten Informations-Broschüre „Hybrid-TV“, die Verbrauchern einen Marktüberblick zu „smarten“ Endgeräten und interaktiven Diensten gibt. Vorgestellt wurde auch

die aktuelle Studie der TU Ilmenau zu Bedienkonzepten von HbbTV-Diensten. Sie wurde von der TV-Plattform in Auftrag gegeben und hat zum Ziel, die Benutzerführung dieser Dienste nutzerfreundlich zu gestalten. „Schlecht produzierte 3DTV-Inhalte schaden dem dreidimensionalen Fernsehen“, warnte Dr. Westerkamp, Vorstandsmitglied der Deutschen TV-Plattform und Leiter der AG 3D-HD-TV, in seinem Vortrag im TecWatch-Forum. „Die Qualität der 3DTV-Angebote ist letztlich die Grundlage einer erfolgreichen Markteinführung“, betonte er vor fast 100 Zuhörern am 3D-Tag im Innovationszentrum der IFA 2011. Er verwies auf den neuen „Einkaufsführer 3D-Geräte“ - eine Kooperationsbroschüre von BVT, gfu, ZVEI und Partnern wie der Deutschen TV-Plattform. Während der gesamten IFA bot die Deutsche TV-Plattform im TecWatch in Halle 11.1 am Stand 11 Einblick in die neuen Möglichkeiten von Digital-TV. Im Mittelpunkt standen die wachsende HDTV-Vielfalt, erste 3DTV-Programmangebote sowie verschiedene Formen von Smart-TV, insbesondere HbbTV-Dienste. Das weltweite DVB-Projekt als Mitausteller klärte über die digitalen Standards der 2. Generation auf.

Präsent in München

Bei den 25. Münchner Medientagen (19. – 21. Oktober 2011) nahm die Deutsche TV-Plattform mit einem eigenen Stand teil. Er war Informationszentrum für Digital-TV und Treffpunkt für Fachgespräche. Auch beim dreitägigen Kongress waren Experten und Vorstände der Deutschen TV-Plattform in den zahlreichen Diskussionsrunden engagiert.

Neuer Web-Service

Mit drei neuen Funktionen erweitert die Deutsche TV-Plattform das Service-Angebot ihres Webauftritts. Mitglieder von Social Networks wie Facebook oder Xing haben künftig die Möglichkeit, über eine Bookmarkleiste interessante Inhalte in www.tv-plattform.de ihren Freunden direkt per Klick mitzuteilen. Die neue Rubrik Fotogalerie im Menü „Aktuelles“ bietet Einblicke in Aktivitäten der TV-Plattform. Um das wachsende Interesse an Broschüren, Flyern und anderen Materialien besser befriedigen zu können, gibt es im Menü Dokumente nun eine Bestellrubrik.

IN EIGENER SACHE

Nach Auswertung unserer Leserbefragung seit Anfang 2011 wird die Deutsche TV-Plattform die Erscheinungsweise ihres Informationsblattes für Handel und Verbraucher ab 2012 flexibler gestalten. Um künftig noch aktueller und zugleich hintergründiger über digitales Fernsehen zu informieren, gibt es die „TV Zukunft“ künftig zwei bis drei Mal im Jahr zu Schwerpunktthemen als gedruckte Ausgabe. Diese Ausgaben werden weiterhin über die Fachmagazine Infosat, Digitalfernsehen, CE-Markt, FKT und Astra aktuell als Beileger, sowie per Post im Einzelversand für Abonnenten kostenlos vertrieben. Sie sind wie bisher auch im Webauftritt verfügbar und werden als PDF per Mail an Abonnenten versandt. Dazwischen erscheint die „TV Zukunft“ je nach aktuellem Anlass zusätzlich als rein elektronische Ausgabe. Diese wird per Mail als PDF an alle Interessenten verschickt und steht unter www.tv-plattform.de in nutzerfreundlicher Form als E-Paper zur Verfügung. Bei Interesse schreiben Sie eine mail an presse@tv-plattform.de.

Ein Informationsdienst der Zeitschriften CE-Markt, FKT, InfoSat und Digitalfernsehen.

Auflage: 48.500 Exemplare. Herausgeber: Deutsche TV-Plattform e. V., c/o ZVEI, Postfach 70 12 61, 60591 Frankfurt. V.i.S.d.P.: Carine Chardon, Geschäftsführerin. Redaktion: Holger Wenk, Pressesprecher, c/o KonzeptW, Chemnitzer Str. 74M, 12621 Berlin, Tel: (030) 47 01 88 82; Fax: (030) 998 51 74; E-Mail: wenk@tv-plattform.de, www.tv-plattform.de. Gestaltung: Petra Dreßler, Berlin; Fotos: Bärbel Rechenbach, Danny Kurz, Deutsche TV-Plattform; Druck: Druckteam Berlin