

## GASTKOMMENTAR

### Comeback des Triple Play!

*Es gibt wohl kaum ein Land, in dem die Begriffe „TV-Plattform“ und „TV-Kabel“ enger miteinander verbunden sind als in Deutschland. Denn mit 20 Millionen angeschlossenen Haushalten ist und bleibt der deutsche Kabelmarkt etwa dreimal so groß wie der nächstgrößere in Europa. Und dies – das wird oft vergessen – trotz eines guten und günstigen Satellitenangebots, das weltweit beispiellos ist.*

*Es ist eine Legende, wenn behauptet wird, die deutschen Kabelnetzbetreiber würden bei der Digitalisierung hinterherhinken. Nur weil wir im Interesse der Zuschauer simultan Programme auch noch analog verbreiten, liegen wir nicht zurück. Die Situation ist in anderen erfolgreichen Kabelländern wie USA, Niederlande, Schweiz oder Belgien keine andere. Gerade bei der Vielfalt von Programmplattformen haben wir enorme Fortschritte gemacht: Mit Kabel Digital, dem tividi-Angebot von isb/iesy und dem von der ANGA initiierten Eutelsat-Kabelkiosk existieren inzwischen sogar drei unabhängige Digitalplattformen mit einer Vielzahl von zusätzlichen PayTV-Angeboten.*

*Auch beim Breitbandinternet sind wir große Schritte vorangekommen. In allen Teilen Deutschlands entstehen fast täglich neue interaktiv ausgebaute Anschlussbereiche. Heute besteht unter allen Kabelunternehmen ein breiter Konsens: Breitbandkabel und Breitbandinternet gehören nicht nur dem Namen nach untrennbar zusammen.*

*Schließlich hatten wir im gerade abgeschlossenen Jahr ein besonders erfreuliches Come Back zu verzeichnen: Mit dem Siegeszug der Internettelefonie kehrt nun sogar das berühmte Triple Play zurück. Wer hätte nach dem Scheitern der hochfliegenden Pläne von Callaban & Co. zu hoffen gewagt, dass dieses Schlagwort in so kurzer Zeit wieder aktuell wird.*

*Mit der Aufrüstung der Netze ist die wichtigste Grundlage für die digitale Nutzung geschaffen. Und dass wir bei der Ausstattung mit digitalen Endgeräten noch über 15 Millionen Kabelhaushalte vor uns haben, sollte doch gerade für die Industrie eine gute Botschaft sein. Lassen Sie uns dieses Potenzial gemeinsam erschließen!*

Dr. Peter Charissé,  
Geschäftsführer der ANGA Verband  
Privater Kabelnetzbetreiber e.V.



Dr. Peter Charissé

## Symposium 2006 der Deutschen TV-Plattform

### Ergänzung oder Verdrängung?

#### IPTV und MobileMedia schaffen neue Märkte

Was vor gut einem Dutzend Jahren als Erneuerung der Technik begann, führt inzwischen zu einer grundlegenden Neuordnung der gesamten Fernsehwelt: Die Digitalisierung. Als Folge drängen neue Wettbewerber in die Märkte, bisher eigenständige Branchen wachsen zusammen, das Fernsehen wird mobil und mutiert zum „Unterwegs“-Fernsehen, aber auch zum interaktiven „Mitmach“-Medium und Telefon- und Internetanbieter blasen mit IPTV zum Angriff auf die Breitbandkabelwelt.

Mit DSL gibt es einen weiteren Übertragungsweg für TV- und Multi-Media-Angebote, von dem Experten glauben, daß er große Chancen hat und sich auch in Deutschland rasch durchsetzen wird. Durch DVB-T, DVB-H und DMB wird das Fernsehen mobil und kann künftig auch unterwegs genutzt werden, sei es in Fahrzeugen oder auf „Handheld“-Geräten, die man bequem in der Jackentasche bei sich tragen kann.

#### Symposium 2006: IPTV und MobileMedia im Mittelpunkt

Beide neuen Techniken – da sind sich die Experten einig – werden im gerade begonnenen Jahr im Mittelpunkt der Entwicklung stehen und durch das Fußball-Ereignis WM 2006 einen zusätzlichen Schub erfahren. Genau diese Themen sind auch die Kernthemen für das 15. Symposium der Deutschen TV-Plattform, das am 16. Februar in Berlin (Messe Gelände, Halle 7.3) stattfinden wird.

In der eintägigen Kongressveranstaltung informieren und diskutieren Experten aus der Medienwirtschaft wie auch von den neuen Marktteilnehmern, z.B. aus der Mobilfunkzene,



Podiumsdiskussion zum Thema HDTV beim 14. Symposium der TV-Plattform im Februar 2005 in Stuttgart

über Technik und Inhalte, Strategien und Szenarien.

Dabei stehen neben Grundsatzbeiträgen auch Informationen über aktuelle internationale Aktivitäten z.B. bei IPTV, die Ausbaupläne von T-Online in Deutschland sowie die Frage, ob es sich beim „Internet-Fernsehen“ regulatorisch gesehen um ein „Fernseh“- oder ein „Dienste“-Angebot handelt, auf dem Programm. *Weiter auf S. 4*

#### THEMEN

► Ausblick 2006	S. 2
► Workshop „M3“	S. 3
► CeBIT oder IFA?	S. 4
► Blick in die USA	S. 4

## Webseiten zu DVB-H

Zwei neue Internetseiten informieren über alles Wissenswerte rund um das digitale und mobile Antennenfernsehen DVB-H: Zum einen die offizielle Seite des DVB-Projektes: [www.dvb-h-online.org](http://www.dvb-h-online.org). Sie bietet Informationen zu Technik, Diensten und Produkten einschließlich einer Übersicht über alle aktuellen DVB-H Testprojekte und Regeldienste weltweit.

[www.hig-info.tv](http://www.hig-info.tv) ist das Informationsportal der DVB-H Interest Group (HIG). Hier geht es um Pilotprojekte, Entwicklungen der Gerätehersteller, Meinungen von Sendern und Netzbetreibern sowie um medienpolitische Entscheidungen. In Deutschland, Europa und dem Rest der Welt. [www.dvb-h-online.de](http://www.dvb-h-online.de); [www.hig-info.tv](http://www.hig-info.tv)

## Ausblick 2006

### Die Branchenthemen im Überblick

Turbulent und hektisch zeigt sich die Welt der digitalen Medien zum Jahresbeginn 2006: Die Digitalisierung hat nicht nur der Branche im abgelaufenen Jahr einen soliden Marktaufschwung beschert, sondern wird auch im vor uns liegenden Jahr die Beteiligten mit vielen Neuerungen und Veränderungen in Atem halten. Da fällt es manchmal schwer, über den eigenen Gesichtskreis hinaus die Gesamtlage zu erfassen und keines der vielen Themen aus dem Auge zu verlieren. Die folgende Aufstellung, entstanden auf der Basis eines Empfehlungspapiers des Vorstands der Deutschen TV-Plattform für die „Initiative Digitaler Rundfunk“ (IDR) der Bundesregierung, versucht, einen kurzen Überblick über die wichtigsten Themen des Jahres 2006 zu geben. Dabei wird sowohl der jeweilige aktuelle Status kurz beschrieben als auch die dringendsten Aufgaben bezeichnet, die in nächster Zeit zur Lösung anstehen.



Dr. Michael Thiele,  
Leiter Kommunikation  
und Öffentlichkeitsarbeit  
der TV-Plattform

Und der Themen gibt es viele: Fernsehen ist nicht mehr nur die Glotze im Wohnzimmer, Fernsehen wird per HDTV zum Heimkino, aber auch – auf dem Handy – zum Unterwegsfernsehen. Die Kabelnetzbetreiber werden von den Telefongesellschaften mit Fernsehen via DSL angegriffen und wollen, nicht zuletzt deshalb, endlich vorankommen mit der Digitalisierung. Erster Schritt: Der Deal zwischen Kabel Deutschland und der RTL-Gruppe. DVB-T, mit großem Erfolg gestartet, wird jetzt von den Privaten in Frage gestellt. Die Heimvernetzung hält sich hartnäckig als imaginärer Tummelplatz, auf dem die Microsofts und Intels immer wieder aufs Neue versuchen, die klassische CE-Industrie aus dem Markt zu drängen. Und schließlich: Fernsehen wird interaktiv, wenn auch nur mühsam und zögerlich. Aber damit nicht genug: Auch die Klärung von Fragen wie z.B. des Kopierschutzes digitaler Inhalte (CP/DRM) oder nach der künftigen Frequenzpolitik im terrestrischen Bereich und nach Möglichkeiten zu EU-konformen Maßnahmen zur Marktunterstützung stehendringend an.

#### Digitalisierung des Kabels

In die Digitalisierung des Kabelfernsehens ist zweifach Bewegung gekommen: Zum einen haben sich noch im Dezember vergangenen Jahres Kabel Deutschland (KDG) und die RTL-Gruppe (RTL, RTL II, SuperRTL, Vox und n-tv) darauf geeinigt, die Programme der RTL-Senderkette von Januar an digital mit Grundverschlüsselung im Kabel zu verbreiten. Zusätzlich sicherte sich RTL Platz im Kabel für neue Bezahlangebote (s. auch Seite 4: „Der Coup von RTL“). Zum anderen hat auch der überraschende Coup von ish und easy, mit der eigens gegründeten Marketingfirma „Arena“ die Bundesligarechte für die nächsten drei Jahre zu kaufen und damit in die Anbieterrolle zu schlüpfen, Bewegung in die verkrusteten Strukturen gebracht.

Das ist aber nur der erste Schritt: Nach wie vor liegt der Digitalanteil im Kabel bei weniger als zehn Prozent und so ist es die dring-

lichste Aufgabe, ein umfassendes Szenario zur Digitalisierung der Breitband-Kabelnetze für alle Sender und Programme zu erstellen. Dies hat große wirtschaftliche Bedeutung, beziehen doch immer noch mehr als die Hälfte aller Zuschauer ihre Programme über die heutigen Breitband-Kabelnetze. Und deren Betreiber brauchen dringend Wertsteigerungen, sind sie doch in der Hand internationaler Finanzinvestoren, die die Kabelfirmen an die Börse bringen wollen.

#### IPTV (Fernsehen über DSL)

Derweil kommt Wettbewerbsdruck auch von anderer Seite: Fernsehen über die Telefonleitung setzt sich als zusätzlicher Übertragungsweg immer mehr durch. In einigen Ländern gibt es schon heute entsprechende Regeldienste mit wachsender Zahl von Teilnehmern. In Deutschland plant T-Online bereits in diesem Jahr den zügigen Ausbau von Breitband-DSL-Anschlüssen mit bis zu 50 Mbit/s Übertragungsraten. Technisch sind damit auch HDTV-Übertragungen möglich, „Triple Play“ gehört praktisch zur Grundausstattung. Damit zeichnet sich ein intensiver Wettbewerb mit den klassischen Kabelnetzbetreibern ab.

Derzeit anstehenden Aufgaben sind die Klärung der medienrechtlichen Rahmenbedingungen und die Festlegung offener Standards und Schnittstellen.

#### MobileMedia

„MobileMedia“ sind auf dem Weg, nach dem Fernsehen (1930) und dem Internet (1990) das nächste Massenmedium zu werden. Das neue Medium ergibt sich aus der Konvergenz von Fernsehen, Internet und Mobilkommunikation und gewinnt derzeit weltweit rasant an Interesse. Allerdings gibt es bei dieser Entwicklung großen Koordinierungsbedarf, drängen doch Marktteilnehmer aus völlig unterschiedlichen Bereichen, die bisher eigenständig in unabhängigen Märkten operierten, auf einen gemeinsamen Markt. Dementsprechend sind auch, bevor das Handy-

Fernsehen zum Alltag gehört, noch wichtige Fragen zu klären, allen zuvorderst, ob es sich dabei um „Rundfunk“ oder einen „Medien dienst“ handelt (s. dazu auch: „Workshop für einen Milliardenmarkt“ auf S. 3)

#### Copy Protection, Digital Rights Management (CP/DRM)

Die Themen „Kopierschutz“ und „Rechte-Management“ gewinnen mit zunehmender Digitalisierung der Medien und dem Vordringen von HDTV immer größere Bedeutung. Sie sind eng miteinander verbunden und haben sowohl technische als auch juristische und politische Aspekte. Auf europäischer Ebene gibt es seit mehreren Jahren entsprechende Gesetzesinitiativen. Darüber hinaus erscheint eine weltweite Abstimmung und Angleichung dringend geboten.

Vordringlichste Aufgabe ist es, juristisch wie auch technisch möglichst bald Klarheit zu schaffen, wie eine zukünftige Lösung aussehen soll. Die Deutsche TV-Plattform plant, diesen Fragen in einem Workshop (voraussichtlich im Frühsommer) nachzugehen.

#### HDTV: High Definition TV

Mit dem Aufkommen der großen Flachdisplays ist auch das Thema HDTV wieder aufgelebt und war eines der Kernthemen der Branche im vergangenen Jahr. Mittlerweile sind die wichtigsten Fragen der Technik und der Standardisierung geklärt. Die Industrie hat intensive Marketing-Maßnahmen (u.a. *HReady*, *HD TV*Logo) umgesetzt; in den nächsten Monaten werden auch die erforderlichen Empfangsgeräte am Markt verfügbar sein. Für einen erfolgreichen Marktstart sind jetzt in erster Linie die Programmanbieter gefordert.

Wichtigste Aufgabe ist derzeit die Lösung der noch offenen Frage nach der Funktion des Kopierschutz-Mechanismus.

#### Digitale Terrestrik (DVB-T)

Die Analog / Digital-Umstellung des terrestrischen Fernsehens hat sich schneller und erfolgreicher vollzogen als zunächst erwartet: Von den ursprünglich geplanten sieben Ballungszentren haben mittlerweile sechs die Umstellung vollzogen, das bisherige analoge PAL-Fernsehen ist in diesen Regionen komplett abgeschaltet. Damit konnten Ende 2005 bereits mehr als 48 Mio. Einwohner das neue digitale Antennenfernsehen empfangen, das sind rund 60 Prozent der Einwohner Deutschlands.

Als nächster Schritt steht jetzt die weitere Ausdehnung des Versorgungsbereichs „in die Fläche“ an. ARD und ZDF haben ihre diesbezügliche Absicht offiziell erklärt und die Planungen bereits aufgenommen, während die Privaten diesen Schritt aus Kostengründen

derzeit (noch?) nicht vollziehen können. Neben der reinen DVB-T und DAB-Übertragung können die digitalen terrestrischen Netze auch zur Übertragung neuer mobiler Dienste mit DVB-H / DMB genutzt werden (s. dazu „MobileMedia“). Zu den noch zu lösenden Aufgaben zählt insbesondere die Bereitstellung der dafür erforderlichen Frequenzen (– welche? – wann? – wofür? – wie?).

#### Heimvernetzung (Home Entertainment)

Seit Jahren schon ist das Wohnzimmer mit Fernseher und HiFi-/Surround-Anlage das Ziel heftigster Begehrlichkeit der Computerbranche. Jedes Jahr auf Neue versuchen Microsoft, Intel & Co. dieses lukrative Marktsegment der CE-Industrie abzugewinnen – bisher ohne durchschlagenden Erfolg. Zu unterschiedlich sind derzeit noch die jeweiligen Konzepte.

Neuester Anlauf: Die neue Viiv-Technologie der Intel Digital Home Group. Dabei handelt es sich um einen Dual-Kern-Prozessor, speziell konzipiert für kompakte Unterhaltungs-PCs mit Fernbedienung und dem Microsoft-Betriebssystem „Windows Media Center Edition“. Auch die Spielebranche ist dem Kinderzimmer längst entwachsen und drängt mit Geräten wie der PlayStation 3 von SONY oder der Xbox 360 von Microsoft ins Wohnzimmer. Moderne Spiele erreichen einen vor wenigen Jahren noch nicht für möglich gehaltenen Realitätsgrad.

In Deutschland gibt es darüber hinaus vielfältige Ansätze, nicht nur die Computer- und Spielewelt zu integrieren, sondern – wenn schon, denn schon, das verlangt die deutsche Gründlichkeit ;) – gleich auch noch die Haushaltstechnik (Kaffeemaschine, Kühlschrank, Waschmaschine, ... ) und die Sicherheitstechnik (TV-Überwachung, Fensterläden, etc...!) Mit der jährlichen Kongressmesse *e/home* (nächster Termin: 19. bis 21. Oktober 2006) versucht die MesseBerlin, diese Aktivitäten voranzubringen und zu bündeln.

#### Interaktives Fernsehen und neue Programmformate

Das interaktive Fernsehen kommt, insbesondere in Deutschland, nur schleppend in Gang. Das gilt grundsätzlich auch für andere neue Programmformate, die durch die Digitalisierung möglich geworden sind. Die Deutsche TV-Plattform hat vor kurzem ein internes „Perspektivpapier zum interaktiven Fernsehen“ unter Mitwirkung von Landesmedienanstalten erstellt, das im November mit Vertretern der Länder und der IDR diskutiert wurde. Wichtigste Aufgabe ist es, wie auch in anderen europäischen Ländern marktunterstützende Maßnahmen zu initiieren, die das hier besonders hartnäckige Henne-/Ei-Problem lösen helfen.

# Workshop zu einem Milliardenmarkt

## Fernsehen und MultiMedia Mobil in Deutschland: Szenario 2006

Natürlich gingen die Meinungen weit auseinander: Rundfunkanstalten, Industrie und Mobilfunkbetreiber wollen zwar möglichst schnell einen neuen gemeinsamen Markt für mobiles Fernsehen und MultiMedia schaffen und damit neue Einnahmequellen erschließen, aber über das Wie sind sie sich noch lange nicht einig. Grund genug für die Deutsche TV-Plattform, die Beteiligten an einem Tisch zusammenzubringen und noch im Dezember letzten Jahres mit hochkarätigen Teilnehmern einen Workshop zu diesem Thema in Berlin zu veranstalten.

Es geht um einen riesigen Markt. So legte die Goldmedia GmbH mit „Mobile TV 2010“ kurz vor dem Workshop eine Studie zur Entwicklung von Mobile TV in Deutschland vor. Danach ist für Handy-TV offenbar mit breiter Akzeptanz zu rechnen. Im realistischen Falle geht die Studie von einem – über Tests hinausgehenden – Marktstart im Jahr 2007 aus. Für 2010 prognostiziert Goldmedia einen Umsatz auf Ebene der Endkunden von rund 450 Millionen Euro.

### Sportereignisse als Initialzündung

Zum Start stehen mit DVB-H (Digital Video Broadcasting via Handheld) und der DMB-Technik (Digital Multimedia Broadcasting) zwei Systeme bereit. Grundsätzlich – so ein Systemvergleich von T-Systems, sind beide Systeme geeignet, DMB ist im Prinzip sofort verfügbar, DVB-H bietet mehr Programmkapazität.

Die für die Zuteilung der Frequenzen zuständigen Landesmedienanstalten werden für beide Formate ausgiebige Tests initiieren. So haben beispielsweise die Landesmedienanstalten der fünf norddeutschen Länder Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein einen gemeinsamen Projektrat DVB-H gebildet und wollen den Weg für mobiles Fernsehen auf dem Handy ebnen: Zunächst mit „Insellösungen“ zur Fußball-WM. Bayern und Baden-Württemberg dagegen testen demnächst DMB. Bereits in diesem Jahr begann ein Probelauf in Regensburg. Weitere Pilotprojekte, u.a. Hessen und dem Saarland sind für 2006 geplant.

### Hardware bereits „zum Anfassen“

Für alle Systeme gibt es Geräte bzw. sie sind für 2006 angekündigt. Dies wurde übereinstimmend von den Vertretern von BenQ, Nokia wie auch Samsung berichtet. Dabei handelt es sich sowohl um Mobiltelefone als auch um PDAs (Personal Digital Assistents), in die die Technik zum

TV-Empfang integriert ist. Auch UMTS-Mobiltelefone spielen bereits eine Rolle als „Fernseher zu Mitnehmen“. Der Trend geht, glauben Experten, langfristig zu „Alleskönnern“, mit Telefon, Videogames, Internetzugang, e-Mail, Fax, Kamera, Musikwiedergabe, Radio- und TV-Empfang.

Was die Programme oder – allgemeiner – die „Inhalte“ für die mobile Nutzung betrifft, wird leidenschaftlich diskutiert. Daß hier viel Kreativität gefordert ist und Neuland betreten werden muß, mag niemand bestreiten



Dr. Helmut Stein, Mitglied des Vorstandes der Deutschen TV-Plattform, war Initiator und Moderator des Workshops „M3“ zugleich.

(allenfalls den vermeintlich schwerfälligen großen Anstalten absprechen). Einerseits wird ein Bedarf für spezielle (kurze und informative) Angebote angemahnt, möglichst auch mit Rückkanal zur Anforderung von Auskünften oder Bestellung von Waren. Andererseits machen Untersuchungen bei Konsumenten in Europa und Asien deutlich, daß die beliebtesten TV-Programme zugleich auch beim Mobil-TV ganz vorne liegen.

### Unterschiedliche Marktmodelle

Aktuellste Entscheidung hierzulande: Die ARD sieht „Fernsehen für unterwegs“ als eine „zeitgemäße Anpassung an die technische Entwicklung“ und will es „so bald wie möglich“ realisieren, um, so Dr. Oliver Werner (WDR) beim Workshop, „einem breiten Publikum auch unter neuen technischen Bedingungen einen freien Zugang zu medien-spezifischen, öffentlich-rechtlichen Programmangeboten zu ermöglichen“.

Dagegen gabs entschiedenen Protest von den Privaten, beim Workshop vertreten durch Ursula Adelt,

Geschäftsführerin des Verbandes Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT): „Wir sind nicht in der Lage, den Technikumstieg und die Diversifikation der Programme und Übertragungswege aus Werbeeinnahmen zu finanzieren“, entgegnete sie und forderte deshalb eine Grundverschlüsselung, um „über eine gebührenpflichtige Freischaltung der Programme neue Geschäftsmodelle schaffen und auf den Markt bringen zu können.“

Ganz anders wiederum die Position der Mobilfunkbetreiber, wie z.B. T-Mobile oder Vodafone. Für sie „macht es keinen Sinn, auch nur einen einzigen Euro zu investieren“ (Bernhard von Canstein, Vodafone), sollte es „nur“ um eine kostenlose Verbreitung herkömmlicher Fernsehprogramme gehen. Für die Mobile Operators spielt vielmehr der Mobilfunkstandard UMTS eine Vorreiterrolle beim „Handy-TV“ in Deutschland, weil er sowohl die individuelle Ansprache des Kunden als auch Interaktivität erlaubt. Für die Fußballweltmeisterschaft sind mehrere entsprechende Aktivitäten angekündigt.

Einig ist man sich allerdings in einem: Ein Ereignis wie die Fußball-WM 2006 bietet eine ideale Plattform, um Mobil-TV voranzubringen. Experten sehen den endgültigen Durchbruch – dann vor allem auch in den großen Ländern Asiens – im Zusammenhang mit den olympischen Spielen 2008 in China.



Die Teilnehmer des Abschlußpanels (von li nach re): Dr. Georg Lütteke, Prof. Claus Sattler, Dr. Chris Weck, Richard Frischholz, Ingrid Walthber, Dr. Helmut Stein, Michael Albrecht, Jürgen Sewczyk und Ursula Adelt.

### Vom Mobiltelefonmarkt lernen

Geschäfts- und Marktmodelle müssen selbstverständlich vom Kunden, seinen Vorstellungen und Wünschen ausgehen. Daher empfehlen Experten, von Vorbildern auszugehen, die sich beim Konsumenten als erfolgreich erwiesen haben.

Das könnte für ein Marktmodell sprechen, das sich in der Mobiltelefonie bewährt hat. Dort sind bekanntlich die Endgeräte („Handys“) preiswert, weil sie subventioniert werden. Die Einnahmen dagegen werden über die Nutzung der Dienste erzielt, wobei die Höhe der Gebühren vertraglich vereinbart werden kann.

Vieles ist bei Mobil-Media auf dem Weg, erste Produkte kann man bereits in der Hand halten. In der abschließenden Diskussionsrunde „Startszenario 2006“ wurde erneut deutlich, wie weit die Vorstellungen derzeit (noch?) auseinander gehen.

Bemerkenswert offen wurde dabei auch angesprochen, daß beispielsweise die Berliner DVB-H-Initiative, ursprünglich eine international vielbeachtete Pioniertat, mangels Engagement von Seiten der Beteiligten gegenüber anderen europäischen Projekten ins Hintertreffen zu geraten droht.

Freilich: Zwischen den Zeilen war überall zugleich Gesprächsbereitschaft herauszuhören. Denn noch gibt es viele offene Fragen:

- Welche Netze / Frequenzbereiche sind am besten geeignet?
- Welche Anwendungen versprechen wirtschaftlichen Erfolg?
- Wer liefert welche Inhalte?
- Wie müssen die Geschäftsmodelle ausgestaltet werden?
- Wer kassiert von wem und wofür?
- Welche Chancen haben DMB, DVB-H und UMTS?

In der Deutschen TV-Plattform werden diese Fragen in der Arbeitsgruppe „MultiMedia Mobil“ (M3) weiter intensiv diskutiert. Und so konnte Dr. Helmut Stein, Leiter der Arbeitsgruppe „M3“ und Initiator des Workshops, diesen mit der Überzeugung schließen, daß aus den vielen Einzelaktivitäten bei Geräten, Inhalten und Projekten, die im Laufe der Veranstaltung sichtbar geworden sind, am Ende doch eine gemeinsame Strategie zur Entwicklung und Erschließung dieses neuen Zukunftsmarktes werden könnte.



## CeBIT oder IFA?

Beispiel für praktizierten Wettbewerb



Jetzt ist es also soweit: Die Macher der CeBIT, der weltgrößten Computermesse aus Hannover blasen zum Generalangriff auf die Berliner Funkausstellung (IFA). Mit der in diesem Jahr erstmals parallel zur CeBIT stattfindenden „digital living by CeBIT“ (Halle 27) soll das gesamte Spektrum der Unterhaltungselektronik an die CeBIT angegliedert werden.

Aber auch die Macher der Funkausstellung waren nicht untätig: Bereits im Oktober letzten Jahres, nur wenige Wochen nach Schliessung der Pforten der überaus erfolgreichen IFA 2005, entschieden die Veranstalter, die IFA ab 2006 auf einen jährlichem Rhythmus umzustellen! Obwohl das Thema seit Jaaaahren (!) diskutiert wurde, gaben sich manche der Beteiligten dennoch überrascht: Bislang ist deshalb noch nicht klar, wie viele der Aussteller diesem Ruf auch folgen werden – zu spät war auch die Entscheidung gefallen, als daß alle Unternehmen rechtzeitig ihre Jahresbudgets noch hätten darauf einrichten können.

Sicher ist aber eines: Einen jährlichen Turnus – CeBIT im März und IFA im August/September – das werden sich die meisten Unternehmen nicht leisten können. Und schon beginnt, die Spreu vom Weizen sich zu trennen: Die einen gehen mit Traraaa zur CeBIT, andere haben ihre Teilnahme abgesagt und wollen sich ganz auf die IFA konzentrieren. Wir

sind gespannt, zu welcher Seite das Pendel sich neigen wird und vor allem: wie die Besucher sich entscheiden werden?

TV Zukunft wird dieses Thema weiterhin verfolgen und in den nächsten Ausgaben sachlich und neutral über alle wichtigen Facts und Trends berichten.

### digital living by CeBIT

„Digital Living“ ist eine eigene Veranstaltung, die in diesem Jahr erstmals zeitgleich mit der CeBIT stattfindet, aber unabhängig von der CeBIT besucht werden kann. Sie soll zeigen, welchen Einfluss die moderne Technik auf unser Leben hat. Dabei setzt man auf „emotionale Erlebniskultur und praktischen Wissenstransfer“. Präsentiert werden sollen „authentische Erlebniswelten wie HDTV, Heimkino, Foto, HiFi, Telekommunikation, Navigation, Mobile Computing und Gaming“. Der Eintritt kostet zehn Euro, für CeBIT-Besucher ist der Einlass kostenlos. [www.cebit.de](http://www.cebit.de)

### Blick in die USA

## Microsoft läutet nächste Runde ein



Die Vision einer immer mehr vernetzten, multimedialen Zukunft mit dem Computer im Mittelpunkt skizzierte Bill Gates bei seinem mittlerweile zehnten Auftritt (!) als „pre show keynote speaker“ auf der CES, der größten Fachmesse für Unterhaltungselektronik Anfang Januar in Las Vegas.

Im Gegensatz zu Europa, wo die „Unterhaltungselektronik“ nach wie vor von den großen Fernsehherstellern dominiert wird, sind es in den USA die Unternehmen der Computerbranche, die den Ton angeben – mit digitalen Musikspielgeräten, DVD- und HD-Laufwerken, mit Musik- und Filmangeboten aus dem Internet, ja sogar Videospielekonsolen, wie z.B. der neuen Xbox 360 von Microsoft. Durch das Zusammenspiel von Hardware, Software und Online-Angeboten soll eine neue Dimension des „Home Entertainments“ eröffnet werden. Aber auch Internet-Dienstleister, wie

z.B. Google und Yahoo, hatten auf der diesjährigen CES erstmals große Auftritte und machten deutlich, daß auch sie ein Wörtchen mitreden wollen bei der Verteilung des künftigen Marktes der „Consumer Electronics“. So kündigte z.B. Google-Gründer Larry Page einen Fernsehfilm-Suchdienst für Bezahlhalte an, und nach Aussage von Yahoo-Chef Terry Semel ist das Internet „nicht eine Webseite oder ein (PC-) Schreibtisch, sondern eine Infrastruktur für Kommunikation, Erlebnisse, Unterhaltung und andere denkbare Anwendungen.“ Mehr Infos unter: [www.cesweb.com](http://www.cesweb.com)

### Fortsetzung von Seite 1 Ergänzung oder Verdrängung?

Der Nachmittag ist ganz dem mobilen Fernsehen gewidmet. Das Thema ist hochaktuell, wird doch die Informationsgesellschaft immer mehr zu einer Mobilen Informationsgesellschaft und bietet gerade dieser Bereich – wie kein anderer sonst – die Chance, die seit Jahren diskutierte „Konvergenz“ verschiedener Medien jetzt auch in der Praxis zu vollziehen.

Das aktuelle Programm sowie die Teilnahmebedingungen und Anmeldeunterlagen stehen auf der Webseite der TV-Plattform ([www.tv-plattform.de](http://www.tv-plattform.de)) zur Verfügung; alternativ können sie beim Referat Öffentlichkeitsarbeit (Fax: 030/88.67.96.93) angefordert werden. [info@tv-plattform.de](mailto:info@tv-plattform.de)



Rund 120 bis 140 Teilnehmer nutzen das jährliche Symposium der TV-Plattform zur Information und Kommunikation. Bild: Szene vom Symposium 2003

### Hinweise zur Veranstaltung

Das Symposium beginnt um 10.00 Uhr und endet gegen 16.30 Uhr, so dass keine Übernachtung erforderlich ist: An- und Abreise sind von nahezu jedem größeren Ort der Bundesrepublik am gleichen Tag möglich.

Für die Teilnahme wird ein Kostenbeitrag von € 490,- erhoben (Mitglieder der TV-Plattform: 250,- €, jeweils incl. MwSt.). Der Beitrag schließt die Kongressunterlagen sowie Pausengetränke und das Mittagbuffet ein.

### Das Wichtigste in Kürze:

15. Symposium 2006 der TV-Plattform  
**Ergänzung oder Verdrängung?**  
IPTV und MobileMedia schaffen neue Märkte

am: **Donnerstag, 16. Februar 2006**  
(10.00 bis ca. 16.30 Uhr)

Ort: **Berlin, Messegelände, Halle 7.3**

Weitere Infos unter: [www.tv-plattform.de](http://www.tv-plattform.de)

## Der Coup von RTL

RTL-Programme jetzt auch digital im Kabel

**In die Digitalisierung des Kabel, lange Zeit das Sorgenkind der Branche, ist Bewegung gekommen: Am 22. Dezember letzten Jahres schlossen RTL und Kabel Deutschland (KDG) eine Vereinbarung, die Programme der RTL-Gruppe (RTL Television, VOX, RTL2, Super RTL und n-tv) ab Jahresbeginn in 13 Bundesländern auch digital im Kabel zu verbreiten.**

Die Programme werden mit einer sogenannten „Grundverschlüsselung“ versehen, d.h. der Zuschauer benötigt für den Empfang einen Digitalreceiver mit CA-System (Conditional Access) und eine Smartcard. Für diese Smartcard soll ein einmaliges Freischaltentgelt, jedoch keine laufenden Gebühren erhoben werden.

Zusätzlich zu den bestehenden Free-TV Programmen der RTL-Senderfamilie ist auch der Start von Spartenkanälen und neuen Pay-TV Angeboten auf der Kabel-Digital-Home-Plattform geplant. Besonders auf diese neuen Programmformate setzen die Pro-

grammmacher ihre Hoffnungen, sollen doch damit neue Erlösquellen erschlossen werden: „Wir erwarten in Zukunft eine noch viel größere Programmvelfalt, zahlreiche neue Spartenkanäle für die verschiedensten Interessen und interaktive Angebote“, kommentierte Anke Schäferkordt, Chefin der deutschen RTL-Senderfamilie, die Vereinbarung.

Es bleibt abzuwarten, ob und wann sich andere Sender/Sendergruppen dieser Lösung anschliessen werden.

### TVZukunft

Ein Informationsdienst der Zeitschriften CE-Markt, FKT und InfoSat  
Herausgeber:

Deutsche TV-Plattform e. V., c/o ZVEI,  
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](http://www.tv-plattform.de)  
Gestaltung: HWGemmecke Hamburg  
Auflage: 42.000 Exemplare