

EDITORIAL

Marktbelebung

Wieder einmal bewahrheitet sich die alte Weisheit „Innovationen beleben den Markt“. Zur Zeit erleben wir das gerade am Beispiel von HDTV: Im vergangenen Jahr permanent im Mittelpunkt der Ankündigungen der einschlägigen Fach-, häufig aber auch der Tages- und Wirtschaftspresse, hat sich HDTV inzwischen zu einem wichtigen Marktfaktor entwickelt. Wertmäßig haben die Verkäufe der großen Flachbildschirme bereits im vergangenen Jahr die herkömmlichen Fernsehgeräte übertroffen, und seither wächst dieses Marktsegment un-
aufhörlich weiter, wobei mittlerweile fast alle Bildschirme über 26 Zoll „HDready“ sind.

Solch ein Erfolg läßt den Deutschen Michel natürlich nicht ruhen: Man möchte fast sagen: „Planmäßig“ erschienen die Rufer und Bedenken-träger auf der Szene und glauben, nicht nur ein Haar in der Suppe gefun-
den zu haben. Sie monieren die langsame Einführung bei den Programmen, daß die Empfangsgeräte zu spät in den Markt kämen und der vorgesehene Kopierschutz nicht richtig funktioniere.

Es hat aber niemals jemand behauptet, für HDTV brauche man nur einen Schalter umzulegen und alle Welt erlebe fortan ein neues Fernsehzeitalter. Die Deutsche TV-Plattform hat schon frühzeitig in ihrem „Statusbericht 2005“ *) die Situation im Detail analysiert und den Weg zu HDTV aufgezeigt: Schrittweise zuerst die großen Flachbildschirme, dann die Empfänger (Pay-TV) und Disc-Player und schließlich nach und nach die privaten und öffentlich-rechtlichen Free-to-air Programme. Man erinnere sich: Auch die Einführung der Farbe im Fernsehen war ein schrittweiser Prozeß, der sich über viele Jahre hinzog. Und zu der Kritik am Kopierschutz: Auch hier hat die Arbeitsgruppe der Deutschen TV-Plattform die Initiative ergriffen und zusammen mit dem IRT in kurzer Zeit Klarheit und Abhilfe geschaffen (s. hierzu unseren Beitrag: „Nur echt mit dem Logo“ auf Seite 4).

HDTV ist aber nicht die einzige Innovation, die die Branche derzeit aufzuweisen hat: Auch das Internet-Fernsehen und das mobile Fernsehen, sei es im Auto oder auf dem Handy oder Smartphone, stehen in den Startlöchern. Und beide Innovationen bieten, wie unser Berliner Symposium (ausführlicher Bericht in dieser Ausgabe) zu diesen Themen unlängst gezeigt hat, großes Potential nicht nur für eine weitere Belebung des Marktes, sondern auch für die Entstehung ganz neuer Marktsegmente bei Geräte- und Contentanbietern. Der Möglichkeiten gibt es also viele – jetzt ist es an uns, diese Chancen zu ergreifen und die Branche und den Markt weiter voranzubringen.

Ihr
Jürgen Sewczyk

*) Zum Download auf: www.tv-plattform.de

15. Symposium der Deutschen TV-Plattform

INTERAKTION

Ergänzung oder Verdrängung?

IPTV und MobileMedia schaffen neue Märkte

IPTV (Fernsehen via Internet) und MobileMedia (vulgo: Handy-TV) haben a priori wenig miteinander zu tun, außer vielleicht: Sie stellen ihren Rückkanal quasi selber zur Verfügung und sind daher für interaktive Dienste wie geschaffen. So gesehen sind beide Technologien thematisch für Symposien der TV-Plattform geeignet. Denn auch hier kommt es traditionell zur Interaktion: und zwar zwischen allen an der Realisierung neuer TV-Dienste wirklich Beteiligten.

Und hochaktuell waren die Themen auch! Das zeigte zumindest das große Interesse und die Reaktionen der über 100 Teilnehmer, die am 16. Februar nach Berlin gekommen waren.

Vor der Pflicht jedoch die Kür: In Form der Keynote. Unter dem Titel „DVB-H: Time to commercialize“ brachte **Serge F. Ferré**, Nokia EMEA (Paris), ein hinreißendes Plädoyer für MobileMedia im Allgemeinen und DVB-H im Besonderen. UHF und DVB-H, schwärmte Ferré, bilden die rechte Basis für Mobile-TV. „Damit man – bei wirtschaftlich vertretbarem

Teilnehmern der verschiedensten MobilMedia-Tests: So ergab eine Untersuchung in Finnland, dass



Serge F. Ferré, Vice President Strategy and Development bei Nokia EMEA (Paris), bei seiner Keynote

58% der Befragten überzeugt sind, dass „Handy-TV“ sich in der Zukunft durchsetzen wird. Eine Untersuchung von O2 in England ergab: 83% sind mit dem Dienst – mindestens – zufrieden. Die Technik und die Marktdaten stimmen, faßte Ferré zusammen, Verbraucher sind zufrieden, erste Produkte sind verfügbar. „Lassen Sie uns den nächsten Gang einlegen.“

Fortsetzung auf Seite 2

Aufwand – den Dienst auch indoor nutzen kann.“ Ferré ist überzeugt: Den Menschen reicht es nicht mehr, von unterwegs anrufen zu können. Sie wollen zuschauen können und wissen, was auf der (unüberschaubar werdenden) Welt passiert. Daher auch die positive Resonanz von

Aus IDR wird FDM

Der Bundesminister für Wirtschaft und Technologie, Michael Glos, hat am 10. Februar zusammen mit dem Vorsitzenden der Rundfunkkommission der Länder, Ministerpräsident Kurt Beck, das „Forum Digitale Medien“ (FDM) – Aktion für Rundfunk und Neue Medien – eröffnet. Mit dem FDM wird nach erfolgreichem Abschluss der Initiative Digitaler Rundfunk (IDR) im Jahre 2005 ein Neustart vorgenommen. (siehe auch unseren Kurzbericht auf Seite 4)

THEMEN

► Symposium: IPTV	S. 2
► Symposium: MobileMedia	S. 3
► Nur echt mit dem Logo	S. 4
► Forum Digitale Medien	S. 4

Fortsetzung von Seite 1

IP (Überall-)TV

Der Vormittag gehörte alsdann IPTV (Internet-Protocol TV, meist via DSL übertragen). Vor – allerdings mehreren – Jahren wurde TV via Internet auf einem Symposium noch als Bitratenverschwendung verdächtigt, nun ist es Thema für die TV-Plattform.

Prof. Dr. Ulrich Reimers, Leiter des Technical Module des DVB-Pro-



Prof. Dr. Ulrich Reimers, Mitglied des Vorstandes der Deutschen TV-Plattform und Chairman der Session A: "IPTV - Das Internet-Fernsehen" bei seinem Eröffnungs- und Einführungsbeitrag zum Thema.

jekt und Vorstandsmitglied der TV-Plattform, erläuterte, warum: Neue Methoden der Videocodierung (z.B. H.264/AVC) ermöglichen SDTV-Qualität (Standard Definition TV) bei Datenraten von nur 2 Mbit/s. Außerdem können mit ADSL2 im Downstream 16 Mbit/s übertragen werden, bei ADSL2+ geht es bis maximal 24 Mbit/s, bei VDSL (Vera Highbitrate Subscriber Line) gar bis 52 Mbit/s.

Wo aber gibt es Bedarf an 16 Mbit/s und noch höheren Datenraten – wenn nicht für Video? Verständlich, dass Telekom-Anbieter in das (IP)TV-Geschäft drängen. Und auch das passt ins Bild: Eine Stunde SDTV belegt 0,879 GByte Speicherplatz. Und heutige Hard-Disc Recorder können 160 GByte speichern ...

Ralf Schäfer, Thomson Frankreich, lieferte die Grundlagen: Was ist IPTV, wie funktioniert es, welche Standards gibt es? IPTV ermöglicht Fernsehen über xDSL oder FTTx. Als nächsten logischen Entwicklungsschritt sieht er die "Konvergenz von IP-Festnetz und IP-Mobil." Für Schäfer ist IPTV ausserdem „mehr als ein klassischer Übertragungsweg. IPTV ist – anders als PCTV im kleinen Fensterchen auf dem PC-Monitor – für das Fernsehgerät bestimmt. Live-TV über Multicast – Unicast für On-demand-Dienste.

Multicast bedeutet Übertragung von einem Punkt zu mehreren Teilnehmern – ohne dass sich beim Sender die Bandbreite mit der Zahl der Empfänger multipliziert.

Bei **Unicast** handelt es sich dagegen um eine Punkt-zu-Punkt-Verbindung. Für IPTV sprechen die hohe Qualität, schneller Kanalwechsel und die Verträglichkeit mit Heimnetzwerken. Und IPTV ist – weltweit – das eigentliche „Überall-Fernsehen“.

Wie das gemeint sein könnte, ergab sich aus dem Referat von **Benjamin Schwarz**, France Telecom, der über die erfolgreiche Einführung von IPTV in Frankreich berichtete. Dort ist es nicht immer

und ohne Weiteres erlaubt, eine Satellitenantenne auf's Dach zu montieren. Und auch das Breitbandkabel erreicht längst nicht jedes Haus. IPTV aber gelangt – via Telefon – überall hin. Denn einen Telefonanschluss gibt es praktisch überall. Versuche mit High Definition TV via IPTV gab es in Frankreich bereits im Mai 2005, zur Fußball-WM sind HD-Übertragungen in MPEG4 angekündigt.

Dr. Hans Hege, Direktor der Landesmedienanstalt Berlin-Brandenburg, dachte laut über IPTV und die medienrechtlichen Rahmenbedingungen nach. Das Medienrecht ist grundsätzlich technologieneutral. Herausforderungen liegen nicht in neuen Technologien, sondern in der Veränderung der Industriestrukturen, in der Neubestimmung des Verhältnisses von Netzen, Inhalten und Plattformen. Die klassischen Finanzierungsmöglichkeiten von Medieninhalten (Werbung/Gebühren) stoßen freilich an Grenzen. Inhalte-Anbieter brauchen daher Plattformen, etwa adressierbare Geräte. Kabelnetze und Plattformen aber geraten in die Kontrolle von Finanzinvestoren. Dabei haben Netzbetreiber das größere finanzielle Gewicht und leichteren Zugang zu Finanzmitteln. Vor diesem Hintergrund skizzierte Hege zwei Szenarien.

Szenario 1: Die Deutsche Telekom wird zum mächtigsten Medien- und Telekommunikationsunternehmen in Deutschland. Immerhin hat sie Finanzmittel, über die Inhalteanbieter nicht verfügen. Zudem bestehen Kundenbeziehungen zu 90 % der Haushalte, mit eingeführten Abrechnungsmechanismen über die Telefonrechnung, ein unmittelbarer Zugang zu den Kunden, ohne Kontrolle durch die Wohnungswirtschaft. Denkbar wäre der Erwerb weiterer exklusiver Rechte – warum nicht auch RTL, ProSieben und SAT.1 exklusiv über IPTV?

Szenario 2: Eine Kooperation von Unity/Arena mit anderen NE3-Unternehmen ist naheliegend, ebenso die Integration der NE4-Konsolidierung samt weiterer einschlägiger Unternehmen (überall sind Finanzinvestoren beteiligt). Schließlich der Erwerb von Premiere – zu Kontrolle auch der Satellitenplattform.

Ein neues duales System: Hier Telekom, dort Kabel? Oder kommt es ganz anders? Nur eines ist sicher: Die digitale Zukunft ist so wichtig, dass sie nicht dem freien Spiel der Kräfte überlassen werden darf. Hege: Wir brauchen klare und berechenbare Definitionen von öffentlichen Interessen. Die Regeln des Medien- und Telekommunikationsrechts müssen überprüft werden. Das TK-Recht

bezieht sich auf das Netz, das Medienrecht auf die Inhalte. Nun geht es um die Verbindung von beiden. TV über UMTS – TV über DVB-H/DMB, was rechtfertigt eigentlich die unterschiedliche Behandlung? Welche Regeln gelten künftig für das knappe Frequenzspektrum? Gibt es noch

Rechtfertigungen für die Sonderrolle des Rundfunks? Und wie werden ländliche Räume versorgt? Ist nicht Breitbandinternetzugang über drahtlose, auch Rundfunkfrequenzen wichtiger als DVB-T in der Fläche? Fragen über Fragen die diskutiert und auf die möglichst kurzfristig eine Antwort gefunden werden muß.

Auf TVoverDSL gab **Dr. Peter Charissé**, ANGA, die passende „Antwort der Kabelnetzbetreiber“. Sie lautete selbstverständlich: Breitbandkabel, vorzugsweise im Triple Play! Charissé vermittelte den Eindruck, dass Kabelnetzbetreiber die Entwicklung mit einer gewissen

Gelassenheit betrachten. Schließlich braucht IPTV erst noch, was das Breitbandkabel bereits reichlich hat, zufriedene Teilnehmer: 20 Mio. Kabelhaushalte gibt es in Deutschland, ca. 6 Mio. Haushalte sind interaktiv

anschließbar. Die Zahl der Kabel-Internetkunden liegt derzeit bei etwa 150.000. Das Angebot und die Preise werden akzeptiert.

Dagegen setzte Charissé hinter die Preisgestaltung beim Fernsehen über Internet ein Fragezeichen. „Werden ARD und ZDF Pay-Modelle akzeptieren?“ Und wie steht es mit der Versorgung von Zweitgeräten? Sind die Kunden überhaupt zum Wechsel bereit?



Dr. Peter Charissé, Geschäftsführer des Kabelverbandes ANGA, referierte über „Die Antwort der Kabelbetreiber“

„Point-to-Point“ Kommunikation –



Prof. Dr. Gerd Bock (IRT, li) im Gespräch mit Jürgen Sewczyk (Mitte) und Dr. Michael Klein



Ulrich Freyer, LfM NRW (li), Thomas Gruppe (TechniSAT) u. Dr. Wilfried Geuen (Panasonic)



Benjamin Schwarz und Aymeric Brière (France Telecom) mit Prof. Dr. Ulrich Reimers (re)



Reiner Müller (BLM, li) mit Dr. Hans Hege (mabb, Mitte) und Ulrich Freyer (LfM NRW, re)

MobileMedia: Technologie, Chance und Multitalent

Die Nachmittags-Session des Symposiums wurde von **Dr. Helmut Stein**, Vorstandsmitglied der TV-Plattform, geleitet und auch eingeleitet. Thema *MobileMedia*: Derzeit werden drei Systeme propagiert: DVB-H, DMB und MediaFlo. DVB-H wird, so Stein, zur Zeit in über 20 Ländern erprobt, die anderen Systeme jeweils in zwei

Video-, 13 Audio- und acht Datenkanälen. Noch für 2006 ist eine flächendeckende Ausstrahlung von mindestens sechs Videoprogrammen sowie ein breites Geräteangebot (Mobiltelefone, Laptops, PDA, STB, Stand-alone TV) geplant.

Reinhold Albert, Direktor der NLM und Vorsitzender der DLM (Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten), informierte über Modalitäten und Eckpunkte der in den Bundesländern laufenden Ausschreibungen für Mobil-TV. Sie enden spätestens mit dem Februar 2006. Erste Ergebnisse: Bisher überall für DMB beworben haben sich: Walk'n

Watch Gesellschaft für mobiles Fernsehen, Grünwald, MFD Mobiles Fernsehen Deutschland, Düsseldorf, und Western Star, Essen. Regionale Bewerbungen liegen vor von Radio Starlet Programm- und Werbe-gesellschaft, Herzogenaurach und von anixe TV GmbH & Co KG, Mannheim. Für den Plattformbetrieb beim DVB-H-Projekt haben sich bei der Hamburger Landesmedienanstalt beworben: E-Plus Mobilfunk, MFD Mobiles

Fernsehen Deutschland, NEVA Media, O2 Germany, RTL interactive, T-Mobile Deutschland, T-Systems Business Services und Vodafone D2. Als Technologie, als Chance und als Multitalent wurde DVB-H auf dem Symposium bezeichnet.

Für **Bernd Curanz**, Neva Media, ist DVB-H ein „zielgruppenspezifischer Distributionskanal“. Verglichen mit eCommerce via Internet sieht er klare Vorteile für Transaktionen „via mobile“: Mobilfunk gehört längst zum Alltag. Das Handy ist immer dabei und immer eingeschaltet, und die Abrechnung über die Telefonrechnung wird akzeptiert.

EU folgt Technologiefortschritten

Zur abschließenden Podiumsdiskussion gab es Statements der Provider. **Herbert Tillmann**, Bayerischer Rundfunk, charakterisierte DVB-T als Multitalent: DVB-H ließ sich ohne großen Aufwand im DVB-T Playout integrieren, so dass Bayern noch vor der Fußball-WM mit dem Sendebetrieb beginnen kann. Tillman sagte voraus, dass da andere Rundfunkanstalten folgen werden. Im Sinne des „Funktionsauftrags des Rundfunks für die Gesellschaft“ gelte Technologieneutralität: Wahrnehmung des Auftrags auf allen digitalen Verbreitungswegen (Kabel, DSL, Satellit und Terrestrik), Zugang zu Empfangsgeräten aller Art (einschließlich PC, PDA usw.) sowie chancengleicher Zugang: frei, unverschlüsselt und ohne zusätzliches Entgelt.

Das sieht **Ursula Adelt**, Verband privater Rundfunk- und TV-Anbieter (VPRT) freilich anders. Sie warnte – unter Hinweis auf die

volkswirtschaftliche Bedeutung von Frequenzen – davon, jetzt unter Zeitdruck halbherzige Lösungen zu etablieren. Die Terrestrik soll sich als neuer Wettbewerber aufstellen. In diesem Sinne wünscht der VPRT für die Terrestrik neue Geschäftsmodelle, um mit neuen Diensten ins Geschäft kommen. Befürchtet werden dagegen Monopole, Sonderstellungen der Plattformbetreiber, Segmentierung des Kundenmarktes, erst Recht die Segmentierung durch unterschiedliche Praxis bei den Medienanstalten. Für die Erarbeitung gemeinsamer MobileMedia-Lösungen steht der VPRT bereit.

Als Vertreter des Mobilfunks wies **Karl-Heinz Laudan**, T-Mobile, auf die steigende Zahl von TV/Streaming-Angeboten via UMTS hin. Bei diesen, Multimedia Broadcast/Multicast Service (MBMS) genannten Diensten bestehen jedoch Systemgrenzen durch die Point-to-Point-Verbindungen und knappe Frequenzressourcen. „Hier ist DVB-H eine ideale Ergänzung.“ Was die Frequenzen betrifft, setzt Laudan auf kräftige Unterstützung durch die EU. So sieht die Initiative i2010 ausdrücklich die Modernisierung der Regulierung audiovisueller Mediendienste und – noch dezidierter – die Anpassung der Regulierungspolitik an die technische Konvergenz vor. Eine der Schlüsselfragen bei der Digitalisierung ist die bestmögliche Nutzung der frei werdenden Frequenzen.

Das Schlusswort des Vorsitzenden der TV-Plattform, Jürgen Sewczyk, betonte die wichtigste Funktion der Plattform: Kommunikation und Zusammenarbeit aller relevanten Kräfte.

Übrigens: Von Ergänzung haben viele, von Verdrängung hat eigentlich keiner geredet.



Dr. Helmut Stein, Leiter der Arbeitsgruppe MultiMedia Mobil (M3) der Deutschen TV-Plattform, eröffnete als Chairman die Nachmittags-Session mit einer Einführung und Übersicht über das Thema.

Ländern. Als Gerätehersteller für DVB-H haben sich bislang BenQ/Siemens, LG, Nokia, Motorola, Pace, Philips, Sagem, Samsung, Sony-Ericsson geoutet, für DMB Samsung und LG. Im Laufe des Jahres 2006 startet der Regelbetrieb in Finnland, Italien, den USA und in Norddeutschland (DVB-H).

In Korea (DMB) gibt es einen Regelbetrieb seit 1.12.2005 im Raum Seoul mit drei Sendern und derzeit sieben



Mit großem Interesse verfolgten die rund 120 Teilnehmer die Beiträge der Referenten und Diskussionsteilnehmer – Beleg für die hohe Aktualität der Themen auf dem 15. Symposium der TV-Plattform

Gespräche und Diskussionen am Rande des Symposiums



Christoph SchAAF, Kabel Deutschland (li) und Gerhard M. Maier (re) Sharp Research, Oxford



Bei der Arbeit: Dr. Dietrich Westerkamp (li) und Ralf Schäfer (re), beide Thomson



Politik unter sich: Klaus Radtke (Staatskanzlei NRW) und Wolfgang Martin (BMW, FDM, re)



Klaus Radtke (re), Wolfgang Martin, Rainer Wegner (BMW, Mitte), K.-H. Laudan (Vice Pres. T-Mobile)



Reiner Müller (BLM, li) im Gespräch Serge F. Ferré (Nokia, mit Keynote-Speaker, re)



Christoph SchAAF, Kabel Deutschland und Ralf Schäfer, Thomson Corporate Research (Rennes, re)

Nur echt mit dem Logo

HDready und **HD TV**-Logos bringen Sicherheit für Nutzer

Seit Anfang 2006 erreichen die neuen HDTV SetTop-Boxen den Verbraucher. Wie zuvor schon für die HDTV-tauglichen Bildschirme hat die EICTA nun auch für HDTV-Empfangsgeräte ein Logo spezifiziert, das signalisiert, dass das Gerät die notwendigen Minimalanforderungen für den Empfang der HDTV-Signale erfüllt. Aus guten Grund sieht dieses **HD TV**-Logo dem **HDready**-Logo für die Bildschirme sehr ähnlich. Dies soll dem Verbraucher ohne umständliche Erklärung signalisieren, dass **HDready** und **HD TV** zusammen gehören – und auch zusammen funktionieren!

In den letzten Wochen kursierten jedoch immer wieder Berichte über Probleme beim Zusammenspiel von **HD TV** Empfängern und **HDready** Displays. Daraufhin hat die Arbeitsgruppe „HDTV und Bildqualitätsverbesserung“ der Deutschen TV-Plattform in zwei ausführlichen Testserien das Zusammenspiel von SetTop Boxen und HDready Displays intensiv getestet und in der Tat einige Probleme aufgedeckt. So waren einige Bilder auf dem Display falsch formatiert, so dass die Menschen eher wie die Spezies „Eierköpfe“ aussahen.

Kleine Ursache, große Wirkung

Es stellte sich heraus, dass an der einen oder anderen Stelle in der Software nicht exakt genug gearbeitet worden war. Entweder wurde eine falsche Information gesendet, die dann zu verzerrter Wiedergabe führte, oder

die richtig gesendete Information wurde nicht korrekt ausgewertet, was im Endeffekt zu ähnlich unbefriedigenden Resultaten führte.

Kleinere Unstimmigkeiten gab es auch bei dem auf der digitalen HDMI Schnittstelle zum Teil aktiven Kopierschutz HDCP (High Definition Copy Protection). Diese führten allerdings zu weit drastischeren Effekten: es gab nur „Schnee“ oder gelegentlich sogar gar kein Bild. Hier lagen die Probleme darin, dass die sehr ausführliche Spezifikation von den verschiedenen Herstellern geringfügig unterschied-



HDready und HD TV-Logos gehören nicht nur optisch zusammen. Durch ihr ähnliches Aussehen signalisieren Sie, dass Geräte, die diese Logos tragen, auch einwandfrei zusammen funktionieren.

Messejahr 2006

In die Unterhaltungselektronik ist Bewegung gekommen, der Markt zieht wieder an. Eine Situation, die nicht nur die Industrie optimistisch stimmt, auch die Messeveranstalter wittern Morgenluft und versuchen, an dem Aufschwung teilzuhaben. Und so bewerben sich gleich fünf Messen, die sich ganz oder teilweise der Unterhaltungselektronik widmen, in diesem Jahr allein in Deutschland um die Gunst der Besucher.

Erster Termin ist die **CeBIT**. Nachdem man in den Boomzeiten der ITK-Branche die herablassend „Jubelelektronik“ genannte CE hinauskomplimentiert und auf die CeBIT HOME verwiesen hatte, versucht man sie jetzt wieder ins Boot zurück zu holen. Mit dem „Planet Reseller“ in Halle 25, einer Mischung aus Gerätepräsentation und Vortrags- und Diskussionsforum,

sollen Fachbesucher und Handel angesprochen werden, während die „Digital Living“ (Halle 27), die auch unabhängig von der CeBIT besucht werden kann, sich eher an den Endkonsumenten wendet und „die komplette Welt der digitalen Unterhaltungselektronik herstellerübergreifend präsentieren“ soll.

(www.cebit.de/digitalliving)

Nächster Termin ist die **ANGA Cable** in Köln. Sie ist eine typische sogenannte „Kongressmesse“ und wendet sich vorwiegend an Fachbesucher.

(www.angacable.de)

Höhepunkt des Jahres für die Unterhaltungselektronik ist zweifellos die **Berliner Funkausstellung 2006** (IFA). Sie soll künftig jedes Jahr stattfinden, um der Dynamik des Consumer Electronics Marktes besser Rechnung zu tragen. Ob und wie aber das neue Konzept aufgeht und wie es bei Ausstellern und Besuchern ankommt, kann zum jetzigen Zeit-

lich interpretiert wurde, insbesondere in Bezug auf kritische Timings.

Zum Vergleich: Das ist etwa so, wie wenn ein Käpt'n aus Ostfriesland zum Altbauern nach Bayern kommt: Sein Plattdeutsch versteht der Bayer genauso wenig wie der Ostfrieze das Bayerische. Beide auf ihre Art meinen zwar Deutsch zu sprechen; um sich wirklich zu verstehen, müssen sie aber erst Hochdeutsch lernen.

Dank guter Zusammenarbeit der beteiligten Industriefirmen in diesen sogenannten „Plugfests“ (Kunstwort aus dem Amerikanischen für Plugtest (Zusammenstecktest) und Festival) konnten die Anlaufschwierigkeiten schnell beseitigt werden. Das Gute an der digitalen Technik ist nun, dass die notwendigen Korrekturen in der Software ausgeführt werden und Verbesserungen sogar noch in bereits verkaufte Geräte einfließen können, da über den (digitalen!) Übertragungskanal auch ein Download von verbesserter Betriebssoftware möglich ist.

Es ist schließlich nicht anders als beim Fußball: Auch hier müssen sich gerade die großen Stars erst aufeinander einstellen, um dann umso besser und erfolgreicher zusammen zu spielen. Rechtzeitig zur Fußball-WM sollte auch unser „HDTV-Dreamteam“ aus **HD TV** und **HDready**-Logo zu großer Form aufgelaufen sein!

punkt noch nicht beurteilt werden.

(www.ifo-berlin.de)

Nur drei Wochen nach der IFA öffnet die **photokina** ihre Pforten. Unter dem Motto „Imaging is more“ soll die Trennung von Consumer- und Professional-Imaging aufgehoben und damit mehr Endkonsumenten in die Hallen gelockt werden. (www.photokina.de)

Zu guter Letzt gibt es noch im Oktober die **e/home 2006** – Internationale Messe und Kongress für vernetztes Wohnen. Im Verbund mit der **belektro**, Fachmesse für Elektrotechnik, Elektronik und Licht werden hier ein gewohnt breites Themenspektrum aufgegriffen und die aktuellen Trends präsentiert. (www.ehome-berlin.de)

Die Termine:

CeBIT	09. bis 15. März
ANGA Cable 2006	30. Mai bis 01. Juni
IFA Berlin	1. bis 6. September
photokina	26.09. bis 01.10.2006
e/home	19. bis 21. Oktober

Forum Digitale Medien

Unter dem neuen Namen „Forum Digitale Medien“ (FDM) hat die Bundesregierung die frühere „Initiative Digitaler Rundfunk“ (IDR), neu aufgelegt. Das Forum hat künftig die Aufgabe, in Zusammenarbeit aller an der Digitalisierung Beteiligten aktuelle Kernfragen aufzugreifen und entsprechenden Lösungswege zu erarbeiten.

Bei der Eröffnung am 10. Februar im Wirtschaftsministerium in Berlin betonte dabei Bundeswirtschaftsminister Michael Glos die gute Zusammenarbeit mit den Ländern sowie die konstruktive Rolle der Sender und der Geräteindustrie, an die auch im Rahmen des neuen Forums angeknüpft werden soll. „Digitale Medien sind ein Wachstumsmotor, den wir brauchen. Als Beispiel nenne ich hier die Entwicklungen bei der Geräteindustrie – die Verkaufszahlen sind anhaltend gut. Das Motto des Forums muss daher lauten: Hemmnisse beseitigen, die Dinge zum Laufen bringen!“

Aktuell seien einige Problemfelder gemeinsam mit den Beteiligten rasch zu lösen. Glos nannte als nächste Schritte für eine erfolgreiche Arbeit des Forums beispielhaft vier Bereiche: Handy-TV, die Digitalisierung des Kabels, erforderliche Nachjustierungen im Rechtsbereich auf EU-Ebene und die Klärung der noch offenen Fragen wegen des Beihilfeverfahrens zu DVB-T.



Bundeswirtschaftsminister Michael Glos und Ministerpräsident Kurt Beck, Vorsitzender der Rundfunkkommission der Länder, bei der Eröffnung des „Forums Digitale Medien“ am 10. Februar in Berlin

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
Gestaltung: HWGemmecke Hamburg
Auflage: 41.000 Exemplare