



Dr. Michael Thiele, Deutsche TV-Plattform, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

EDITORIAL

Die neue digitale Welt

Was vor noch gar nicht allzu vielen Jahren als technische Offensive begonnen wurde – die Digitalisierung des Fernsehens – hat nicht nur das Fernsehen von Grund auf verändert. Sie hat die gesamte Medienbranche erfasst und setzt sich fort in der Konvergenz von Rundfunk, Mobilfunk und Telekommunikation. Eine neue digitale (Medien-) Welt ist in der Entstehung.

Nichts wird mehr sein, wie es einmal war.

Neue Systeme und Verfahren, die durch die Digitaltechnik erst möglich geworden sind, verändern die Technik heute schneller als je zuvor. Neue Programmformen und Inhalte werden geschaffen, und aus der erwähnten Verschmelzung von Rundfunk und Mobilfunk entsteht ein neues mobiles Medium, das unserer Welt von morgen ein ganz neues Gesicht geben wird.

Sie alle kennen die äußeren Zeichen dieser Umwälzung:

Neue Standards für Datenkompression und Verbreitung, HDTV, IPTV und Mobile Broadcast, Grundverschlüsselung und Adressierbarkeit, aber auch Schutz des Urheberrechts und Fragmentierung des Contentmarktes lauten die aktuellen Themen, die die Branche in Atem halten.

Adieu also, schöne alte Fernsehwelt!

So schnell geht es nun wiederum auch nicht.

Die Menschen müssen dem Tempo der Entwicklung auch folgen können! Und schon in den zurückliegenden Jahren hat sich mehr als einmal gezeigt, dass die Marktentwicklung mit dem Tempo der Technikentwicklung nicht immer Schritt halten kann.

Neue Techniken, neue Programmformen und neue Inhalte müssen sich am Verbraucher orientieren! Neue Systeme und Verfahren müssen die bestehenden ergänzen, nicht verdrängen! Andernfalls wird sich ein großer Teil der Zuschauer den Neuerungen verweigern, wie das schon heute hier und da zu beobachten ist.

Die neue digitale Welt wird kommen, daran besteht kein Zweifel. Unklar ist allerdings, wie schnell sie Eingang finden wird in den Markt und in unser aller Leben.

Und noch eines ist heute schon sicher: Zum Nulltarif wird es die neue digitale Welt nicht geben! Um sie zu schaffen, bedarf es großer Investitionen – in Programme und Inhalte, in Technik und Geräte – und die müssen erwirtschaftet und refinanziert werden! Die derzeit heftig diskutierte Verschlüsselung ist ein erster Schritt auf diesem Weg.

Aber: Auch die längste Reise beginnt immer mit dem ersten Schritt.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen stets die richtigen Erkenntnisse und spannende positive Erfahrungen mit der neuen „digitalen Welt“

Ihr
Michael Thiele

Verschlüsselung – ein kontroverses Thema

Die Verschlüsselungspläne von Astra und RTL halten derzeit die Branche in Atem: Pro und Contra werden kontrovers, ja leidenschaftlich diskutiert, jüngst auch am Rande der IFA. Nicht immer sind dabei alle Argumente sachlich und können die jeweils andere Seite überzeugen. Wir wollten es genau wissen und haben je einen Vertreter der wichtigsten Protagonisten um seine Meinung gebeten.

Verschlüsselung bei der digitalen Übertragung von Fernsehprogrammen war bisher nur aus dem Pay-TV Bereich bekannt. Dort setzt man sie ein, um sicherzustellen, dass nur die Abonnenten die kostenpflichtigen Programme empfangen können.

Nun jedoch fordern einige private Rundfunkanbieter, künftig auch ihre bisher dem Free-TV zugeordneten Programme zu verschlüsseln, und Astra will mit dem „Entavio“-Projekt (ursprünglich: Dolphin) die dafür nötige technische Infrastruktur zur Verfügung stellen und dafür vom Zuschauer eine monatliche Gebühr erheben.

Diese Pläne haben bei Politikern und Medienanstalten, aber auch bei Daten- und Verbraucherschützern und vor allem beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk einen Sturm der Entrüstung ausgelöst.

Worum geht es?

„Was verschlüsselt ist, das ist kein Free-TV“, sagen die einen, „Wir brau-

chen die Verschlüsselung alleine schon für den Territorialschutz“ kontorn die anderen. Von einem „Pay-TV light“ sprach Kurt Beck anlässlich des Forums „Medienpolitik@IFA“, und Verbraucherschützer wittern gar das „Ende des Dualen Systems“.



Die Verschlüsselungspläne von RTL und Astra: Zerreißprobe für die Medienwirtschaft?

Die Fronten sind verhärtet, die Situation scheint festgefahren.

Hier will die Deutsche TV-Plattform Hilfestellung anbieten: Zum einen, indem wir alle Beteiligten noch im Oktober zu einem Workshop zu diesem Thema einladen, mit dem Ziel, gemeinsam einer verbraucherfreundlichen Lösung näher zu kommen, zum anderen durch neutrale und ausgewogene Information. Lesen Sie dazu auf Seite 3 die Statements der beteiligten Parteien. **Fortsetzung Seite 3**

Verschlüsselung – die Grundlagen

Conditional Access (CA) ist der Fachterminus für ein Verfahren, bei dem die zu übertragenden Daten beim Sender zunächst nach einem bestimmten Schlüssel 'verwirfelt' (ge-scrambled) und dann beim Empfänger ('De-Scrambler') – sofern der Schlüssel bekannt ist – wieder in der ursprünglichen Form zusammengesetzt werden. Damit diese **Verschlüsselung** nicht so leicht 'geknackt' werden kann, arbeiten heutige CA-Verfahren nicht mit einem festen Code, sondern ändern diesen in kurzfristigen Abständen. Aufgabe des CA-Systems ist es, den jeweils aktuellen Schlüssel, der den Verwirfelungsprozess beim Sender gerade steuert, auf sichere Art und Weise den autorisierten Kunden (und nur diesen!) über das entsprechende Übertragungsmedium zur Verfügung zu stellen ("de-scrambling key", in DVB als "Control Word" bezeichnet). Als Nachweis für die Autorisierung des Endkunden dient in der Praxis eine **Smart-Card**, die in einen speziell dafür vorgesehenen Leser (CI = Common Interface) im Empfänger eingeschoben wird.

THEMEN

▶ IFA 2006: Nachlese	S. 2
▶ Verschlüsselung	S. 3
▶ Medienpolitik@IFA	S. 4
▶ Bald ist wieder CeBIT	S. 4

Eine etwas andere IFA

IFA jährlich, nicht IFA light!
Das war keine Mini-, keine Halb- oder Zwischen-IFA.
Es war eine rundum richtige IFA. – Nur etwas anders.

Das Experiment ist gelungen! Die erste „jährliche“ IFA wurde angenommen und ihr Erfolg ist der Beweis, dass die Entscheidung richtig war. Der Welt am Sonntag fiel auf, „wie viele Menschen auf der diesjährigen IFA Anzug, Hemd und Krawatte trugen...“, als sei die IFA ein informelles Treffen der Geschäftsgrößen.“ Und die Berliner Zeitung ortete „Weniger Stars – aber mehr Geschäft.“

Doch niemand mochte solche Anmerkungen als Kritik verstehen. Die Fakten: Auf der IFA 2006 zeigten 1.049 Aussteller aus 32 Ländern ihre Produktneuheiten.

Der Anteil der Fachbesucher aus dem Ausland ist von 25 Prozent auf 35

Prozent signifikant gestiegen. Mehr als 200 VIPs aus Politik, Medien und der CE-Industrie waren vor Ort. Rund 225.000 Besucher haben sich über die Neuheiten der digitalen Welt informiert. Auch mit dem Geschäft zeigten sich die Beteiligten äußerst zufrieden. Wie es hieß, übertraf das Ordervolumen das der sehr erfolgreich vorangegangenen IFA 2005.

Die IFA gibt sich also selbstbewusst international und mutiert also zur Business-Messe. Sie spielt dabei konsequent ihren einzigartigen Vorteil aus. Die IFA findet statt, wenn eine internationale Messe für Consumer Electronics stattzufinden hat. Nämlich:



Beim Rundgang des Bundespräsidenten am ZDF-Stand: Horst Köhler im Gespräch mit Dr. Andreas Berezcky (Prod.-direktor) und Nikolaus Bender (Chefredakteur)

Pressekonferenz der TV-Plattform

Für viele Journalisten ist es bereits ein fester Termin: Die Pressekonferenz der TV-Plattform gleich am Vormittag des ersten Messetags, auf der Vorstand und Mitglieder zu den aktuellen Branchenthemen Rede und Antwort stehen.

Für den neuen Vorsitzenden der TV-Plattform, Gerhard Schaas, Mitglied des Vorstandes von LOEWE, war es die erste Pressekonferenz in dieser Funktion. Nach einer kurzen Vorstellung erläuterte er den anwesenden Journalisten seine Zielsetzungen für die künftige Arbeit der Plattform. Er sehe es als „seine wichtigste Aufgabe, in dieser Phase des Umbruchs in der Medienlandschaft die Beteiligten an einen Tisch zu holen, um in gemeinsamer Arbeit möglichst verbraucherfreundliche Lösungen zu entwickeln.“

Zwei Themen bestimmten den fachlichen Teil der Informationen: IPTV und Mobile Media.

IPTV – Ein neues TV-Angebot

IPTV (Internet Protocol TV) ist ein neues Fernsehangebot, das allerdings nicht mit „Web-Fernsehen“ gleichgesetzt werden darf. „IPTV ist ein Provider-Dienst für eine ganz bestimmte Kundengruppe, die diesen Dienst

abonniert hat, der aber – zumindest ist das heute so – nicht öffentlich für jedermann im Internet verfügbar ist“, erläuterte Schaas.

Entsprechend werden IPTV weltweit enorme Marktchancen vorhergesagt. So prognostiziert eine Studie der IMS Research aus dem Jahr 2005 weltweit eine Abonnentenzahl von über 25 Millionen mit einem Umsatz von rund 10 Milliarden US-Dollar in 2010.



Auf dem Podium (von li nach re): Dr. Dietrich Westerkamp (Thomson), Dr. Helmut Stein (ISDM) und Gerhard Schaas (LOEWE), neuer Vorsitzender des Vorstandes der Deutschen TV-Plattform. Am Pult stehend: Dr. Michael Thiele



Die IFA 2006 – Tradition und Wandel unter dem Funkturm in Berlin

- Wenn die Hauptverkaufssaison beginnt.
- Wenn das Interesse der Konsumenten wach und
- wenn der Fachhandel zu ordern in der Lage ist.

Daran können – Jahr für Jahr – weder Aussteller noch Fachhändler vorbeigehen. Und die Konsumenten schon gar nicht. Für sie bietet die IFA jetzt – Jahr für Jahr – neue Attraktionen: Medienpolitik ‚zum Anfassen‘, jeden Tag ein ‚volles Programm‘, IFAjournos, das Neueste vom Neuen sowieso. Und mehr fachliche Information. So wurde auf der IFA bekannt, dass Handel und Konsumenten im Wirrwarr von Grundverschlüsselung und zunehmend fragmentierten TV-Märkten

nicht allein gelassen werden. Der ZVEI regte an, einen „Aktionsplan der Wertschöpfungskette“ zu etablieren, gemeinsam gesamtwirtschaftliche Ziele für den Rundfunk zu formulieren und einen Markt für langlebige Endgeräte zu schaffen, die alle TV-Formate gleichermaßen abdecken.

Erste Schritte könnten darin bestehen,

- allgemeine, auch Konsumenten verständliche Profile für Empfangsgeräte mit Common Interface und entsprechende Conditional Access (CA-)Module zu definieren.
- Mindestanforderungen an die Geräte zu definieren, die alle üblichen Geschäftsmodelle, wie Free-TV, Pay-TV und Einzelabrufdienste ermöglichen, und
- alle Übertragungswege des Rundfunks mit einzubeziehen, d.h. Satellit, Kabel, Terrestrik sowie IPTV und Mobile TV.

Liebhaber der klassischen IFA werden freilich auch künftig auf ihre Kosten kommen. Hier und da sah man auch echte Stars und richtige Sternchen. Und der Journalist Björn Wirth beobachtete, „Wenigstens gibt es noch Kugelschreiber.“

Einer der Vorteile von IPTV ist, dass für die Übertragung in vielen Fällen eine ohnehin vorhandene Infrastruktur, d.h. Telefonleitung und DSL-Internetanschlüsse genutzt werden können. Aber: IPTV ist nicht unbedingt an das Internet als Transportweg gebunden! IPTV bedeutet lediglich, dass für die Übertragung das „Internet Protocol“ (anstelle der DVB-Standards!) Anwendung findet. Natürlich ist damit auch eine Übertragung im Internet naheliegend, jedoch kann IPTV prinzipiell auch über Satellit oder via Kabel ins Haus kommen.



einer optimalen Nutzung des verfügbaren Frequenzspektrums.

Eine der Kernaussagen ist, dass es künftig keine explizite, frequenzbezogene Differenzierung zwischen Digital Radio und Mobil TV mehr geben sollte, wie Dr. Helmut Stein, Leiter der Arbeitsgruppe M3 (MultiMedia Mobil) der TV-Plattform erläuterte.

„Die Trennung der Frequenzbereiche nach >hier Hörfunk, da Fernsehen< ist im Zeitalter der digitalen Übertragung nicht mehr erforderlich und auch nicht mehr sinnvoll – es sind ja ohnehin nur digitale Daten, die übertragen werden“, führte Stein dazu aus. Das vorhandene Frequenzspektrum solle vielmehr nach Bedarf und Verfügbarkeit genutzt werden. In diesem Sinne sei es auch sinnvoll, nicht mehr von Hörfunk und Fernsehen zu sprechen, sondern allgemein von „Mobile Broadcast“. Darüber hinaus wurden auf der Pressekonferenz auch andere aktuelle Themen diskutiert, u.a. DVB-T, HDTV, Interaktivität und insbesondere die Frage nach der Ausgestaltung der künftigen digitalen Übertragungs- und Empfängerplattform. www.tv-plattform.de

Mobiles Fernsehen auf dem Handy

Zum Thema „Handy-TV“ hatte die Deutsche TV-Plattform kurz vor der Funkausstellung den in der Arbeitsgruppe M3 gemeinsam erarbeiteten Bericht „Konvergenz von Rundfunk und Mobilfunk“ vorgestellt. Er enthält neue Vorschläge zur Lösung der Fragen nach dem verwendeten Übertragungsstandard wie auch zur

Fortsetzung von Seite 1

Stellungnahmen der beteiligten Protagonisten



Wolfgang Keuntje,
Geschäftsführer
entavio GmbH

Fernsehen für alle

Digitalisierung bedeutet weit mehr als der rein technische Wechsel des Sendesignals von analog zu digital. Es bedeutet eine Revolution des Fernsehens, die man durchaus mit der Entwick-

lung des Internets in den letzten zehn Jahren vergleichen kann. Kernstück der Digitalisierung ist technisch gesehen die Kodierung der Signale. Profiteure sind die Zuschauer und die Sender – letztere können ihre Signale umfassend vor Piraterie und Missbrauch schützen, Rechte deutlich günstiger einkaufen sowie ganz neue zusätzliche Angebote entwickeln. Die Zuschauer können sich ihr individuelles Programm zusammenstellen (Video-on-Demand, Pay-Per-View, Persönlicher Videorekorder), interaktiv werden (Einkaufen, Wetten, etc.) sowie Zusatzdienste wie den elektronischen Programmführer oder

die Mosaik-Funktion nutzen. Deshalb ist es entscheidend, dass wir heute die Weichen stellen, damit auch in Zukunft alle Bürger Zugang zur gesamten Palette des digitalen Angebotes haben. Denn wir wollen nicht Hightech für Gutbetuchte in Ballungszentren, sondern Fernsehen für alle zu erschwinglichen Preisen – auch in ländlichen Regionen, die außerhalb der Reichweite anderer Netze liegen. Kein anderer Verbreitungsweg wird so attraktive Möglichkeiten zu so niedrigen Kosten bieten. Damit die digitale Zukunft jedoch nicht zu einem „Boxenchaos“ in den deutschen Wohnzimmern führt, werden wir einen offenen

Mindeststandard für Set-Top-Boxen anbieten, der es ermöglicht, Pakete verschiedener Anbieter mit ein und demselben Gerät zu sehen.

Sorge um die Datensicherheit der Fernsehzuschauer braucht sich im übrigen niemand zu machen: es gibt klare Datenschutzregeln, die von entavio selbstverständlich respektiert werden. So wird das Nutzungsverhalten der Endkunden nicht erhoben und ist technisch gesehen auch gar nicht möglich – im Gegensatz zur Erfassbarkeit von Daten bei manch anderen Medien, wie z.B. Handies oder Internet, auch gar nicht möglich.



Jürgen Sewczyk,
stv. Vorsitzender
des Fachbereichs
Multimedia
im VPRT

Adressierbarkeit ist der Schlüssel zur digitalen Zukunft!

Die Debatte rund um die Verschlüsselung wird in Politik und Öffentlichkeit derzeit mit viel Emotionalität geführt. Vom Untergang des Abendlandes ist da ebenso die Rede wie vom

unredlichen Abkassieren der Bürger. Aus Sicht der privaten Rundfunkanbieter ist es deshalb unerlässlich, dass alle Beteiligten zu einer sachlichen Diskussion zurückfinden.

Denn unabhängig davon, dass eine Verschlüsselung der Programmsignale in der digitalen Welt auf allen Distributionswegen schon wegen der von den Lizenzgebern verlangten Gewährleistung des Territorialschutzes notwendig wird, ist sie eine wesentliche Voraussetzung für den Erfolg der Digitalisierung und für den Erhalt einer vielfältigen Rundfunklandschaft. Die Verschlüsselung ist zunächst einmal nichts weiter als ein technisches

Instrument, um digital verbreitete Rundfunkprogramme und Medien-dienste vor unerlaubtem Zugriff zu schützen. Angesichts der neuen technischen Entwicklungen, die z.B. das beliebig häufige Kopieren von Inhalten bei gleich bleibender Qualität oder auch Eingriffe in die Signalhöheit der Programmveranstalter durch Dritte ermöglichen, ist dies unabdingbar und aus Sicht der Programmveranstalter zum Schutz ihrer Inhalte auch völlig legitim.

Anders als häufig behauptet wird, stellt die Verschlüsselung von Signalen den freien Zugang zu Information und Wissen keinesfalls in Frage, denn der technische Vorgang bedeutet

nicht, dass damit alle Dienste automatisch zu Pay-Angeboten werden. Richtig ist vielmehr, dass die Verschlüsselung in der digitalen Verbreitung eine elementare Voraussetzung ist, um eine breite technische Basis für unterschiedliche Geschäftsmodelle zu schaffen, die auf einer Adressierbarkeit aufsetzen. Dazu gehören auf Seiten der Inhalteanbieter Free-to-Air-Programme wie auch neue interaktive, individualisierte Zusatzdienste oder ergänzende Pay-Angebote. Das heißt im Ergebnis: Die Digitalisierung führt zu einem wesentlich vielfältigeren Angebot für die Verbraucher. Der Schlüssel dazu ist die Adressierbarkeit.



Herbert Tillmann,
Technischer Direktor
des Bayerischen
Rundfunks und
Vorsitzender der
Produktions- und
Technikkommission
von ARD und ZDF

Etikettenschwindel

Schon der Begriff „Grundverschlüsselung“ ist Etikettenschwindel: hier geht es den Befürwortern nicht um die angestrebte Förderung

der Digitalisierung, sondern um die Förderung von Pay-TV-Strukturen. Deswegen der laute Ruf nach Kontrolle über die Verbreitungstechnik und Kontrolle über den Endkunden. Eine umfassende und aus heutiger Sicht überflüssige Grundverschlüsselung verteuert die Geräte, verunsichert die Verbraucher und verlangsamt den Digitalisierungsprozess, anstatt ihn zu beschleunigen. Einzelne Argumente wie Jugendschutz oder Schutz vor Piraterie sind vorgeschobene Argumente. Um derartigen Anforderungen – dort wo es nötig und

sinnvoll ist – gerecht werden zu können, muß nicht der gesamte deutsche Markt mit Verschlüsselungstechnologien überzogen werden.

Auch unter wettbewerbsrechtlichen Aspekten ist eine „Grundverschlüsselung“ bedenklich: wieder sollen im deutschen Markt proprietäre Technologien durchgesetzt werden. Wieder würden Decoderhersteller behindert, wieder möchten nur wenige Große das Sagen haben. „Grundverschlüsselung“ begünstigt eher die Marktabschottung mit allen negativen Effekten, als dass es die offene Markt-

entwicklung fördert. Denkt man über Technik und Geschäftsmodelle hinaus, erkennt man zudem, dass mit der „Grundverschlüsselung“ eine digitale Spaltung der Bevölkerung droht. Das deutsche Mediensystem mit seinem breiten und vielfältigen Free-TV-Angebot könnte grundlegend verändert werden. Vor allem einer derartigen Entwicklung stellen wir uns entgegen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss und wird für jeden frei und ohne zusätzlichen wirtschaftlichen oder technischen Aufwand empfangbar bleiben.



Gerhard Schaas,
Mitglied des Vorstands
der LOEWE AG und
Vorsitzender des
Vorstands der
Deutschen
TV-Plattform

Gemeinsame Empfängerplattform

Wenn es immer schwieriger wird, privates Fernsehen mit herkömmlicher Werbung zu finanzieren, wenn neue interaktive Formate hinzutreten und wenn die Vergabe von Rechten, wie z. B. die der Bundesligaspiele, nicht mehr für alle Ewigkeit

an einen Partner erfolgen, sind die entsprechenden Protagonisten ja geradezu gedrängt, nach neuen Wegen zu suchen. Wichtig ist hierbei allerdings, dass der Endverbraucher diese nicht als gegen sich gerichtet, sondern als attraktive Weiterentwicklung empfindet.

So sind bisher alle Versuche gescheitert, über proprietäre Hardwareplattformen eine Kundenbindung zu erreichen. Überdies kann eine solche Bindung mittlerweile von kurzer Dauer sein, wie der Wechsel der Bundesligarechte von Premiere an Arena zeigt. Was wir benötigen, ist die harmonisierte Empfängerplattform, die es ermöglicht, auf ein und derselben Hardware die unterschied-

lichsten Angebote verschiedener Programmanbieter darstellen zu können. Hierbei muss allerdings der praktischen Nutzung Rechnung getragen werden, so dass bei mehreren Empfängern im Haushalt nicht für jeden Empfänger ein Abonnement erworben werden muss oder man mit einer Chipkarte von einem Empfänger zum anderen wandern muss.

Wenn es um die Adressierbarkeit und nicht um Pay-Dienste geht, wäre es möglich, mit dem Erwerb des Empfängers eine Abgabe zu entrichten, die dann den Zugang ohne monatliche Gebühren ermöglicht. Es muss auch gewährleistet werden, dass Hersteller von Endgeräten auf Basis

von Spezifikationen Endgeräte entwickeln und herstellen können, ohne – wie in grauer Vorzeit – Zertifizierungsstellen aufsuchen zu müssen. Ob dann der jeweilige Programmanbieter seine Dienste unverschlüsselt, grundverschlüsselt oder in einem Pay-Format überträgt, das kann diesem getrost überlassen werden, da er auch das jeweilige wirtschaftliche Risiko zu tragen hat. Das oberste Ziel der Deutschen TV-Plattform wird es sein, auf eine Verständigung zwischen den jeweiligen Gruppierungen hinzuwirken, um zu Lösungen zu kommen, die am Ende möglichst allen gerecht werden und die an erster Stelle aber immer den Nutzen der Endverbraucher im Blickpunkt haben.

Medienpolitik@IFA

Leider viel zu wenig Beachtung und Resonanz fand eine neue höchst attraktive Rahmenveranstaltung der Veranstalter. Unter der Schirmherrschaft von Kurt Beck, Ministerpräsident von Rheinland-Pfalz und Vorsitzender der Rundfunkkommission der Länder, trafen sich Rundfunkmacher, Industriebosse, Regulierer und Politiker zu drei ebenso hochkarätigen wie interessanten Diskussionen über die brennendsten Fragen der aktuellen Medienszene.

Unter dem Titel: „Medienpolitik@IFA“ ging es in passender HighTech-Umgebung im HD Home Cinema Resort in Halle 26 zur Sache Die Themen: HDTV, Konvergenz und Mobil-TV.

HDTV

„Bereits im kommenden Jahr wird es zur Selbstverständlichkeit werden, dass ein neues Fernsehgerät HDTV empfangen kann“, orkelte Gerhard Schaas, Vorsitzender der Deutschen TV-Plattform und Technik-Vorstand der Loewe AG. „Für den Kunden wird es allerdings entscheidend sein, dass er mit einem Empfangsgerät alle verfügbaren Programme empfangen kann“, sagte Schaas weiter in der von InfoRadio Berlin-Moderatorin Sabine Beckmann moderierten Diskussion am ersten Messtags.

Konvergenz

Das derzeit kontrovers diskutierte Thema Grundverschlüsselung stand im Fokus der zweiten Diskussionsrunde, die von Prof. Ulrich Reimers, Leiter des Instituts für Nachrichtentechnik an der TU Braunschweig moderiert wurde. Dabei betonte Kurt Beck, Ministerpräsident und Vorsitzender der Rundfunkkommission der Länder: „In Bezug auf die Digitalisierung gelten für uns zwei Grundorientierungen: Erstens müssen Meinungsvielfalt und Angebotspluralität für den Kunden gesichert werden, und zweitens müssen Monopolstrukturen verhindert werden.“

„Verschlüsselung ist für die privaten Rundfunkanbieter ein uraltes Thema“, so die Argumentation von Jürgen Doetz, Vorsitzender des Ver-

bandes privater Rundfunkanbieter (VPRT). Für eine größere Angebotsvielfalt benötige man künftig auch neues Geld. „Der private Rundfunk befindet sich zwischen zwei Fronten: auf der einen Seite haben wir einen starken gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk, auf der anderen Seite stehen neue Player im Anbietermarkt. Die Frage der Refinan-



Immer dicht umlagert: Kurt Beck, MP und Vorsitzender der Rundfunkkommission der Länder nach seiner Teilnahme beim Round-Table Medienpolitik@IFA

zierbarkeit des privaten Angebots ist deshalb eine durchaus legitime Frage. Die Privaten halten eine grundsätzliche Verschlüsselung für notwendig. Zu welchem Zeitpunkt, darüber muss noch diskutiert werden.“

Geradezu konträr dagegen die

Ansicht des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Das ZDF würde auch in Zukunft auf allen Verbreitungswegen vertreten sein wollen und seine Programme möglichst bald ausschließlich digital und unverschlüsselt ausstrahlen, argumentierte Dr. Andreas Berezcky, Produktionsdirektor des ZDF. Die Diskussion um eine mögliche Verschlüsselung behindere jedoch die Digitalisierung, so Berezcky. „Die Verschlüsselungsthematik führt zu einer Verunsicherung des Marktes, wenn der Konsument nicht weiß, ob seine Investitionen in neue Empfangsgeräte übermorgen noch Bestand haben werden.“

„Wir akzeptieren die Meinung von ARD und ZDF. Aber wir stehen im Wettbewerb vor allem zu Kabelnetzbetreibern und IPTV-Anbietern“, sagte Ferdinand Kayser, CEO von SES Astra. Astra hatte bereits am 1. Messtags den Start der Satellitenplattform entavio angekündigt, die ihre Programme verschlüsselt ausstrahlen wird.

Mobiles Fernsehen

Offene Standards, universelle Endgeräte und speziell aufbereitete Inhalte – verfolgte man die aktuelle Diskussion auf der IFA 2006, setzen sich diese Trends im Bereich des mobilen Fernsehens (Mobile TV) in Deutschland durch. Beim dritten und letzten Termin von „Medienpolitik@IFA“ machten die Teilnehmer deutlich, dass der Konsument angesichts verschiedener Technik-Standards und offener Fragen bei der Regulierung des mobilen Fernsehempfangs endlich Klarheit braucht.

Bleibt zu wünschen, dass dieses richtungsweisende Round-Table-Format eine Fortsetzung findet und dass es im kommenden Jahr gelingt, ihm mehr Aufmerksamkeit zukommen zu lassen. Für Fachbesuchern sollte es eigentlich zum Pflichtprogramm gehören. www.tv-plattform.de

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

Bald ist wieder CeBIT ...

Die fortschreitende Konvergenz von Rundfunk, Mobilfunk und IT lässt die Frage nach der Zuordnung bestimmter Themen zu den verschiedenen Messen immer lauter werden, und der Erfolg der gerade zu Ende gegangenen ersten jährlichen IFA hat diese Frage nur noch spannender gemacht. TV Zukunft wollte es genau wissen und befragte dazu den für die CeBIT verantwortlichen Projektleiter Dr. Sven M. Prüser bei der Deutschen Messe Hannover.



Dr. Sven M. Prüser, Deutsche Messe AG, Leiter des Geschäftsbereichs CeBIT

TV-Zukunft: Herr Dr. Prüser, es heißt, die CeBIT orientiert sich 2007 mehr in Richtung CE. Stimmt das?

Dr. Prüser: Sagen wir mal so: Es stimmt, dass die CE ohne digitale Technik kaum mehr vorstellbar ist. Umgekehrt gehören konsumerorientierte Themen heute zur IT-, Software- und Kommunikationswelt. Daran kann und wird die CeBIT nicht vorbei gehen.

Also Halle 27 ...

Ja und nein. Die Halle 27 auf der ver-

gangenen CeBIT hat gezeigt, dass sich CE und IT nicht mehr trennen lassen. Wir werden Elemente der Halle 27, die beim Handel auf positive Resonanz stießen, in die CeBIT integrieren. So wird die Bühnenpräsentation „Digital Living“ in direkter Nachbarschaft zum Planet Reseller, dem Fachhandelszentrum der CeBIT, stattfinden. Außerdem werden Themen der Konvergenz in allen Bereichen der CeBIT eine Rolle spielen.

Wo werden Sie Prioritäten setzen?

Höchste Priorität unserer CE-gerichteten Aktivitäten liegt 2007 darauf, Handel und Handwerk Orientierung zu bieten. In Gesprächen mit dem Handel wurde wachsende Bereitschaft deutlich, neue Wege zu gehen. Der Branche und ihrer CeBIT kommt dabei die Renaissance des service- und beratungsorientierten Handels

entgegen. Entsprechend wirken wir mit, den Handel in die Lage zu versetzen, diesen Mehrwert verständlich erklären und vor allem verkaufen zu können. So wird die neu konzipierte Sonderschau „digital Lifestyle @ CeBIT“ Lösungen zeigen, wie sich das am Point of Sale umsetzen lässt.

Welche Rolle wird die Zukunft des Fernsehens spielen?

Keines der brisanten Themen, die die Zukunft des Fernsehens mitbestimmen – Verschlüsselung, Internet TV, Urheberrechte usw. –, wird ohne digitale Technik zu lösen sein. Da Fernsehen einer der interessantesten Märkte überhaupt ist, sind immer mehr ‚klassische IT-Unternehmen‘ dabei, ihr Know-how einzubringen. Daher der wachsende Stellenwert des Fernsehens und seiner Zukunft für die CeBIT. Wichtig dabei: Es ist bewährte Praxis der CeBIT, innovative Lösungen im Kreis von Experten anzubahnen, ohne damit den Markt zu verunsichern. Angesichts der in der Fernsehenszene anstehenden Aufgaben, wollen wir diesen wertvoller Vorteil dadurch aktiv nutzen, dass wir für anstehende Diskussionen die angemessene Infrastruktur schaffen.