

Die wichtigsten Meldungen

TOP-MELDUNGEN

- **ANGA CABLE:** Kooperation statt Konfrontation?
- **TV.GUSTO:** Aus für Free-TV / Namenswechsel
- **MESSELIVE.TV:** Messefernsehen in HDTV
- **CLIPMYHORSE:** TV-Angebot für Pferdesport

FERNSEHEN

- **ANIXE HD:** Anixe 3D in Planung
- **FRANCE 24:** Ausbaupläne in Deutschland

RADIO

- **DRADIO:** Vorstoß für digitale Klassikwelle

KABEL, SATELLIT, DVB-T, IPTV

- **SKY:** Mehr Filme und Sport in HDTV
- **SKY:** HDTV-Rekorder mit NDS-Technologie
- **SKY:** Kooperationen mit Kabelnetzbetreibern
- **KABELKIOSK:** Pay-TV-Paket in HDTV
- **KLARDIGITAL:** Infoaktion / Private ziehen mit
- **TELEKOM:** Kritik an HDTV-Politik der Privatsender
- **TELEKOM:** Live-Sport in 3D bei Entertain
- **EUTELSAT:** Fokus auf 3D in Deutschland
- **ASTRA:** Startschuss für 3D-Kanal
- **KABELKIOSK:** Hybrid-TV-Lösung für Netzbetreiber
- **KDG:** CI+ Modul / Digital-TV ohne Box
- **UNITYMEDIA:** HDTV-Kabelbox ab Juni

PRODUKTIONEN & PROJEKTE

- **SKY:** Eigenproduktionen ab 2011 / Vorbild HBO
- **SPORT1:** Eishockey-WM live in TV und Internet

INTERAKTIVE DIENSTE

- **BÖRSE STUTTGART:** Positive Web-TV-Bilanz
- **UFA:** Zuschauerforschung via Internet

ZAHLEN & FAKTEN

- **STUDIE:** Mobiles Internet auf Wachstumskurs
- **BITKOM:** Hightech-Markt wächst ab 2011

MEDIENPOLITIK

- **GDW:** Digital-TV muss kostenfrei bleiben
- **TV-PLATTFORM:** 3D im Blickfeld

VERANSTALTUNGEN

- **MEDIENTREFFPUNKT:** Antriebsfeder HDTV
- **MEDIENTREFFPUNKT:** Digitalisierung als Kraftakt
- **MEDIENTREFFPUNKT:** Digitalradio bleibt Sorgenkind
- **TAGUNG:** Mobilfunkindustrie vor Umbruch

GOLDMEDIALES

- **IM FOKUS:** Kein Glück mit dem Glücksspielstaatsvertrag?

Top-Meldungen

■ ANGA CABLE: Kooperation statt Konfrontation?

Unschärfe Bilder auf den Monitoren der Stände auf der Fachmesse **ANGA Cable**: Noch vor einem Jahr wäre das eher ein Grund gewesen, den Techniker zu feuern. Heute ist das Ausdruck des aktuellen Trends hin zu **3D**. Vorführungen mit 3D-Beispielen fanden sich an vielen Ständen, beispielsweise bei **Astra** oder **Eutelsat**, die jeweils ihre Demokanäle präsentierten, oder beim Technologiekonzern **NDS**, der Anwendungsbeispiele laufen lies, etwa für die Untertitelung von Programmen. So war 3D sicherlich auch eines der Topthemen der Messe, zumindest in den Gesprächen der Teilnehmer. **Hype oder Trend?** Das war die entscheidende Frage, wobei ganz klar die **Skepsis** überwog. **HDTV** sei noch nicht einmal eingeführt und ständig neue Features in den Endgeräten, das führe zur **Verunsicherung** der **Verbraucher**, die nun eher warten würden als das Risiko einzugehen, etwas Falsches zu teuer zu kaufen. Dieses Argument hatte bereits ZDF-Justitiar **Carl-Eugen Eberle** auf einer Paneldiskussion

bemüht, bei der es um den Königsweg der Digitalisierung ging, speziell um die Analog-TV-Abschaltung und HDTV. 3D wurde dort nur gestreift. „Auf das Thema sollten wir uns hier gar nicht einlassen, damit wären wir hier alle überfordert“, stellte **Andre Prah**, Mitglied der Geschäftsleitung der RTL-Techniktochter CBC, fest. Ein anderes Thema beherrschte aber die Diskussion an den Ständen und auf dem Kongress: **Hybrid-TV**, die Verknüpfung von Internet-Angeboten mit dem herkömmlichen Fernsehen auf dem TV-Bildschirm. „**Interaktive Anwendungen**, wie etwa Shopping-Module, sind der logische nächste Schritt“, betonte etwa ein Vertreter eines Satellitenbetreibers. Wobei man am Anfang nicht mit großen Nutzerzahlen rechnen könne: „Wir müssen ja erst mal eine völlig **neue Boxengeneration** in die Haushalte bringen.“ Ein weiteres großes Thema war der anziehende **Wettbewerb** um die **Breitbandzugänge** in Deutschland. In seiner Begrüßungsrede stellte ANGA-Präsident **Thomas Braun** fest, dass

die Kabelbranche schon sehr weit gekommen sei und dabei ihr Potenzial noch lange nicht ausgeschöpft habe. „Es gibt in Deutschland wenige Branchen, wo das so ist“, sagte er stolz. Ebenso stolz klang er, als er die Stellung lobte, die die **ANGA Cable** inzwischen innehat. „Wir sind die Leitmesse“, sagte Braun. Ziel sei es freilich nicht, die Messe um jeden Preis zu vergrößern. „Die ANGA wird nicht größer werden, aber wir werden ihre Qualität weiter steigern“, verspricht er. Auch der Parlamentarische Staatssekretär im Bundeswirtschaftsministerium, **Hans-Joachim Otto**, betonte in seinem Grußwort, dass vor wenigen Jahren kaum jemand auf die Idee gekommen sei, seinen **Internetzugang** bei einem **Kabelnetzbetreiber** zu buchen. „Heute macht das schon **jeder dritte Neukunde**“, stellte er heraus. Auch bei der **Versorgung des ländlichen Raums** sieht der FDP-Politiker die Branche auf einem guten Weg. Auf der ANGA Cable ebenfalls präsent waren die **Internet-via-Satellit-Dienste** von **Astra** und **Eutelsat**, die inzwischen eine wettbewerbsfähige Download-Geschwindigkeit erreichen. Zu den **Kundenzahlen** wollen die **Vertriebspartner** allerdings nichts sagen. „Es könnten mehr sein, aber wir haben auch nicht wirklich Grund, uns zu beklagen“, ist die konkreteste Aussage, die sich etwa **Stephan Schott** von der Internetagentur Schott, die mit Eutelsat zusammenarbeitet, entlocken lässt. Das Problem sei, dass man sich mit dem Angebot an **Menschen** wende, die von dem ganzen Thema noch nichts gehört haben. „Die kennen in dem Bereich doch nur die ‚Post‘, das macht eine **Ansprache** schwierig“, sagte Schott. Der erstarkende Wettbewerb war auch zentrales Thema auf der traditionellen **Elefanten-**

runde. Mit Spannung war der Auftritt von **Brian Sullivan** erwartet worden, dem neuen Vorstandsvorsitzenden von **Sky Deutschland**. Er sieht die **Entwicklungschance** des Pay-TV-Veranstalters vor allem in **neuen Angeboten**, insbesondere **HDTV**. „Ich kann mir nicht vorstellen, in Zukunft **neue Sender** in unser Bouquet aufzunehmen, die nicht durch einen **eigenen HD-Kanal** flankiert werden“, betont der US-Amerikaner, der zudem auch den Qualitätsaspekt ins Spiel brachte: „Wir werden immer **echtem HD** den **Vorzug** geben gegenüber hochgerechneten Angeboten.“ **Christian P. Illek**, Geschäftsführer Marketing der **Deutschen Telekom**, freut sich über seine mehr als **eine Million Abonnenten** der IPTV-Plattform **Entertain**, wovon inzwischen über **100.000** auch „**LIGA total!**“ gebucht hätten. Die Entscheidung, mit einem eigenen **Bundesliga-Angebot** an den Start zu gehen, sei im Haus durchaus umstritten gewesen. „Jetzt beweist sich aber, dass sie richtig war“, sagte Illek. Fußball sei unverzichtbar, betonte er. Auf die Frage, ob er an **weiteren Fußballrechten**, etwa für die **Champions League**, interessiert sei, wiegelte er ab. „Wir sind in erster Linie **Plattformbetreiber**“, besänftigt er. Damit ging Illek klar einen Schritt auf **Sullivan** zu. Der forderte nämlich etwas sehr Sinnvolles von allen Marktteilnehmern: **mehr Kooperation**. Nur so könne man den deutschen Pay-TV-Markt nach vorne bringen. Das hört man gerne. Ob aber tatsächlich die **Vernunft** über die recht **unterschiedlichen Interessen** der **Marktteilnehmer** siegen kann, bleibt abzuwarten. Bislang verpufften solche Vorstöße sehr schnell wieder.

■ TV.GUSTO: Aus für Free-TV / Namenswechsel

Der Spartenkanal für Hobbyköche, **tv.gusto**, gibt sein Free-TV-Angebot auf. Ab **29. Mai** ist der Sender unter dem neuen Namen **Bongusto** nur noch auf **Pay-TV-Plattformen** zu empfangen. Das kostenfreie Programm, das via Astra (19,2° Ost) und als Livestream im Internet verbreitet wurde, wird eingestellt. Bongusto wird über die **Kabelnetze** von Kabel Deutschland, Unitymedia und Kabel BW, die **IPTV-Angebote** von Deutscher Telekom und HanseNet sowie weitere Plattformen insgesamt über **1,1 Millionen Abonnenten** erreichen. Gleichzeitig erhält die TV-Station ein **neues Erscheinungsbild** und nimmt rund **200 neue kulinarische Sendungen** in ihr Programm auf, zum größten

Teil deutsche Erstaussstrahlungen. Neben den deutschen Kochshow-Moderatoren Birte Karalus, Ralf Kühler, Kai Böcking und Michael Gliss sollen künftig auch internationale Kochgrößen für Bongusto am Herd stehen. Der Sender, dessen größter Gesellschafter der **Burda-Verlag** ist, bot bislang zwei Programme an: Der Free-TV-Kanal **tv.gusto** finanzierte sich über Werbung, Sponsoring und Teleshopping, während das Pay-TV-Angebot **tv.gusto Premium** auf Unterbrecherwerbung und Teleshopping-Fenster verzichtete und zahlreiche Sendereihen vor der Free-TV-Ausstrahlung zeigte. Die Entscheidung, das **Free-TV-Standbein** aufzugeben, kommt überraschend - ist angesichts des **rückläufigen**

Werbemarkts im Zuge der **Wirtschaftskrise** aber nachvollziehbar. Noch im Herbst 2009 hatte **Jörg Schütte**, Gründer und Geschäftsführer von tv.gusto, dem Medienboten gesagt: „Wir haben uns schon früh entschieden, beide Bereiche abzudecken, um sowohl im **Free-TV-** als auch im **Pay-TV-Markt** ein Standbein

zu haben. Daran werden wir auch in Zukunft festhalten.“ Nach dem **Deutschen Gesundheitsfernsehen**, **GIGA**, **XXHome** und **Tier.TV** verschwindet damit ein weiterer Free-TV-Sender aus dem deutschen Digital-TV-Markt. Infos: www.daskochrezept.de/tv-gusto / www.tvgustopremium.de

■ MESSELIVE.TV: Messefernsehen in HDTV

Mit **messelive.tv** startet am **6. Mai** ein neuer **HDTV-Kanal** in Deutschland, der **Nachrichten**, **Interviews** und **Hintergrundberichte** von **Messen** aller Branchen liefert. Die Beiträge werden direkt auf dem jeweiligen Messegelände sowie in einem HDTV-Nachrichtenstudio des Senders produziert. Als Generaldienstleister ist das Münchner TV-Produktionsunternehmen **STV Media Networks** mit der operativen Abwicklung des neuen Kanals betraut. Zum Auftakt wird von der Elektronikmesse **High End** berichtet, die vom 6. bis 9. Mai in München stattfindet. „Wir setzen auf **Schnelligkeit**, **multimediale Inhalte** und sind für unsere Zuschauer hautnah am Geschehen dabei“, sagte messelive.tv-Chefredakteur **Sebastian Schuster** in München. „In

unseren Sendungen zeigen wir neueste **Entwicklungen** und **Trends** aus erster Hand, spannende **Präsentationen** direkt vom Messegelände und lassen die Entscheidungsträger zu Wort kommen. Wir bieten den **Ausstellern** eine **Plattform** mit enormer Reichweite zur **Kommunikation** ihrer neuesten **Produkte** und **Dienstleistungen**.“ Bei der Verbreitung setzt messelive.tv komplett auf multimediale Plattformen: Gesendet wird als **Web-TV** auf der Internetseite www.messelive.tv, über **Hybrid-TV-Geräte** mit YouTube-Zugang, per **Mobil-TV** und auf dem **iPhone** von Apple. Die Webseite bietet zudem Informationen und Übersichten zu Messeterminen sowie aktuelle Messe- und Branchennachrichten.

■ CLIPMYHORSE: TV-Angebot für Pferdesport

Mit **ClipMyHorse** befindet sich ein **Web-TV-Angebot** im Aufbau, das **Pferdeveranstaltungen** live übertragen will. Die Betreibergesellschaft **Horse Media Solutions** mit Sitz in Wiesbaden hat dazu eine **Lizenz** bei der hessischen **Landesanstalt für privaten Rundfunk** und neue Medien beantragt. Auch der **Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich** liegt das Vorhaben bereits zur Prüfung vor. Im Mittelpunkt der Plattform, die unter www.clipmyhorse.de erreichbar sein wird, stehen **Reitsport**, **Zucht** und **Freizeit**. Geplant sind **Livestreams**, **Videos**, **Fotos** und **Texte** rund um **Pferde**, **Reiter** und **Veranstaltungen**, derzeit läuft

die Betaphase. Die Inhalte werden nach Angaben der Betreiber sowohl von ClipMyHorse als auch von Partnerunternehmen erstellt. Die **Nutzer** können eigene **Beiträge** erstellen und in dem Portal veröffentlichen. Das **Grundangebot** ist **kostenfrei** und **werbefinanziert**. Für **erweiterte Funktionen** ist eine **Premium-Mitgliedschaft** notwendig, die **5 Euro** pro Monat kostet. Hinter dem Angebot, das in den Sprachen **Deutsch**, **Englisch**, **Französisch** und **Spanisch** verfügbar sein wird, steht der IT-Unternehmer und Pferdezüchter **Klaus C. Plönzke**.

Fernsehen

■ ANIXE HD: Anixe 3D in Planung

Der TV-Sender **Anixe HD** steigt ins dreidimensionale Fernsehen ein: Ab **Mai** soll ein **großes Programmfenster** in **3D** ausgestrahlt werden. Eine entsprechende

neue **Sendelizenz** für **Anixe 3D** wurde nach Angaben des Senders bei den **Landesmedienanstalten** beantragt. Geplant sind unter anderem **Sportübertragun-**

gen, Dokumentationen und Konzerte. Dies wäre das erste reguläre 3DTV-Angebot in Deutschland. Am 24. und 25. April hatte Anixe HD bereits die Relegationsspiele im Tennis **Fed Cup** in 3D übertragen. Ab **10. Mai** zeigt der Sender die **Finalspiele** des Tennisturniers **BMW Open** aus München in dreidimensionaler Darstellung. Die Vorrundenpartien vom 4. bis 9. Mai

werden live in HDTV übertragen. Die BMW Open, das erste ATP Turnier des Jahres auf deutschem Boden, überträgt Anixe HD in Zusammenarbeit mit dem Webportal **tennislive.tv**, mit dem der Sender bereits beim Fed Cup kooperiert hat. Kommentator vor Ort ist Karsten Linke. Anixe HD ist als Free-TV-Angebot via Kabel, Satellit und IPTV empfangbar.

■ FRANCE 24: Ausbaupläne in Deutschland

Der französische Nachrichtenkanal **France 24** will seine Bekanntheit und Präsenz in **Deutschland** ausbauen. „Der deutsche Markt ist ein **Schlüsselmarkt** in Europa“, sagte Geschäftsführerin **Christine Ockrent** der Nachrichtenagentur epd. Momentan verhandle man mit deutschen **Verlagen** über neue **Medienpartnerschaften**. Interessant seien insbesondere Kooperationen mit Printmedien. „Wenn wir für den **Online-Auftritt** von Zeitungen **Nachrichtenvideos** bereitstellen, ist dies für beide Seiten ein Gewinn“, sagte Ockrent. Eine Zusammenarbeit läuft bereits mit dem privaten Metro-

polenfernsehen **TV.Berlin**, das die englischsprachigen Nachrichten von France 24 täglich ausstrahlt. Der Sender, der über das Weltgeschehen aus französischer Perspektive berichtet, ist in englischer, französischer und arabischer Sprache via Kabel, Satellit und Internet zu empfangen. Das **deutsche Publikum** will Ockrent nicht durch Berichte aus Deutschland oder Sendungen in deutscher Sprache erreichen. France 24 biete einen europäischen Blick auf die Welt und könne mit **Kulturthemen** und **hintergründigen Debatten** auch in Deutschland punkten, sagte die TV-Journalistin.

Radio

■ DRADIO: Vorstoß für digitale Klassikwelle

Der Intendant des **Deutschlandradios**, **Willi Steul**, hat ein neues **digitales Klassikradio** gefordert. Es solle über den terrestrischen Verbreitungsweg **DAB+** ältere **Klassikaufnahmen** aus dem Bestand von **Deutschlandradio** und von **ARD-Orchestern** ausstrahlen, sagte Steul auf dem Medientreffpunkt Mitteldeutschland in Leipzig. „In den **Archiven** der Sender liegen **Schätze**, die geradezu danach schreien, gehoben zu werden“, so Steul an die Adresse der ARD-Intendanten. Private Hörfunkveranstalter hätten so etwas nicht zu bieten, zudem sei eine entsprechende Musikplattform nicht über Werbung refinanzierbar - also keine

Konkurrenz. In einer ersten Reaktion sagte der in Sachsen-Anhalt für Medien zuständige Staatskanzleichef **Rainer Robra**, er schätze das digitale Angebot von **MDR Klassik**. „Ob ein bundesweites Programm dieser Art nötig wäre, kann ich aber nicht einschätzen“, erklärte Robra. Es sei aber nachvollziehbar, die Schätze aus den Archiven heben zu wollen. Die **Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten** (KEF) werde einen entsprechenden Antrag den Regeln gemäß prüfen, sagte der stellvertretende KEF-Vorsitzende Horst Bachmann.

■ WM: Privatradios übertragen live

Die großen deutschen Privatradios werden die Spiele der **Fußball-WM** in voller Länge übertragen: Nach der erfolgreichen Zusammenarbeit bei der WM 2006 haben sich **Antenne Bayern**, **Hit Radio FFH**, **Radio NRW**, **Antenne Thüringen**, **104.6 RTL** und **105'5 Spreeradio**

erneut zusammengetan, um als lizenzierte Radiosender **alle 64 Spiele live** zu übertragen. So verpassen Fußballfans keine Begegnung, auch wenn sie noch nicht zuhause sind. Über die Hälfte aller Partien werden nachmittags ausgetragen, die Anstoßzeiten sind 13.30

und 16 Uhr. Die Sender sind mit **Reportern, Redakteuren** und **Technikern** in Südafrika vertreten, die aus den Stadien, dem Quartier der deutschen Nationalmann-

schaft, von den Pressekonferenzen und über Land und Leute berichten.

Kabel, Satellit, DVB-T, IPTV

■ SKY: Mehr Filme und Sport in HDTV

Bei den neuen HDTV-Kanälen, die **Sky** im Sommer startet, handelt es sich um **Sky Cinema Hits HD**, **Sky Action HD** und **Sky Sport HD2**. Ab **August** bietet der Pay-TV-Veranstalter damit insgesamt zehn HDTV-Programme an. In naher Zukunft soll ein **weiterer Sender** dazu kommen, der derzeit noch in Planung ist. Sky Cinema Hits HD und Sky Action HD sind die HDTV-Varianten der beiden Kanäle, die Sky bereits in herkömmlicher Auflösung verbreitet. **Sky Cinema Hits** zeigt **Spielfilme** der vergangenen Jahre und **US-Serien**, während bei **Sky Action Filme** der Genres **Action**, **Horror** und **Science-Fiction** laufen. Sky Sport HD2 ergänzt Sky Sport HD mit weiteren Live-Sport-

übertragungen. Sky-HD-Abonnenten können die neuen Programme ohne Mehrkosten empfangen. Eine weitere Neuigkeit, die im **Sommer** eingeführt wird, ist **Sky Multiroom**: Mehrpersonenhaushalte können damit Sky in verschiedenen Räumen gleichzeitig nutzen. Für **12 Euro** pro Monat (24 Euro mit Bundesliga) erhalten sie die Möglichkeit, eine **zweite Smartcard** mit einem zusätzlichen Receiver im Haushalt einzusetzen. Darüber hinaus plant Sky verschiedene **mobile Dienste** und **Applikationen**, damit die Abonnenten die Angebote jederzeit und überall nutzen können. Den Anfang macht im **Mai** ein Service für das **iPad** von Apple, auch für das **iPhone** ist eine Anwendung geplant.

■ SKY: HDTV-Rekorder mit NDS-Technologie

Der Pay-TV-Veranstalter **Sky** will im **Mai** eine **neue Generation** von **HDTV-Digitalrekordern** mit erweiterten Service- und Komfortfunktionen einführen. Mit **Sky+** können die Abonnenten über die eingebaute **Festplatte** künftig **Spielfilme** und **Serien** jederzeit ansehen - unabhängig von der TV-Ausstrahlung. Das Gerät, das auf dem **XTV-System** des Technologiekonzerns **NDS** basiert, kann bis zu **25 Filme** in **HD-Qualität** oder 50 Filme in herkömmlicher Auflösung zum **individuellen Abruf** speichern. Für zukünftige Sky-Angebote in **3D** sind die neuen Sky+ HD-Digitalrekorder, die vom britischen Hersteller **Pace** produziert werden, bereits vorbereitet. Zunächst gibt es Sky+ für Satellitenempfang, eine Kabelvariante soll noch in diesem Jahr folgen. Der

Pay-TV-Anbieter baut damit seine Zusammenarbeit mit **NDS** aus. Von dem Unternehmen nutzt Sky bereits das Verschlüsselungsverfahren **VideoGuard**, die Set-Top-Box-Software **MediaHighway** und einen **elektronischen Programmführer**. „XTV ist die logische **Erweiterung** der **Komplettlösung** von **NDS**, die bei Sky bereits im Einsatz ist“, sagte **Gerry Duffy**, Senior Vice President Technology von Sky Deutschland. „Auf Basis der Digitalrekorder-Technologie können wir unseren Abonnenten **Programme** und **Dienste** anbieten, die ebenso attraktiv wie zuverlässig geschützt sind - beides sind wichtige Voraussetzungen für ein erfolgreiches Pay-TV-Angebot.“

■ SKY: Kooperationen mit Kabelnetzbetreibern

Sky will ab sofort enger mit **Kabelnetzbetreibern** zusammenarbeiten, um den Kunden neue **Kombi-Pakete** anbieten zu können. Die erste Kooperation dieser Art vereinbarte der Pay-TV-Veranstalter mit **NetCologne**. Die Kölner Kabelgesellschaft bündelt eigene

Produkte mit einem Sky-Abonnement zu einem Triple-Play-Angebot. Die Kunden erhalten eine **Internet-Flatrate** mit einer Datenrate von bis zu 100 Mbit/s, einen **Telefonanschluss** mit Flatrate ins deutsche Festnetz, einen **HDTV-Receiver** und können aus verschie-

denen **Sky-Abos** wählen - dabei sparen sie mehr als 200 Euro im ersten Jahr im Vergleich zur Einzelbuchung. Im Rahmen der Zusammenarbeit wird NetCologne außerdem als erster Kabelnetzbetreiber zwei der neuen HDTV-Kanäle einspeisen, die Sky im Sommer startet. „Wir wollen die Zusammenarbeit mit den Kabelnetzbetreibern über die reine Einspeisung unseres Programmangebots hinaus weiter intensivieren“, sagte **Wolfram Winter**, Senior Vice President Distribution

Development von Sky Deutschland. „Die Kooperation mit NetCologne ist dabei ein Musterbeispiel für eine **Vertriebs- und Vermarktungskoope-ration**, die wir auch noch mit **weiteren Netzbetreibern** vereinbaren wollen. Ziel ist es, das exklusive Programmangebot von Sky in einem Angebot mit den Produkten der Kabelnetzbetreiber zu vermarkten und so den Wunsch von vielen Kabelkunden vor allem nach HD-Programmen zu erfüllen.“ Infos: www.netcologne.de/sky

■ KABELKIOSK: Pay-TV-Paket in HDTV

Der **KabelKiosk** von **Eutelsat** startet am **1. Juni** sein **Pay-TV-Paket** mit **HDTV-Kanälen**: „**HD Extra**“ enthält den Musiksender **myZen.tv**, den Kinderkanal **bebeTV**, den Modesender **Fashion TV** und **Luxe.TV**, den Spartenkanal für die Liebhaber von Luxus. Der Kabelkiosk empfiehlt Netzbetreibern, die das Bouquet ihren Kunden anbieten wollen, einen monatlichen Abo-

preis von **5,90 Euro** in der Einführungsphase. Das Angebot soll in den kommenden Monaten mit weiteren deutschen und internationalen Pay-TV Sendern ausgebaut werden. Mit den Free-TV-Kanälen **RTL HD** und **VOX HD** sowie dem Pay-TV-Erotikprogramm **Penthouse HD** bietet der KabelKiosk damit insgesamt sieben HDTV-Sender.

■ KLARDIGITAL: Infoaktion / Private ziehen mit

Mit einer **Informationskampagne** wollen die öffentlich-rechtlichen und privaten **Fernsehsender** gemeinsam mit den **Landesmedienanstalten** die TV-Zuschauer auf die **Einstellung** der **analogen Satellitenausstrahlung** am **30. April 2012** aufmerksam machen. An der Initiative „**klardigital 2012**“ sind **ARD**, **ZDF**, die **Mediengruppe RTL Deutschland**, **ProSiebenSat.1** und der Privatsender-Verband **VPRT** beteiligt. Gleichzeitig bestätigten die RTL-Gruppe und ProSiebenSat.1, dass sie sich **ARD** und **ZDF** anschließen und via Satellit ab 1. Mai 2012 ebenfalls nur noch digital senden werden. Die Internetseite www.klardigital.de bildet den Auftakt der Kampagne, in deren Mittelpunkt die **Information** der betroffenen Satellitenhaushalte sowie die

Beratung für Fachhandel, Fachhandwerk, Wohnungswirtschaft und Kabelnetzbetreiber stehen. Das Webportal dient in den nächsten beiden Jahren als **zentrale Plattform** rund um den **Umstieg** auf **digitales Satellitenfernsehen**. Die Zuschauer können sich dort darüber informieren, ob sie von der Umstellung betroffen sind und was sie gegebenenfalls bis spätestens April 2012 veranlassen müssen. 75 Prozent der Satellitenhaushalte sind bereits auf Digital-TV umgestiegen. Die „**klardigital 2012**“-Aktionen werden von einem **Projektbüro** koordiniert, das bei der gemeinsamen Geschäftsstelle der **Landesmedienanstalten** in **Berlin** eingerichtet wurde.

■ TELEKOM: Kritik an HDTV-Politik der Privatsender

Die **Deutsche Telekom** kritisiert die umstrittenen **Nutzungsbeschränkungen**, auf die die privaten TV-Gruppen **RTL** und **ProSiebenSat.1** bei den **HDTV-Varianten** ihrer **Free-TV-Sender** bestehen. „Wir sind derzeit in der intensiven Diskussion darüber, wie viel ein Kunde von dem **Komfort**, den er heute kennt, weggeben muss, damit er HDTV sehen kann, noch **unter-**

schiedlicher Meinung“, sagte **Christian P. Illek**, Geschäftsführer Marketing, dem Medienmagazin „**DWDL**“. „Die Sender wollen natürlich an ihrer klassischen **Werbevermarktung** festhalten und wollen **Ad-Skipping** verhindern oder **Einschränkungen** bei der **Aufzeichnung**. Ich sage dazu nur: Wer es ernst meint und HDTV hoffähig machen will, muss dafür sorgen, dass

es auf jeder Plattform zu empfangen ist und dem neuen Standard **nicht unnötig Steine in den Weg gelegt** werden.“ Die Privatsender haben die Nutzungsbeschränkungen bislang auf allen Verbreitungswegen durchgesetzt: der Astra-Plattform **HD+**, dem **KabelKiosk** von **Eutelsat** und dem Kabelnetz von **Tele Columbus**. Wegen der unterschiedlichen Auffassung mit der Telekom sind die Programme noch nicht auf deren

IPTV-Plattform **Entertain** zu empfangen. Auch der Kabelnetzbetreiber **Kabel BW** kritisierte in der Vergangenheit die HDTV-Politik der Privatsender. Viele der Forderungen, etwa umfassende **Beschränkungen** beim Aufzeichnen, Archivieren und Kopieren von TV-Programmen, seien aus Sicht von Kabel BW **nicht im Interesse der Kunden**.

■ TELEKOM: Live-Sport in 3D bei Entertain

Die **Deutsche Telekom** will mit dem Eröffnungsspiel der **Eishockey-WM** in Gelsenkirchen am **7. Mai** zum ersten Mal ein Sportereignis aus Deutschland **live in 3D** im Fernsehen übertragen. „Die Deutsche Telekom plant, die dreidimensionalen Bilder von diesem Spiel über ihr IPTV-Angebot **Entertain** auszustrahlen“, sagte **Christian P. Illek**, Geschäftsführer Marketing, dem „Handelsblatt“. Neben einem Sportabonnement für „**LIGA total! HD**“ benötigen die Zuschauer einen **3D-fähigen Fernseher mit 3D-Brille**. Entsprechende Geräte sind seit kurzem im Handel, aber bislang wenig verbreitet. Die **IPTV-Receiver**, die **Entertain** vertreibt, sind bereits **3D-tauglich**, Zusatzkosten fallen nicht an.

Der Vorstoß, bei dem Telekom mit **Constantin Medien**, **Plazamedia** und **Sport1** zusammenarbeitet, dient in erster Linie der Imagepflege. „Wir wollen zeigen, wozu unsere Plattform technisch in der Lage ist“, sagte Illek. „Im Gegensatz zur Konkurrenz funktioniert bei uns 3D nicht nur im Testbetrieb, sondern auch in der Praxis.“ **Sat.1** und **Sky** hatten in den vergangenen Wochen Spiele der **Fußball-Bundesliga** und **Champions League** mit 3D-Kameras gefilmt und sie jeweils einem kleinen Publikum in einer geschlossenen Veranstaltung präsentiert. Weitere 3D-Übertragungen will die Telekom erst dann durchführen, wenn die dafür notwendigen TV-Geräte stärker verbreitet sind.

■ EUTELSAT: Fokus auf 3D in Deutschland

Der Satellitenbetreiber **Eutelsat** will mit seinem **3D-Vorführkanal**, der seit März 2009 über **Eurobird 9A** (9° Ost) ausgestrahlt wird, die **kommerzielle Einführung des dreidimensionalen Fernsehens in Deutschland** vorantreiben. Das Unternehmen geht dazu auf Endgerätehersteller, Handel, Netzbetreiber und TV-Sender zu und stellt ihnen das 3D-Signal über verschiedene Verbreitungswege für **Demozwecke** und **Gerätetests** zur Verfügung. „Wir wollen mit unserem über die vergangenen Jahre aufgebauten Fachwissen zu 3D-Technologien die Einführung von 3DTV in den kommenden Jahren aktiv begleiten und unseren Partnern und Kunden **neue Geschäftsmodelle** und **Angebotsformen** innerhalb der 3D-Wertschöpfungskette

ermöglichen“, sagte **Martina Rutenbeck**, Geschäftsführerin von Eutelsat visAvision, auf der Fachmesse ANGA Cable in Köln. Über den **KabelKiosk** von Eutelsat sollen **Netzbetreiber** die Möglichkeit erhalten, den 3D-Demokanal einzuspeisen. **Fachhändler** können das Programm dazu verwenden, den Kunden in ihren Ladengeschäften 3D live zu zeigen, während **Endgerätehersteller** technische Tests in Kooperation mit Eutelsat durchführen können. **TV-Sender** können über den 3D-Kanal einzelne Programme ausstrahlen. Der Kanal, der auf der Frequenz 11,747 GHz H (SR 27.500, FEC 3/4) frei empfangbar ist, bietet Inhalte verschiedener Genres wie Sport, Musik, Konzerte und Live-Events.

■ ASTRA: Startschuss für 3D-Kanal

Der Satellitenbetreiber **SES Astra** hat am 4. Mai zur Eröffnung der Fachmesse ANGA Cable seinen **dreidi-**

mensionalen Fernsehkanal gestartet. Das Programm, das 3D-Inhalte aus den Bereichen Sport, Musik und

Unterhaltung bietet, ist über **Astra 1E** (23,5° Ost) auf der Frequenz 11,778 GHz V (SR 27.500, FEC 9/10) frei empfangbar. Sobald Astra 3B den Betrieb aufnimmt, wechselt der Kanal auf den neuen Satelliten. Das Angebot richtet sich vor allem an **Fachhändler**, die 3DTV damit den Kunden live in ihren Ladengeschäften vorfüh-

ren können. Auch **Privathaushalte**, die mit **3D-Fernseher** und **-Brille** ausgestattet sind, können das Programm empfangen. Entsprechende Geräte sind seit kurzem im Handel erhältlich. Ein neuer Receiver wird in der Regel nicht benötigt, da sich die meisten HDTV-Boxen auch für 3DTV eignen.

■ KABELKIOSK: Hybrid-TV-Lösung für Netzbetreiber

Der **KabelKiosk** von **Eutelsat** hat auf der Fachmesse ANGA Cable sein erweitertes **Medienportal** vorgestellt. Mit der **Hybrid-TV-Lösung**, die auf dem **HbbTV-Standard** basiert, können **Netzbetreiber** ihren Kunden **Video-on-Demand** und **interaktive Dienste** anbieten. Auch Inhalte des **3D-Vorführkanals** von **Eutelsat** sollen künftig darin eingebunden werden. Die **Markteinführung** des KabelKiosk-Portals ist bei Verfügbarkeit von HbbTV-Endgeräten für das **vierte Quartal** geplant. Die **Red-Button-Funktion**, die Eutelsat in Köln erstmals präsentierte, verknüpft die Welten von TV und Internet und schafft dadurch **kombinierte Nutzungsmöglichkeiten linearer und nicht linearer Medieninhalte** auf Knopfdruck. Erster Partner bei der Vorführung war der Pay-TV-Kanal **Focus Gesundheit**. Ausgangspunkt der Nutzung ist stets das TV-Pro-

gramm. Hierüber gelangen Kabelkunden über eine Red-Button-Funktion der Fernbedienung in die **interaktive Multimedia-Welt**. So erhalten sie Zugriff auf **Dienste** und **Videos** zum laufenden **TV-Programm** und können **Premium-Inhalte** abrufen. Ebenfalls neu geschaffene Senderportale ermöglichen es, On-Demand-Inhalte unterschiedlicher Genres sowie interaktive Dienste wie zum Beispiel **Webshops** rund um die KabelKiosk-Programmpakete zu nutzen. Darüber hinaus bietet das Portal Zusatzservices wie **Nachrichten**, **Wetterdienste** und weitere **Informationen**. **Netzbetreiber** können neue Möglichkeiten der **Kundenbindung** und **neue Umsatzquellen** erschließen, etwa über Kooperationen mit der Wohnungswirtschaft oder lokale Werbung.

■ KABEL BW: Interesse an Pay-TV steigt

Kabel BW hat die Marke von **200.000 Pay-TV-Paketen** überschritten. Besonders **hohe Nachfrage** erzielte das im Dezember 2009 gestartete HDTV-Bouquet „**Clever HD**“ mit vier Fernsehsendern in hoher Bildauflösung für 4,90 Euro pro Monat. „Gemessen am Kundenpotenzial ist Kabel BW einer der stärksten Pay-TV-Anbieter“, sagte **Klaus Wolf**, Leiter Produktmanagement TV & Content, in Heidelberg. „Darüber hinaus beweisen wir: **Pay-TV muss nicht teuer sein!**“ In den kommenden Monaten sollen die Bezahlpakete weiter ausgebaut

werden, insbesondere im Bereich der HDTV-Programme. Außerdem startet Kabel BW im **Sommer** einen **Abrufdienst** für **Spielfilme**, **Serien**, **Dokumentationen** und andere Inhalte. „Unsere Video-on-Demand-Plattform eignet sich natürlich auch hervorragend für TV-Sender, die dort ihre Inhalte zum Abruf anbieten können“, sagte Wolf. Alle Kabelhaushalte in Baden-Württemberg werden das Angebot nutzen können, das auch HDTV-Titel enthalten wird.

Werbung



Mein Fernsehen!
Holen Sie sich jetzt Ihr Wunschprogramm ins Haus.

 KabelKiosk
powered by eutelsat

Digitale Fernhepakte
von KabelKiosk.
Tel: **01805-22811***

* 0,14 €/Min. aus dem Festnetz;
maximal 0,42 €/Min. aus den Mobilfunknetzen

Infos: www.kabelkiosk.de/medienbote

■ KABEL BW: Glasfaser bis zum Kunden

Kabel BW schließt zukünftig Haushalte direkt an das **Glasfasernetz** (Fibre to the Building) an. Mit dem Schritt will die Kabelgesellschaft nach eigenen Angaben ihren **Vorsprung** gegenüber alternativen Technologien wie **DSL** ausbauen. Vor allem in **ländlichen Regionen**, in denen bisher noch keine Infrastruktur für einen schnellen Internetzugang verfügbar ist, sowie in **Neubaugebieten** und **Gewerbegebieten** sei die Glasfaserleitung bis in die Gebäude eine sinnvolle Ergänzung und Weiterführung des bisherigen kombinierten Glasfaser-Koaxial-Breitband-Netzes (HFC-Netzwerk), teilte das Unternehmen in Heidelberg mit. In **Pilotgebieten** mit rund **500 Haushalten** in Freiburg und Ottenbach hat

Kabel BW bereits FTTB-Netze in Betrieb genommen. „Die **direkte Glasfaseranbindung** der Haushalte wird schrittweise bis **2011** zur **Regelbauweise** für neue und modernisierte Netze von Kabel BW vorangetrieben“, sagte **Uwe Bärmann**, Geschäftsführer Technik von Kabel BW. „Weitere Pilotprojekte zur kompletten Neukabelung von Neubaugebieten mit Glasfaser sind in Planung und zum Teil schon im Bau.“ Seit **2006** hat Kabel BW rund eine **halbe Milliarde Euro** in den **Ausbau** seines **Netzes** investiert, in den nächsten Tagen wird die Aufrüstung des Gesamtnetzes auf eine Internet-Datenrate von 100 Mbit/s abgeschlossen.

■ UNITYMEDIA: Netzaufrüstung auf 128 Mbit/s

Unitymedia bietet künftig einen noch schnelleren Internetzugang: Bis **Jahresende** sollen rund **80 Prozent** des **Kabelnetzes** für den Breitbandstandard **EuroDOCSIS 3.0** aufgerüstet sein. Dadurch werden weitere rund 5,7 Millionen erreichbare Kabelhaushalte in die Lage versetzt, mit einer Datenrate von bis zu **128 Mbit/s** im Internet zu surfen. Seit Ende 2009 können bereits über 700.000 Unitymedia-Kunden im Raum Köln, Bergisch-Gladbach den Hochgeschwindigkeitszugang nutzen. „Bis Jahresende wollen wir nicht nur die **Ballungszentren** in den Regionen Rhein-Main und Rhein-Ruhr, sondern möglichst weite Teile unserer Netze in **ländlichen Gebieten** aufgerüstet haben“, sagte Unitymedia-Geschäftsführer **Gene Musselman** in

Köln. „Damit nehmen wir das nach Reichweite **größte Breitband-Aufrüstungsprojekt** in **Nordrhein-Westfalen** und **Hessen** in Angriff. Wir nennen dies Fiber Power - die Kraft der Glasfaser.“ Unitymedia hat bereits damit begonnen, das Netz mit EuroDOCSIS-3.0-Komponenten auszurüsten. Tiefbauarbeiten, etwa Straßen- und Gehwegaufbrüche, können weitgehend vermieden werden. Auch innerhalb der an das Kabelnetz angeschlossenen **Häuser** sind in der Regel **keine Umbaumaßnahmen** erforderlich. Technisch veraltete Hausverteilnetze bringt Unitymedia in Zusammenarbeit mit der Wohnungswirtschaft auf den technisch neuesten Stand.

■ KDG: 100-Mbit/s-Internet in München und Hannover

Kabel Deutschland (KDG) bietet den Hochgeschwindigkeits-Internetzugang mit einer Datenrate von bis zu **100 Mbit/s** ab sofort auch in **München** und **Hannover** an. Die Kunden haben die Wahl zwischen den Internet- und Telefon-Produkten „Paket Comfort 100“ und „Paket Comfort 60“ für monatlich **42,90 Euro** beziehungsweise 32,90 Euro. Die Preise gelten während der Mindestvertragslaufzeit von zwölf Monaten. Danach fallen die regulären Entgelte an, die jeweils sieben Euro höher sind. Die Pakete enthalten neben

einer **Internet-Flatrate** auch eine **Telefon-Flatrate** ins deutsche Festnetz. Bislang bot der Kabelnetzbetreiber den Highspeed-Anschluss nur in **Hamburg** an. Bis zum Sommer soll **Berlin** dazu kommen, danach folgen **Dresden** und **Leipzig**. Schrittweise soll das gesamte ausgebaute Netz das Angebot nutzen können. Das für die hohen Geschwindigkeiten notwendige Kabelmodem erhalten KDG-Kunden während der Vertragslaufzeit kostenlos.

■ KDG: CI+ Modul / Digital-TV ohne Box

Als erster deutscher Kabelnetzbetreiber bietet **Kabel Deutschland** (KDG) ab sofort ein **CI+ Modul** an. **Flachbildfernseher** mit eingebautem Kabeltuner, die mit der Schnittstelle CI+ ausgestattet sind, können auf diese Weise das verschlüsselte **Digital-TV-Angebot** der KDG **ohne separate Set-Top-Box** empfangen. Eine zweite Fernbedienung auf dem Wohnzimmerisch gehört damit der Vergangenheit an. Gleichzeitig entsteht ein **offener Digitalreceiver-Markt**, denn jedes Gerät mit CI+ Schnittstelle ist damit fürs KDG-Kabelnetz geeignet. Die Module sind inklusive Smartcard bei der KDG erhältlich, im Handel gibt es sie derzeit nicht. Die Kunden erhalten das Modul - je nach Vertragsart -

entweder kostenlos oder für 69 Euro. Die Module, die von der Firma **SMIT Digital GmbH** hergestellt werden, basieren auf dem Verschlüsselungssystem **VideoGuard** des Technologiekonzerns **NDS**. „Wir freuen uns über diese zusätzliche Möglichkeit, unsere Kunden in den Genuss unserer sehr weitreichenden digitalen TV-Welt zu bringen. Heute ist ein wichtiger **Meilenstein** für die fortschreitende **digitale Nutzung** im **Kabel** erreicht worden“, sagte **Christian Constant**, Vice President New TV Products bei der KDG. Das Unternehmen hatte im vergangenen Jahr angekündigt, 2010 eine CI+ Lösung einzuführen.

■ KDG: HDTV-Receiver / Kabel-Umbau

Kabel Deutschland (KDG) bietet ab sofort einen **HDTV-Receiver** an. Mit dem Humax NA-HD 2000C, der für **169 Euro** bei der KDG erhältlich ist, können Kabelhaushalte die **Live-Spiele** der **Fußball-WM** empfangen, die ARD und ZDF in hoher Bildauflösung übertragen. Damit alle Kabelkunden die HDTV-Programme der öffentlich-rechtlichen Sender sehen können, baut

die KDG derzeit ihr Kabelnetz um. Spätestens ab **Mitte Mai** werden **Das Erste HD**, **ZDF HD** und **ARTE HD** im **Gesamtnetz** verfügbar sein. Die Programme wurden bislang nur im ausgebauten Teil des Netzes eingespeist und waren damit lediglich für rund 90 Prozent der Kunden zu empfangen.

■ UNITYMEDIA: HDTV-Kabelbox ab Juni

Unitymedia bietet ab **Juni** einen **HDTV-Receiver** an. Die Kunden können damit die **Live-Spiele** der **Fußball-WM** empfangen, die ARD und ZDF in hoher Bildauflösung übertragen. Das Gerät, das sich neben HDTV auch für 3DTV eignet, kann für **5 Euro** pro Monat gemietet werden. Wer bis 31. Mai bestellt, zahlt in den ersten drei Monaten den halben Preis. In die Kabelbox ist bereits eine **Festplatte** eingebaut, die in der **zweiten Jahreshälfte** über ein kostenloses **Software-Update**

automatisch aktiviert wird: aus dem HDTV-Receiver wird damit ein **HDTV-Rekorder**. Bis zu 150 Stunden TV-Aufnahmen haben auf der Festplatte Platz, auch zeitversetztes Fernsehen ist möglich. Die **Fernbedienung** stammt von dem österreichischen Hersteller **ruwido**. Das HDTV-Angebot von Unitymedia umfasst derzeit **Das Erste HD**, **ZDF HD**, **ARTE HD**, **Servus TV HD** und **Sky Sport HD**. Die digitale Videothek „Kino auf Abruf“ soll im Juni um HDTV-Titel erweitert werden.

■ UNITYMEDIA: Internet und Telefonie einzeln

Unitymedia bietet ab sofort die Möglichkeit, einen **Internetzugang** und **Telefonanschluss einzeln** zu bestellen. Beim **Internet** reicht das Spektrum vom **16-Mbit/s-Zugang** für **20 Euro** pro Monat bis zum Hochgeschwindigkeitsangebot mit **128 Mbit/s** für **45 Euro**

pro Monat. Bei den **Telefonie-Angeboten** können sich die Kunden zwischen Minutenabrechnung oder Deutschland-Flatrate sowie ISDN-Funktionalität entscheiden, die Monatspreise reichen von **15 bis 25 Euro**. „Mit den neuen Einzelpaketen bieten wir unseren

Kunden jetzt die **maximale Freiheit** und **Flexibilität** bei der Produktauswahl“, sagte **Maik Emmermann**, Senior Vice President Marketing und Produktmanagement von Unitymedia, in Köln. Gleichzeitig verweist Emmermann auf die hohe Internet-Datenrate, die das Kabelnetz ermöglicht: „Das **Internet** bietet eine riesige Fülle an neuen **Multimedia-Anwendungen** wie beispielsweise **HD-**

Streaming oder **Online-Gaming**. Damit unsere Kunden diese Angebote uneingeschränkt genießen können, fängt unser **Einstiegspaket** mit einem **16-Mbit/s-Anschluss** da an, wo DSL-Angebote in der Regel aufhören. Mit der **Spitzengeschwindigkeit** unseres Premium-Produkts von bis zu **128 Mbit/s** im Download kann derzeit **kein DSL-Anbieter mithalten.**“

■ TELE COLUMBUS: Sat.1 & Co. in HDTV

Der Kabelnetzbetreiber **Tele Columbus** hat mit der Verbreitung von **Sat.1**, **ProSieben** und **kabel eins** in **hoher Bildauflösung** begonnen. Der entsprechende Vertrag wurde jetzt unterzeichnet, wie ProSiebenSat.1 in München mitteilte. Die Sender stehen Digitalkunden im grundverschlüsselten Basispaket „**Digital TV Basic**“ **ohne zusätzliche Kosten** zur Verfügung. „Unsere drei Vollprogramme Sat.1, ProSieben und kabel eins jetzt auch in High Definition unseren Zuschauern über das Kabel anbieten zu können, ist für uns als modernes Medienhaus ein weiterer wichtiger Schritt für den Aus-

bau unseres Technik- und Qualitätsangebots“, sagte **Andreas Bartl**, Vorstand German Free-TV von ProSiebenSat.1. Tele Columbus ist die erste Kabelgesellschaft, die die HDTV-Versionen der ProSiebenSat.1-Sender einspeist. Mit **RTL HD** und **VOX HD**, die seit Anfang Februar verbreitet werden, hat Tele Columbus damit als **einziger Kabelnetzbetreiber alle Sender** im Angebot, die der Satellitenbetreiber **SES Astra** für Satelliten-Direktempfänger auf seiner HDTV-Plattform **HD+** verbreitet.

■ PRIMACOM: Neue Paket- und Preisstruktur

Der Kabelnetzbetreiber **PrimaCom** hat neue Pakete geschnürt. So gibt es erstmals bis zu **200 TV- und Radioprogramme** inklusive **HDTV-Sendern** und Smartcard für **19,99 Euro** pro Monat. Im neuen Paket „**Kabelanschluss plus**“ ist neben den digitalen TV- und Hörfunkangeboten und HDTV ein **Internetzugang** per Flatrate mit einer Datenrate von **1 Mbit/s** inklusive Ka-

belmodem für **26,99 Euro** pro Monat enthalten. Wer höhere Geschwindigkeiten will, kann diese dazu buchen: 6 Mbit/s kosten 5 Euro pro Monat, 20 Mbit/s 15 Euro pro Monat. Außerdem kann das Paket um einen **Telefonanschluss** mit Flatrate ins deutsche Festnetz für **15 Euro** pro Monat erweitert werden.

■ ELCON: Glasfaserlösung für Mittelstand

Der Systemtechnik-Anbieter **Elcon** stellt auf der Fachmesse ANGA Cable eine neue Lösung vor, mit der **kleine und mittelständische Netzbetreiber**, die **Wohnungswirtschaft** und **kommunale Betreiber** am **Ausbau** der **Glasfasernetze** teilhaben können: Mit „**Fiber to the Anywhere**“ lassen sich vorhandene **Hausverteilnetze** im Plug&Play-Verfahren an eine **Glasfaser-Zuführung** anbinden. Dabei können erstmals auch vorhandene **Koaxialnetze** zur **Multimedia-Pipeline** aufgerüstet werden („Fiber to Coax“) - sowohl in Stern- als auch in Baumstruktur. Das System, das nach Elcon-Angaben rund 60 Prozent günstiger als die Nutzung der

DOCSIS-Infrastruktur ist, eignet sich für alle Bereiche mit bestehender Koaxialkabel-Infrastruktur, etwa Mehrfamilienhäuser, Hotels, Krankenhäuser, Studentenwohnheime oder Bildungseinrichtungen. Alle Bewohner können damit Breitbanddienste wie **IPTV**, **Highspeed-Internet** und **Telefonie** nutzen, eine **Neuverkabelung** im Haus ist **nicht erforderlich**. „Wir stellen zur ANGA Cable eine Innovation vor, die den **Breitband-Ausbau** in Europa **ganz erheblich beschleunigen** kann“, sagte **Werner Neubauer**, Geschäftsführer von Elcon Systemtechnik. „Sie ermöglicht **mittelständischen Netzbetreibern** und der **Wohnungswirt-**

schaft, bei denkbar **geringen Investitionen** und **ohne nennenswerte Bauarbeiten im Haus** das ganze Zukunftspotenzial der Glasfaser auszuschöpfen. Dies ist eine gute Nachricht für alle Netzbetreiber, die die Glasfaser-Zukunft in die eigene Hand nehmen und die **Kon-**

trolle über ihre **Netze** nicht an die großen Konzerne abgeben wollen. Wir stoßen mit unserer Lösung deshalb bei **NE4-Betreibern**, der Wohnungswirtschaft und kommunalen Versorgungsunternehmen auf sehr großes Interesse.“ Infos: www.elcon-system.com

■ HUMAX: Niederlassung in Unterföhring

Der südkoreanische Elektronikhersteller **Humax** ist ab sofort am Medienstandort **Unterföhring** bei München mit einer eigenen **Niederlassung** präsent. Neben dem Hauptsitz der Deutschland-Vertretung zur Abwicklung von Vertrieb und Marketing in Oberursel bei Frankfurt am Main dient die zweite Firmenzentrale vorrangig dem **Business-to-Business-Geschäft** (B2B) sowie der **Abstimmung** mit der **Konzernzentrale** in **Südkorea**. „Die Eröffnung einer ständigen Repräsentanz in der Medienhochburg Unterföhring ist für Humax

ein wichtiger Schritt in Richtung Zukunft“, sagte Deutschland-Chef **Franz Simais**. „Hier finden wir die optimalen Voraussetzungen zur Pflege bestehender B2B-Beziehungen sowie für die **Schaffung neuer innovativer Plattform-Projekte**. Durch die bereits ansässigen Marktakteure unserer Branche ergeben sich vielerlei direkte Kontaktmöglichkeiten, kurze Wege und ein dynamisches Umfeld für gute Ideen.“ Adresse: Humax-Digital GmbH, Bahnhofstraße 18, 85774 Unterföhring

■ POLEN: volksmusik.tv im Kabelnetz

Der Volksmusik- und Schlagersender **volksmusik.tv** baut seine Verbreitung im Ausland aus: Der Dienstleister **Top Content** aus der schlesischen Stadt Siemianowice Śląskie vermarktet das Programm ab sofort an polnische **Kabelnetzbetreiber**. Top Content ist seit vielen Jahren auf die Vermarktung von Fernsehsendern spezialisiert, zum Portfolio zählen unter ande-

rem RTL, Sat.1, VOX und RTVi. Volksmusik.tv bietet rund um die Uhr Volksmusik, Schlager und Heimatmusik. In **Deutschland, Österreich** und der **Schweiz** ist das Programm in **Kabelnetzen**, im **KabelKiosk** von **Eutelsat** und via Satellit im **Fernsehpaket** auf Eurobird 9A (9° Ost) zu empfangen.

Produktionen & Projekte

■ SKY: Eigenproduktionen ab 2011 / Vorbild HBO

Der Pay-TV-Veranstalter **Sky** will sein Programm künftig mit **eigenen TV-Produktionen** exklusiver und damit attraktiver für Abonnenten machen. Möglichst schon im **zweiten Halbjahr 2011** wolle er die Produktion eigener TV-Formate bei Sky starten, sagte Vorstandschef **Brian Sullivan** der „Financial Times Deutschland“. Damit würde Sky dem **Vorbild** des US-Bezahlenders **HBO** nacheifern, der für erfolgreiche Eigenproduktionen berühmt ist. Konkrete Pläne gebe es dazu aber noch nicht, sagte Sullivan. Neben eigenen Inhalten sollen auch verstärkte **Kooperationen** mit **Kabelnetz- und IPTV-Betreibern** für den dringend benötigten **Kundenzuwachs** sorgen. Auf der Fach-

messe ANGA Cable wurde eine Zusammenarbeit mit der Kabelgesellschaft **NetCologne** bekannt gegeben, die ihre eigenen Telefon- und Internet-Produkte ab sofort gebündelt mit Sky-Abos vermarktet. Die Kunden profitieren von Preisnachlässen im Vergleich zu Einzelverträgen. „Wir reden derzeit mit allen **Kabel- und Telekomanbietern**, und es würde mich sehr wundern, wenn wir nicht in **Kürze weitere Kooperationen** bekannt geben könnten“, sagte Sullivan. Es mache für Sky **keinen Sinn**, in **Konkurrenz** zu den **Infrastruktur-anbietern** zu treten. „Ich denke, der richtige Weg ist eine Partnerschaft.“

■ SPORT1: Eishockey-WM live in TV und Internet

Der Sportkanal **Sport1** (ehemals DSF) ist live dabei, wenn die 16 weltbesten **Eishockey-Teams** vom 7. bis 23. Mai in Deutschland um den WM-Titel kämpfen. Der Sender überträgt die **Weltmeisterschaft** exklusiv im **Free-TV** und auf dem Webportal **Sport1.de**. Der Startschuss ist 7. Mai um 19.45 Uhr mit dem Eröffnungsspiel zwischen Deutschland und den USA, zu dem bis zu 76.000 Zuschauer in der Veltins-Arena in Gelsenkirchen erwartet werden. Im **Fernsehen** überträgt Sport1

30 Partien live. Weitere **elf Spiele** werden als kostenpflichtige **Livestreams** im **Internet** angeboten. Hier können die Zuschauer unter anderem alle Viertelfinalpartien zum Einzelpreis von **1,99 Euro** oder für 14,99 Euro im Abo in voller Länge verfolgen. Ein Live-Ticker, Ergebnisdienst, Spielberichte, Vorschauen, Bildergalerien und dreiminütige Videos mit Spielhöhepunkten runden das Online-Angebot ab.

■ SPORTDIGITAL: Beach Volleyball live

Der Pay-TV-Kanal **sportdigital** berichtet ab Mai von der **Beach Volleyball World Tour 2010**. Die Ausstrahlungsrechte wurden jetzt erworben, wie der Sender in Hamburg mitteilte. Bis zum Spätsommer werden **zwölf Turniere** der Frauen und Männer live übertragen - insgesamt **94 Partien** an 36 Tagen. Den Auftakt macht das Grand-Slam-Turnier am 22. und 23. Mai in

Rom. Sportdigital ist auf Pay-TV-Plattformen via Kabel, Satellit und IPTV zu empfangen. Die Übertragungen von der Beach Volleyball World Tour erfolgen in Zusammenarbeit mit dem Sportportal **spobox.tv**, das die Spiele kostenfrei im **Internet** verbreitet - sowohl live als auch auf Abruf.

■ ZDF: Mehr Akzeptanz bei Jugend notwendig

Das **ZDF** will seine Akzeptanz bei der Jugend verbessern. „Das **junge Publikum** ist unsere **größte Baustelle**“, sagte Intendant **Markus Schächter** dem Medienmagazin „Journalist“. Es bestehe die **Gefahr** eines **Generationsabrisses** - mit der Folge, dass junge Menschen nicht mehr die anspruchsvollen Informationssendungen sehen wollten, für die öffentlich-rechtliches Fernsehen im Kern stehe, sagte Schächter. Für das ZDF werde immer deutlicher, „dass die **gesamte Breite** der **Gesellschaft nicht mehr** mit einem **einzigsten Kanal** erreicht werden kann“. Seit einiger Zeit lagert der Mainzer Sender **Angebote** für ein **jüngeres Publikum** zunehmend ins **Internet** und in **Digitalkanäle** wie ZDFneo und ZDFinfokanal aus statt ihnen Platz im Hauptprogramm einzuräumen. Für Schächter

„die einzig realistische Perspektive“. Das ZDF brauche **mehrere Kanäle** sowie **Abrufangebote**. Als „ordentliche Erfolgsgeschichte“ bezeichnet Schächter den auf junge Zuschauer und Familien ausgerichteten Ableger **ZDFneo**. Nach einem halben Jahr auf Sendung erreicht der Kanal derzeit einen **Marktanteil** von **0,2 Prozent**. ZDFneo sei auch ein Labor, „weil uns in der bald 50-jährigen Geschichte des ZDF gefehlt hat, was die Dritten Programme für das Erste waren: die **Möglichkeit** zum **Experimentieren** und **Testen**“. Schächter kündigte an, ausgewählte ZDFneo-Sendungen ins Hauptprogramm zu holen. So werde die Comedy-Reihe „Süper Tiger“ während der Fußball-WM im Juni im ZDF zu sehen sein.

■ ZDF: Elton moderiert „1, 2 oder 3“

Die ZDF-Spielshow „**1, 2 oder 3**“ hat einen neuen **Moderator: Elton** führt ab **Herbst** durch die traditionsreiche Familiensendung, die bislang von Daniel Fischer

präsentiert wurde. Für Elton, der als Praktikant von Stefan Raabs ProSieben-Show „TV total“ bekannt wurde, ist es die erste Sendung mit Kindern. „Wenn ich

unterwegs bin, kommen ständig **Kinder** auf mich zu und fragen mir Löcher in den Bauch. Zeit, den Spieß mal umzudrehen“, sagte der 39-Jährige. Das Quiz, das 1977 erstmals ausgestrahlt wurde, erhält mit dem neuen Moderator auch ein **verändertes Konzept**. Im Mittelpunkt stehen weiterhin **Fragen** und **Antworten** aus **Wissenschaft**, **Kultur** und **Sport**, aber **Spaß** und **komödiantische Elemente** sollen **mehr Raum** erhalten.

■ PROSIEBEN: Thomas Stein in „Popstars“-Jury

ProSieben hat festgelegt, wer in der neuen Staffel der Talente-Show „**Popstars**“ in der **Jury** sitzt: Musikmanager **Thomas Stein**, Casting-Experte **Detlef D! Soost** und Sängerin **Marta Jandová** werden unter dem diesjährigen Motto „Girls forever“ eine **neue Mädchenband** suchen. Stein, der bereits Jury-Mitglied in der RTL-Show „**Deutschland sucht den Superstar**“ war, verhalf Künstlern wie Tic Tac Toe, SNAP, Silbermond, NSYNC und Alicia Keys zum Durchbruch. „Wir wollen

Elton wirkte für ProSieben und andere Privatsender in zahlreichen Comedy- und Show-Reihen mit. 2008 wurde er für seine Sendung „**Elton vs. Simon**“ mit dem deutschen Comedy-Preis ausgezeichnet. Für **ProSieben** wird Elton weiter tätig sein, so gibt es im Sommer eine neue Staffel von „Elton vs. Simon“, außerdem ist ein **neues Comedy-Format** geplant.

wieder **junge Talente** mit toller Stimme und viel Spaß an der Musik finden, um mit ihnen eine neue außergewöhnliche Band zu formen“, sagte Stein in München. „Die Mädchen bei ihren ersten Schritten zu echten Popstars zu begleiten, ist eine große Herausforderung, die ich gerne annehme.“ Für die Neuauflage der Show führt ProSieben derzeit **Castings** in **16 Städten** durch, bei denen sich junge Frauen zwischen 16 und 30 Jahren bewerben können.

■ EUROSPORT: Patrick Kluivert wird WM-Experte

Der Sportkanal **Eurosport** hat **Patrick Kluivert** als **Experten** für seine Berichterstattung von der **Fußball-WM** verpflichtet. Der ehemalige holländische Nationalspieler wird jeden Abend ab 22.30 Uhr in „**Soccer City Live**“ zusammen mit Moderator Gernot Bauer und weiteren Fachleuten das Geschehen des Tages analysieren. Kluivert, der bei europäischen Spitzenclubs in fünf verschiedenen Ligen spielte, soll dabei vor allem für einen **internationalen Blickwinkel** sorgen. Die Sendung wird live aus dem Eurosport-WM-Studio in der

Nähe des Soccer City Stadions in Johannesburg ausgestrahlt. Die zweite tägliche Sendereihe, mit der Eurosport die WM begleitet, ist „**Soccer City Flash**“. In der Sendung, die mehrfach täglich **vor Spielbeginn** ausgestrahlt wird, fassen Reporter in Live-Schaltungen in weniger als zehn Minuten wesentliche **Informationen** zusammen, geben Stimmen und Stimmungen weiter. Die Live-Spiele selbst kann Eurosport nicht zeigen, die Rechte liegen bei ARD, ZDF, RTL und Sky.

Interaktive Dienste

■ BÖRSE STUTTGART: Positive Web-TV-Bilanz

Die **Stuttgarter Börse** hat eine positive Bilanz ihres Web-TV-Angebots gezogen. Das vor einem Jahr gestartete **Börse Stuttgart TV** verzeichne inzwischen rund **50.000 Zugriffe pro Monat**, wie das Unternehmen mitteilte. „Kontinuierlich steigende Klickraten, namhafte Interviewgäste und immer mehr Kooperationspartner zeigen, dass unser Informationsangebot sehr gut angenommen wird“, sagte **Christoph Lammersdorf**, Vorsit-

zender der Geschäftsführung der Börse Stuttgart. „Als führende Privatanlegerbörse ist es unser zentrales Anliegen, die Anleger kompetent, verlässlich und transparent über das **Geschehen** an der **Börse**, aktuelle **Hintergründe** und die gehandelten **Produkte** zu informieren.“ Auf der Webseite www.boerse-stuttgart.tv werden an jedem Börsentag durchschnittlich zwei **Interviews** zu aktuellen **Wirtschafts- und Finanzthemen** online

gestellt. Dreimal pro Handelstag berichtet Börse Stuttgart TV zudem für den Nachrichtenkanal **n-tv** live über die Entwicklung auf dem Parkett. Als neuester Partner

übernimmt seit April auch die Nachrichtenagentur **Dow Jones** die Videos von Börse Stuttgart TV.

■ SIXX: Startschuss für Webseite

Sixx, der am 7. Mai startende Frauenkanal von ProSiebenSat.1, bietet im **Internet** schon jetzt einen Einblick in sein Angebot. Auf der Webseite www.sixx.de können sich die Zuschauer über die **Sendungen**, das **Programmschema** und die **Empfangsmöglichkeiten** informieren. Das Online-Angebot, das eng mit dem von der TV-Gruppe betriebenen Frauenportal www.fem.com verknüpft ist, enthält auch einen **Abbrufdienst**: Ab Sendestart können Internetnutzer im Fernsehen **verpasste Programme** bis zu sieben Tage nach der TV-Aus-

strahlung **kostenfrei in voller Länge** ansehen. Außerdem gibt es **Videos** mit den **Höhepunkten** aus Sendungen wie „Germany's next Topmodel - by Heidi Klum“, „Das Model und der Freak“ oder „Frank der Weddingplaner“. Die TV-Station, die sich über Werbung finanziert, wird als digitales **Free-TV-Angebot** via **Kabel, Satellit** und **IPTV** zu empfangen sein. Auf Astra (19,2° Ost) und in den Kabelnetzen von Unitymedia, Kabel BW und Tele Columbus wird von Anfang an gesendet, Kabel Deutschland folgt Ende Mai.

■ 3MIN.DE: Clip-Show mit Christian Ulmen

Der Schauspieler **Christian Ulmen** und **3min.de**, das Webserien-Portal der **Deutschen Telekom**, arbeiten ab sofort zusammen. Den Auftakt bildet die derzeit in Produktion befindliche Ulmen-Serie „**Snobs**“, die im **September** auf 3min.de zu sehen sein wird. Weitere von **Ulmen Television** produzierte Clip-Formate sollen im Laufe des Jahres folgen und exklusiv bei 3min.de laufen. Ebenfalls neu ist die Krimiserie „**Blutsbrüder**“ mit den Schauspielern **Antonio Wannek** („Wie Feuer

und Flamme“, „Der Felsen“) und **Kida Khodr Ramadan** („Kebab Connection“, „Knallhart“, „Der Kriminalist“), die ab Mai bei 3min.de zu sehen sein wird. Mit **Niels Ruf** (Sat.1) und **Palina Rojinski** (MTV) konnte das Portal zwei weitere bekannte TV-Gesichter für sich verpflichten: Ruf moderiert für 3min.de ab 25. Mai die Interview-Reihe „**Looki Looki**“, während Rojinski durch die Show „**Palina and the Glitz**“ führt. Infos: www.3min.de

■ UFA: Zuschauerforschung via Internet

Die TV- und Filmproduktionsfirma **UFA** will sich stärker auf die Wünsche und Bedürfnisse des Publikums ausrichten. Auf dem neuen **Webportal** unter der Adresse www.ufamedienexperten.de können **TV-Zuschauer** und **Kinogänger** ihre **Meinung** äußern, die Ergebnisse fließen in die Entwicklung neuer Programme und Filme ein. „**Jeder ist ein Medienexperte**“, sagte UFA-Chef Wolf Bauer in Potsdam. „Wir alle schauen fern, gehen ins Kino, surfen im Internet, lesen Bücher und Zeitungen, und wir alle haben zu den Inhalten, die wir konsumieren, eine Meinung. Diese Mei-

nungen helfen unseren **Kreativen**, die richtigen Programme zu machen und auf die **Bedürfnisse** der **Nutzer** abzustimmen.“ Etwa **3.000 Personen** sollen künftig an **Befragungen** zu Fernsehprogrammen, Kinofilmen und Internet-Angeboten teilnehmen. Sie werden **Ankündigungen** und **Pilotfolgen** für neue **TV-Sendungen** sowie **Trailer** neuer **Kinofilme** zu sehen bekommen, die sie beurteilen können. Wer Lust hat, mitzumachen, kann sich ab sofort anmelden. Unter den **Teilnehmern** werden **Sachpreise** verlost, darunter Kinogutscheine oder Eintrittskarten für TV-Shows.

■ PPS: Ausbau des „Catch up TV“-Angebots

Der Mediendienstleister **Presse-Programm-Service** (pps) hat seinen „**Catch up TV**“-Datenservice erweitert. Die über die **Mediatheken** der **TV-Sender** verfügbaren **Programminformationen** können ab sofort nicht nur als separate Datenlieferung, sondern auch direkt eingebunden in den **Datenstrom** des linearen **TV-Programms** bezogen werden. Die normalen Programmdateien enthalten dabei einen zusätzlichen Hinweis auf die URL des Mediathek-Titels. Neu ist zudem die direkte **Verknüpfung** der Programminformationen der

Mediatheken mit den **Sendungs- und Archivdaten** der pps-Datenbank. Die „Catch Up TV“-Inhalte werden dadurch um Zusatzinformationen angereichert, etwa Angaben zu Darstellern, Regie, Genre, Land oder Jahr. Die Daten können in jedem gewünschten Format ausgeliefert werden, zum Beispiel zur **Einbindung in elektronische Programmführer** von **Plattformbetreibern**. Der Mediathek-Service steht derzeit für ARD, ZDF, RTL, 3sat, ARTE und Phoenix zur Verfügung, weitere Sender können auf Anfrage aufbereitet werden.

Zahlen & Fakten

■ STUDIE: Mobiles Internet auf Wachstumskurs

Jeder dritte Internetnutzer in **Österreich** geht mit dem **Handy mobil** ins **Internet** (31 Prozent), in der **Schweiz jeder vierte** (27 Prozent) und in **Deutschland jeder sechste** (17 Prozent). Das ergab die Untersuchung „**Mobile Web Watch 2010**“ der Beratungsfirma **Accenture**. **Österreicher** und **Schweizer** verbringen außerdem **mehr Zeit** im **mobilen Web**. 51 Prozent der österreichischen und 55 Prozent der Schweizer Befragten surfen mindestens einmal täglich. In Deutschland sind es 43 Prozent - eine deutliche Steigerung gegenüber 22 Prozent im Jahr 2008. „Das **mobile Internet** hat sich einen **festen Platz** im **Alltag** seiner **Nutzer** erobert“, sagte **Nikolaus Mohr**, Geschäftsführer im Bereich Communications & High Tech bei Accenture. „Das Schmiermittel des mobilen Internets sind die **Apps**. Vor allem im **Geschäftsbereich** sind sie ein großes **Wachstumsfeld**.“ Apps sind kleine Programme für bestimmte Aufgaben, zum Beispiel um die eigene Social-Network-Seite zu aktualisieren. 63 Prozent der österreichischen, 70 Prozent der Schweizer und 60 Prozent der Nutzer in Deutschland verwenden heute Apps. Bei bestimmten Online-Angeboten wie **Verkehrsinformationen** und **Wettervorhersagen** greifen

die Befragten heute sogar schon eher zum Handy statt den Computer hochzufahren. Das **Internet-Angebot**, das von den **meisten Befragten** per **Handy** abgerufen wird, sind **E-Mails**. Doch neue Kommunikationswege holen auf. In der Schweiz greifen mittlerweile 54 Prozent der befragten User auch per Handy auf **Social Networks** zu (Österreich: 42 Prozent, Deutschland: 23 Prozent). Einen großen Teil der Verbraucher in allen drei Ländern zieht es dennoch nicht ins mobile Netz. Das **Hauptargument gegen die mobile Internetnutzung** lautet in allen drei Ländern: „**Internetzugang über den PC reicht aus**.“ Das sagen jeweils rund zwei Drittel der Befragten. Vor allem die Deutschen fürchten, ihre **Daten** könnten im mobilen Internet **ausgespäht** und **missbraucht** werden (40 Prozent). Ebenfalls in Deutschland sowie in der Schweiz empfindet etwa die Hälfte der Befragten die **Kosten** für Datenverbindungen und Flatrates als **zu hoch**. Der „Mobile Web Watch 2010“ basiert auf einer Befragung von 3.000 Internetnutzern in Deutschland und je 500 Internetnutzern in Österreich und der Schweiz ab 14 Jahren. Die Studie kann unter www.presseportal.de/go2/mobileweb kostenlos herunter geladen werden.

■ BITKOM: Hightech-Markt wächst ab 2011

Im europäischen Hightech-Markt ist die Trendwende greifbar. Der **Umsatz** mit **Produkten** und **Diensten** der

Informationstechnik, Telekommunikation und **Unterhaltungselektronik** wird **2011** in den **EU-Staaten** im

Vorjahresvergleich um 1,3 Prozent auf **713 Milliarden Euro** steigen, wie der Branchenverband **BITKOM** auf Grundlage von Daten des Marktforschungsinstituts EITO berichtet. In **diesem Jahr** wird ein leichter Rückgang um 0,6 Prozent auf **704 Milliarden Euro** erwartet. Einen regelrechten **Boom** erleben schon jetzt **Datendienste**, sowohl im **Festnetz** als auch im **Mobilfunk**. Positive Trends sieht der Verband auch bei **Investitio-**

nen von Firmen in Informations- und Telekommunikationstechnik: „Die **Nachfrage der gewerblichen Kunden zieht wieder an** und wird sich noch verstärken. Im Vorjahr verschobene Projekte werden jetzt angegangen“, sagte BITKOM-Präsident **August-Wilhelm Scheer** in Berlin. „Die Unternehmen investieren in Technologien, mit denen sie ihre Effizienz steigern können und Liquidität gewinnen.“

Medienpolitik

■ GDW: Digital-TV muss kostenfrei bleiben

Der **Deutsche Mieterbund (DMB)**, der **Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen (GdW)** und der **Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV)** fordern den **Verzicht** auf eine **Grundverschlüsselung** und **Kopierschutzmaßnahmen** beim **Digital-TV**. Werbefinanziertes Privatfernsehen müsse kostenfrei bleiben, erklärten die Verbände in einem Positionspapier. Sie verwiesen darauf, dass die Digital-TV-Marktdurchdringung im Kabelnetz „außerordentlich schleppend“ verlief. Neben den Investitionen in neue Geräte seien es vor allem die **Verschlüsselung privater werbefinanzierter TV-Programme** und die **Erhebung von Zusatzentgelten**, die viele Kabelkunden vom Umstieg abhalte. Gemeinsam fordern GdW, VZBV und DMB von den Sendern und Kabelnetzbetreibern die Abkehr von der Verschlüsselung von TV-Programmen, die in analoger Form frei empfangbar sind, andernfalls müsse es ein **gesetzliches Verbot** geben. Nach Auffassung der Organisationen ist die Verschlüsselung nicht mit den Grundsätzen des **Rundfunkstaatsvertrags** vereinbar. Darüber hinaus lehnen die Verbände den Einsatz von **Kopierschutzmaßnahmen**

und in die Privatsphäre der Zuschauer eingreifender Rechteverwaltungssysteme ab. Diese Maßnahmen minderten den Wert frei empfangbarer digitaler Programme ganz entscheidend, dies gelte vor allem für das **hochauflösende Fernsehen**. Die Organisationen warnen zudem vor einer **Adressierbarkeit** sämtlicher **Fernseh- und Radioempfangsgeräte**, die vor allem der Privatsender-Verband **VPRT** fordere. Sie gefährde die **Persönlichkeitsrechte** der Zuschauer, indem sie die Erstellung von **Nutzerprofilen** oder **personalisierte Werbung** möglich mache. „Das derzeitige **analoge Free-TV-Angebot** muss **auch digital ohne Zusatzgebühr** verfügbar bleiben“, sagte GdW-Präsident **Lutz Freitag** in Berlin. „Eine weitreichende zwangsweise **Adressierbarkeit**, womit die Sender erfahren, was wer wann schaut, bedeutet das **Ende der anonymen Rundfunknutzung** und ist auch datenschutzrechtlich bedenklich.“ Das Positionspapier, das den Titel „Voraussetzungen für ein verbraucherfreundliches Digitalfernsehen“ trägt, kann unter www.gdw.de heruntergeladen werden.

■ TV-PLATTFORM: 3D im Blickfeld

Angesichts des wachsenden Interesses aller Marktbeteiligten an **3DTV** haben die Mitglieder der **Deutschen TV-Plattform** auf ihrer jüngsten Versammlung beschlossen, dieser Entwicklung eine eigene **Arbeitsgruppe** zu widmen. Auch das **Symposium**, das die Interessenvertretung der digitalen Industrie im **November** veranstaltet, wird sich unter dem Titel „**Von HDTV zu 3DTV - Markterfolg oder Hype?**“ mit dem dreidi-

mensionalen Fernsehen befassen. Die Mitglieder haben außerdem entschieden, die seit 2003 bestehende Arbeitsgruppe „HDTV und Bildqualitätsverbesserung“ aufzulösen. „HDTV ist spätestens seit den Olympischen Winterspielen in Vancouver Realität und in den deutschen Haushalten angekommen“, sagte **Dietrich Westerkamp** (Technicolor), der die Arbeitsgruppe leitete. „Die Mitgliederversammlung hat festgestellt, dass die

Arbeitsgruppe HDTV damit ihre Aufgabe, die Einführung von HDTV in Deutschland vorzubereiten und zu begleiten, erfolgreich gelöst hat.“ Auf der Versammlung wurde auch der **Vorstand** der **Deutschen TV-Plattform** gewählt: Neues Vorstandsmitglied ist **Wolfgang Elsässer** (Astra Deutschland). Er folgt auf Manuel Curo (Kabel Deutschland), der seit 2008 dem Vorstand

angehörte. **Gerhard Schaas** (Loewe) wurde für weitere zwei Jahre als Vorsitzender des Vorstands bestätigt, ebenso wie seine Stellvertreter **Andreas Bereczky** (ZDF) und **Andre Prahl** (RTL). Auch **Ulrich Reimers** (TU Braunschweig) wurde als Vorstandsmitglied wiedergewählt.

■ DIGITAL RADIO: Neue Plattform für Branche

In Deutschland gibt es ab sofort eine zentrale **Anlaufstelle** für die **Digitalisierung** des **Hörfunks**: Mit der Umbenennung der Initiative Marketing Digital Radio (IMDR) in **Digital Radio Plattform** entsteht eine **Austausch- und Diskussionsplattform**, die die Interessen aller am Digitalisierungsprozess Beteiligten bündeln will. Die Vereinigung mit Sitz in Halle versteht sich als **Interessenvertretung** für **öffentlich-rechtliche und private Hörfunkveranstalter, Geräte-, Chip- und Automobilindustrie, Automobilverbände, Handel und Medienpolitik**. „Der bisherige Name IMDR fokussierte zu sehr auf das Marketing. Damit konnte die bisherige Initiative den gesamten Prozess der Digitalisierung nicht mehr abbilden“, sagte der Vorstandsvorsitzende **Michael Richter**. „Die großen Herausforderungen der Digitalisierung der terrestrischen Hörfunkverbreitung

können nur durch eine enge **Verzahnung** aller **Beteiligten** bewältigt werden.“ Die neue Initiative will mit ihren erweiterten Aufgaben und Zielen die Dynamik und Vielfalt berücksichtigen, die durch die **aktuellen Entwicklungen** im **Hörfunkmarkt** entstanden sind: Nicht nur die junge Generation nutzt inzwischen **Smartphones** mit multimedialen Angeboten, **Hybridradios** mit Internetanschluss stehen hoch im Kurs, die Preise für digitale **Multinorm-Empfangsgeräte** für UKW, DAB und DAB+ sind gefallen. Den Prozess des **Zusammenwachsens digitaler Rundfunk-, Internet- und Mobilfunktechnologien** will die Plattform aktiv begleiten. Dem Verein gehören derzeit 18 Mitglieder an, unter anderem aus den Bereichen öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk, Endgeräteindustrie und Netzbetrieb.

■ GEZ: Neues Rundfunkgebühren-Modell

Für medienpolitischen Wirbel sorgt ein **Gutachten**, das der Heidelberger Verfassungsrechtler **Paul Kirchhof** diese Woche der Öffentlichkeit vorstellen wird. Das Papier räumt nach Informationen des Nachrichtenmagazins „Der Spiegel“ die letzten **verfassungsrechtlichen Bedenken** beiseite, die einer Abkehr von der **gerätebezogenen Rundfunkgebühr** hin zu einer so genannten **Haushaltsabgabe** bisher im Wege standen. Damit könnte das ungeliebte **alte Gebührenmodell** endgültig **vor dem Aus** stehen. Bisher hatte die Me-

dienpolitik am alten System festgehalten, weil jede Neuordnung die Gefahr mit sich bringt, verfassungs- und europarechtlich angegriffen zu werden. Andererseits gilt es als veraltet, spätestens seit die Ausweitung der **Gebührenpflicht** auf **internetfähige Computer** eine **Welle der Empörung** ausgelöst hat. Die Medienpolitik hofft, mit einer Haushaltsabgabe das vor allem durch die Kontrolleure der Gebühreneinzugszentrale **GEZ** miserable Image der Rundfunkgebühr verbessern zu können.

Veranstaltungen

■ MEDIENTREFFPUNKT: Antriebsfeder HDTV

Das **hochauflösende Fernsehen** wird die **Kräfteverhältnisse** in den **Kabelnetzen** nicht verändern.

Darüber waren sich Experten von TV-Sendern, Kabelgesellschaften und Satellitenbetreibern auf einer Dis-

kussionsveranstaltung des **Medientreffpunkts Mitteldeutschland** in Leipzig einig. Gleichzeitig herrschte Konsens darüber, dass **HDTV** die **Digitalisierung** des **Fernsehmarkts** vorantreiben wird. **Michael Albrecht** von **ARD Digital** sagte, die Öffentlich-Rechtlichen würden auch in Zukunft ihre Sender den Kabelnetzbetreibern kostenlos anbieten. Mit dem **Regelbetrieb** der **HDTV-Programme** von **ARD** und **ZDF** sei der neuen TV-Technologie ein kräftiger **Impuls** gegeben worden, der sich mittelfristig positiv auf die Digitalisierung des Fernsehmarkts auswirken werde. **Harald Flemming** (**Kabel Deutschland**) erläuterte, sein Unternehmen werde sich weiterhin nach den **Kundenwünschen** richten. Das habe die Einspeisung der HDTV-Programme von **ARD** und **ZDF** rechtzeitig zu den **Olympischen Winterspielen** gezeigt. Natürlich wolle die **KDG** das **HDTV-Angebot** erweitern. Dazu kann sich **Flemming** **Kooperationen** mit **verschiedenen Anbietern** vorstellen. Viel schneller als die **KDG** hatte **Tele Columbus** die öffentlich-rechtlichen **HDTV-Sender** in seine Netze eingespeist. Geschäftsführer **Dietmar Schickel** erklärte auch, warum: „Für uns war es marketingstrategisch gedacht. Wir sind auf dem **HDTV-Weg**. Deswegen gibt es **seit 15. März** bei uns auch keine **SDTV-Receiver** mehr, sondern **ausschließlich Receiver für**

hochauflösendes Fernsehen.“ Der **KabelKiosk** von **Eutelsat** will sich auch in Zukunft im Bereich **HDTV** an die **Kabelnetzbetreiber** wenden. Ihnen werde er das **HDTV-Signal** anbieten, das sie dann in ihre Netze einspeisen können, sagte **Stefan Hermes** von **Eutelsat**. Da die analogen TV-Programme via Satellit am **30. April 2012** abgeschaltet werden, denken **Kabelgesellschaften** über eine **Re-Analogisierung** der **digitalen Satellitensignale** nach, um ihren Kunden weiterhin analoges Fernsehen anbieten zu können. Strittig ist allerdings, wer das bezahlen soll. Auch in Leipzig schoben sich **Programmanbieter** und **Kabelnetzbetreiber** gegenseitig den **Schwarzen Peter** zu. **Flemming** von der **KDG** sagte, die Programmanbieter müssten ein Interesse an der Empfangbarkeit ihrer Programme haben. Folglich sollten sie sich an den **Kosten** beteiligen. Das lehnten aber die Vertreter von **ARD** und **RTL** ab. **Albrecht** sagte, das billigste und einfachste Modell sei der Kauf von **Digitalreceivern** im Fachhandel. Das wollten aber die Privaten nicht, da sie ihre eigenen Normen wie **HD+** beim Kunden durchdrücken wollten. Daher müssten diese entweder die **Re-Analogisierung** bezahlen oder ihren Kunden **digitale Set-Top-Boxen** schenken, wie dies in Großbritannien passiert sei.

■ MEDIENTREFFPUNKT: Digitalisierung als Kraftakt

Für die **kleinen privaten TV-Veranstalter** in Deutschland wird die **Digitalisierung** des Fernsehens ein **Kraftakt**. **Mathias Adler** von **TV.Berlin** sagte auf einer Diskussion beim **Medientreffpunkt Mitteldeutschland** in Leipzig, Themen wie **HDTV** oder **3D** stünden für regionale Anbieter wie seinen Sender nicht zur Debatte. Als Gründe nannte Adler den **geringen finanziellen Spielraum** kleiner Lokalsender und eine mangelnde Notwendigkeit, lokale Inhalte in **HDTV** oder **3D** darzustellen. Adler blickt dennoch verhalten optimistisch in die Zukunft. Wenn **regionale Inhalte** nachgefragt würden, werde es auch weiterhin regionale Fernsehanbieter geben. Dabei sei die Art der Plattform zweitrangig. **Volker Blume**, Technischer Produktmanager **TV** bei **Philips**, pflichtete dem bei. Von seiner Firma gebe es mittlerweile **TV-Geräte**, die internetfähig seien. So kann über den **Fernseher** auf verschiedene **Netzinhalte** zugegriffen werden. Die neue Gerätegeneration ermögliche zudem durch das **Hybrid-TV-Verfahren HbbTV** einen neuen Fernsehgenuss. **HbbTV** gehört die

Zukunft, ist sich **Blume** sicher. Um dies alles zu finanzieren forderte **Claus Grewenig** vom Privatsender-Verband **VPRT Unterstützung** durch die **Politik** und die **Landesmedienanstalten**. Zwar gebe es jetzt schon Technikförderung, doch müsse sie im Hinblick auf die neuen Technologien ausgebaut werden. **Martin Deitenbeck**, Geschäftsführer der **Sächsischen Landesmedienanstalt (SLM)**, sicherte **Grewenig** zu, die privaten Anbieter nach Kräften zu unterstützen. Aber trotzdem werde der Markt zu weiterer **Konsolidierung** führen. Derzeit seien von einstmalen über 100 lokalen TV-Anbietern in Sachsen noch etwa 60 übrig geblieben. Im Zuge der **Digitalisierung** könnte sich diese Zahl weiter verringern. **Nils Jonas Greiner**, Rundfunkreferent in der **Thüringer Staatskanzlei**, hakte ein und sagte, der Ansatz der **Regulierungsbehörden** sei stets die **Medienvielfalt**. Wie die Anbieter im digitalen Dschungel auffindbar seien, sei Sache der Anbieter. **Neue Angebote** brauchten auch **neue Geschäftsmodelle**. Im Übrigen hält **Greiner** das Internet für das Medium der

Zukunft. „Es ist nicht so, dass die Fernsehanbieter das Internet ins Wohnzimmer gebracht haben. Vielmehr hat das **Internet** die **Fernsehgeräte** okkupiert“, ist sich Greiner sicher. Grewenig vom VPRT wies noch einmal darauf hin, dass das **private Fernsehen** auf **Gelder** aus der **Werbung** angewiesen sei. Daher sei es nur

natürlich, dass die TV-Sender auch im digitalen Zeitalter Werbekunden gewinnen müssten. Neue Standards wie **CI+**, die verhindern, dass Werbepausen übersprungen werden, sorgten auch bei der **Werbeindustrie** für **Sicherheit**. Er wisse, dass das von vielen kritisiert werde, aber das Programm müsse finanziert werden.

■ MEDIENTREFFPUNKT: Interaktives TV schwierig

Interaktives Fernsehen wird sich nur über **interessante Inhalte** durchsetzen. Zu diesem Schluss kam eine Expertenrunde beim **Medientreffpunkt Mitteldeutschland** in Leipzig. Dabei wirken herkömmliche Verhaltensmuster stärker als gedacht, sagte **Gunther Kreuzberger** von der **TU Ilmenau**. Untersuchungen der vergangenen Jahre hätten gezeigt, dass es sehr schwierig sei, einen typischen Fernsehnutzer für interaktives Fernsehen zu begeistern. „Einen Couch Potato zu aktivieren klappt nicht so einfach“, sagte der Medienwissenschaftler. Das Wichtigste sei, den **Mehrwert** von **interaktivem Fernsehen** deutlich zu machen, und daran habe es bisher gefehlt. „Seit 30 Jahren wird gesagt, **Hybrid-TV** kommt nächstes Jahr“, sagte **Karlheinz Brandenburg** vom **Fraunhofer-Institut für Digitale Medientechnologie**. Dabei sei interaktives Fernsehen technisch längst machbar. Auch die **Interaktivität** begegne uns im Alltag vielerorts. So seien **PC-Spiele** ein Paradebeispiel für Interaktivität. Auch das **Internet** sei zum großen Teil interaktiv. Allein beim Fernsehen sei man noch nicht so weit. Dem stimmte **Wolfgang Konrad**, Gründer und Geschäftsführer des geplanten interaktiven TV-Senders **iTVone**, weitgehend zu, allerdings sei das Thema interaktives Fernsehen viel zu wenig thematisiert. Konrad ist sich sicher, dass

man mit Hybridfernsehen Menschen begeistern kann. Gegenwärtig läuft in **Gera** ein **Pilotprojekt** der **Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)** in Zusammenarbeit mit der TU Ilmenau und dem Fraunhofer-Institut. Dabei können sich **50 Familien** per **Fernbedienung** an einem **Schatzsuche-Spiel** beteiligen. TLM-Direktor Jochen Fasco sagte, dass das größte Problem bei dem Modellprojekt die **Überwindung** der **Berührungsängste** mit der **neuen Technik** gewesen sei. Dabei zeigten sich **Kinder** und **Jugendliche** bedeutend neugieriger und offener für das neue Projekt als ihre **Eltern**. Das sei aber kein generelles Problem, denn Untersuchungen hätten gezeigt, dass auch **ältere Menschen** mit neuen Technologien, wie zum Beispiel dem Internet, gut umgehen könnten. Sie nutzten die neuen Techniken aber wesentlich gezielter als jüngere Menschen. **Wolfgang Schulz** vom **Hans-Bredow-Institut** provozierte ein wenig mit der Behauptung: **Interaktives Fernsehen gibt es nicht**. Entweder schaue man fern oder man interagiere. „Es gibt sozusagen **nur entweder oder**“, sagte der Medienwissenschaftler. Schulz erntete damit Protest nicht zuletzt von Konrad. Mit entsprechenden Inhalten könne man auch den passiven Zuschauer zum Mitmachen bewegen.

■ MEDIENTREFFPUNKT: Digitalradio bleibt Sorgenkind

Vertreter des privaten Hörfunks haben auf dem **Medientreffpunkt Mitteldeutschland** in Leipzig das **Sendernetz-Monopol** von **Media Broadcast** beim bundesweiten **Digitalradio** kritisiert. Zugleich sprachen sie sich für **staatliche Eingriffe** zur **Unterstützung** der **Versorgung** der **Bevölkerung** mit **digitalen Endgeräten** aus. Zweifel äußerten die Experten an einem festen Abschalttermin für den UKW-Hörfunk. Für **Erwin Linnenbach (Regiocast)** ist das **Monopol** von **Media Broadcast** wesentliches **Hindernis** für die **Durchset-**

zung eines **bundesweiten Digitalradio-Angebots**. Was Media Broadcast verlange, ermögliche **kein vernünftiges Geschäftsmodell**. **Christophe Montague (NRJ)** sieht es ähnlich: Auch er habe den Eindruck, der Sendernetzbetreiber versuche in dem **Vergabeverfahren** das Maximale herauszuholen, was für **DAB+** aber nicht hilfreich sei. Bis 22. Juli müssen interessierte Sender einen Vertrag mit Media Broadcast vorlegen. Bei der Sitzung der **Kommission für Zulassung und Aufsicht** der **Landesmedienanstalten** im August soll

dann über die **Aufteilung** der **Übertragungskapazitäten** entschieden werden. Laut **Cornelia Holsten**, Direktorin der **Bremischen Landesmedienanstalt**, gibt es derzeit sieben Bewerber. Sie mahnte mit Blick auf die Kritik, die **medienpolitische Lobbyarbeit** der **Radioanbieter** zu verbessern und gemeinsam aufzutreten. Tatsächlich bemängelte Montague mit Blick auf Lobbyarbeit, dass es vielen um **Bestandsschutz** gehe, was die Entwicklung behindere. Auch Linnenbach machte „zu viele Bewahrer“ aus, im privaten wie im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Vor allem letzterer habe **Angst vor Wettbewerb**. Zudem gebe es Interessen, die Kapazitäten anders zu nutzen. Montague schlug vor, die digitalen Kapazitäten in Deutschland neu zu verteilen, wobei der öffentlich-rechtliche Rundfunk Plätze abgeben solle. Eine **Neuordnung** der **Radiolandschaft** könne in fünf bis sechs Jahren für DAB+ zum Erfolg führen. **Heinz-Dieter Sommer**, Hörfunkdirektor des **Hessischen Rundfunks**, meinte dagegen, ein neuer Frequenz-Mix werde die Probleme nicht lösen. Die **Medienpolitik** sei Schuld an der Situation. Sie müsse **wirtschaftlich tragfähige Bedingungen** auch für **private Anbieter** schaffen. Letztlich könnten aber nur **neue Programmangebote** zum Erfolg führen. Da seien auch die öffentlich-rechtlichen Sender gefragt, da

die privaten dies allein nicht leisten könnten, „sonst werden wir UKW in zehn Jahren noch nicht abschalten“. Ob der **Staat** die **Anschaffung digitaler Endgeräte** fördern soll, wurde unterschiedlich beurteilt. Linnenbach sagte: „Wir sehen **keine andere Möglichkeit** als einen **Markteingriff**“ - ausnahmsweise, weil die Struktur nicht stimme. Auch Montague sagte: Die Einführung von DAB+ könne in Deutschland der Markt allein nicht richten. Zur Frage eines festen **Abschalttermins** für **UKW** im **Telekommunikationsgesetz** zeigten sich die Experten skeptisch. Die Frist bis 2015 könne man streichen, meinte Montague. Die Erfahrung zeige, dass Termine immer wieder verschoben würden - und dies den **Bundesländern** zu überlassen, führe zu **Chaos**. Linnenbach sieht keinen Grund für die Frist: „Warum den Menschen das wegnehmen?“ Und für Sommer schafft ein Datum, das immer wieder verschoben werde, kein Vertrauen. Wenn, dann müsse es verbunden sein mit einer **klaren und gemeinsamen Strategie**. Vor allem aber müsse das **Interesse** an der **Digitalisierung** geweckt werden, um für das Radio die Übertragungswege zu sichern. Die **Bevölkerung** wie die **Politik** würden die **Notwendigkeit für DAB+ nicht sehen**, meinte Sommer: „Radio ist wie warmes Wasser, es fällt erst auf, wenn es weg ist.“

■ TAGUNG: Mobilfunkindustrie vor Umbruch

Im **Krisenjahr 2009** haben die **Mobilfunkbetreiber** zum Teil stark gelitten, die **Umsätze** stagnierten bestenfalls. Für die notwendigen **neuen Erlösquellen** könnten **Apps & Co.** sorgen. Allerdings haben die Mobilfunker diese Entwicklung verschlafen, gaben sich Experten bei einer **Podiumsdiskussion** der **E-Business-Community** der österreichischen Nachrichtenagentur **APA** in Wien überzeugt. „Die **hohe Nachfrage** nach **mobilen Datendiensten** könnte den Rückgang der Sprachumsätze kompensieren. Eine **Umsatzsteigerung** insgesamt ist allerdings **nicht zu erwarten**“, sagte **Clemens Schwaiger** von **Arthur D. Little Österreich**. Getrieben werde der Markt derzeit von **Smartphones** und **Datendiensten**. Zwar müssten die Handynetzbetreiber den Geräteherstellern viel an „Stützung“ zahlen - Stichwort „Null-Euro-Handy“ -, andererseits würden Smartphone-Nutzer zwei- bis dreimal so hohe Umsätze generieren wie andere Handy-Telefonierer. Bis zum Jahr **2015** würden jedenfalls **60 Prozent** aller **Mobilfunkkunden** in **Europa** ein **Smartphone**

verwenden. In Österreich seien es derzeit etwa 32 Prozent. Die **mobilen Datendienste** sollten in diesem Zeitraum jährlich um 25 Prozent wachsen, sagte Schwaiger. „Die Mobilfunker werden alles tun, um von diesem **neuen Markt** zu profitieren“, erklärte der Berater. Handynetzbetreiber sollten sich aber nicht nur auf das **iPhone** verlassen, sondern verstärkt Smartphones anderer Hersteller anbieten. „Damit reduzieren sie ihre **zunehmende Abhängigkeit** vom **Ökosystem Apple** und verbessern die Profitabilität“, sagte Schwaiger. Die Mobilfunker selbst würden derzeit großteils keinen Einstieg ins Inhalte-Geschäft planen oder entsprechende neue Dienste anbieten. „Als reine Zugangsanbieter sehen sie sich aber auch nicht.“ **Rainer Friedl** von der Beratungsfirma **diamond:dogs** kritisierte: „Die Industrie hat zehn Jahre darüber nachgedacht, wie Anwendungen aussehen oder funktionieren könnten. Aber erst wenn die Mobilfunker von außen jemand darauf hinweist, wie etwas gemacht werden kann, funktioniert das **Geschäftsmodell**.“ Er sieht das Google-Handybe-

triebssystem **Android** als „das Linux der Zukunft“ und insgesamt **viel Potenzial** für lokale Entwickler von Apps, „denn jeder Markt hat seine spezifischen Anforderungen“. Es sei zwar einiges probiert worden, sagte **Thomas Wedl** von **Cellular**, einem Anbieter mobiler Anwendungen. Allerdings hätten die **Mobilfunkbetreiber** das **Thema** wirklich etwas **verschlafen**. Es stelle sich die Frage, ob Telekom-Unternehmen langfristig die Chance hätten, an den **Einnahmen** zu partizipieren, oder ob sie nur als Zugangsanbieter fungieren würden. Er ortet eine gewisse **Verunsicherung** „auf was man setzen soll“. Groß sei die **Zurückhaltung** auch in der Medienindustrie. Durch das **iPhone** sei ein zartes **Interesse** der **Verlage** geweckt worden, im **iPad** werde schon eine „**riesengroße Chance**“ gesehen, sagte **Robert Schweinzer** von **APA-MultiMedia**. Der Tablet-

Computer könnte eine neue Form von Zeitung ermöglichen. Er glaube jedenfalls an **Paid Content**, allerdings brauche es dazu entsprechende **Geschäftsmodelle**. „Den **Mobilfunkern** bleibt - pessimistisch betrachtet - nur mehr übrig, **Datenpakete** und **SMS** zu verkaufen. Wer kennt schon Apps von Telcos?“, sagte Schweinzer. Die **Mobilfuncker** könnten bei neuen Diensten sehr wohl mitmischen. Schließlich würde ihnen ein **hohes Maß** an **Vertrauen** entgegengebracht, gab sich **Engelbert Kerschbaummayr** vom Dienstleister **Kapsch CarrierCom** überzeugt. Als mögliche Anwendungen sieht er Identitätsmanagement, Sicherheitslösungen oder E-Health. Allerdings würden sich **neue Marktteilnehmer** in die **vormals geschützte Wertschöpfungskette** der Betreiber drängen: die **Hersteller** von **Apps** und **Content-Provider**. Infos: <http://ebc.apa.at>

Goldmediales

■ IM FOKUS: Kein Glück mit dem Glücksspielstaatsvertrag?

Nach **Bruttospielerträgen** (1) generierte der **Glücksspielmarkt** in **Deutschland 2009** insgesamt rund **10 Milliarden Euro**. Glücksspiel zählt damit zu den Märkten, deren Entwicklung eine ganze Reihe gesamtwirtschaftlicher Effekte hat. Der **Staat** generiert **Einnahmen** aus der **Besteuerung** des Glücksspiels: 2008 waren das **3,4 Milliarden Euro**, auf gleichem Niveau lagen diese nach Goldmedia-Schätzungen auch 2009. Hinzu kommen die **Unterhaltungsautomaten**, die dem Staat im vergangenen Jahr knapp **1,3 Milliarden Euro** einbrachten (2). Die Einnahmen sind teilweise zweckgebunden, beispielsweise für Kultur, Sport, Soziales und Denkmalpflege. Mit dem so genannten **Glücksspielstaatsvertrag** (GlüStV) sind 2008 in Deutschland die Karten für Glücksspiel neu gemischt worden: Insbesondere mit Blick auf die Suchtprävention wurde das **staatliche Monopol** gestärkt, Online-Vertrieb und Werbung für Glücksspiele wurden verboten. Die rechtliche Situation dieses Marktes in Deutschland ist mit einer Vielzahl anhängiger Verfahren überaus komplex. Der GlüStV läuft über vier Jahre. **Ende 2011** wird eine **Verlängerung** nur dann beschlossen, wenn mindestens 13 Bundesländer zustimmen. Die **ökonomischen Auswirkungen** der neuen **Rechtsvorschriften** auf den Glücksspielmarkt sind nicht unerheblich. Zu den Folgen, die Goldmedia durch kontinuierliche Markt-

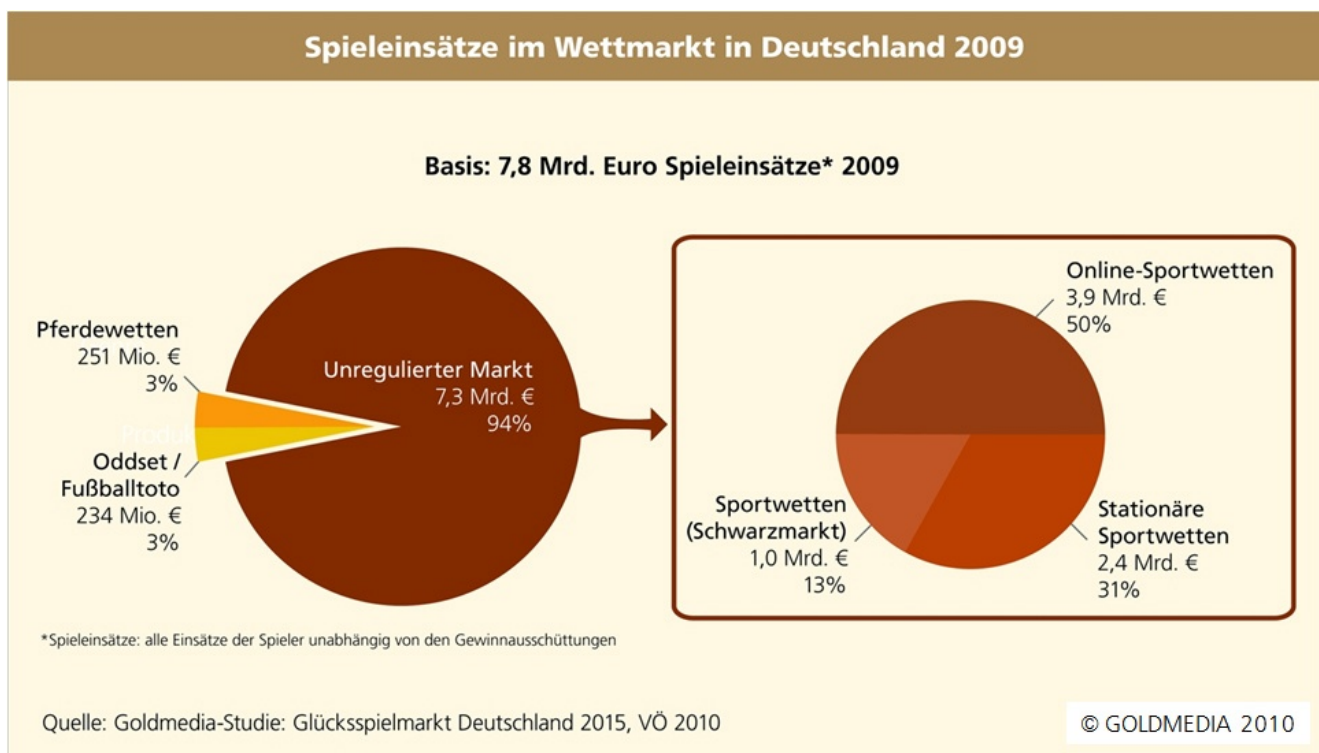
analyse ermittelt hat (3), gehören teils massive **Umsatzeinbrüche** der **staatlichen Glücksspielanbieter**, das weitere **Wachstum** des **Online-Sektors** - der inzwischen vollständig im rechtsgrauen Raum operiert - sowie das **Abwandern** von **privaten Unternehmen** ins **Ausland**. Gesamtfazit der veränderten Rahmenbedingungen: Der Glücksspielmarkt in Deutschland wird zunehmend stärker vom Ausland kontrolliert. Den mit Abstand höchsten Marktanteil ausländischer Anbieter gibt es im Bereich der **Wetten**: Nach Goldmedia-Schätzung lag hier der **Spieleinsatz**, das sind Einsätze unabhängig von der Gewinnausschüttung, **Ende 2009** bei insgesamt **7,8 Milliarden Euro**. Die in Deutschland regulär nutzbaren Produkte Pferdewetten, Oddset und Fußballtoto generierten dagegen lediglich Spieleinsätze von 0,5 Milliarden Euro. Damit entfällt der übergroße **Marktanteil** - nämlich beachtliche **94 Prozent** - auf **unregulierte Anbieter**. Das in Deutschland regulär betriebene **staatliche Glücksspiel** musste seit 2005 **herbe Verluste** hinnehmen, unterschiedlich allerdings in den einzelnen Marktsegmenten: So reduzierten sich zum Beispiel die Spieleinsätze der legalen **Lottoprodukte** (unter anderem Angebote des Deutschen Lotto und Totoblocks, der Fernsehlotterien oder der Klassenlotterien) zwischen 2005 und 2009 um insgesamt knapp 20 Prozent. Dem **Negativtrend** im **regulierten**

Markt steht eine überaus positive Entwicklung der Online-Glücksspielmärkte gegenüber: **Online-Gambling** wuchs nach Bruttospielertrag von 2005 bis 2009 jährlich um durchschnittlich knapp 30 Prozent. Grundlage des Wachstums ist die **hohe Anzahl** der **Angebote**, wovon es trotz oder gerade wegen der strengen Regulierung in Deutschland immer mehr gibt: plus 60 Prozent seit 2005. Unterm Strich steht die Frage: Greift die **Regulierung** an der richtigen Stelle? Ausgerechnet der Lottobereich, der am wenigsten mit Spielsucht konfrontiert ist, hat die größten Einschnitte zu verzeichnen. War dies beabsichtigt? Der **Online-Vertrieb** dagegen, der für die nachwachsende **jüngere Generation** an Bedeutung gewinnt, gerät derzeit **völlig außer (staatliche) Kontrolle**. Kein Gesetz wird **Spielsüchtige** wohl

davon abhalten, **Alternativen** jenseits von staatlichen Angeboten zu finden. Gerade das **Internet** ist dafür die ideale Spielstätte. Die aktive Gestaltung der Online-Präsenz ist für alle Branchen existenziell.

Autor: Dr. Michael Schmid, Senior Consultant Goldmedia GmbH, E-Mail: info@goldmedia.de / Internet: www.goldmedia.de

- (1) Bruttospielerträge sind Spieleinsätze abzüglich Gewinnausschüttungen
- (2) Angaben: Goldmedia-Schätzung
- (3) Studien von Goldmedia: Glücksspielmarkt Deutschland 2015 (2010), Online Gambling 2010 (2006)



Impressum: Der Medienbote erscheint wöchentlich donnerstags in elektronischer Form als PDF-Dokument und wird als Dateianhang per E-Mail zugestellt. Zielgruppe sind Führungskräfte und Entscheidungsträger in der Medienbranche. Ein Jahresabonnement kostet 510,00 Euro (Sechs-Monats-Abo 282,00 Euro, Drei-Monats-Abo 147,00 Euro). Auf jedes weitere Abo innerhalb eines Unternehmens gewähren wir 50% Rabatt. Alle Preise verstehen sich zzgl. 19% MwSt. Zugang zu unseren Artikeln erhalten Sie auch über die Datenbanken von Genios (www.genios.de) und Factiva (www.factiva.de). Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel können Sie über den Presse-Monitor (www.presse-monitor.de) erwerben. Chefredakteur (ViSdP) ist Dr. Jörn Krieger. Freie Mitarbeiter: Dieter Brockmeyer, Cornelia Pokorny, Dr. Wolfgang Posewang, Frank Stier, Thomas Korn. Das Erscheinungsbild wurde von Satellifax Frankreich (www.satellifax.com) entworfen und wird mit freundlicher Genehmigung verwendet. Kontakt: Medienbote Verlag, Herrenstraße 20, 90599 Dietershofen, Telefon +49 (0)9824 928822, E-Mail redaktion@medienbote.de, Internet www.medienbote.de, ISSN 1614-7383