

Die wichtigsten Meldungen

TOP-MELDUNGEN

- **NAGRAVISION:** Interview mit Holger Ippach
- **ASTRA:** Radio Regenbogen via Satellit
- **ASTRA:** rtn-myestate legt Sendepause ein

FERNSEHEN

- **CURRENT:** Expansion nach Deutschland
- **BAHN TV:** Rückzug wegen Rechtsfragen

KABEL, SATELLIT, DVB-T, IPTV

- **HANSENET:** IPTV zum Nulltarif
- **KABEL BW:** EinsFestival HD im Kabelnetz
- **REGIOCAST:** 90elf via DVB-T in Berlin
- **ÖSTERREICH:** Lokal-TV via Satellit
- **SCHWEIZ:** Cablecom bietet neue Dienste

PRODUKTIONEN & PROJEKTE

- **PRO SIEBEN SAT.1:** Einstieg in Spieleproduktion

INTERAKTIVE DIENSTE

- **ROCKALARM:** TV-Angebot für Rockfans
- **YOUTUBE:** Werbung in Deutschland
- **KABEL EINS:** TV-Inhalte bei iTunes
- **ULMEN.TV:** Christian Ulmen startet Web-TV
- **GETFAMOUS:** Aus für Casting-Portal

ZAHLEN & FAKTEN

- **UNITYMEDIA:** Triple Play auf Vormarsch
- **STUDIE:** Digitaler Consumer-Electronics-Markt wächst
- **STUDIE:** Nachfrage nach HDTV-Receiver steigt

MEDIENPOLITIK

- **PREMIERE:** Kritik an HDTV-Zurückhaltung

TAGEBUCH

- **BVZM:** Der Kern der Funkausstellung in Berlin

Top-Meldungen

■ **NAGRAVISION: Interview mit Holger Ippach**

Der Verschlüsselungshersteller **Nagravision** will mit der neuen Version seines Codierungsverfahrens die **Sicherheitslücken** schließen, die laut **Premiere** zu rückläufigen Abozahlen geführt haben. Trotz der Entscheidung des Pay-TV-Veranstalters, das Konkurrenzsystem **VideoGuard** einzuführen, ist das Schweizer Unternehmen zuversichtlich, dass **Premiere** auch zukünftig parallel **Nagravision** einsetzen wird. Um die Marktposition auszubauen, wurde mit **Holger Ippach** ein **neuer Leiter** für die **Vertriebsregion Nord- und Zentraleuropa** ernannt, zu der auch **Deutschland** gehört. Der Medienbote sprach mit dem Verschlüsselungsexperten über Hacker-Probleme, technische Aspekte und die Zukunftsperspektiven von Nagravision.

Medienbote: Welche Aufgaben, Herausforderungen und Ziele hat Ihre neue Position?

Holger Ippach: Äußerst spannende. Ich freue mich, bei Nagravision die Verantwortung für den Vertrieb unserer Conditional-Access-Verfahren, interaktiven Backend- und Content-Management-Systeme und Middleware-Lösungen übernommen zu haben. Eines der wichtigsten Ziele lautet, engen Kontakt zu unseren Kunden in ganz Europa zu halten. Das Einsatzgebiet meines

Teams erstreckt sich von den Benelux-Ländern über den deutschsprachigen Raum und Polen bis nach Russland. Das ist eine große organisatorische Aufgabe, die wir gemeinsam von drei Standorten in der Schweiz, in Großbritannien und Deutschland aus angehen.

Medienbote: Worin unterscheidet sich Nagravision von der Konkurrenz?

Holger Ippach: Nagravision hat eine umfangreiche Erfolgsbilanz in Sachen Sicherheit vorzuweisen. Viele Kunden im deutschen Markt haben sich nach intensiver Prüfung der Alternativen erneut für Nagravision entschieden, trotz einiger verwirrender Meinungskampagnen. Wir bieten nach wie vor eine marktführende Sicherheitstechnologie und sind in der Lage, komplexe Gesamtlösungen schnell und endkundenfreundlich zu etablieren.

Medienbote: Wie konnte es dazu kommen, dass Nagravision gehackt wurde?

Holger Ippach: Als Verschlüsselungssystem attraktiver Inhalte ist man ständig unter Beschuss. Je erfolgreicher man ist und je hochwertiger die geschützten Inhalte

sind, desto stärker wird der Druck aus der illegalen Hacker-Industrie. Wir sind uns dessen bewusst und werten den Versuch, unser System zu umgehen, als Kompliment für unseren Erfolg. Wir können dies allerdings in keinsten Weise tolerieren. Ein erheblicher Anteil unserer Energie mündet daher in die Prävention von Hacking-Versuchen, Weiterentwicklungen der Technologie und die Schaffung schneller Abläufe zur Schließung möglicher Lücken. Einen Kartentausch können wir heute für die Endkunden nahezu unbemerkt und zeitnah durchführen, wie wir bereits in anderen europäischen Ländern unter Beweis gestellt haben.

Medienbote: Welche Verbesserungen bietet die neue Nagravision-Version, die Premiere derzeit einführt? Wie wollen Sie sicherstellen, dass keine Sicherheitslücken mehr auftreten?

Holger Ippach: Wie bereits erwähnt, sprechen wir nicht nur von einer neuen Nagravision-Version, sondern von einer kontinuierlichen Weiterentwicklung unserer Systeme. Ein solcher Technologie-Wechsel vollzieht sich häufig ohne dass der Endkunde davon etwas bemerkt. Im Fall Premiere ist es tatsächlich so, dass Premiere einen vollständigen Austausch der im Umlauf befindlichen Smartcards vorgesehen hat. Diese Karten sind hinsichtlich ihrer Sicherheit eine völlig neue Generation im Vergleich zu den bisher dort eingesetzten Karten. Was im Einzelnen genau anders ist, kann ich Ihnen aus verständlichen Gründen natürlich nicht im Detail darlegen.

Medienbote: Premiere führt derzeit das bislang ungehackte Verschlüsselungssystem VideoGuard Ihres größten Wettbewerbers NDS ein. Wie schätzen Sie Ihre Chancen ein, dass Premiere auch nach 2012, wenn der aktuelle Vertrag ausläuft, weiter parallel Nagravision einsetzt, zumal Premiere und NDS über den gemeinsamen Gesellschafter News Corp miteinander verbunden sind?

Holger Ippach: Welche Systeme wirklich gehackt oder nicht gehackt wurden, müsste man mal gründlicher anschauen. Zu Premiere, nun, dazu muss man wissen, dass der Großteil der Set-Top-Boxen für Premiere auch

in Zukunft von Nagravision unterstützt wird und die Liste der umzustellenden Geräte nur einen verhältnismäßig kleinen Bruchteil ausmacht. Wir sind aufgrund unseres über Jahre angeeigneten Fachwissens derzeit exklusiv dazu in der Lage, Betacrypt-Boxen zu unterstützen. Auch die neue Nagravision-Version, die die Zuschauer ohne Download in Form einer neuen Smartcard erhalten, unterstützt den bisherigen Nagravision-Boxenbestand im Millionen-Stückzahlbereich. Wir sind daher zuversichtlich, dass wir auch nach 2012 einen entscheidenden Beitrag zur Sicherung des Premiere-Programms leisten werden.

Medienbote: Gibt es neue Interessenten für Nagravision?

Holger Ippach: Die Entscheidung seitens des größten deutschen Kabelnetzbetreibers Kabel Deutschland, unser System weiter zu verwenden, hat uns sehr gefreut, aber wir ruhen uns nicht auf den Lorbeeren aus. Wir stehen mit weiteren bestehenden und potenziellen Kunden in Kontakt, um den jeweiligen Markt zu halten und auszubauen. Auch hier sind wir zuversichtlich, mit Argumenten wie maximaler Sicherheit und optimaler Kompatibilität zu vorhandenen Boxen erfolgreich zu sein. Näheres kann ich zurzeit aber noch nicht sagen.

Medienbote: Wie schätzen Sie die Marktchancen von Nagravision in der Zukunft ein?

Holger Ippach: Wir sehen für Nagravision gutes Wachstumspotenzial in den kommenden Jahren. Sowohl bei Diensten für Plattformbetreiber als auch Set-Top-Boxen setzen wir weiterhin auf einen transparenten Umgang, freie Zugänge und offene Standards wie die Schnittstelle CI Plus. Bereits Anfang 2009 rechnen wir mit ersten konkreten Lösungen in diesem Bereich und damit einem attraktiven Gegengewicht zum geschlossenen Set-Top-Boxen-Markt. Außerdem arbeiten wir weiterhin intensiv an der Gewinnung neuer, der Pflege bestehender und der Rückgewinnung früherer Kunden. Ich bin mir sicher, dass mittelfristig auch in diesem Bereich Potenzial steckt und Nagravision als die bessere Alternative erkannt wird.

■ ASTRA: Radio Regenbogen via Satellit

Der baden-württembergische Privatsender **Radio Regenbogen** wird sein Programm ab **1. September** via Satellit verbreiten. Wie Geschäftsführer **Gregor Spachmann** dem Medienboten sagte, wurde dazu ein digitaler Sendeplatz auf **Astra** (19,2° Ost) angemietet. „Wir sehen in der digitalen Verbreitung per DVB-S eine Möglichkeit, unser Serviceangebot mit diesem zusätzlichen – auch finanziellen Engagement – weiter auszubauen. Neben UKW, Kabel und Internet können die Hörer Radio Regenbogen via Satellit künftig europaweit digital empfangen, was einen entscheidenden **Mehrwert** darstellt.“ In dem neuen Kommunikationskanal sehe der Sender außerdem vielfältige Möglichkeiten, die **Kontaktchancen** zu erweitern, erklärte Spachmann. Das Nutzungsverhalten der bestehenden Hörerschaft werde gestärkt, perspektivisch sollen **neue Hörer** hinzugewonnen werden. „Darüber hinaus entsprechen wir mit dieser Entscheidung den **Interessen** vieler **Hörer**, die sich vorübergehend oder dauerhaft **außerhalb** des

Empfangsgebiets aufhalten und in den vergangenen Monaten vermehrt den Wunsch nach einer digitalen Satellitenverbreitung geäußert haben.“ Radio Regenbogen wird unverschlüsselt im Digitalpaket von **Media Broadcast** auf der Frequenz 12,633 GHz H (SR 22.000, FEC 5/6) zu empfangen sein. Vom **1. August 1998 bis 31. Dezember 2003** war der Mannheimer Sender bereits über **Astra** zu empfangen. Damals wurde im **ADR-Verfahren** (Astra Digital Radio) gesendet, das sich als Hörfunksystem nicht durchsetzen konnte – vor allem, weil dafür spezielle Set-Top-Boxen benötigt wurden. Der jetzt gewählte **DVB-S-Standard** kann mit jedem handelsüblichen **digitalen Satellitenreceiver** empfangen werden. Die Hörfunkstation, hinter der der Zeitungsverlag **Mannheimer Morgen** und die **Holtzbrinck-Gruppe** stehen, ist via UKW und Kabel in Baden-Württemberg, der Pfalz, Südhessen, dem Elsass und Teilen der Schweiz zu empfangen. Außerdem wird als Webradio unter www.regenbogen.de gesendet.

■ ASTRA: rtn-myestate legt Sendepause ein

Der Fernsehkanal für Immobilienwerbung, **rtn-myestate**, hat seinen Sendebetrieb vorübergehend eingestellt. Das 24-Stunden-Programm war auf **Astra** (19,2° Ost) im Digitalpaket von **APS Astra Platform Services** auf der Frequenz 12,149 GHz H (SR 27.500, FEC 3/4) zu empfangen. Auch die begleitenden Webseiten www.rtn2.de und www.rtn2.com wurden abgeschaltet. Bei der im April 2007 gestarteten TV-Station konnten

Verkäufer von **Immobilien** und branchenverwandte Unternehmen ihre zum Verkauf stehenden Anwesen sowie Produkte und Dienstleistungen vorstellen. Wie rtn-Sprecher **Michael Schützenhofer** dem Medienboten sagte, bereiten die Betreiber derzeit die Rückkehr vor. „Der Sender erhält einen **neuen Namen**, das **Programm** wird **erweitert**.“ Details nannte er nicht. „Aufschaltung und Namen geben wir rechtzeitig bekannt.“

Fernsehen

■ CURRENT: Expansion nach Deutschland

Current, der Fernsehkanal des ehemaligen US-Vizepräsidenten **Al Gore**, erwägt einen **Ableger** für **deutsche Zuschauer**. Im Zuge der Expansion in Europa sei Deutschland einer von mehreren möglichen Zukunftsmärkten, bestätigte Chief Operating Officer **Mark Goldman** dem Branchendienst „kress“. „Wir bekommen Anfragen aus aller Welt. Das Interesse an Current ist riesig“, sagte Goldman. „Deutschland ist nach unserer Beobachtung ein Markt, der bald reif für Current sein könnte.“ Current ist in den **USA** seit Au-

gust 2005 auf Sendung. In Europa gibt es derzeit eigene Varianten für **Großbritannien** und **Irland** sowie **Italien**, die auf den Pay-TV-Plattformen **Sky Digital** und **Sky Italia** verbreitet werden. Der Sender, der sich an 18- bis 34-Jährige richtet, zeigt vor allem **Beiträge**, die von seinen **Zuschauern** stammen. Die Zuschauer können Current damit als Plattform für ihre eigenen Gedanken, Ansichten und Botschaften nutzen. Neben dem Material des Publikums, das über die Webseite www.current.com hochgeladen wird, gibt es eigenpro-

duzierte Nachrichten, Magazine und Shows. „**TV und Web** sind bei uns **gleichrangig**“, sagte Goldman. „Anders als die meisten Sender nutzen wir nicht das Fernsehen, um Leute ins Web zu treiben, sondern umgekehrt: Die Leute gehen auf **Current.com**, tauschen ihre

Themen, Anliegen und Videos aus, und das Beste davon bringen wir ins TV.“ Mit **UProm.TV** gibt es in Deutschland bereits seit April 2007 einen Spartenkanal, der hauptsächlich von den Zuschauern erstellte Beiträge ausstrahlt.

■ BAHN TV: Rückzug wegen Rechtsfragen

Die **Deutsche Bahn** hat die Verbreitung ihres Fernsehkanals **Bahn TV** via **Kabel** und **Satellit** wegen **rechtlicher Bedenken** eingestellt. „Die rechtliche Situation zur Erlangung einer **Sendelizenz** hat sich verändert“, sagte ein Bahn-Sprecher der Zeitschrift „Sat-Report“. „Es ist zumindest **fraglich**, ob ein **Unternehmen**, das sich **mehrheitlich** im **Bundesbesitz** befindet, **Rundfunk** betreiben darf. Wir wollten diese Frage nicht auf die Spitze treiben. Im **Extremfall** hätten wir mit einem kurzfristigen **Verlust** der **Lizenz** rechnen müssen.“ Auch **finanzielle Überlegungen** hätten bei der Entscheidung eine Rolle gespielt. Bahn TV hatte zum 1. Juli seine Verbreitung über **Astra** (19,2° Ost) und in den **Kabelnetzen** beendet und ist seitdem nur noch als

Web-TV-Angebot unter www.bahntv-online.de zu empfangen. Angesichts der steigenden Zahl von Internethaushalten in Deutschland sehe die Bahn den neuen Verbreitungsweg als „**interessante Alternative**“, der zudem die Möglichkeit biete, das Programm auf **verschiedene Zielgruppen** zuzuschneiden, erklärte der Sprecher. „Sehr intensiv“ verfolge das Unternehmen die Entwicklung beim **Handy-TV**. Eine Rückkehr via Kabel und Satellit wollte er nicht ausschließen: „Wir werden die weiteren **technischen und rechtlichen Entwicklungen** im **TV-Bereich** und die **Kosten** für die **Infrastruktur** aufmerksam beobachten.“ Das vollständige Interview erscheint in der Oktober-Ausgabe des „Sat-Report“.

■ LFM: center.tv Aachen erhält Lizenz

Die **Landesanstalt für Medien** (LfM) hat mit **center.tv Aachen** einen weiteren regionalen TV-Anbieter in Nordrhein-Westfalen zugelassen. Der Veranstalter erhielt eine **Lizenz** für ein **regionales Vollprogramm** für den Großraum Aachen mit einer Laufzeit von zehn Jahren, wie die LfM in Düsseldorf mitteilte. Betrieben wird das 24-Stunden-Programm von der **center.tv Heimatfernsehen Köln GmbH**, die bereits eine Lizenz

für die Region Köln hat. Die **center.tv-Kette** veranstaltet derzeit Stadtsender in den Ballungsgebieten **Köln, Düsseldorf, Ruhrgebiet** und **Bremen**. In Planung ist ein Sender für die Region Niederrhein. Neben den jeweiligen **Kabelnetzen** der regionalen Einzugsgebiete sind die Programme auch als **Livestreams** auf der Webseite www.center.tv zu empfangen.

■ LPR: Grünes Licht für türkische TV-Sender

Die hessische **Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien** (LPR) hat dem TV-Dienstleister **Peyk Media Lizenzen** für das geplante Vollprogramm **Ebru TV EU** und die **europäische Version** des türkischen Privatsenders **Samanyolu TV** erteilt. **Ebru TV EU** bietet Informationen, Bildung, Beratung und Unterhaltung für Zuschauer in Europa. Das im **Herbst** startende Programm, das unter anderem Nachrichtensendungen, Dokumentationen und kulturelle Beiträge umfasst, soll als digitales **Free-TV-Angebot** in deutscher

und englischer Sprache über **Astra** (19,2° Ost) verbreitet werden. Die Finanzierung erfolgt über **Werbung, Sponsoring** und **Teleshopping**. Die Lizenz für **Samanyolu TV** ermöglicht Peyk Media, den Sender künftig mit **deutscher Zulassung** zu betreiben. Das via **Kabel** und **Satellit** verbreitete 24-Stunden-Programm, das sich an die in **Europa** lebende **türkischsprachige Bevölkerung** richtet, bietet Nachrichten, Spielfilme, Magazine, Serien und Dokumentationen. Der werbefinanzierte Sender wird bislang mit der türkischen Lizenz für

den türkischen Inlandskanal betrieben. Peyk Media mit Sitz in Offenbach bei Frankfurt am Main ist eine Tochter der auf türkische Medienangebote spezialisierten

World Media Group, die unter anderem die Europa-Ausgabe der auflagenstärksten türkische Tageszeitung „Zaman“ herausgibt. Infos: www.peykmedia.eu

Kabel, Satellit, DVB-T, IPTV

■ HANSENET: IPTV zum Nulltarif

Die Telekommunikationsgesellschaft **HanseNet** bietet ihre IPTV-Plattform **Alice homeTV** ab sofort **kostenlos** an. „Wir haben unsere Strategie überdacht“, sagte HanseNet-Manager **Michele Novelli** der Tageszeitung „Die Welt“. Bislang verlangte das Unternehmen für sein Basispaket mit rund **70 TV-Kanälen** 9,90 Euro pro Monat. Für Neukunden sind alle Sender schon jetzt kostenlos, bisherige Kunden können sich in ein bis zwei Monaten auf das neue Angebot umstellen lassen. Zusätzlich können die Kunden bis zu 150 ausgewählte Spielfilme, Dokumentationen und Reportagen aus der **Online-Videothek gratis** abrufen. Voraussetzung ist, dass ein **Internet- und Telefonanschluss** mit Flatrate ins deutsche Festnetz für **29,90 Euro** pro Monat gebucht wird. An diesem Preis ändert sich vorerst nichts. Mit ihrem Vorstoß eröffnet die Tochter des italienischen Telekommunikationskonzerns **Telecom Italia** eine neue Preisrunde im Wettstreit um Breitband-Internetkunden. „Früher oder später werden unsere Konkurrenten sicherlich mit ähnlichen Angeboten nachziehen“, sagte

Novelli. Bislang bieten neben HanseNet nur die **Deutsche Telekom** und **Arcor IPTV** in Deutschland an – allerdings mit wenig Zuspruch. Die Telekom konnte bislang lediglich 250.000 Kunden gewinnen, HanseNet nur 20.000 und Arcor noch weniger. Auch Arcor erwägt Branchenkreisen zufolge, IPTV seinen Internet- und Telefonkunden zum Nulltarif anzubieten. Trotz des harten Wettbewerbs erwartet HanseNet keine weiter sinkenden Tarife. „**Der Preiskrieg kann nicht ewig dauern**“, erklärte Novelli. Liegen die Preise unter den Kosten, könne das niemand lange durchhalten. Für die Kunden werde deswegen der **Service immer wichtiger**, um Angebote zu unterscheiden. Alice homeTV ist derzeit in 150 Städten verfügbar, darunter München, Berlin, Hannover, Leipzig und Dresden – insgesamt werden zehn Millionen Haushalte erreicht. Die IPTV-fähige Set-Top-Box, die den DSL-Anschluss mit dem Fernseher verbindet, kann bei HanseNet für 69,90 Euro gekauft oder für 2,90 Euro pro Monat gemietet werden.

■ NETCOLOGNE: Testaktion für Neukunden

Der Stadtnetzbetreiber **NetCologne** hat eine Testaktion gestartet, bei der **Neukunden** jedes **DSL-Paket** ein halbes Jahr lang für **14,90 Euro** pro Monat testen können. Das Angebot, das bis 31. Oktober läuft, gilt für alle DSL-Pakete auf Basis eines analogen oder ISDN-Anschlusses und für alle Bandbreiten, darunter auch das Glasfasernetz mit **100 Mbit/s**. Die Kunden haben innerhalb des Testzeitraums ein Sonderkündigungsrecht und können innerhalb einer Frist von zwei Wochen zum

Monatsende kündigen. Gleichzeitig wurde mit der **KombiFlat** eine neue **Flatrate** für **Handygespräche** ins **deutsche Festnetz** eingeführt. Die Kunden erhalten bis zu fünf SIM-Karten, so dass zum Beispiel Familienmitglieder untereinander kostenlos telefonieren können. Die KombiFlat, die mit jedem NetCologne-Festnetzanschluss kombiniert werden kann, ist bei Bestellung bis 31. Oktober in den ersten sechs Monaten gratis, danach fallen **9,90 Euro** pro Monat an.

■ KABEL BW: EinsFestival HD im Kabelnetz

Die baden-württembergische Kabelgesellschaft **Kabel BW** wird das **hoch auflösende Programm**, das der digitale ARD-Kulturkanal **EinsFestival** zur **Internatio-**

nalen Funkausstellung ausstrahlt, in ihr Kabelnetz einspeisen. Neben den sechs HDTV-Sendern, die Kabel BW bereits verbreitet, können die Kabelkunden

damit vom 29. August bis 3. September rund **120 Stunden** zusätzliches HDTV-Programm empfangen. EinsFestival HD wird kostenfrei im ausgebauten Teil des **Kabelnetzes** verbreitet. Der Sender, der auch via **Astra** (19,2° Ost) ausgestrahlt wird, zeigt Teile des EinsFesti-

val-Programms in der neuen TV-Technologie, darunter Spielfilme, Serien, Musikkonzerte und Dokumentationen. Kabel BW speiste bereits das HDTV-Programm ein, das EinsFestival zu Ostern ausstrahlte.

■ ROMANCE TV: Ausbau der Verbreitung

Romance TV, der digitale Pay-TV-Kanal mit romantischen Filmen, Serien und Telenovelas, vergrößert seine Reichweite: Das Programm ist ab **1. September** in Deutschland über die Satellitenplattform **arenaSAT** und die IPTV-Plattform **Arcor Digital-TV** sowie in der Schweiz im Kabelnetz der **Cablecom** zu empfangen. Romance TV ist bislang an Bord der Bouquets **Pre-**

miere Star, **PrimaCom**, **Alice homeTV** und **KabelKiosk**. Mit weiteren Plattformbetreibern laufen Verhandlungen. Die am Valentinstag gestartete TV-Station, der sich an Frauen ab 30 Jahren richtet, zeigt populäre TV-Reihen wie „Rosamunde Pilcher“, „Traumschiff“ und „Julia - Wege zum Glück“ sowie Spielfilme aus Hollywood und Bollywood.

■ REGIOCAST: 90elf via DVB-T in Berlin

Das Fußballradio **90elf** ist ab sofort digital terrestrisch via **DVB-T** im Großraum **Berlin** zu empfangen. Damit können rund **eine Million neue Hörer** das Programm einschalten, wie die Betreibergesellschaft **Regiocast Digital** mitteilte. „Wir freuen uns, nun auch diejenigen in Berlin-Brandenburg zu erreichen, die 90elf bisher nicht über das Internet hören. Sie bekommen via DVB-T jetzt **alle Spiele** der **Fußball-Bundesliga** 90 Minuten live zum **kostenlos** Hören über ihren Fernseher oder mobil über ihr DVB-T-Handy geliefert“, sagte Geschäftsführer **Florian Fritsche**. Durch die ergänzenden visuellen Inhalte, wie **Fotos**, **Grafiken**, **Newsticker** und **Musiktitelinfos**, erhält Radio über DVB-T zudem erstmals eine eigene Bildsprache. 90elf war zum Be-

ginn der neuen Bundesliga-Saison gestartet. Der werbefinanzierte Sender überträgt alle Spiele der 1. und 2. Liga live in voller Länge und als Konferenzschaltung. Zwischen den Spielen widmet sich das Programm Fußball in allen Facetten, von Nachrichten, Informationen und Service über Musik und Kultur bis zu Lifestyle. Die Verbreitung erfolgt über die **Webseite** www.90elf.de und das **Handy-TV-Paket**, das **Mobile 3.0** im DVB-H-Verfahren in Großstädten verbreitet. Die zweite Neuaufschaltung im **Berliner DVB-T-Radiopak** ist **104.6 RTL - Best Of Modern Rock And Pop**. Die Musikwelle des Berliner Privatsenders 104.6 RTL war bislang nur als Webradio unter www.104.6rtl.com zu hören.

■ ÖSTERREICH: Lokal-TV via Satellit

Rund **ein Dutzend lokale** und **regionale österreichische Fernsehsender** sollen künftig via **Satellit** verbreitet werden. Hinter dem Projekt mit dem Arbeitstitel „A 2412“ stehen **Christian Schott** vom Kabelsender **RTV** aus Steyr und **Andreas Reimer** vom Mühlviertler Lokalfernsehen **MF1 plus**, wie die Tageszeitung „Der Standard“ berichtet. Von 17 bis 23 Uhr wollen die Betreiber den beteiligten Regionalprogrammen jeweils halbstündige Sendeplätze auf einem digitalen Satellitenkanal auf **Astra** (19,2° Ost) vermieten. Von 19 bis 19.30 Uhr sollen die Regionalsender gemeinsam eine

halbe Stunde Programm bestreiten, das **Sechs-Stunden-Paket** wird dreimal pro Tag wiederholt, um die 24 Stunden voll zu bekommen. Das „A“ steht für österreichische Inhalte, „24“ für Programm rund um die Uhr und „12“ für die Programmplätze in dem geplanten Sechs-Stunden-Paket. Man habe „**viele wesentliche österreichische Privatfernsehstationen**“ an Bord, sagte Schott dem Blatt. Nennen will er sie noch nicht. Anfang September gebe es noch einen „entscheidenden Punkt“ zu klären. Rund eine **halbe Million Euro** veranschlagen die Betreiber für das gemeinsame Satellitenprojekt.

Die **Finanzierung** soll neben den **eingemieteten Sendern** auch über sieben **nationale Werbe-Jahreskunden** erfolgen. Der bayerische Technik-Dienstleister **SmartCast** soll mit seinem **MultiScreen-Verfahren** dabei helfen, die **Satellitenkapazität** möglichst effizient zu nutzen. Das laufende TV-Programm wird dabei nur auf einem Teil der Bildfläche ausgestrahlt. Der Rest

steht für Programmhinweise, Gewinnspiele, Infotafeln oder andere Inhalte zur Verfügung. SmartCast-Geschäftsführer **Christian Brenner** hatte die Technologie vor einer Woche im Medienboten vorgestellt. Der Lokalsender **Tirol TV** nutzt das Verfahren bereits für seine Satellitenverbreitung über Astra.

■ SCHWEIZ: Cablecom bietet neue Dienste

Der größte Schweizer Kabelnetzbetreiber **Cablecom** will im nächsten Jahr einen **Internetzugang** mit einer Datenrate von **100 Mbit/s** anbieten – viermal höher als bisher. Gleichzeitig werden mit einer **Online-Videothek** und **Fernsehen auf Abruf** zwei neue interaktive Dienste eingeführt. Die technische Grundlage bietet der Ausbau der Kabelnetze auf eine Bandbreite von 862 MHz, der 2009 vollständig abgeschlossen sein soll. Der schnelle Internetanschluss startet im **ersten Quartal 2009** im Großraum **Zürich**, danach folgen weitere Ballungsgebiete. Die Online-Videothek, die zeitgleich eingeführt wird, bietet zunächst rund **250 Spielfilme** auf

Abruf. Hinzu kommt ein „**Catch up**“-Dienst, über den die Cablecom-Kunden **verpasste TV-Sendungen** nach deren Erstaussstrahlung per Knopfdruck auf der Fernbedienung in **voller Länge** ansehen können. Derzeit laufen Gespräche mit den Schweizer Fernsehsendern über die Teilnahme an dem Service, der für die Zuschauer kostenfrei sein wird. Die Cablecom verfügt über mehr als 1,5 Millionen TV-Kunden, darunter 321.000 Digitalhaushalte. Hinter dem Unternehmen steht **UPC Broadband**, die europäische Kabelsparte des US-Medienkonzerns **Liberty Global**.

Fusionen & Allianzen

■ UNITYMEDIA: Kartellamt genehmigt Zukäufe

Das **Bundeskartellamt** hat der Kabelgesellschaft **Unitymedia grünes Licht** für die **Übernahme** der **Kabelnetze** des kleineren Wettbewerbers **PrimaCom** in **Aachen** und **Wiesbaden** erteilt. Der Zukauf, für den das Unternehmen insgesamt rund **49 Millionen Euro** zahlt, soll bis Ende August abgeschlossen sein. Die Transaktion war Anfang August angekündigt worden. Mit dem Anschluss der beiden Haus- und Stadtverteilnetze der **Netzebene 4** an sein überregionales Kabel-

netz der Netzebene 3 kann Unitymedia die rund 100.000 Kabelhaushalte in Aachen und Wiesbaden künftig direkt mit dem Triple-Play-Bündel **TV, Internet** und **Telefonie** versorgen. Dazu will das Unternehmen die Kabelnetze für rund **sieben Millionen Euro** aufrüsten. PrimaCom konzentriert sich im Gegenzug auf seine Schwerpunktregionen in Mittel- und Ostdeutschland.

Produktionen & Projekte

■ PRO SIEBEN SAT.1: Einstieg in Spieleproduktion

Die TV-Gruppe **ProSiebenSat.1** will zukünftig nicht nur **Computerspiele** vermarkten, sondern auch produzieren. „Unser erstes eigenes Spiel wird am **30. Oktober** auf den Markt kommen“, sagte **Marcus Prosch**,

Sprecher der Multimedia-Tochter **SevenOne Intermedia**, dem Nachrichtendienst presstext. „Sowohl für **PCs** als auch für die gängigen **Konsolen** werden wir Titel produzieren.“ Die ersten zwei Titel sollen in diesem

Jahr erscheinen. Ob zur Entwicklung der Spiele wie beim Konkurrenten **RTL** eine eigene Marke gegründet wird oder die Entwicklung unter dem Label **SevenOne Intermedia** laufen wird, steht noch nicht fest. „Sicher ist aber, dass wir auch weiterhin mit externen Entwicklern zusammenarbeiten werden“, betonte Prosch. Mit dem Vorstoß stelle **ProSiebenSat.1** sicher, dass die **ge-**

samte Verwertungskette im eigenen Haus ablaufe. „Dazu gehört nun einmal auch die Entwicklung der Spiele, die wir vermarkten“, sagte Prosch. Die TV-Gruppe bietet unter www.sat1.de/spiele und www.sevengames.de bereits Spiele an, die Internetnutzer auf ihrem Browser spielen können.

■ ARD: Plasberg erhält Samstagabend-Show

Fernsehjournalist **Frank Plasberg** wird von der **ARD** offenbar mehr zugetraut als purer Polit-Talk. Der Moderator von „**Hart aber fair**“ bekommt zum Jahresende seine erste **Samstagabend-Show** im Ersten: „**Das Quiz 2008 - der Jahresrückblick**“. Das Ganze sei „eine Art Erinnerungsmemory für das abgelaufene Jahr“, sagte der Moderator dem Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“. Plasberg sei „nicht nur ein journalistisches, sondern überhaupt ein großes Fernsehtalent“

auch für Spielshows und Quiz, lobt ihn **NDR-Fernseh**direktor **Volker Herres**, der im November **ARD-Programmdirektor** wird. Plasberg hatte für den **NDR** in diesem Frühjahr erste Schritte als TV-Unterhalter in einem Quiz mit Schulkindern gemacht. Produziert wird die Sendung von **Günther Jauchs** Firma **I&U**, die für den Privatsender **RTL** schon seit Jahren den Jahresrückblick „Menschen, Bilder, Emotionen“ erstellt.

■ TELE 5: Werbespots in 16:9

Der Spielfilmkanal **Tele 5** stellt am **17. November** die Ausstrahlung aller **Werbespots** auf das **Breitbildformat 16:9** um. Den Werbekunden steht damit 33 Prozent mehr Bildfläche zur Verfügung, wie der Sender in München mitteilte. Bereits seit November 2007 bietet **Tele 5** Fernsehen im Kinoformat und strahlt alle **Spiel**filme, die in 16:9 vorliegen, auch im Breitbildformat aus.

Mit der Umstellung will die TV-Station der **wachsenden Zahl an Zuschauern** Rechnung tragen, die über einen **Breitbildfernseher** verfügen. Auch die beiden großen TV-Gruppen stellen im November ihre Werbeblöcke auf 16:9 um: **ProSiebenSat.1** macht am 1. November den Anfang, **RTL** folgt am 18. November.

■ 3SAT: Charlotte Roche probiert Berufe aus

TV-Moderatorin und Bestseller-Autorin **Charlotte Roche** („Feuchtgebiete“) erhält eine Sendereihe bei **3sat**. Ab **1. Oktober** präsentiert die 30-Jährige montags kurz nach 23 Uhr die fünfteilige Serie „**Charlotte Roche unter...**“. In jeder Folge probiert Roche einen anderen Beruf aus, darunter Bestatterin, Jägerin, Altenpflegerin

und Lastwagenfahrerin. Auch bei der Müllabfuhr will die gebürtige Engländerin arbeiten. Dabei komme es zum „**charmanten Aufeinanderprall**“, teilte 3sat in Mainz mit. Es gebe keine Drehbücher, alles verlaufe spontan. Roche moderierte zuvor unter anderem Sendungen bei **VIVA**, **ProSieben** und **ARTE**.

■ WDR: Ausbau der TV-Untertitelung

Der **WDR** will im nächsten Jahr den Umfang der **Fernsehsendungen** mit **Untertiteln** verdoppeln. Den Etatposten hat Intendantin **Monika Piel** in diesen Tagen freigegeben. „Unsere Angebote in Hörfunk, Fernsehen und Internet für Menschen mit Behinderungen

leichter zugänglich zu machen, hat für uns einen hohen Stellenwert. Die Untertitelungen im Fernsehen, auch bei **Live-Sendungen**, sind ein schönes Beispiel dafür, welchen Nutzen der Einsatz **moderner Computertechnologie** auf diesem Gebiet haben kann“, sagte der

stellvertretende WDR-Fernsehdirektor **Helfried Spitra** in Köln. In diesem Jahr versieht der WDR rund 110.000 Sendeminuten mit Untertiteln – mehr als doppelt so viel als 2007. Im Juli strahlte das **WDR Fernsehen** bereits

rund **45 Prozent aller Sendungen** mit **Untertiteln** aus. In der Hauptsendezeit von 18 Uhr bis Mitternacht lag der Anteil bei 87 Prozent.

■ ZDF: Nachrichtenkooperation mit TRT

Das **ZDF** wird künftig **Nachrichtenmaterial** mit dem türkischen Staatsfernsehen **TRT** austauschen. Einen entsprechenden Kooperationsvertrag unterzeichneten ZDF-Intendant **Markus Schächter** und sein türkischer Amtskollege **Ibrahim Sahin** in Mainz. Beide Seiten räumen sich auch Zugang zu **Archivmaterial** ein und unterstützen sich gegenseitig bei Produktionen. Gleichzeitig wurden **Koproduktionen** und inhaltliche Initiativen vereinbart. Im Zuge der Zusammenarbeit wird das ZDF den türkischen Sender beim **Aufbau** seines im

Oktober startenden **Kinderkanals** unterstützen und gemeinsam mit TRT eine Ausgabe der **3sat-„Kulturzeit“** über die nächste europäische Kulturhauptstadt Istanbul erstellen, die in Deutschland und der Türkei ausgestrahlt wird. Auch mögliche Projekte im **Sport- und Unterhaltungsbereich** sowie eine stärkere Berücksichtigung türkischer Themen im Rahmen der muslimischen ZDF-Online-Plattform **„Forum am Freitag“** wurden verabredet.

■ SEVENONE: „Schlag den Raab“ startet in Schweden

Die ProSieben-Show **„Schlag den Raab“** startet am **9. September** in **Schweden**. Das teilte **SevenOne International**, der weltweite Programmvertrieb der TV-Gruppe **ProSiebenSat.1**, in München mit. Der Privatsender **Kanal 5** zeigt die Sendung unter dem Titel **„Vem kan slå Filip och Fredrik“** („Wer schlägt Filip und Fredrik?“). Die Comedians **Filip und Fredrik** treten dabei im Team an und spielen abwechselnd gegen einen Zuschauer. Drei Wochen lang gibt es dienstags, mitt-

wochs und donnerstags eine rund einstündige Folge. **SevenOne International** vertreibt die **„Schlag den Raab“-Ausstrahlungsrechte** unter dem Titel **„Beat your Host“** weltweit. Bislang wurde die Sendung in **zwölf Länder** verkauft, darunter Großbritannien, die Niederlande und Dänemark. Ende Mai wurde bekannt gegeben, dass **Kanal 5** die Show in Schweden zeigen wird. Der Privatsender gehört wie ProSieben zur TV-Gruppe **ProSiebenSat.1**.

Interaktive Dienste

■ ROCKALARM: TV-Angebot für Rockfans

Mit **RockAlarm** ist ein TV-Angebot für die Fans von Rockmusik gestartet. Der Sender, der **Musikvideos, Konzerte** und **Interviews** zeigt, kann als **Livestream** im **Internet** unter www.rockalarm.tv kostenfrei angesehen werden. Im **On-Demand-Bereich** können die Zuschauer ihr eigenes Programm zusammenstellen. Außerdem gibt es eine **Community** und die Möglichkeit, die gezeigten Videos zu bewerten. Die **Finanzierung**

erfolgt über den Verkauf von **Merchandising-Produkten**. Dabei werden DVDs, CDs, T-Shirts und andere Artikel der Bands während des Programms eingeblendet, die direkt über einen **Online-Shop** erworben werden können. Als technische Plattform wird die IPTV-Software **TVNext** der Berliner Multimedia-Agentur **TVNext Solutions** eingesetzt.

■ YOUTUBE: Werbung in Deutschland

Die Suchmaschine **Google** will auf ihrem Videoportal **YouTube** künftig auch in **Deutschland Werbespots** vor und nach den Videos zeigen. „Wir arbeiten daran, hierzulande bei YouTube Werbung anzubieten“, sagte ein Google-Sprecher der „Wirtschaftswoche“. Das Modell, bei dem die Werbespots **passend zum Inhalt** der Videos zugeordnet werden, existiert derzeit nur in den USA. Zu den Kunden zählen das Plattenlabel **Universal Music**, das Filmstudio **Lions Gate** und der Spiele-

hersteller **Electronic Arts**. Die **Unternehmen** lassen von Raubkopierern eingestellte Clips nicht mehr von YouTube entfernen, sondern werden von der Videoseite an den **Werbeeinnahmen** beteiligt. Die deutsche Unterhaltungsindustrie zeigt sich offen dafür. „Wir wollen dort stattfinden, wo die Musikfans sind“, sagte ein deutscher Sprecher des Musiklabels **SonyBMG**, und das sei nun mal bei YouTube.

■ KABEL EINS: TV-Inhalte bei iTunes

Der Privatsender **kabel eins** verbreitet ausgewählte **TV-Sendungen** ab sofort im Medienportal **iTunes** des US-Computerkonzerns **Apple**. Internetnutzer können unter www.itunes.de Eigenproduktionen für **1,49 Euro** kaufen und herunterladen, um sie auf dem Computer, iPod und iPhone oder via Apple TV auf dem Fernseher anzusehen. Zur Einführung wird die **erste Folge** der aktuellen Staffel der Ratgeberserie „**Hagen hilft!**“ **kos-**

tenfrei angeboten. Zu den Reihen, die bei iTunes zur Verfügung stehen, zählen „Abenteuer Leben“, „Jedes Kilo zählt!“, „Eine Insel wird schlank“, „Experiment Inkognito“ und „Männer allein daheim“, weitere sollen folgen. Nach **Sat.1** und **ProSieben** ist **kabel eins** der dritte Sender der TV-Gruppe **ProSiebenSat.1**, der bei iTunes vertreten ist.

■ SAT.1: Telenovela im Internet

Der Privatsender **Sat.1** verbreitet seine neue Telenovela „**Anna und die Liebe**“ mit **Jeanette Biedermann** nicht nur im Fernsehen, sondern auch im Internet. Zuschauer, die die **aktuelle Folge** verpasst haben, können sie nach der TV-Erstaussstrahlung **sieben Tage** lang auf der **Webseite** www.sat1.de/annaunddieliebe kostenfrei in voller Länge ansehen. Danach wechselt

das Angebot auf die nächste Episode. Höhepunkte mit entscheidenden Szenen bleiben dauerhaft online. Die Serie startete am 25. August um 19 Uhr bei Sat.1. Die Webseite bietet begleitende Informationen, darunter eine Community, interaktive Angebote, Steckbriefe und Videogrüße der Schauspieler, Einblicke hinter die Kulissen und eine Vorschau auf die nächsten Folgen.

■ ULMEN.TV: Christian Ulmen startet Web-TV

Der Moderator und Schauspieler **Christian Ulmen** startet ein **Web-TV-Angebot**: Am **29. August** geht **ulmen.tv** unter der Adresse www.ulmen.tv an den Start. Als Hauptattraktion gräbt der 32-Jährige seine teils bizarren, teils schlicht widerlichen Charaktere aus dem TV-Projekt „**Mein neuer Freund**“ (2005) wieder aus, wie der Branchendienst „kress“ berichtet. Mit dabei

sind der schnöselige **Alexander von Eich**, der ungepflegte **Knut Hansen** und Muttersöhnchen **Uwe**. In der ehemaligen ProSieben/MTV-Sendereihe drangsaliertere Ulmen, getarnt als **Ekelpaket**, ahnungslose Kandidatinnen. Die mussten der Familie und den Freunden ein Wochenende lang die neue, **große Liebe** vorgaukeln, um an das Preisgeld zu gelangen.

■ GETFAMOUS: Aus für Casting-Portal

Das Casting-Portal **GetFamous** wird zum **31. August** eingestellt. Trotz aller Anstrengungen sei das Angebot nicht so häufig frequentiert worden wie erhofft, erklären die Initiatoren **MME, Filmpool** und **Time2Talk** auf der Webseite www.getfamous.de. Die TV-Produktionshäuser wollten über GetFamous **frische Gesichter** für **Serien** wie „Zwei bei Kallwass“, „Richterin Barbara Salesch“ und „Frank - der Weddingplaner“ gewinnen. „Trotz eines in der Community hoch geschätzten inhaltlichen Angebots waren letztlich die **wirtschaftlichen Perspektiven nicht ausreichend**, um eine Fortführung zu rechtfertigen“, sagte MME-Finanzvorstand **Christian**

Franckenstein dem Branchendienst „Kontakter“. Laut Sprecher **Felix Wesseler** hatten sich 10.000 Darsteller registriert. In der hauseigenen Castingdatei, die über Filmpool.de zu erreichen ist, sind 70.000 Personen gespeichert. Die **Mitglieder** von GetFamous werden nun, falls sie dies möchten, in die **Filmpool-Kartei** überführt. Auf der vor einem Jahr gestarteten Plattform konnten Menschen, die eine Karriere in Film oder Fernsehen anstreben, ihre persönlichen Profile hochladen, zum Beispiel angehende Schauspieler, Statisten und Laiendarsteller.

Zahlen & Fakten

■ UNITYMEDIA: Triple Play auf Vormarsch

Die Kabelgesellschaft **Unitymedia** konnte im **zweiten Quartal 2008** die Zahl ihrer Triple-Play-Kunden deutlich steigern. Die **Abonnements** der digitalen Dienste **Pay-TV, Internet** und **Telefonie** legten zum 30. Juni im Vorjahresvergleich um 79 Prozent auf **1,2 Millionen** zu, wie das Unternehmen in Köln mitteilte. Die Zahl **digitaler Kabelhaushalte** verdoppelte sich auf **1,03 Millionen** – und übersprang erstmals die Millionengrenze. Damit sind **22 Prozent** der 4,71 Millionen **Kunden** auf **digitales Fernsehen** umgestiegen, im Vorjahr waren es lediglich 11 Prozent. Die Premiere-Abonnenten eingeschlossen, lag die Digitalquote Ende Juni bei 26 Prozent. Die Zahl **digitaler Pay-TV-Kunden** stieg um 28 Prozent auf **516.000**. Fast drei Viertel der Unitymedia-Kabelnetze sind mittlerweile für einen Inter-

net- und Telefonanschluss ausgebaut, den immer mehr Kunden nutzen. So kletterte die Zahl der **Internetkunden** von 180.000 auf **447.000** und die Zahl der **Telefonkunden** von 100.000 auf **261.000**. Die Satellitenplattform **arenaSAT**, die Unitymedia auf **Astra** (19,2° Ost) betreibt, verzeichnete hingegen einen **Rückgang** ihrer **Abonnenten** auf **324.000**. Ende des ersten Quartals hatte das Pay-TV-Paket noch 335.000 Kunden. Unitymedia erwartet in der **zweiten Jahreshälfte weitere Kündigungen**, da die Zweijahresverträge der Kunden, die zum Start von Arena 2006 ein Abonnement abgeschlossen haben, auslaufen. Den betroffenen Kunden sollen „**attraktive Rückgewinnungsangebote**“ unterbreitet werden.

■ STUDIE: Digitaler Consumer-Electronics-Markt wächst

Der **deutsche Markt** für **digitale Consumer Electronics** wird in **diesem Jahr** voraussichtlich um 5,4 Prozent auf **12,4 Milliarden Euro** wachsen. Das gab der Branchenverband **BITKOM** auf Grundlage einer GfK-Studie in Berlin bekannt. „Im Frühjahr waren wir noch von 2,4 Prozent Wachstum ausgegangen. **Fußball-EM** und **Olympische Spiele** haben dem Markt zusätzlichen Schwung gegeben“, sagte BITKOM-Vize-

präsident **Achim Berg**. Der Markt der **analogen Unterhaltungselektronik**, wie etwa Videorekorder, Stereoanlagen und Röhrenfernseher, schrumpft hingegen um über 20 Prozent auf **0,8 Milliarden Euro**. Unter dem Strich wird der **Gesamtmarkt** der Unterhaltungselektronik damit um 3,3 Prozent auf **13,2 Milliarden Euro** wachsen. Für **Flachbildfernseher**, den größten Umsatzträger, werden die Verbraucher in diesem Jahr

gut 4,9 Milliarden Euro ausgeben, fast 16 Prozent mehr als 2007. Rund 90 Prozent des Umsatzes entfällt auf Geräte, die sich für **hoch auflösendes Fernsehen** eignen. Starkes Wachstum verzeichnen auch die Her-

steller von **digitalen Set-Top-Boxen** und **Satelliten-Empfangsanlagen**. Hier steigt der Umsatz 2008 um knapp 18 Prozent auf 440 Millionen Euro.

■ STUDIE: Nachfrage nach HDTV-Receiver steigt

Rund **1,2 Millionen Haushalte** in **Deutschland** wollen sich in den **nächsten zwölf Monaten** eine **Set-Top-Box** für **hoch auflösendes Fernsehen** (HDTV) zulegen. Das ergab eine Umfrage des Branchenverbands **BITKOM**, der im Juni 1.000 repräsentativ ausgewählte Menschen zu ihren Kaufabsichten befragte. Die Geräte werden benötigt, um mit einem HDTV-Fernseher auch tatsächlich hoch auflösende Bilder empfangen zu können. **510.000 HDTV-Receiver** befinden sich nach Angaben des Verbands derzeit in deutschen **Wohnzim-**

mern. „Häufig hat man den passenden Fernseher, aber noch nicht das Gerät, um die HD-Signale zu empfangen“, sagte ein BITKOM-Sprecher. Mit **Anixe HD** und **ARTE HD** gibt es in Deutschland derzeit zwei frei empfangbare Sender in der neuen TV-Technologie; gegen Bezahlung sind **Premiere HD** und **Discovery HD** erhältlich. **ARD** und **ZDF** steigen zu den **Olympischen Winterspielen 2010** ins hoch auflösende Fernsehen ein.

■ REGIOCAST: 90elf zieht positive Bilanz

Das Fußballradio **90elf** hat eine positive erste Bilanz gezogen: **216.000 Menschen** haben die kostenlose **Live-Übertragung** aller Spiele der **1. und 2. Bundesliga** am **ersten Spiel-Wochenende** verfolgt, wie die Betreibergesellschaft **Regiocast Digital** mitteilte. Rund 80 Prozent empfangen 90elf direkt über die **Webseite www.90elf.de**, der Rest hörte das Programm über ein **WLAN-Radio**. „Wir haben mit einem völlig neuen, multimedialen Angebot direkt über 200.000 Menschen für

Fußballhören über das Internet begeistert. Das zeigt die Stärke des Verschmelzens von Audio und Online bei 90elf“, sagte Geschäftsführer **Florian Fritsche**. „**DVB-T** und **DVB-H** bieten als weitere interessante Übertragungswege **zusätzlich Perspektive**, vor allem mit Blick auf den baldigen Empfang von 90elf über die **Handys der Nation**.“ Der Sender ist bereits in dem Handy-TV-Paket vertreten, das Mobile 3.0 im Rahmen eines Testlaufs im DVB-H-Verfahren in Großstädten verbreitet.

Medienpolitik

■ PREMIERE: Kritik an HDTV-Zurückhaltung

Der Pay-TV-Veranstalter **Premiere** fordert von der **deutschen TV-Branche** mehr **Engagement** für das **hoch auflösende Fernsehen**. Vor allem frei empfangbare Sender müssten HDTV-Angebote lancieren. „In Deutschland müssen endlich **weitere HDTV-Sender** starten“, sagte Premiere-Programmvorstand **Hans Se-**

ger in München. „HDTV ist in vielen Ländern in Europa schon selbstverständlich, selbst öffentlich-rechtliche Sendeanstalten wie die **BBC** in England setzen voll auf hoch auflösendes Fernsehen. In **Deutschland** werden stattdessen zum wiederholten Mal **Showcases** und vermeintliche **Qualitätsoffensiven** gestartet oder das

Werbung



PMG · Presse-Monitor®

Einfach online – der elektronische Pressespiegel

Infos: www.pressemonitor.de

16:9-Format vollständig eingeführt, das es schon seit den 90er Jahren gibt. Für **Fernsehzuschauer**, die sich einen tollen **Flachbildschirm** gekauft haben, ist das ein schwacher Trost. Und für Deutschland als eines der innovativsten Länder der Welt ist das ein **sehr trauriges Bild**. Österreich und die Schweiz sind uns jedenfalls schon mindestens einen Schritt voraus.“ Viele Sender begründen ihre **Zurückhaltung** mit der **geringen Zahl** von **Haushalten** mit **HDTV-Receiver**. „Die Argumentation mit fehlenden Empfangsgeräten ist absurd“, moniert Seger. „Zum Start des **Farbfernsehens** gab es auch kaum entsprechende Fernsehgeräte. Und in den 90er Jahren sind viele Sender ins **digitale Fernsehen** eingestiegen, obwohl es nur wenige Digitalreceiver gab.“ Auch fehlende **Übertragungskapazität** lässt

Seger nicht als Begründung gelten: „Allein mit der **Bandbreite** der **analogen Ausstrahlung** von **BRalpha** könnten die öffentlich-rechtlichen Sender **bis zu vier HD-Sender** ausstrahlen.“ Premiere bietet mit **Premiere HD** und **Discovery HD** derzeit zwei hoch auflösende Programme an, die von mehr als **120.000 Abonnenten** bezogen werden. Der Pay-TV-Veranstalter könne den HDTV-Markt aber nicht alleine vorantreiben, erklärte Seger. Dennoch komme für den Sender ein **weitergehendes Engagement** in Frage. „Grundsätzlich können wir uns schon vorstellen, **bei einem Ausbau des HDTV-Angebots mit anderen Sendern zusammenzuarbeiten** und so HDTV in Deutschland weiter voranzutreiben. Gespräche dazu laufen bereits.“

■ NLM: Wickert klagt gegen Drittlizenzvergabe

Der ehemalige „Tagesthemen“-Moderator **Ulrich Wickert** geht mit **juristischen Mitteln** gegen die Entscheidung der **Niedersächsischen Landesmedienanstalt** (NLM) vor, die **Drittssendelizenz** bei **RTL** an **Alexander Kluges** Firma **DCTP** zu vergeben. Wickert, der sich mit seiner Firma **UWP** ebenfalls um den Sendeplatz beworben hatte, will wissen, weshalb er nicht zum Zuge kam, wie die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ berichtet. Deshalb habe er eine **Klage** vor dem **Verwaltungsgericht Hannover** eingereicht. Alle fünf Jahre werden bei **RTL** und **Sat.1** die gesetzlich vorgeschriebenen Fenster für unabhängige Dritte ausgeschrieben, die zur Sicherung der **Meinungsvielfalt** beitragen sollen. Wickert findet dem Bericht zufolge merkwürdig, dass die Lizenzen alle Jahre an Kluge vergeben werden. Von der Ablehnung seines Antrags habe er aus der Presse erfahren. Außerdem sei er von der NLM nicht einmal angehört worden, um seine Pläne zu er-

läutern. Der zweite Punkt der Klage lautet, dass **Kluge** und die **DCTP** nicht – wie vom Gesetz gefordert – rechtlich unabhängig von **RTL** seien, sondern „**eine Vielzahl von Verflechtungen**“ aufwiesen. So gehöre **RTL** zu **Bertelsmann**, und zu Bertelsmann gehöre der Verlag **Gruner+Jahr**. Der wiederum sei Gesellschafter mit Sperrminorität beim **Spiegel Verlag**. Und über diese Kette sei **RTL** mittelbar mit 12,5 Prozent an Kluges **DCTP** beteiligt. Zudem veranstalte Kluge als Gesellschafter mit **RTL** den Sender **VOX**. Verbunden seien Kluge und **RTL** zudem über die von der **DCTP** herausgegebene Zulieferung der Magazine von „**Spiegel TV**“ und über die Sendung „**Stern TV**“, die zum Teil in der Drittssendezeit, aber auch in der **RTL-eigenen Hauptsendezeit** laufe. „**Spiegel TV**“ wiederum sei eine 100-prozentige Tochter des „**Spiegel**“, und von da führe der Weg wiederum über **Gruner+Jahr** zu **Bertelsmann** zurück zu **RTL**.

■ LFM: Schneider kritisiert „Cyber-Mobbing“

Norbert Schneider, Direktor der nordrhein-westfälischen **Landesanstalt für Medien** (LfM), hat das Internetangebot **RottenNeighbor.com** mit Blick auf den Mediennutzerschutz kritisiert. Dieses US-amerikanische Portal ermögliche auch in Deutschland **öffentliche verunglimpfende Aussagen und Beschimpfungen** mit **erheblichen Eingriffen** in die **Persönlichkeitsrechte** der Betroffenen. Der Anbieter nutzt dafür Kar-

tenmaterial von **Google Maps**, mit dem sich Häuser und Wohnungen leicht erkennbar auswählen lassen. Praktisch führt das nach Angaben Schneiders dazu, dass **Menschen gezielt und identifizierbar diskriminiert und denunziert** werden könnten. In einem Brief an **Google Deutschland** schrieb Schneider, es sei nicht hinzunehmen, dass Beschimpfungen ins Netz gestellt werden, ohne dass Betroffene davon Kenntnis

erlangten beziehungsweise sich angemessen dagegen zur Wehr setzen könnten. Das Web 2.0 eröffne leider ohnehin schon genügend Möglichkeiten zum so genannten „**Cyber-Mobbing**“, dem gezielten Bloßstellen von Menschen. Schneider äußerte die Hoffnung, dass Google dafür sorgen werde, die denunziatorischen Möglichkeiten des Portals zu beseitigen. **Google Deutschland** distanzierte sich von den Inhalten der Seite, betonte aber gleichzeitig, das Unternehmen habe

mit dem Anbieter „nichts zu tun“. Schließlich sei Google Maps ein jedem Internetnutzer offen stehendes Angebot. Das Unternehmen könne nicht „für jede Rechtsverletzung im Internet in Sippenhaft genommen“ werden. Die **Verantwortung** für den Inhalt einer Seite liege nach deutschem Recht beim **Anbieter** des Inhalts oder beim **Netzbetreiber** der Seite. Insofern sei es verwunderlich, dass die LfM nicht mit dem Betreiber des Portals in Kontakt getreten sei.

Sat-News

■ ASTRA: equi8 vor Sendestart

Der Fernsehkanal **equi8 television** strahlt die ersten Programme aus. Zu sehen sind vor allem **Dauerwerbesendungen**, künftig sollen auch **Pferdewetten** angeboten werden. Ein Laufband kündigt die baldige Aufnahme des regulären Sendebetriebs an. Die TV-Station, die der Medienbote im Mai vorgestellt hat, ist un-

verschlüsselt über **Astra** (19,2° Ost) im **APS-Digitalpaket** auf der Frequenz 12,480 GHz V (SR 27.500, FEC 3/4) zu empfangen. Hinter equi8 steht die TV-Gruppe **SpiritON Media SE**, die auch die Fernsehkanäle **SpiritON.TV** und **meinTVshop** betreibt. Infos: www.equi8.de

Kuriosum

■ ARD: Nachhilfe in Flaggenkunde

Nach der erneuten **Flaggen-Panne** in der **ARD** bieten nun externe Fachleute Hilfe an: „Falls es gewünscht wird, geben wir gern **Hinweise** oder erklären die **wichtigsten Regeln**“, sagte der Vorsitzende der **Deutschen Gesellschaft für Flaggenkunde**, **Gerd Vehres**, dem Nachrichtenmagazin „Focus“. Die ARD hatte am ver-

gangenen Donnerstag zum zweiten Mal die Fahne der **Vereinigten Staaten** falsch dargestellt. Bereits im Juli hatten die „Tagesthemen“ das US-Sternenbanner mit Fehlern gezeigt. Zuvor war ebenfalls in den „Tagesthemen“ die **deutsche Fahne** statt schwarz-rot-gold mit der Farb-Reihenfolge rot-schwarz-gold gezeigt worden.

Tagebuch

■ BVZM: Der Kern der Funkausstellung in Berlin

Die Choreografie eines **Elektronikkauflaufes** ist uns selbstverständlich geworden: **Fotoapparate** neben **Waschmaschinen**, **Kühlschränke** neben **Laptops** und **TV-Geräte** neben **Staubsaugern** und **Computerspielen**. Ein Warenhaus, viele Produkte, ein Weg. Die **Messe Berlin** hat tiefgreifend von dieser Wirklichkeit gelernt

und innovationsstarke Marken aus dem **Hausgeräte-Bereich** neben die **HDTV-Maschinen** geholt, nachdem sich die **Internationale Funkausstellung (IFA)** seit 2006 im jährlichen Rhythmus präsentiert – eine Breitseite gegen die Kölner Hausgeräte-Fachmesse **Domo-technica** und ein Vorteil für die Messebesucher der

IFA. Denn die **Konvergenz** macht vor Hausgeräten nicht halt. So gibt es inzwischen Kühlschränke mit integriertem TV-Gerät und spezielle Rechner für die Küche. Auch die Einbindung der **Medienwoche Berlin-Brandenburg** in die IFA ist vernünftig. Der Name „Funkausstellung“ hingegen wirkt altbacken und steht zur Disposition. Jetzt fehlen noch auf der IFA: **Compu-**

terspiele, Fotografie und **HiFi**. Schließlich ist alles Unterhaltungselektronik. **Die Ära von vielen kleinen Messen ist vorbei.** Berlin kann mit dem Konzept der IFA noch weiter wachsen.

Bernt von zur Mühlen arbeitet als Medienberater und Publizist in Luxemburg. E-Mail: bvzm@bvzm.net

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: Bernt von zur Mühlen, 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 Dietenhofen, Telefon +49 (0)9824 928822, E-Mail redaktion@medienbote.de, Internet www.medienbote.de, ISSN 1614-7383