



Interview

Impulse für neue Geschäftsmodelle

EU-Medienexpertin rechnet mit breiter Zustimmung für neue Fernsehrichtlinie

Die Medienpolitische Sprecherin der EVP-ED-Fraktion im Europaparlament Ruth Hieronymi (CDU) rechnet mit breiter Zustimmung für die neue europäische Fernsehrichtlinie. Die Novellierung sei nötig, da andernfalls digitales Fernsehen und audiovisuelle Mediendienste künftig nicht mehr unter das Medienrecht fielen, sagte die Politikerin im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk. Im Dezember werde das Plenum in erster Lesung über den Entwurf abstimmen.

Meinungsbarometer: Frau Hieronymi, die Reaktionen auf die jüngst veröffentlichte EU-F Fernsehrichtlinie waren heftig. Ist die verabschiedete Regelung ein Minimalkonsens?

Ruth Hieronymi: Der Kommissionsvorschlag zur Revision der Fernsehrichtlinie erfüllt grundsätzlich die Position des Europäischen Parlamentes, dass Fernsehen und audiovisuelle Mediendienste sowohl Kultur- als auch Wirtschaftsgüter sind. Der Vorschlag beruht auf dem geltenden Fernseh-Recht und entwickelt dieses konsequent fort. Für alle audiovisuellen Medien - gleichgültig ob Fernseher, PC, Video-on-Demand oder Übertragung auf das Handy - soll der gleiche Medieninhalt eine medienrechtliche und keine handelsrechtliche Regulierung erhalten. Richtig ist auch die Flexibilisierung der quantitativen Werbevorschriften, bei Beibehaltung der qualitativen Regelungen.

Sie selbst werteten es als "guten Tag für Europa". Inwiefern profitieren die Bürgerinnen und Bürger von der EU-F Fernsehrichtlinie?

Die Richtlinie hat seit 1989 EU-weit Fernsehen ohne Grenzen ermöglicht und ist deshalb ein Gewinn für die Bürgerinnen und Bürger. Die vorliegende Fassung der Richtlinie gilt aber nur für die analoge Übertragung von Fernsehen. Seit Jahren wird die neue digitale Technologie entwickelt und die generelle Umstellung auf digitale Technologie für die Fernsehübertragung soll nach dem Willen der 25 EU-Mitgliedstaaten bis zum Jahr 2010 abgeschlossen sein.



Ruth Hieronymi, Medienpolitische Sprecherin der EVP-ED-Fraktion

Notwendig ist deshalb die Anpassung an die neuen Technologien, sonst fallen das digitale Fernsehen und die audiovisuellen Mediendienste zukünftig nicht mehr unter das Medienrecht, sondern unter die Richtlinie für elektronischen Handel. Die Vorlage des Kommissions-Vorschlages war ein guter Tag für Europa, da Fernseh-Inhalte weiterhin im Medienrecht sektorspezifisch geregelt werden, um ihrem besonderen Charakter als Kultur- und Wirtschaftsgut gleichermaßen Rechnung zu tragen. Medienpluralität und kulturelle Vielfalt können so weiterhin geschützt und neue Geschäftsmodelle ermöglicht werden. ▶

EDITORIAL

Konvergenz der Medien bedeutet zunehmend auch eine weltweite Vernetzung von Wissen und Wirtschaft. Neue Allianzen entstehen - auch oder gerade im Digitalen Rundfunk. So haben Deutschland und Südkorea in diesem Monat mit einem "Memorandum of Understanding" eine neue Qualität der Zusammenarbeit auf den Weg gebracht - zum beiderseitigen Vorteil. Deutschland will vor allem herausfinden, wie man hierzulande Handy-TV erfolgreich einführen kann. Südkoreas Wirtschaft - und da in erster Linie die Endgerätehersteller Samsung und LG - will vom lukrativen Deutschlandgeschäft ein möglichst großes Stück vom Kuchen abbekommen (Bericht Seite 3).

Der Blick nach Asien wirft aber auch Fragen auf. Warum klappt dort etwas, was in Deutschland noch in den Kinderschuhen steckt? Einen Grund hat SLM-Geschäftsführer Martin Deitenbeck in den Eifersüchteleien zwischen den Bundesländern ausgemacht (Kolumne Seite 2).

Während weltweit neue Allianzen geschmiedet werden, ringt Europa um eine gemeinsame Richtlinie für die Neuregelung des Fernsehens. Notwendig geworden, weil im Zuge der Digitalisierung neue Anforderungen entstehen. Nun liegt der Entwurf auf dem Tisch und schon wird heftig gestritten. Unterschiedliche Länderinteressen prallen aufeinander. Und doch rechnet EU-Medienexpertin Hieronymi am Ende mit breiter Zustimmung für die neue Richtlinie (Interview Seite 1).

Mitteldeutschland macht neue Technologien erlebbar. Der Radiosender 89.0 RTL bietet seinen Hörern seit ein paar Wochen einen neuen interaktiven Service. Per Handy können Sendungen mitgestaltet werden. Auch für Werbekunden sollen sich neue Wege öffnen, um Botschaften gezielter an den Verbraucher zu bringen. Ein Erfolgsmodell für die Zukunft, meinen die Verantwortlichen. Wir stellen das Projekt und erste Erfahrungen vor (Portrait Seite 4).

Herzlichst
Ihr Thomas Barthel



Inwieweit berücksichtigt die neue Richtlinie die immer schneller werdende technologische Entwicklung im Medienbereich?

Die Anpassung der Richtlinie erfolgt gerade wegen des technologischen Fortschritts. Erforderlich sind flexible und zukunftsorientierte Lösungen, um die rechtlichen Konsequenzen aus der zunehmenden technischen Konvergenz der Medien zu ziehen. Vorschlag des Europäischen Parlamentes ist die Erarbeitung eines gesetzlichen Rahmens für audiovisuelle Medieninhalte mit abgestufter Regulierungsdichte je nach Meinungsrelevanz der Inhalte. Es ist positiv, dass sich an dieser Linie auch die EU-Kommission orientiert hat.

Das EU-Parlament muss der Fernsehrichtlinie noch zustimmen.

Welche Chancen rechnen Sie dem nach den vorausgegangenen Diskussionen in den Mitgliedsstaaten aus?

Ich sehe prinzipiell eine große Bereitschaft zur Zustimmung im Parlament. Der Rat unterstützt das Projekt, Bedenken gibt es aus Großbritannien, dies ist aber nicht unerwartet. Diskussionsbedarf besteht vor allem beim Anwendungsbereich, der Werberegulierung einschließlich des Product-Placements und dem Herkunftslandprinzip. In der Vergangenheit hätte ich mir schon mehr Unterstützung gewünscht, aber jetzt unterstützt Deutschland die Revision der Richtlinie und wir arbeiten gut zusammen. Der Zeitplan sieht vor, dass im Dezember im Plenum in erster Lesung über die Richtlinie abgestimmt wird. Mein Bericht wird vor der Sommerpause fertig sein. ■

Kolumne

Eifersüchteleien zwischen Bundesländern müssen aufhören

Martin Deitenbeck, Geschäftsführer der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM)

Das Zauberwort "Digitalisierung" wird in Deutschland längst nicht mehr nur positiv gesehen. Selbst ausgehobene Gräben und sorgfältig verlegte Fallstricke haben dazu geführt, dass sich Otto Normalverbraucher immer noch zögerlich verhält. Und das teilweise mit gutem Grund.

Einer der Gründe heißt: DAB. Mit dem Slogan "Digital Radio ist besser" hat man jahrelang vergeblich versucht zu punkten. Das liegt daran, dass das analoge Übertragungsverfahren UKW so gut ist, dass der Qualitätsgewinn durch DAB nicht so stark ins Gewicht fällt. Zudem hatte und hat DAB mit anderen Problemen zu kämpfen, die (ohne den Anspruch auf Vollständigkeit) vom mangelnden Programmangebot bis zur unbefriedigenden Inhouse-Versorgung reichen. Und die lautstark propagierte Suche nach der "Killerapplikation" blieb bis heute erfolglos.

Nun soll DMB dem dahinsiechenden Patienten neues Leben einhauchen. Und in der Tat: hier gibt es eine Technik, die begeistern kann. Im technikskeptischen Deutschland weit verbreitete Vorurteile, DMB bedeute wenig Programme in schlechter Qualität, könnte jedermann korrigieren, in dem er sich in Korea einmal ein Bild vom Regelbetrieb macht. Der Nachteil der (im Vergleich zu DVB-H)

wenigen Programme ist zumindest dann keiner, wenn man die beiden Systeme nicht mit missionarischem Eifer zueinander in ein Konkurrenzverhältnis setzt, sondern als sich gegenseitig ergänzend begreift. Die Geräte, die beide Systeme verarbeiten und natürlich auch das dem DMB-System zugrunde liegende DAB empfangen können, sind längst entwickelt und liegen in Korea in den Schubladen. Eine Delegation der DLM hat sich Mitte März in Seoul hiervon ein Bild machen können und ein Memorandum of Understanding unterzeichnet, welches die Zusammenarbeit mit Korea weiter intensivieren soll (vgl. Bericht in dieser Ausgabe).

Es bleibt aber viel zu tun, vor allem in Deutschland. Die Wellenkonferenz in diesem Jahr muss konkrete Ergebnisse bringen, hinsichtlich der verfügbaren Frequenzen ebenso wie hinsichtlich deren Sendeleistung.



Martin Deitenbeck

Die größte Aufgabe aber steht dem deutschen Medienrecht bevor. Hier muss konsequenter als bislang der Inhalt einer Darbietung für deren Einordnung als Rundfunk entscheidend sein, nicht mehr die Art der technischen Übertragung. ►

NACHRICHTEN

Das Unternehmen „Mobiles Fernsehen Deutschland“ (MFD) hat in mehreren Bundesländern DMB-Lizenzen zugewiesen bekommen. Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg, Saarland, Thüringen und Sachsen haben sich bereits für die MFD ausgesprochen. Die Länder folgten damit der Empfehlung einer länderübergreifenden Expertenkommission der Landesmedienanstalten. Die MFD will in ihrem Programmangebot vier Fernseh- und zwei Hörfunkprogramme anbieten, namentlich ZDF, N24 sowie einen Comedy / Entertainmentkanal und einen Musiksender. Das Hörfunkangebot soll vom südwestdeutschen Jugendsender bigFM gestaltet werden. Die Markteinführung des Handy-Fernsehens wird in Zusammenarbeit mit dem Mobilfunkpartner debitel erfolgen.

Auf der diesjährigen CeBIT in Hannover (9. - 15. 03.) war Handy-TV erwartungsgemäß ein Schwerpunktthema. Das Angebot war dabei von der Konkurrenz der verschiedenen Standards gekennzeichnet. Zahlreiche Hersteller stellten sowohl DMB- als auch DVB-H- und UMTS-Geräte für den mobilen Fernsehempfang vor. Während der Messe konnte im Großraum Hannover unter anderem ein von T-Systems verbreitetes DMB-Programmensemble empfangen werden. Im DVB-H-Standard wurde erstmals ein Fußballspiel live übertragen. Neben verschiedenen Hardwareherstellern waren Sendernetzbetreiber sowie das Fraunhofer Institut vertreten, welches auf der Messe erstmalig das System eDAB der Öffentlichkeit vorstellte. Die DAB-Erweiterung soll die Systeme DAB, DVB-H und UMTS harmonisieren. Insgesamt präsentierten rund 30 Aussteller auf der weltgrößten Computermesse unter dem Motto "Digital Solutions for work and life" DAB- und DMB-Produkte.

Die Messe Car & Sound in Sinsheim (6. - 9. 04.) steht in diesem Jahr unter anderem im Zeichen der digitalen Datendienste. Die Digital Radio Südwest GmbH (DRS) präsentiert in Halle 6 aktuelle DAB-Autoradios verschiedener Hersteller und führt DAB-Datendienste vor. Insgesamt zeigen über 200 Aussteller aus 18 Ländern Produktneuheiten in den Bereichen Navigation und Mobile Media. Im vergangenen Jahr kamen über 35.000 Besucher. "Die Car & Sound Sinsheim hat sich zu dem Branchenevent des Jahres entwickelt, sie ist die entscheidende Fachmesse für alle Anbieter aus den Bereichen Car Audio und Car Infotainment", so Lars Grothe, Leiter Marketing-Service bei Kenwood Electronics Deutschland.

Hier müssen sinnvolle Regelungen getroffen werden, denen künftig die Plattformbetreiber unterliegen. Es müssen Normen gefunden werden, die sicherstellen, dass es auch künftig eine gleichgewichtige Verteilung der Übertragungskapazitäten zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk gibt (der Transport des ZDF-Signals im privaten Bouquet der Plattform MFD zeigt dies). Es müssen endlich Regelungen geschaffen

werden, die eine einfache bundesweite Lizenzierung von Angeboten, insbesondere im Hörfunk, ermöglichen. Und es müssen die Eifersüchteleien zwischen den Bundesländern aufhören. Diese haben uns bereits Jahre gekostet und dazu geführt, dass ursprünglich deutsche Entwicklungen anderswo weiterentwickelt und erfolgreich in den Markt eingeführt wurden. Ein Besuch in Korea zeigt, wie man es besser, schneller und erfolgreicher machen kann. ■

Bericht

Handy-TV über DMB - Deutschland und Südkorea vereinbaren Zusammenarbeit



DLM-Delegationsleiter Thomas Langheinrich und Noh Sung-Dai, Chairman der Korean Broadcasting Commission, bei der Unterzeichnung des Memorandums | Quelle: DLM

Wer sich in Europa mit Handy-Fernsehen beschäftigt, kommt an den Erfahrungen aus Asien kaum noch vorbei. Auch die deutschen Landesmedienanstalten wollen vom asiatischen Know-how profitieren und richten ihren Blick dabei nach Südkorea.

In Seoul unterzeichneten Vertreter der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) und der Korean Broadcasting Commission (KBC) ein gemeinsames "Memorandum of Understanding". In Zukunft will man sich in Rundfunkfragen gegenseitig unterstützen. "Konkrete Schritte wurden nicht festgeschrieben. Allerdings ist geplant, am Rande von Veranstaltungen wie den Münchner Medientagen künftig besondere Foren einzurichten, in denen der Erfahrungsaustausch vertieft werden kann", so Thomas Langheinrich, Delegationsleiter und Präsident der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg.

Ein Thema stand für die Deutschen beim Besuch der südkoreanischen Hauptstadt Mitte März besonders im Vordergrund: Handy-Fernsehen über DMB. Für die Landesmedienanstalten ist es wichtig zu wissen, wie die Einführung von DMB in Korea funktioniert hat.

Schließlich tobt in Deutschland derzeit noch die Auseinandersetzung darüber, ob sich das von den meisten Bundesländern favorisierte DMB langfristig gegen den Systemkonkurrenten DVB-H durchsetzen kann. Korea wiederum kann von einer DMB-Einführung in Europa profitieren, denn die koreanischen Elektronikkonzerne Samsung und LG sind Marktführer im DMB-Endgerätebereich.

Das koreanische Erfolgsrezept von DMB soll auch an andere Länder weitergegeben werden, und so besuchten die deutschen Gäste drei Tage lang (12. - 14. 03.) auf Einladung der KBC die großen Rundfunkveranstalter und Hardwarehersteller des Landes. "Das zentrale Thema war natürlich die zukünftige Entwicklung von Handy-TV in Deutschland und Europa", so Langheinrich. "Dabei waren wir oft überrascht von der Detailkenntnis unserer Gastgeber, was die europäische Situation betrifft." Eine Delegation aus Korea will den Besuch zur Fußball-WM erwidern. "Ich hoffe, dass der Chef der koreanischen Rundfunkkommission bereits zum Mitteldeutschen Medientreffpunkt Anfang Mai in Leipzig anwesend sein wird", sagt Delegationsmitglied Michael Richter von der Medienanstalt Sachsen-Anhalt. ►

PRESSESCHAU

Für den Fachausschuss der Landesmedienanstalten ist es nach den Worten von Reinhold Albert, Direktor der Niedersächsischen Landesmedienanstalt, wichtig, dass das Votum für MFD (Mobiles Fernsehen Deutschland GmbH) keine Systementscheidung beinhaltet. Die empfohlene MFD-Lösung setzt auf die DMB-Technik, die auf dem bereits eingeführten Digital Audio Broadcasting basiert. Die nötigen Frequenzen dafür stehen bereits zur Verfügung. Allerdings lassen sich mit DMB nur vier TV-Programme transportieren. Mit DVB-H lassen sich über zwanzig Programme übermitteln. Langfristig könnte es ohnehin auf eine Kombination beider Techniken hinauslaufen. Die DMB-Technik könnte dabei seine Vorzüge auf dem flachen Land ausspielen, die Vorteile der DVB-H-Technik liegen hingegen eher in Ballungszentren.

Der Tagesspiegel am 25.02. über MFD und mobiles Fernsehen

Mobiles Fernsehen sei "wie Sex im Freien - eine höchst vergnügliche Vorstellung, aber nicht immer sehr praktikabel", bemerkte kürzlich Dick Emery, Chiefexekutive von UKTV, einem Konsortium digitaler Fernsehkanäle. Der schnoddrige Vergleich war als Warnung an leicht erregbare Gemüter in der Technologiebranche gedacht. Gefruchtet hat es wenig. Vor allem die Mobilfunker befinden sich zurzeit in einer Gemütsverfassung, bei der sich die Frage aufdrängt, ob ihre Top-Manager zu viel Prozac geschluckt haben und die Welt deshalb durch eine rosarote Brille wahrnehmen.

epd Medien am 01.03. zur aktuellen Mobil-TV-Debatte

Während man hierzulande noch über unterschiedliche Standards debattiert und eine 36-monatige Testphase plant, hebt Mobil-TV in China bereits ab. Das Marktforschungsunternehmen In-Stat erwartet, dass bis 2009 insgesamt 94 Millionen Chinesen Fernsehsendungen über ihr Handy empfangen werden. Ähnlich wie hierzulande die Fußball-WM als Aufhänger zum Start des mobilen Fernsehens dienen soll, planen chinesische Provider ihre TV-Dienste bis zu den olympischen Spielen 2008 betriebsbereit zu haben, schreibt die "digitimes". Eine besonders weite Verbreitung erwartet In-Stat für den DVB-H-Standard, glaubt aber, dass parallel dazu auch Sendungen via DMB ausgestrahlt werden.

Spiegel Online am 07.03. über Mobil-TV in China

Was Handy-Fernsehen angeht, ist Südkorea dem Rest der Welt weit voraus. Im Mai vergangenen Jahres hat das ostasiatische Land DMB auf Satelliten-Basis eingeführt, und im Dezember weltweit erstmalig auch terrestrische DMB-Dienste in den Regelbetrieb überführt. S-DMB ist kostenpflichtig, T-DMB dagegen frei empfangbar. Bei den technikbegeisterten Koreanern stoßen Handy-Fernsehen und mobile Dienste auf Gegenliebe. Ende Februar 2006 wurden nach Angaben der KBC bereits knapp 450.000 DMB-Nutzer verzeichnet - und allein in den vergangenen drei Monaten 450.000 Empfangsgeräte verkauft.

Bis zum Jahresende sollen 5 Millionen Geräte umgesetzt und 90 Prozent des Landes mit DMB abgedeckt werden. Staatspräsident Roh Moo Hyun hat sein Land dazu aufgerufen, DMB zu einer Schlüsselindustrie auszubauen. 2010 soll die gesamte Digitalisierung des Rundfunks in Korea abgeschlossen sein. Vor dem Hintergrund der rasanten Entwicklung des Landes erscheinen diese Ziele durchaus realistisch. War Südkorea noch vor fünfzig Jahren ein isoliertes Agrarland, zählt es heute zu den bedeutendsten Volkswirtschaften der Welt und den Schrittmachern der Technologiebranche. ■

Portrait

Mit Hörern und Kunden die Zukunft proben

89.0 RTL setzt auf interaktive Dienste



Selbst bestimmen, welche Musik im Radio gespielt wird - die Hörer des Senders 89.0 RTL in Halle können das von unterwegs erledigen. Seit Mitte Februar bietet der Sender eine interaktive mobile Radio-Chart-Show. Über das Handy-Display können die Hörer ihre Hits direkt

aus verschiedenen Chartlisten wählen. Diese Hörer-Charts werden jeden Abend in der 89.0 RTL Hot Show gespielt. Zusätzlich können die Songs auch als WMA-Datei oder als Klingelton bestellt werden. Ermöglicht werden diese Dienste durch das interaktive Medienportal JOCA. Das JOCA-Programm kann per SMS-Bestellung oder über die Homepage des Senders aufs Handy geladen werden und erfreut sich bei seinen Nutzern steigender Beliebtheit. "Die Anzahl der JOCA-User, welche die Software über 89.0 RTL bezogen haben, liegt bislang im unteren vierstelligen Bereich - Tendenz steigend. Das Feedback ist durchweg positiv", sagt Christian Lea, Leiter New Business bei 89.0 RTL.

Auch Dienste wie Wetter- und Verkehrsinfos, Veranstaltungstipps und Artikel der Online-Enzyklopädie Wikipedia können über JOCA abgerufen werden.

Das Programm ist für die User kostenlos, für das Abrufen der Informationen fallen die regulären Verbindungskosten des Mobilfunknetzbetreibers an. Angebote wie Downloads oder Voting-Funktionen sind allerdings kostenpflichtig.

Das Medienportal ermöglicht auch spontane Umfragen zu aktuellen Themen. Somit kann ein Dialog mit den Hörern hergestellt und das Mobiltelefon als Kommunikationsplattform genutzt werden. Auch für Werbekunden eröffnen sich mit JOCA neue Perspektiven, erklärt Lea. "Im Februar haben wir JOCA einigen großen Werbeagenturen vorgestellt und angeregt, Funkkampagnen mit Dialog-Marketing-Features zu kombinieren. Bereits in diesem frühen Stadium war das Interesse sehr hoch. Gerade in Hinblick auf die zeitnahe Digitalisierung des Rundfunks und die dadurch entstehenden Geschäftsmodelle können wir dank JOCA zusammen mit unseren Kunden schon einmal die Zukunft proben."

Entwickelt und betrieben wird JOCA von Interactiv, einem Kölner Spezialisten für interaktive Mediendienste. Auch Unternehmen wie Axel-Springer oder Volkswagen nutzen das Portal für den Zielgruppen-Dialog.

89.0 RTL will sein JOCA-Angebot künftig noch ausbauen. "Wir werden in Zukunft vermehrt Gewinnspiele und Votings mit Kundeneinbindung exklusiv bei JOCA platzieren, um weiter Reichweite aufzubauen", so Christian Lea. "Außerdem werden wir unseren Event-Kalender für die Plattform aufbereiten und Tickets für sendereigene Veranstaltungen über das Mobiltelefon vertreiben." ■

PROFIL



Christian Lea ist Sprecher und Leiter des Bereichs New Business beim Radiosender 89.0 RTL in Halle/Saale. Der Sender ist über DAB landesweit in Sachsen-Anhalt und Sachsen zu empfangen; über die UKW-Frequenz 89.0 in Sachsen-Anhalt, Niedersachsen, Thüringen und Hessen.

Kontakt: www.89.0RTL.de

IMPRESSUM

Herausgeber
Digital Radio Mitteldeutschland e.V.
Reichardtstr. 9
06114 Halle/Saale
Tel: 0345-530 43 61
eMail: presse@dr-m.info

V.i.S.d.P.
Dipl.-Journ. Nikola Marquardt

Idee, Konzept, Projektleitung
Dipl.-Journ. Thomas Barthel

Redaktionsbüro
tbm public & business relations

Autoren dieser Ausgabe
Martin Deitenbeck,
Philipp Dudek, Tobias D. Höhn,
Charlotte Schelten-Peterssen

Layout
frischezellen, vernetzt kreativ

Anmeldung Meinungsbarometer und Archiv
www.dr-m.info

Der Inhalt dieses Meinungsbarometers darf nicht ohne schriftliche Erlaubnis der Redaktion vervielfältigt und verbreitet werden. Das Meinungsbarometer wurde mit größtmöglicher Sorgfalt zusammengestellt. Trotzdem können wir für die enthaltenen Informationen keine Garantie übernehmen. Die Redaktion schließt jegliche Haftung für Schäden aus, die aus der Nutzung von Informationen dieses Meinungsbarometers entstehen können.