

# TV ZUKUNFT



Symposium 2015 in Berlin: Wie dramatisch verändert sich die Branche?

## TV or not TV?

Fernsehen ist dabei, den Sprung von „Television“ zu „Total Video“ erfolgreich zu meistern, um weiter zentraler Bestandteil des digitalen Bewegtbildkonsums zu sein. Das ist das Fazit des Symposiums der Deutschen TV-Plattform, an dem anlässlich des 25. Gründungsjubiläums des Vereins über 150 Fachbesucher teilnahmen. Sie diskutierten Anfang November im Willy-Brandt-Haus in Berlin die Frage „TV or not TV – wie dramatisch verändert sich unsere Industrie?“.

„Die Medienpolitik ist auf dem besten Weg, für die konvergente Medienwelt die Weichen zu stellen“, erklärte Dr. Marc Jan Eumann, Staatssekretär für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen. In seiner Keynote zur Eröffnung des 24. Symposiums der Deutschen TV-Plattform verwies er auf die für 2016 in Europa anstehende Reform audiovisueller Regelungen. Schon zur Begrüßung hatte der Vize-Vorsitzende der Deutschen TV-Plattform Andre Prahl (Me-

- 03/ ----- Zuschauerumfrage / Auf ein Wort  
Aus den Arbeitsgruppen
- 04/ ----- AG Ultra HD
- 05/ ----- AG Smart TV
- 06/ ----- AG Broadcast Infrastruktur
- 07/ ----- AG Mobile Mediennutzung
- 08/ ----- Weitere News aus dem Verein

diengruppe RTL Deutschland) betont, dass einschneidende Veränderungen die gesamte audiovisuelle Branche betreffen. So hat etwa die Zuschauerumfrage zum 25. Gründungsjubiläum des Vereins ergeben, dass zwar gegenwärtig noch 72 Prozent der Befragten unter „Fernsehen“ das Anschauen eines Programms zur festgelegten Sendezeit auf dem großen TV-Gerät verstehen. Zugleich assoziieren 57 Prozent der Befragten auch den zeitversetzten Abruf von Sendungen bzw. Videokonsum mit

dem Begriff „Fernsehen“. Insbesondere bei der jüngeren Generation ist der Fernseh-begriff ganz anders besetzt: Für 78 Prozent der 14-19-Jährigen ist Fernsehen weder an ein Programmschema noch an ein Endgerät gebunden.

Diese Veränderungen der Bewegtbild-nutzung belegte auch Gerald Neumüller, Director Research bei SevenOne Media, anhand des jüngsten „Media Activity Guide“ der Sendergruppe. Wolfgang Apel, Produktionsmanager des ZDF erläuterte, wie die Mainzer mit verschiedenen Inhalten und Formaten experimentieren. So liefen Filmreihen zuerst in der Mediathek vor der Ausstrahlung im normalen TV-Programm. Auch die UFA als große Film-, Serien- und Showfirma hat ihre Produktionen diversifiziert, verdeutlichte Ernst Feiler, Head of Technology bei UFA Serial Drama. Als ein Beispiel nannte er mobile Video und appellierte an die Branche: „Flexibilität hilft zu überleben“.

Für Gerätehersteller bedeuten die Veränderungen am TV- und Bewegtbildmarkt, dass sie eine breitere Produktpalette anbieten, sagte Thomas Nedder, Country Head Sony Deutschland. Wichtig seien die intuitive Bedienung und Vernetzung der smarten Geräte und ein breites Entertainment-Angebot. Dieser übergreifende Ansatz prägt ebenfalls die Entwicklung der Infrastrukturen, betonte Florian Landgraf, SVP Product Development bei Vodafone Kabel Deutschland: Durch die Konvergenz von Mediennutzung und Kommunikation erwarten die Kunden komplette Services aus einer Hand.



Podiumsdebatte beim 24. Symposium der Deutschen TV-Plattform zu „TV or not TV“ (v.l.n.r.): Ulrich Rehfuß (Nokia Networks), Verena Pohl (CBC/RTL), Moderator Felix Seibert-Daiker, Norbert Loskill (Expert Fachhändler), Dr. Andreas Bereczky (ZDF), Wolfgang Tunze (Medienjournalist).

Die Bedeutung von Apps und Online-Angeboten für traditionelle Verlagshäuser hob Andreas Mauch, Managing Director TV Spielfilm von BurdaNews, hervor. Um den Nutzern in der neuen Inhaltevielfalt das Auffinden der sie interessierenden Inhalte zu erleichtern, bietet etwa „TV Spielfilm“ seinen elektronischen Programmführer mit integrierten Live-Streams von 140 Sendern an. Marcel Düe, Founder & Managing Director von tweek, spannte den Bogen noch weiter: Erst durch die Integration von Social Media werde Auffindbarkeit und damit personalisierter TV-Video-Konsum attraktiv.

Wie man den Wandel auch geschäftlich erfolgreich meistern kann, zeigte Dr. Malte Probst, Vice President PPV & VoD Business Sky Deutschland, in seinem Vortrag auf: Die klassische Pay-TV-Plattform bietet in-

zwischen attraktiven Content auf fast allen Wegen an, den die Kunden auf nahezu allen Bewegtbildgeräten nutzen können. Bei der abschließenden Podiumsdiskussion betonte ZDF-Produktionsdirektor Dr. Andreas Bereczky, dass Rundfunk nicht durch andere Verbreitungsverfahren zu ersetzen sei.

Rege schalteten sich die Teilnehmer des Jubiläums-Symposiums in die spannenden Diskussionen ein, moderiert von Felix Seibert-Daiker. Zu Beginn hatte der Kabarettist Django Asül in einem satirischen Impuls der Fernsehbranche „mehr Irritation statt Faszination“ empfohlen, um für Nutzer und Zuschauer relevant zu bleiben. //

Alle Vorträge und Diskussionsrunden unter: <http://tinyurl.com/DTVP-24Symp>

Fragen aus dem Publikum bzw. via Twitter und Mail wurden bei zwei Live-Sessions von Referenten beantwortet.

Foto links (v.l.n.r.):  
Thomas Nedder / Sony,  
Gerald Neumüller /  
SevenOne Media,  
Wolfgang Apel / ZDF,  
Ernst Feiler / UFA



Foto rechts (v.l.n.r.):  
Andreas Mauch /  
BurdaNews,  
Marcel Düe / tweek,  
Dr. Malte Probst / Sky

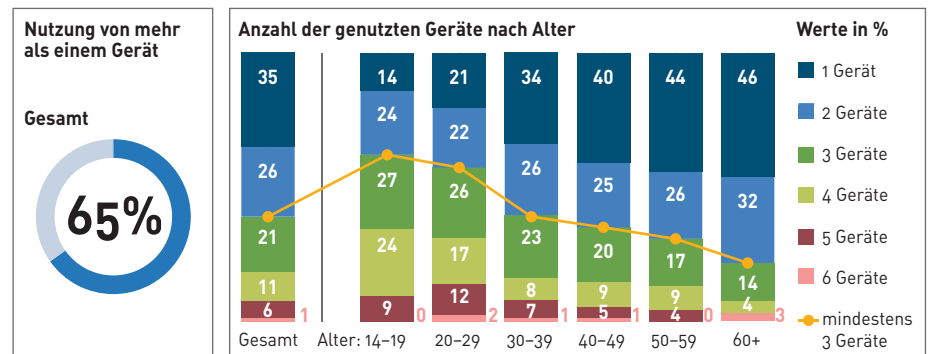


## Große Zuschauerumfrage zum Jubiläum

Was die Deutschen vom Fernsehen – ihrer liebsten Freizeitbeschäftigung – halten, wollte die Deutsche TV-Plattform zu ihrem 25. Gründungsjubiläum wissen und hat bei der GfK SE die „Große Zuschauerumfrage“ in Auftrag gegeben. Neben dem TV-Flachbildschirm schätzen die Deutschen das digitale Fernsehen, HDTV und Online-Mediatheken als größte Innovationen der letzten 25 Jahre. Für die Zukunft wünschen sie sich nicht nur Bilder und Super-sound wie in der Realität, sondern auch brillenloses 3D-Fernsehen sowie ganz neue Arten der Darstellung. Zwar bleiben große stationäre TV-Flachbildschirme auch künftig das wichtigste Gerät für Bewegtbild, aber schon jetzt steigt die Zahl der genutzten Bildschirmgeräte (s. Grafik).

Alle Ergebnisse der Jubiläumsumfrage unter [www.tv-plattform.de](http://www.tv-plattform.de). //

### Verwendete Geräte zum Sehen von TV-Programmen/Videos: Mit zunehmendem Alter sinkt die Zahl der genutzten Geräte



Eine der Online-Fragen: Auf welchen Geräten schauen Sie heute (zumindest gelegentlich) TV-Programme und / oder Videos? Damit meinen wir Spielfilme, Serien, Sportsendungen, Unterhaltungsshows, Nachrichten etc.

Alle Ergebnisse als Infografiken abrufbar: [www.tv-plattform.de](http://www.tv-plattform.de).  
Basis: Alle Befragten (n=1.005) – Mehrfachnennungen; \*geringe Fallzahl (n<100)  
© GfK November 2015 | Fernsehen in der Zukunft

### Auf ein Wort

## Die Macht ist mit uns

Was war das größte Rätsel der Entertainment-Industrie im Jahr 2015? Warum haben sich die Geissens lieb? Welche Uhr trägt James Bond? Nein. Die Frage aller Fragen war: Wie wird Star War Episode 7? Tja, ich könnte es Ihnen sagen, falls Sie den Film noch nicht gesehen haben. Aber ich möchte die Überraschung nicht verderben und stelle lieber eine eigene Frage, die sich mit dem Fragestellen an sich beschäftigt. Genauer gesagt mit der Frage nach der Antwort auf eine Frage. Sie haben es sicherlich inzwischen erraten: Ich rede von der Auflösung.

„Die deutsche Sprache, vielfältig sie ist; lieben musst du, oder hassen, sie“, würde der Rätseln nicht abgeneigte Jedi-Ritter Yoda wohl sagen. In unserer wunderschönen Sprache ist die Auflösung einer der vielen Begriffe, der an Mehrdeutigkeit

kaum zu überbieten ist. Etwas kann sich in Wohlgefallen auflösen, man kann die Wohnung auflösen, einen Vertrag, einen Verein oder ein Parlament. Vor allem Ideen, sogar ziemlich gute, können sich in Luft auflösen. Gott sei Dank ist das den Erfindern des hochauflösenden Fernsehens nicht passiert. Der Erfolg gibt ihnen Recht – und das Ranking von Google Deutschland. 35,2 Millionen Fundstellen hat Google mir beim Suchbegriff „Auflösung“ geliefert. Und auf Platz 1: die Bildauflösung.

Hat unsere Branche vieles richtig gemacht – oder nur gute Search Engine Optimierung? Angesichts von 18,7 Millionen realen Fundstellen bei der Suche nach HD-Haushalten in Deutschland würde ich sagen: Die Richtung stimmt. Zehn Jahre nach der ersten Übertragung von HD-



Wolfgang Elsässer, Astra Deutschland,  
Vorstandsvorsitzender  
der Deutschen TV-Plattform

Sendern über Astra sind wir in Sachen HD auf einem guten Weg. Nicht nur im Himmel, auch auf Erden, wenn denn DVB-T2 im nächsten Jahr die terrestrische HD-Ausstrahlung ermöglicht. Im Sinne meiner überparteilichen Funktion als DTVP-Vorsitzender kann ich nur sagen: Freuen wir uns auf die Episode 4K unserer Erfolgsgeschichte. Das ist echte Science ohne Fiction.

# Kooperation bei Plugfest

Die Entwicklung und Markteinführung von Ultra HD nimmt Fahrt auf: Das zeigen nicht nur der Start neuer Sender und neue Video-Angebote. Auch der Geräteabsatz steigt: Innerhalb eines Jahres ist der Anteil der verkauften Ultra HD-Displays von einem auf 7,7 Prozent gestiegen (GfK Retail & Technology, 08/2015). Einer Studie der GfK SE im Auftrag der Deutschen TV-Plattform im Juli 2015 zufolge plant fast jeder Dritte den Kauf eines Ultra HD-Fernsehers, verkündete Vorstandsvorsitzender Wolfgang Elsässer (Astra Deutschland) bei der IFA-Presskonferenz des Vereins. Laut der GfK-Umfrage führen der Wunsch nach besserer Bildqualität dazu, dass sich immer mehr Konsumenten bei der TV-Neuananschaffung gleich für einen Ultra HD-Fernseher entscheiden. Die GfK-Experten rechnen bis Ende 2015 mit 750.000 Ultra HD-Fernseher in deutschen Haushalten.

Ultra HD als Satelliten-Live-Programm pearl.tv 4k und als VoD-App Videoload gab es 2015 auch am IFA-Stand der Deutschen TV-Plattform zu sehen. Parallel diskutierten Experten bei einem TecWatch-Panel unter Moderation von Stephan Heimbecher (Sky Deutschland), Leiter der AG Ultra HD und Vorstandsmitglied der Deutschen TV-Plattform, weitere Schritte auf dem Weg von Ultra HD zum Massenmarkt. Dabei informierte der Präsident der UHD Alliance, Hanno Basse (CTO von 20th Century Fox Film Corporation), dass die neue Allianz über Zertifizierungen bei UHD-Inhalten und -Geräten für bessere Qualität sorgen will. Zugleich kündigte er mehr als ein Dutzend in 4K von Fox produzierte Filme mit High Dynamic Range (HDR) auf Ultra HD Blu-ray an. Nur für attraktive Inhalte seien die Verbraucher bereit, in neue Unterhaltungselektronik zu investieren.

Dabei ist Ultra HD nicht gleich Ultra HD, wie die in verschiedenen Phasen stattfindende internationale Entwicklung des Standards zeigt. Abgesehen von der auf die



Pixelzahl bezogenen Unterscheidung von 4K und 8K werden andere Features wie High Dynamic Range (HDR), Wide Colour Gammut (WCG) und Immersive Audio immer wichtiger. Davon ist aber vieles noch nicht standardisiert: So sind bei HDR bis zu 10 verschiedene technische Vorschläge in der Diskussion! Eine wichtige Weichenstellung für die zweite Phase von UHD-Fernsehen soll bei DVB in den nächsten Monaten erfolgen. Ziel ist es, dass UHD-TV-Geräte mit SDR-Display der ersten Generation auch UHD-HDR-Signale ordentlich darstellen können.

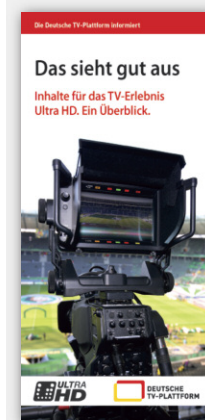
In diese Entwicklungsarbeit bringt sich die AG Ultra HD der Deutschen TV-Plattform aktiv ein – u.a. durch die UHD-Plugfeste. Da es ähnliche Veranstaltungen auch bei der britischen Digital Television Group (DTG) gibt, lag es nahe, zu kooperieren. Der Auftakt zum gemeinsamen deutsch-britischen Ultra HD-Workshop war am 8./9. Dezember in Berlin. Im Fokus der Veranstaltung im 3IT-Zentrum am Fraunhofer HHI stand neben der Interoperabilität auch das Thema HDR. Über 50 Entwickler von mehr als einem Dutzend Herstellern testeten ihre Ultra HD-Geräte.

„Die Rekordbeteiligung zeigt das große Brancheninteresse, an der erfolgreichen Ultra HD-Entwicklung teilzunehmen und dazu aktiv beizutragen“, sagt Stephan Heimbecher: „Das wollen wir fortsetzen!“. Simon Gauntlett, DTG Chief Technology Officer, ergänzt: „Hersteller können beim Plugfest mit wenig Aufwand herausfinden, wie ihre Produkte mit den wachsenden Ultra HD-Services in den beiden größten europäischen TV-Märkten zurechtkommen“. Deshalb ist ein zweites, gemeinsames Plugfest Ultra HD geplant: Es soll im April 2016 in London stattfinden. //

## Termine

06	16	12
01	02	04
16	16	16
CES, Las Vegas	AG-Sitzung, Köln	UHD-Plugfest, London

## Ultra-HD Info 2015



Die Deutsche TV-Plattform hat zur IFA 2015 einen Flyer zu Ultra HD veröffentlicht. Er richtet sich vor allem an Konsumenten, erklärt den neuen TV-Standard und stellt Empfangsmöglichkeiten sowie Inhalteangebote vor. Zugleich erschien zur IFA der „Einkaufsberater Ultra HD“ von gfu und BVT, der in Kooperation mit der Deutschen TV-Plattform entstanden ist. Beide Verbraucher-Publikationen ergänzen das Angebot an Fachmaterial zum Thema.

# ULTRA HD

# Nutzer-Souveränität beim smarten Fernsehen

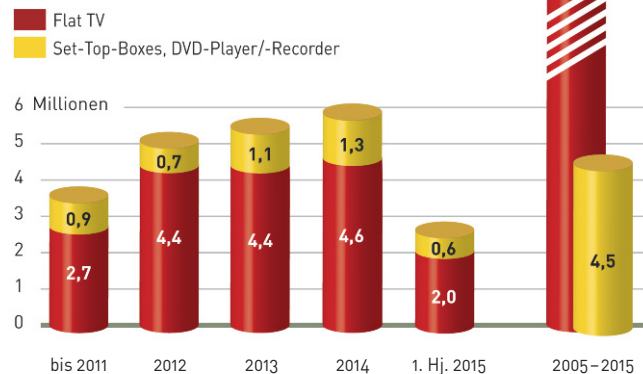
Internetfähige Fernseh-Geräte, die mit App-Portalen und HbbTV zusätzlich zum Rundfunk verschiedenste Online-Inhalte auf den Fernseher bringen, liegen weiter im Trend: Weit mehr als die Hälfte der verkauften TV-Geräte in Deutschland sind heute Smart-TVs. Zusammen mit online-fähigen Digitalreceivern, DVD- und Blu-Ray-Playern belief sich die Zahl der verkauften smarten Endgeräte nach Angaben der GfK Retail and Technology zu Mitte 2015 auf fast 23 Mio. in Deutschland. Nahezu jeder Smart-TV unterstützt darüber hinaus den interaktiven Standard Hybrid Broadcast Broadband Television (HbbTV). Die Zahl der HbbTV-fähigen Endgeräte beläuft sich mittlerweile auf über 16,5 Mio.

Die Deutsche TV-Plattform bietet zur Marktlage bei Smart-TV/HbbTV Infografiken und hat die aktuellen Zahlen sowie Nutzungstrends auch bei der IFA-Presskonferenz 2015 vorgestellt. Zugleich demonstrierte der Verein an seinem Stand im TecWatch, dass auch neue Digital-TV-Angebote wie Ultra HD-Videos mittels Apps in Smart-TVs abrufbar sind. Für die wachsende Akzeptanz von smartem Fernsehen sprechen auch die Anschluss- und Nutzungszahlen. Laut gfu Consumer & Home Electronics GmbH werden 70 Prozent der Smart-TVs ans Internet angeschlossen und davon nutzen 73 Prozent die Online-Funktionen des Gerätes.

Damit liegt Deutschland zwar in der Spitzengruppe der europäischen Länder, zugleich ist jedoch die Sorge um Sicherheit und Datenschutz bei Smart-TV vergleichsweise hoch. Laut gfu-Studie lassen sich deshalb rund 5 Prozent der Smart-TV-Besitzer in Deutschland davon abhalten, den vollen Funktionsumfang des Smart-TV-Gerätes zu nutzen. Verzerrende Medienberichte über den „Spion im Wohnzimmer“ tragen auch dazu bei.

„Die undifferenzierte Kritik verkennt den aktuellen Stand der Entwicklung“, sagt

## Absatz Smart-TV Geräte 2005 bis Juni 2015 (in Mio.)



Grafik:  
Deutsche TV-Plattform,  
Quelle: GfK Retail  
and Technology 08/2015

# S

SMART TV

## Datenschutz kompakt

### Leitlinien Datenschutz Smart-TV der Deutschen TV-Plattform

[www.tv-plattform.de/images/stories/pdf/leitlinien-datenschutz-smarttv-2014.pdf](http://www.tv-plattform.de/images/stories/pdf/leitlinien-datenschutz-smarttv-2014.pdf)

### Leitlinien HbbTV-Messung des VPRT

[www.vprt.de](http://www.vprt.de) -> unter „Dokumente“

### Sicherheit des HbbTV-Standards

[www.hbbtv.org/wp-content/uploads/2015/09/HbbTv-Security-2015.pdf](http://www.hbbtv.org/wp-content/uploads/2015/09/HbbTv-Security-2015.pdf)

### Flyer „Wegweiser smartes Fernsehen“

[www.tv-plattform.de](http://www.tv-plattform.de) -> unter „Smart TV“  
Smartes-Fernsehen-Flyer-IFA2015.pdf

Jürgen Sewczyk, AG-Leiter Smart-TV und Vorstandsmitglied der Deutschen TV-Plattform: „Gerätehersteller, Programmveranstalter und Infrastrukturbetreiber haben in unserem Verein Leitlinien für Datenschutz bei Smart-TV vereinbart. Auch der Privatsenderverband VPRT hat eigene Leitlinien, die sogar vom TÜV Saarland positiv geprüft wurden. Die Marktpartner sind im Umgang mit Daten und Sicherheit sehr sensibel und sind sich ihrer Verantwort-

## Termine

27	16	26
01	03	04
16	16	16

AG-Sitzung,  
Frankfurt/M.

Connected TV  
World Summit,  
London

NAB,  
Las Vegas

tung bewusst. Darüber hinaus hat die neue Version HbbTV 2.0 des vom Europäischen Institut für Telekommunikationsnormen (ETSI) veröffentlichten Standards zwei spezielle Kapitel zu Privacy und Security.“ Seit längerer Zeit verweisen die Programmveranstalter schon in der HbbTV-Startleiste auf Datenschutzregeln, und es gibt diverse Einstellmöglichkeiten, um Cookies zuzulassen bzw. abzuschalten. Konkrete Beispiele dazu können über die Deutsche TV Plattform abgerufen werden.

Grundsätzlich gilt, dass nutzerseitig bei Smart-TV-Endgeräten dieselbe Sorgfalt anzuwenden ist, wie bei anderen ans Internet angeschlossen Geräten. So ist es ratsam den Router mit WPA2 zu verschlüsseln und beim Surfen im Web vorsichtig zu sein. //



Carine Chardon, Geschäftsführerin der Deutschen TV-Plattform

**TV Zukunft >> Im letzten Jahr sind erste Entscheidungen für die Umstellung von DVB-T auf DVB-T2 HD in Deutschland gefallen. Wie ist der aktuelle Stand?**

Carine Chardon >> Die Branche arbeitet intensiv an der kommenden Umstellung, die ja ein komplexer Vorgang mit etlichen Beteiligten ist. Aktuell werden die notwendigen Parameter für DVB-T2 HD erprobt – und zwar durch die gesamte Kette von der Ausstrahlung bis zum Empfang. Das läuft in den Testprojekten Berlin und Köln sowie in München schon ganz erfolgreich. Allerdings entsprechen die Tests eben noch nicht in allen Parametern der Regel-Ausstrahlung. Insofern ist noch einiges zu tun. Die Umrüstung der Sendeanlagen ist bereits angelaufen. Andererseits ist die Grenzkoordinierung über die Frequenznutzung noch nicht abgeschlossen.

Kommunikationsseitig liegt der Schwerpunkt aktuell noch auf der Brancheninformation. Verbraucher können sich aber bereits informieren – und tun dies auch, etwa bei der Deutschen TV-Plattform. Auf der letzten IFA haben wir an unserem Stand DVB-T2 HD live gezeigt, mit einem Forum und unserem Info-Flyer Basis-Informationen zur Verfügung gestellt und Hintergründe erläutert. Auf unserer Webseite findet man in einem Webspecial zu DVB-T2 HD Auskunft.

**Die Deutsche TV-Plattform vergibt ja auch ein Gerätelogo für DVB-T2 HD.**

## DVB-T2 HD: Orientierung dank Gerätelogo!

2016 wird für die Umstellung des Antennenfernsehens in Deutschland ein wichtiges Jahr: Nach ersten Testprojekten beginnt die Einführungsphase. Über den Stand der Vorbereitungen gibt Carine Chardon, Geschäftsführerin der Deutschen TV-Plattform, Auskunft.

**Wer kann das erhalten und was bedeutet das für Verbraucher?**

>> Der Runde Tisch hat das grüne Logo und die Mindestspezifikation für DVB-T2 HD-Empfangsgeräte erarbeitet, und die Deutsche TV-Plattform mit der Verwaltung beauftragt. Geräte, welche die „Minimum Requirements“ erfüllen, qualifizieren sich für das grüne Logo. Typischerweise handelt es sich dabei um TV-Geräte oder Digitalreceiver. Voraussetzung ist ein schriftlicher Antrag des Herstellers mit der verbindlichen Zusicherung zur Kompatibilität.

Für den Verbraucher ist das grüne Logo eine Orientierungshilfe beim Gerätekauf. Geräte, die das grüne Logo tragen, sind in der Lage, DVB-T2-Dienste in Deutschland zu empfangen und darzustellen. Das allgemeine Standard-Logo „DVB-T2“ gibt noch keinen ausreichenden Anhaltspunkt für den Empfang von DVB-T2 HD, da in Deutschland der Kompressionsstandard HEVC zum Einsatz kommt, der nicht Teil von DVB-T2 ist. Das grüne Logo gibt zudem einen Hinweis darauf, dass am Gerät eine Schnittstelle für ein Entschlüsselungs-Modul vorhanden ist. Bisher haben neun Marken von uns die Erlaubnis erhalten, das grüne Logo DVB-T2 HD für angemeldete Geräte zu verwenden. Wir gehen davon aus, dass die große Nachfrage erst im kommenden Jahr startet. Voraussichtlich ab März 2016 wird die Liste der lizenzierten Geräte in unserem Web-Special zu finden sein, und fortlaufend aktualisiert.

**Demnächst soll es auch ein blaues Logo geben ... was hat es damit auf sich?**

>> Das grüne Logo steht für das System DVB-T2 HD. Das Logo zeichnet die Empfangstechnik aus, die für die Basis-Dienste erforderlich ist, und dank CI-Schnittstelle

auch für verschlüsselte Dienste erweiterbar ist. Ein weiteres Logo bzw. eine neue Marke ist von der Media Broadcast zu erwarten, die neben dem Sendernetzbetrieb auch einige der DVB-T2 HD-Dienste, nämlich die HD-Privatsender-Bouquets, als Plattformbetreiber vermarktet. Das Vermarktungslogo wird auf den Empfangsgeräten zu sehen sein, die über ein eingebautes Entschlüsselungs-System verfügen.

**Wie geht es konkret mit der Umstellung in 2016 weiter?**

>> Der Fahrplan für die Umstellung steht, und die Termine werden bald konkretisiert. Im Rahmen einer Einführungsphase werden bereits im 2. Quartal 2016 reichweitenstarke Sender in ausgewählten Ballungsräumen über DVB-T2 HD empfangbar sein. Der Umstieg erfolgt dann ab Frühjahr 2017, zunächst in Ballungsräumen und bis 2019 bundesweit. Damit wird DVB-T dann auch komplett abgelöst. Richtig spannend wird es also ab nächsten Frühsommer! //



### Termine

02	08	09
02	03	05
16	16	16
AG-Sitzung, Frankfurt/M.	Cabsat, Dubai	FKTG-Tagung, Leipzig

# M MOBILE MEDIENNUTZUNG



Dr. Helmut Stein (ISDM/DVB),  
Leiter der Arbeitsgruppe und Vorstandsmitglied  
der Deutschen TV- Plattform, beim IFA-Forum

## Mobile Medien sind gefragt

### Termine

14	22	14
01	02	03
16	16	16

Projekt IMB5, Berlin	Mobile World Congress, Madrid	DVB World, Venedig
----------------------------	-------------------------------------	-----------------------

### Nutzungsszenarien

In der AG Mobile Mediennutzung arbeiten Experten an der Beschreibung von acht typischen Nutzungsszenarien mobiler Medien:

- nahtlose Übergabe von Medieninhalten zwischen Endgeräten
- individualisierter Zugriff auf Medieninhalte
- linearer/nichtlinearer TV-/Bewegtbildempfang auf portablen Bildschirmgeräten
- barrierefreie Verschlüsselung und barrierefreier Inhaltesschutz
- mediale Reise- und Verkehrsinfos
- Empfehlungen und lokalisierte Angebote
- Nah- und Fernsehen (narrowcast)
- Mediennutzung unterwegs (Fahrzeuge)

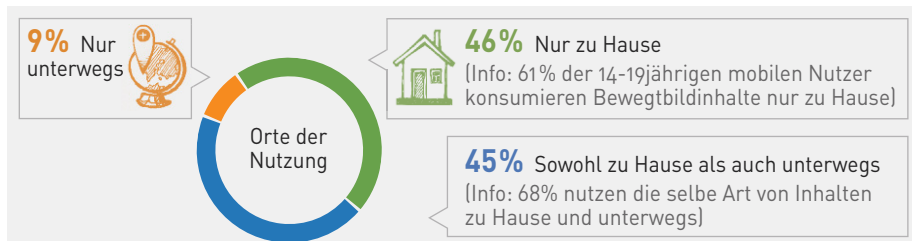
Mobilität bei der Mediennutzung ist immer stärker von Verbrauchern gefragt. Das zeigen die Ergebnisse einer aktuellen Umfrage der GfK SE im Auftrag der Deutschen TV-Plattform. Zwei Drittel nutzen bereits Bewegtbild auf mobilen Endgeräten – unterwegs, aber auch zu Hause. Selbst wenn das Fernsehgerät nach wie vor das mit Abstand am meisten genutzte Gerät für den Konsum von audiovisuellen Medien darstellt (67 Prozent), kommen Smartphones und Tablets zusammen genommen fast ebenso häufig zum Einsatz. Besonders beliebt bei der Nutzung auf den mobilen Geräten ist YouTube (74%) – gefolgt von den Mediatheken der TV-Sender (50%), TV-Programmen (32%) und Video-Abruf-Diensten (25%).

Dabei beinhaltet Medienkonsum unterwegs immer häufiger auch die Nutzung im Auto. Laut der GfK-Umfrage nutzen ein Fünftel derer, die audiovisuelle Medien unterwegs konsumieren, Bewegtbild-Inhalte im Auto. Mit überwiegender Mehrheit von 82 Prozent tun sie dies mit ihrem portablen Endgerät. Nur 18 Prozent setzen dabei gegenwärtig auf ein im Fahrzeug fest eingebautes Gerät. „Den Nutzern ist es eigentlich egal, auf welchem Weg sie unterwegs ihre Lieblingsinhalte empfangen können:

über Rundfunk (DVB-T/-T2) oder Mobilfunk (LTE)“, sagt Dr. Helmut Stein (ISDM), Leiter der AG Mobile Mediennutzung und Vorstandsmitglied der Deutschen TV-Plattform. Unter seiner Leitung beschäftigt sich die Arbeitsgruppe seit zwei Jahren mit dem Thema und wird im Frühjahr 2016 eine Publikation zu mobilen Mediennutzungsszenarien vorlegen.

Die in der GfK-Studie ermittelten Mobiltrends bestätigten sich auch bei dem von der Deutschen TV-Plattform veranstalteten TecWatch-Forum bei der IFA 2015. Dabei analysierten Experten die Vor- und Nachteile von LTE und DVB-T2 sowie Entwicklungstrends bei (auto-)mobiler Kommunikation. „DVB-T2 ist für mobilen TV-Empfang bestens geeignet“, fasste Dr. Klaus Illgner-Fehns vom IRT die Feldtests des Instituts für Rundfunktechnik in München zusammen. Gerade für die massenhafte Nutzung bietet die zweite Generation des digitalen Antennenfernsehens Vorteile im Vergleich zum LTE-Mobilfunk – erst recht in Kombination mit dem neuen Videokompressionsstandard HEVC. Dagegen berichtete Dr. Helmut Schink von Nokia Networks über erfolgreiche Entwicklungen, LTE A sowohl für Live-TV wie auch für Videoabruf bei mobil-portabler Nutzung einzusetzen. Dazu läuft ebenfalls in München ein erfolgreicher Test. Schink plädierte für zukunftsfähige Netze und Geräte, in denen Mobilfunk und Rundfunk kombiniert werden.

### Umfrage zur IFA 2015: Wo findet mobile Mediennutzung statt?



Beispiel für Online-Fragen: Wo nutzten Sie Bewegtbildinhalte mobil und welche Art von Inhalten?

Basis: Alle mobilen Nutzer (n=683). Alle „Sowohl-zu-Hause-als-auch-unterwegs-Nutzer“ (n=305).  
© GfK SE 08/2015. Alle Ergebnisse als Infografiken abrufbar: [www.tv-plattform.de](http://www.tv-plattform.de).

Über Anforderungen der Auto-Industrie für mobile Kommunikation informierte Steffen Lang von Hirschmann Car Communication. Dazu gehört der stabiler Empfang auch bei hohen Geschwindigkeiten und die Unempfindlichkeit der Geräte im großen Temperaturbereich. Der Auto-Zulieferer produziert bereits geeignete Empfangssysteme für Premiumhersteller. //

# KURZ UND KNAPP

## 25 Jahre: Jubiläumsfeier in Berlin

Um die Gründung der Deutschen TV-Plattform vor 25 Jahren festlich zu begehen, hatte der Verein am 10. November in die deutsche Hauptstadt eingeladen. Über 200 Vertreter der Mitgliedsunternehmen und führende Branchenmanager trafen sich am Abend im FELIX Clubrestaurant in Berlin-Mitte zum Feiern und Netzwerken. In seiner Begrüßung erinnerte Vorstandsvorsitzen-

der Wolfgang Elsässer an die von der TV-Plattform erfolgreich mitgestalteten Veränderungen der Fernsehbranche. Ebenso wie Geschäftsführerin Carine Chardon forderte er dazu auf, sich weiter aktiv in den Verein als wichtiges Forum einzubringen. Für vergnügliche Einlagen sorgten ein Jubiläumsvideo und die Gästebefragung durch TV-Moderatorin Anni Dunkelmann. //

### Mitgliederversammlung

Die nächste Mitgliederversammlung der Deutschen TV-Plattform e.V. findet am 11. April 2016 statt.

Auf der Tagesordnung stehen u.a. Diskussion und Beschlüsse zu den Arbeitsgremien und die Wahl des Vorstandes. //



### Jahrestagung der FKTG

Die FKTG-Jahrestagung findet 2016 vom 9. bis 11. Mai in Leipzig statt. Der Call for Paper läuft seit Dezember und im Januar können noch Vorschläge für Vorträge und Präsentationen eingereicht werden. Mitglieder der Deutschen TV-Plattform können an der Veranstaltung zu FKTG-Mitgliedsbedingungen teilnehmen. //

Der Vorstand der Deutschen TV-Plattform bei der Jubiläumsfeier in Berlin-Mitte (v.l.n.r.):

Jürgen Sewczyk, Dr. Helmut Stein, Gert von Manteuffel, Andre Prahl, Geschäftsführerin Carine Chardon, Wolfgang Elsässer, Markus Zumkeller, Stephan Heimbecher und Dr. Andreas Berezcky.



## Vorgestellt: Neues Mitglied



**Bundesministerium  
für Verkehr und  
digitale Infrastruktur**

Das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) ist im November der Deutschen TV-Plattform als außerordentliches Mitglied beigetreten. Unter Leitung von Bundesminister Ale-

xander Dobrindt (CSU) umfasst es neun Abteilungen mit insgesamt ca. 1.300 Mitarbeitern in Berlin und Bonn. Zum Ende 2013 gebildeten Ministerium gehören auch 63 nachgeordnete Behörden mit zusammen 25.000 Mitarbeitern. Das BMVI ist u.a. für Rundfunkfrequenzen und Breitband-Netze zuständig. Mit dem BMVI, dem BMWi und dem BMBF gehören damit drei Bundesministerien als Mitglieder der Deutschen TV-Plattform e.V. an. //

## impresum

Ein Informationsdienst der Zeitschriften CE-Markt, FKT, InfoDigital und Digitalfernsehen.  
Auflage: 43.500 Exemplare.  
Hrsg.: Deutsche TV-Plattform e.V., c/o ZVEI,  
Lyoner Str. 9, 60528 Frankfurt, [www.tv-plattform.de](http://www.tv-plattform.de).  
Vi.S.d.P.: Carine Chardon, Geschäftsführerin.

Redaktion: Holger Wenk, Pressesprecher, c/o konzeptW.  
Gestaltung: Petra Dreßler, Berlin.  
Fotos: Astra, Christian Litzmann, konzeptW.  
Grafiken: BMVI, DTVP, GfK.  
Druck: Druckteam Berlin.