

Medientage München 2011

Notizen von Klaus Welter, DH6MAV, zum Fachkongress für Medienschaffende vom 19. bis 21.11.2011. Eine gekürzte Fassung kann nachgelesen werden im „TV-AMATEUR“, Heft 163, Seiten 37/38. Siehe dort auch das Editorial, Seite 4.

Was sind die Berührungspunkte von kommerziellem Fernsehfunk mit dem Fernsehen der Funkamateure? Sind es nur Kamertechnik und Bildschirm? Oder die Nutzung des gleichen Übertragungsmediums - nur auf anderen Frequenzen? Die Verwendung von hochgelegenen Antennen? Oder jüngst die Verbreitung des „ATV-Programms“ ebenfalls online - im HAMNET?

Gewiss, die Absicht der Kommerziellen ist zu unterhalten, einen Gewinn zu erzielen und – man mag es oft nicht glauben - einen Informationsauftrag zu erfüllen. Dem gegenüber arbeiten die Funkamateure selbstlos, nur getrieben von technischer Neugier und einem Ehrgeiz, es den „Großen“ gleich zu tun - und das bei geringstem Mitteleinsatz. Manchmal auch steht ATV zur Unterstützung bei Nothilfe-Aufgaben zur Verfügung.

Und doch ist es so, dass es symbiotische Beziehung gibt: Gewisse Entwicklungen, die sich auf der einen Seite vollziehen, mögen über kurz oder lang auch zur anderen herüberschwappen. Denn wir leben in *einer* Gesellschaft. Drum schielt der eine auf den anderen.

Neunzig Referatsveranstaltungen, Diskussionsrunden und Branchentreffs mit 500 aktiven Referenten waren angesetzt, und das für nur drei Tage. Will ein Journalist selbst Teil der Veranstaltung sein oder zieht er sich auf die Reporter-Rolle zurück? So oder so, eine solche Ladung an vorgetragener Medienpolitik und -wirtschaft ist nur schwer zu verfolgen.

Zum Teil gab es widersprüchliche Aussagen, abhängig von der Abstammung: Öffentl.-Rechtliche gegen private TV-Sender gegen Industrie. Inwieweit manche Position (oder Erkenntnis) auf ein Vereinsleben übertragbar ist, wird der Leser selbst entscheiden.

Randnotiz fürs Geschichtsbuch: Kurzfristig musste der bayerische Ministerpräsident Horst Seehofer seine Teilnahme am **Podiumsgespräch „Mediengipfel“** absagen. Wegen der Euro-Krise hatte Berlin gerufen. Dennoch – oder gerade deshalb? – eine lebhaft, kontroverse Diskussion in der Elefantenrunde. In Auszügen:

- Nachdem die Jugend keine Zeitung mehr liest und auch kein Fernsehen mehr konsumiert, der Appell von Moderator Roland Tichy (WirtschaftsWoche) zu untersuchen, ob nicht statt immer mehr Sparten-Kanälen besser ein Jugendprogramm eingerichtet werden sollte.

- Kannte man bisher Film, Funk, Fernsehen zur Unterhaltung, so kommt inzwischen Gaming hinzu.
- Umstellung von der Push- zur Pull-Strategie, so Florian Haller (Agentur Serviceplan) und Andreas Bartl (ProSiebenSat.1). Gemeint: Der Zuschauer wählt seine Sendung nach Interesse und Attraktivität aus, was sich mit VideoOnDemand (VoD) am Besten erfüllt.
- Unter den „Mobilfunkern“ (Handy) nutzt jeder Zweite das Internet zur Information.
- Chancen und Risiken lassen sich heutzutage detailliert analysieren und Nutzerprofile genau lokalisieren, so dass die Wirtschaftlichkeit „bis zum Rand bestimmbar“ und „aus-schöpfbar“ wird.
- Sozial? Die Frage ist nicht OB, sondern WIE? Neu durch Interaktivität (HbbTV, Internet). So war es ein Nachrichten-sprecher bisher nicht gewohnt, dass Rundfunkteilnehmer „ihm“ widersprechen. Man denke an politische Gescheh-nisse.
- Bei allem darf das christliche Menschenbild und der Integrationsauftrag nicht vergessen werden.
- Den Bürger mit Basisinformationen ausstatten für seine Rolle als mündiger Bürger: das ist die Aufgabe der Öffentlich-Rechtlichen, so der Intendant Ulrich Wilhelm (BR). Nationale Regelungen gehörten ab- und internationale aufgebaut.
- Markus Schächter (ZDF) ergänzt: Unverständlich, warum Fernsehen reguliert wird, Online-Plattformen auf demselben Monitor (!) aber nicht. Einigkeit unter Allen: es soll reguliert werden.
- Nachwuchsförderung: Der Neubau der Filmakademie in München hat 18 Millionen Euro gekostet. Pädagogisch wertvolle Computerspiele sind zu fördern, erklärt Staats-minister Marcel Huber (bayr. Staatskanzlei).
- Bedeutung Internet zitiert Florian Haller (Fa. Serviceplan): Jeder zweite Single sucht einen Partner im Netz. Amazon verkauft in den USA bereits 105 e-Books auf 100 herkömm-liche Bücher. Das Netz wird die klassischen Medien über-holen. Trend Hardware-Verwendung: Vom Notebook übers Smartphone zum Tablet-PC - und davon zwei.
- Bedeutung Fernsehen: Wer würde Lena oder Zalando-Schuhe kennen ohne TV-Auftritt?
- Technische Infrastruktur: Ist das Netz nur eine andere Verbreitungstechnik? Nein, es fördert Interaktivität! Das „Staatsfernsehen“ wurde bereits 1 Million Mal über Internet aufgerufen.
- „Targeting“ heißt: Das Marketing will Zielgruppen nicht wie bisher nach Ort, Alter und Geschlecht sortieren, sondern nach gemeinsamen Interessen.
- Bewegte Bilder berühren mehr. Das haben wir evolutionär in der Savanne gelernt. Bewegte Bilder sind „Mega-Trend“.
- Global? Mobilfunkgespräche reichen durchschnittlich nur drei bis vier Kilometer; der Mensch bleibt also lokal. Spricht das etwa für Lokal-Fernsehen? Der Mensch will dort angesprochen werden, wo er sich befindet.
- Tichy: Die Medien haben die Aufgabe, in Geschichten zu erzählen (großer Beifall).

- Gemessen an der Teilnehmerzahl ist Facebook das drittgrößte Land auf der Erde.
- 7% der Kosten des ZDF werden durch Werbung gedeckt, so der Intendant Markus Schächter (ZDF). Beim Wegfall würde nur eine kleine Gebührenerhöhung von 40 bis 50 Cent folgen müssen, denn auch die Akquisition von Werbung kostet Geld.
- Ein Werbeverbot bei den Öffent.-Rechtlichen fordert das Vorstandsmitglied Andreas Bartl (ProSiebenSat.1), damit dieses Kontingent zur Kostendeckung den Privaten zufalle.
- Dr. Paul-Bernhard Kallen (Vorstandsvorsitzender bei Burda): 80% der Wertschöpfung eines TV-Senders werden für den Sendebetrieb aufgewendet, nur 20% stehen für den Inhalt zur Verfügung. „Das kann nicht gut gehen.“
- Allein in Deutschland werden in einem Jahr über Google 110 Milliarde Euro Umsatz getätigt. Das beweist, welche Großmacht das Internet darstellt, so Deutschland-Chef Stefan Tweraser (Google, Hamburg). Geht in Verteidigungsposition: Google-TV sei so was wie eine Set-Top-Box. Auch ein Betriebssystem sei kein Content-Anbieter. Die Daten gehörten nicht Google, sondern dem User.
- Die Präsenz des Internets belegt die Geschäftsführerin Anke Schäferkordt (RTL, Köln) mit 1,8 Milliarden Zugriffen auf RTL-Pages in den ersten neun Monaten 2011. Die TV-Macher sollen „vorne“ sein, egal über welche Plattform.
- Dr. Hermann Kloiber (Tele München) über die selbstbewusste Medien-Industrie: In den USA stehen die Medien-Unternehmungen, gemessen am Umsatz, an zweiter Stelle nach der Rüstungsindustrie. *(Red.: Hollywood ist dazu gezählt.)*
- Großer Applaus auf die ironische, jedoch wahre Bemerkung, dass „sich überall Leute finden, die sich als nicht zuständig“ bezeichnen.

„Die Schlacht ums Fernsehen wird im Wohnzimmer geschlagen.“

- Dumm, wenn sich eine Präsentation nicht starten lässt, weil mit dem Internet was nicht klappt. Und so begann dieses Forum mit 10-minütiger Verspätung. *(Red.: Präsentatoren sind keine Techniker.)*
- Die Frage, wo die Unterhaltung stattfindet, ist entschieden: Nicht vor dem PC, sondern vor dem Fernseher. Damit gilt für alle Angebote: **Couch-Faktor** berücksichtigen! Man spricht von einer End-to-End-Benutzbarkeit. Couch-Faktor ja, was aber nicht zwingend Wohnzimmer heißt: 2002 stand der TV zu 99% dort, in 2020 wird es nur noch in 79% der Fälle sein. Doch immer gilt: PC-Eigenschaften (Browser, Video/Bilder etc.) müssen im TV leicht nutzbar werden.
- Bereits 20% der TV-Empfänger eignen sich zum Anschluss an die Breitband-Versorgung. 4% der Haushalte in Deutschland haben ihren Fernseher schon mit DSL verbunden, sind also in der Lage Sendungen linear (=Livestream) oder nicht-linear (VoD) zu konsumieren. Für 2015 schätzt man 56% der Haushalte mit interaktiven Geräten an Breitbandnetzen.

- Im Breitbandnetz kostet die nichtlineare Versorgung (VoD) das Zehnfache vom linearen Streaming.
- Ab 2017 werden die nichtlinearen Angebote (Mediatheken, Videotheken) preisgünstiger, Geräte- und Netzbetrieb sowieso. 2020 werden 50% des Angebotes nichtlinear konsumiert. Der Zuschauer muss für jegliche Art von Content bezahlen!
- Die Zuschauer werden untereinander linear vernetzt. Der Livestream wird bei Events, Sport und Shopping dominieren. Beispiel: die bequeme Teilnahme an Sportwetten.
- Ein Drittel der kleineren TV-Sender werden verschwinden.
- Wer sorgt für den Minderheitenschutz, fragt „Infrastruktur-anbieter“ Wolfgang Elsässer (ASTRA Deutschland)?
- Gegen die Euphorie mit dem nichtlinearen Geschäft spricht sich ausgerechnet ein alter Hase aus: Prof. Helmut Thoma, ehemaliger RTL-Chef und dort Erfinder der Zielgruppe „14-49“ stellt die Gegenposition auf. „Content gibt es seit 2600 Jahren. Was will ich eigentlich nichtlinear sehen? Da stehe ich vor der Mediathek - und weiß nicht... Was sind mir schon diese Euphoriker über den Weg gelaufen.“
- Solches Bremsen bleibt nicht ohne sofortige Gegenreaktion von Sky. Die verweisen auf Qualität und „der Markt sei reif für Bezahlfernsehen“. Der VoD-Anbieter HULU/USA will vom Zwang, zu einem fixen Sendezeitpunkt schauen zu müssen, befreien.
- Interaktivität macht attraktiv.
- ASTRA sendet 20 HD-Programme. Ob 3D, 4K oder 8K sei eine reine Bandbreitenfrage. Alle Programme zusammen gerechnet strahlt ASTRA heute 3,4 GBit/s ab.
- Nochmals Thoma (kaut gelangweilt an seinen Fingernägeln) mit einem Rundumschlag: Durchschnittsalter der Zuschauer ARD 61 Jahre und ZDF 62. Alle Öffentl.-Rechlichen zusammen erreichen nur 12,8% der 14 bis 49-jährigen! Die Regionalprogramme hält er in Deutschland für „eine Katastrophe“. Die Privaten investierten kaum in Eigenproduktionen. Thoma fordert Raum für ein Jugendprogramm. *Red.: Damit entspricht er der weiter oben bereits zitierten Forderung von Roland Tichy (WirtschaftsWoche).* Thoma legt nach: „Wir haben zu viele Programme, daher glaube ich nicht an Pay-TV.“
- Zum Statement, Jugend habe nicht das Geld, wirklichen Umsatz zu generieren, erklärt Thoma: „Es geht um eine frühzeitige Markenbindung; es geht nicht ums Geld.“ (*Red.: Gemeint sind Produktmarken so wie auch Programme*).
- Rund 80% der Fernsehnutzung entfällt auf nur fünf, manche behaupten sieben Programme.
- Die nächste Dekade wird spannend.

Zukunft hat, wer Content bietet.

- YouTube dominiert mit 70 Milliarden Videos 80% des Bewegtbild-Marktes im Internet.
- Zattoo bringt lineares Fernsehen auf den PC etc. Damit erhöhen TV-Sender ihre Reichweite.
- RTL Now bietet eine Woche lang kostenlose Programm-Downloads.

- ZDF Enterprises: Auch Ältere zahlen für VoD.
- Marketing: Facebook wird als „Motor“ für Web-TV gesehen, z.B. durch Programminformationen auf „Zweit-Bildschirm“ (Smartphone oder Tablet-PC).

„HbbTV: Sender, Hersteller, Netze“

- „HbbTV wurde in Deutschland (!) aus der Taufe gehoben.“
- HbbTV ist Teletext auf absolut hohem Niveau, hinzu Interaktivität mit TV-Inhalten, VoD und Apps, wie beim Smartphone.
- Erinnerung sei an 10 Jahre Teletext-Betrieb bis zum wirklichen Durchbruch.
- „Es geht nicht darum, das Internet auf den Fernseher zu bringen, sondern diesen mit neuen Funktionen einzusetzen. Niemand soll mit Maus und Tastatur auf dem Sofa sitzen und seine Mails abrufen.“
- Alle großen Hersteller haben HbbTV integriert. Seit der letzten IFA (Berlin) gibt es Nachrüstboxen, etwa die von VIDEO WEB (derzeit einziger Anbieter, der neben z.B. Maxdome auch die kostenlosen Mediatheken der öffentl.-rechtl. Programme bietet).
- HbbTV war beginnend 2008 proprietär, seit Oktober 2011 vom IRT nun standardisiert („Red Button“).
- Matthias Greve (VIDEO WEB): Alle 6 bis 8 Jahre wird ein TV-Gerät erneuert; dank Set-Top-Box gelingt das Upgrade leicht alle 2 bis 3 Jahre.
- Auch ASTRA bietet seit 19.10.2011 Apps über HDplus und heißt dort HD+ InterAktiv.
- Kai Riecke (BILD): „Usability“ sei geboten, d.h. eine mit der Fernbedienung leichte Steuerbarkeit. Werbe- und Verkaufserlöse sollen iterativ weiterentwickelt werden.
- Michael Albrecht (DVB-Koordinator, ARD): Auf dem Fernseher ist jetzt das Programm der letzten 7 Tage verfügbar. Der Zuschauer braucht keinen VHS-Mitschnitt mehr bestellen.
- Greve: Homeshopping ist nun Zuschauer-gerecht. Dieser muss nicht Zahnpasta ansehen, wenn ihn Bohrmaschinen-Anwendungen interessieren.
- Sebastian Blume (Booz): Da es in den Videotheken in der Stadt keine Beratung gibt, kann man den Film auch von Mediatheken online beziehen. Bezahlt würde künftig nicht per Paypal, sondern mit dem neuen Simplicity Payment.
- Reicht denn ein DSL mit nur 1 Mbit/s, wie es das aktuelle Konjunkturprogramm bundesweit garantiert? Martina Rutenbeck (Eutelsat/Köln): Auch Zugang über Funknetze, unter anderem auch via Satellit mit 10 Mbit/s. Oder VoD erst langsam downloaden, dann später ansehen. Das ZDF bietet verschiedene Download-Geschwindigkeiten an.

Der Weg zu LTE, Angaben von Karl-Heinz Laudan (Telekom, Bonn)

- In Grenzgebieten verzögerter Ausbau.
- Ländliche Gebiete werden mit LTE800 zuerst bedient.
- Verpflichtung der Netzbetreiber zum Schutz des Rundfunks.

- Vereinbarung mit der BNetzA zum Störungsmanagement.
- Zusammenarbeit mit den Herstellern drahtloser Produktionsmittel und Mikrofone.
- Bisher erst vier DVB-T-Störungsmeldungen Deutschland-weit.
- 13 Störungsmeldungen zu drahtlosen Mikrofonen
- Bis 75 MBit/s auf LTE800, 100 MBit/s Kanalbreite auf LTE1800/2600 (durch aktive Teilnehmer teilen!)
- Bis 42 MBit/s mit HSPA+ 2,1 GHz (teilen!)
- Erste Smartphones mit LTE in 2012.
- Der „Datenhunger“ wird für 2015 mit 45 GB/Monat/Person von Sven Bolthausen (Ericsson) prognostiziert.
- Dr. Isabell Tilly (Vodafone) meint, „LTE wird im Privatkundenmarkt DSL in den nächsten Jahren sukzessive ablösen“. Dem widersprach Dr. Andrea Huber (Verband der Kabelnetzbetreiber, ANGA) und begründet mit nötiger Bandbreite für das gewünschte, großformatige Fernsehen statt ein Fernsehen auf mobilem Endgerät.
- „Die Drive Time (*Red.: Autofahrten*) werde zur Multimedia Time“, so Dr. Erich Zielinski (Alcatel-Lucent) und prognostiziert: Damit wird nicht nur Internet-Radio, Audio, Video und Navigation ins Auto kommen, sondern aufgrund der schnellen Reaktionszeit auch Gaming Service für junge Menschen und Videokonferenz für Manager.

Telematik auf DAB+ Angaben von Herbert Tillmann
(Technikdirektor Bayerischer Rundfunk, BR)

- TPEG ist gegenüber RDS-TCM leistungsfähiger, entspricht „sicherheitsrelevanten“ Meldungen nach ITS-Directive (Intelligent Transport Systems) der EU.
- Kann alternativ auch über Internet, DVB-T oder DMB verbreitet werden.
- Ziel: Länderübergreifend, aber geo-referenziert
- Testbetrieb des BR (Kanäle 11D, 12D) zeigt Straßenkarten: farbig unterschiedlich je nach dort gefahrener, oft Stau-abhängiger Geschwindigkeit und eingetragenen Unfallpunkten mit schriftlichen Anmerkungen, zoombar auf neuralgische Punkte.

3D noch in den Kinderschuhen

- Tiefe Kluft zwischen Wunsch und Wirklichkeit, da Kopfschmerzen, mangelhafter Content, zu schwere Brillen und das unerfüllte Versprechen einzelner Hersteller, bereits „Autostereoskopisches 3D“ anbieten zu können, kritisiert Thorsten Hoffmann (Global Media Consult).
- Katharina Behrends (NBC): Da ist HD besser.
- Wolfgang Elsässer (ASTRA): Es vergehen noch vier bis fünf Jahre bis zum 3D-Genuss ohne Brille.
- Mehrfach seitens der Programmierer: „Immense hohe Kosten, und das wird auch so bleiben!“
- „Ein 3D-fähiges iPad oder iPhone wäre toll“, Bernd Schlötterer (Palatin Media)

Dies und das aufgelesen

- Es gibt allein in Indien 600 Millionen Handys, monatlich kommen dort 20 Millionen dazu. Zum Vergleich: 141 Millionen indische Haushalte haben Fernsehgeräte. Jeder Inder ist durchschnittlich 26 Minuten täglich online.
- In den USA gibt es so gut wie keine kleineren und mittleren Zeitungen mehr. Für 12 Millionen Einwohner (*ungefähr Einwohnerzahl Bayerns*) gibt es gerade mal eine Zeitung mit 900 000 Auflage. Zum Vergleich: Allein die „Augsburger Allgemeine“ druckt 350 000 Exemplare täglich für Augsburg mit umgebenden Landkreisen. Das ist annähernd eine Zeitung je Haushalt. (*Red.: Weitere Zahlen, wie sich Medien heute im Vergleich zur Vergangenheit positionieren, nachzulesen im Editorial, Seite 4, Heft 163 des TV-AMATEUR.*)
- www.gutefrage.net erhält 10.000 Fragen pro Tag. Generell kommen Internet-Klicks hauptsächlich durch Ratgeberseiten.
- Die Online-Videothek Maxdome führt 40 000 Filme und ist damit Deutschlands größter VoD-Anbieter. 85% der Filme werden abgerufen. Ziel ist, diese auf der „Home cloud“ abzulegen und zeitbegrenzt über jedes Gerät auszuspielen.
- 2/3 aller Smartphone-Besitzer schauen über ihr Gerät Video. Die mobilen Bandbreiten verdoppeln sich alle 12 Monate.
- Wir sind immer stärker vernetzt, wir sind an immer mehr Orten auf vielen Kanälen unterwegs, erläutert Wolfgang Klein (Cluster Reply), daher kann sich kein größeres Medienhaus mehr leisten, ohne Cloud Computing zu agieren.
- Deutsche melden pro 1 Mio Einwohner 224 Patente an, die US-Amerikaner nur 172, jedoch hängen wir beim Internet massiv nach.
- Prof. Martin Spann (LMU München): Die aktuelle Bachelor-Generation von Studierenden zeichnet sich neben verbesserten technologischen Fachkenntnissen durch eine wachsende Risiko- und Unternehmensfreude aus.
- Neuer Begriff: OTT = Over The Top. Das meint - und wurde auf den Medientagen vorgeführt: Video auf einem „Phone“ starten, ansehen und bei Gefallen auf den Fernseher „hochwischen“.
- Andreas Thümmler (Direktor bei Corporate Finance Partners, Ffm) nimmt Bezug auf Internet und Web: Es sind nicht mehr so viele „Spinner, Verbrecher, Idioten und Evangelisten“ in der Branche wie noch vor Jahren.
