

19.02.2007 - 11:06 Uhr

CeBIT 2007 (15. bis 21. März): Mit Internet-TV beginnt für das Fernsehen ein neues Zeitalter

Hannover (ots) -

- Experten rechnen bis 2010 mit 20 Millionen Breitband-Anschlüssen in Deutschland
- Große TK-Player wollen zur CeBIT einsteigen
- Neu: CeBIT sendet eigenes Internet-Fernsehen

Komfortable Telefondienste, ein schneller Internetzugang und hoch auflösendes Fernsehen aus einer Hand: Das so genannte Triple Play gilt als einer der viel versprechendsten Wachstumsmärkte in der Kommunikationsbranche. Eine Schlüsselrolle spielt dabei der Fernsehgenuss über das Internet-Protokoll, kurz IPTV - eines der Trendthemen auf der kommenden CeBIT vom 15. bis 21. März. Bereits im Vorfeld der Leitmesse für die digitale Welt setzt IPTV Maßstäbe. Im Januar ging CeBIT-TV, das erste regelmäßige Internet-Messe-Fernsehen in Deutschland, an den Start. Unter www.cebit.de/tv kann man die erste Ausgabe zum Thema "CeBIT Use" mit Informationen für den engagierten Anwender sehen. Weitere Sendungen für den Handel ("CeBIT Trade") und die Branche ("CeBIT Create") folgen.

Dank innovativer IP-Technik kann man künftig seine Lieblingssendung sehen, wo und wann immer man möchte. Und die Werbebranche erreicht die gewünschten Zielgruppen ohne Streuverluste, wenn die PR-Botschaft über die passenden Kanäle verbreitet wird. In seiner aktuellen Marktstudie ("IPTV 2010") prognostiziert das Berliner Beratungsunternehmen Goldmedia dem Web-TV zwar zunächst ein Umsatzwachstum in kleinen Schritten, erwartet aber schon für das Jahr 2010 Erlöse von rund 260 Millionen Euro ohne die direkt resultierenden Umsätze durch Werbung oder E-Commerce.

Die Marktforscher der Mercer Management Consulting Group teilen diesen Optimismus. Das Beratungsunternehmen stellt in einer Untersuchung die zunehmende Nachfrage nach Breitband-Anschlüssen heraus. Bis 2010 rechnen die Mercer-Experten mit 20 Millionen DSL-Anschlüssen in Deutschland. Den TK-Anbietern eröffne IPTV die Chance, ihre DSL-Kunden zum Umstieg auf die höherwertige und profitablere Breitband-Infrastruktur zu bewegen, erklären die Berater in ihrer Studie "Erfolgsstrategien für Triple-Play-Telcos".

CeBIT 2007 als Drehscheibe der neuen TV-Welt

Noch ist die Zahl der kommerziellen IPTV-Dienstleister überschaubar. Neben 1 & 1, HanseNet und einigen Kabelnetzbetreibern hat vor allem die Deutsche Telekom die Chancen des neuen Fernsehzeitalters erkannt und investiert massiv in ein neues, superschnelles VDSL-Glasfasernetz (Very High Data Rate Digital Subscriber Line), das Download-Geschwindigkeiten von mehr als 50 Megabit pro Sekunde ermöglichen soll - genug, um Filme in gestochen scharfen Bildern (HDTV) aus dem Internet zu genießen. Derzeit wird bei der Telekom überdies geprüft, ob T-Home in absehbarer Zukunft auch über das normale DSL-Netz angeboten werden soll.

In zwölf bundesdeutschen Städten wird das innovative Produkt T-Home mit mehr als 150 TV-Kanälen bereits vermarktet. "Das Kabel greift uns in unseren etablierten Bereichen Internet und Telefonie an, jetzt greifen wir im TV-Geschäft an", erläutert T-Online-Marketingvorstand Burkhard Graßmann die Strategie des "Rosa Riesen". Dr. Manuel Cubero, Geschäftsführer Cable TV & Content bei Kabel Deutschland, sieht das naturgemäß anders: "Es wird Kämpfe geben, aber zum Wohle des Konsumenten."

Auf der CeBIT im März ist also für Hochspannung gesorgt. Zumal der Telekommunikations-Multi Arcor die weltweit größte ITK-Schau nutzen möchte, um eine eigene IPTV-Plattform vorzustellen. Doch nicht nur die klassischen Dienstleister interessieren sich für Web-TV. Auch Programm-Manager, Content-Lieferanten und Online-Anbieter arbeiten mit Hochdruck an Konzepten für das Abruf-Fernsehen. Dr. Georg Kofler, Vorsitzender der Geschäftsführung beim Pay-TV-Sender Premiere, betonte auf den Münchner Medientagen die Bedeutung von hochwertigen Inhalten: "Das Zauberwort heißt Exklusivität. Video-on-Demand und Flachbildschirm sind die zwei Dinge, die der Kunde in nächster Zeit für sich entdecken wird." Auch Dr. Andreas Weinek, Geschäftsführer des Doku-Kanals History Channel Deutschland, glaubt, dass der Zuschauer im Netz erstklassige Programme erwartet: "Wer nur alte Konserven abnudelt, wird nicht überleben."

ZDF mit erfolgreicher IPTV-Mediathek

Bundeswirtschaftsministerium plant eigenen Kanal

Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern fühlt man sich ebenfalls gut für das IPTV-Geschäft gerüstet. So registrierte das ZDF innerhalb eines Monats 4,4 Millionen Videoabrufe aus seiner Internet-Mediathek - "Tendenz steigend" (Robert Amlung, Leiter der ZDF-Hauptredaktion Neue Medien). Dank der relativ geringen Startkosten von deutlich weniger als 10 000 Euro können auch politische Institutionen, Verbände und Vereine Fernsehbilder über das Internet vertreiben. Schon jetzt gibt es im Netz Hunderte von deutschsprachigen Kanälen. Selbst der Bundesminister für Wirtschaft und Technologie Michael Glos hat den Aufbau eines IPTV-Angebots angekündigt. Die geplanten Themen: Existenzgründung, Mittelstandsförderung und Wirtschaftsentwicklung. Aus dem Sportbereich sind die Deutsche Eishockey-Liga (DEL), der FC Bayern München und der Hamburger Sportverein bereits mit eigenen Fernsehkanälen im Internet vertreten.

IPTV wird die TV-Landschaft in einer Weise revolutionieren, die höchstens mit der Einführung des Privatfernsehens vor mehr als 20 Jahren vergleichbar ist. Doch die breite Öffentlichkeit muss die aufregende Technologie erst noch entdecken - zum Beispiel auf der CeBIT 2007: Nach einer Repräsentativumfrage von TNS Emnid im Auftrag der Zeitschrift "w&v werben & verkaufen" haben zwei Drittel der deutschen Internetsurfer noch nie eine TV-Sendung im Internet konsumiert.

Pressekontakt:

Ansprechpartnerin für die Redaktion:

Gabriele Dörries

Tel. +49 511 89-31014

E-Mail: gabriele.doerries@messe.de

Weitere Pressetexte und Fotos finden Sie unter:

www.cebit.de/presseservice

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001485/100525030> abgerufen werden.