



[www.blucom.de](http://www.blucom.de)

## Die wichtigsten Meldungen

### MELDUNG DES TAGES

- **ASTRA:** Kartellamt bekräftigt Bedenken gegen entavio

### FERNSEHEN

- **1-2-PLAY.TV:** Webseite enthüllt Details
- **BUNDESLIGA:** Grid-TV will IPTV-Angebot ausbauen

### KABEL, SATELLIT, DVB-T, IPTV

- **HISTORY CHANNEL:** Beitritt zum KabelKiosk
- **KABEL BW:** Entertainment Channel im Kabelnetz
- **KDG:** Engere Kooperation mit Premiere
- **ARCOR:** IPTV-Paket in Vorbereitung

### FUSIONEN & ALLIANZEN

- **PRO SIEBEN SAT.1:** TF1 dementiert Kaufvorhaben

### PRODUKTIONEN & PROJEKTE

- **SCHWEIZ:** 3sat geht gegen 3+ vor

### INTERAKTIVE DIENSTE

- **T-COM:** Quova schützt Video-on-Demand

### MEDIENPOLITIK

- **ÖSTERREICH:** UPC kritisiert Kabelförderung

### VERANSTALTUNGEN

- **IFA:** Termin bleibt wie gewohnt

### TAGEBUCH

- **BVZM:** Bitte recht freundlich wackeln

## Meldung des Tages

### ■ **ASTRA:** Kartellamt bekräftigt Bedenken gegen entavio

Das **Bundeskartellamt** steht der verschlüsselten **Digitalplattform**, die der Satellitenbetreiber **SES Astra** unter der Bezeichnung **entavio** für Direktempfangshaushalte in Deutschland aufbaut, weiterhin kritisch gegenüber. Die Wettbewerbsbehörde bezweifelt, dass die Plattform, die unter dem Arbeitstitel **Dolphin** bekannt wurde, zur Belebung des Wettbewerbs beiträgt. Das geht aus einer **Stellungnahme** hervor, die das Kartellamt im Zuge der von dem Wettbewerber **Eutelsat** eingereichten **Kartellbeschwerde** abgegeben hat. „**Der Behauptung einer wettbewerbsbelebenden Wirkung der Dolphin-Plattform muss das Bundeskartellamt zum gegenwärtigen Zeitpunkt der Verfahren ausdrücklich entgegenreten**“, so der Wortlaut der Aussage, die dem Medienboten vorliegt. Das Kartellamt bekräftigt damit seine **Kritik** an dem Vorhaben, in dessen Rahmen auch bislang frei empfangbare Satellitenprogramme verschlüsselt werden sollen. Kartellamtspräsident **Ulf Böge** hatte bereits Anfang August seine kritische Haltung verlautbart. Die Behörde habe den Verdacht, dass die beiden führenden deutschen Privatfernsehkonzerne **RTL** und **Pro Sieben SAT.1 Media**, anders als von den Unternehmen dargestellt, bei der **Grundverschlüsselung** ihrer Satellitensignale und der geplanten Einführung einer **Zugangsgebühr** eng zusammenarbeiteten. „Wir vermuten, dass es sich dabei um ein **kartellrechtlich unzulässiges gemein-**

**sames Projekt** der beiden großen Sendergruppen zusammen mit Astra handelt“, sagte Böge der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“. Das Kartellamt führt derzeit **zwei Prüfverfahren** in Sachen entavio durch. Eines richtet sich vor allem gegen **RTL** und **Pro Sieben SAT.1** wegen des Verdachts einer **Kartellabsprache** durch die **koordinierte Einführung** einer **Grundverschlüsselung** über SES Astra als gemeinsamen Vertragspartner. Das andere richtet sich gegen **SES Astra** wegen des **Verdachts des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung** beim Aufstellen und Durchsetzen der **technischen Spezifikationen** für **entavio-Decoder**. Die Verfahren sind noch nicht abgeschlossen. SES-Astra-Sprecher **Markus Payer** wollte sich zum Stand des Verfahrens nicht äußern. „Die ist ein **laufendes Verfahren**, dessen Verlauf und Inhalt wir nicht kommentieren können“, sagte Payer dem Medienboten. „Das Kartellamt setzt seine Ermittlungen fort. Wir arbeiten selbstverständlich intensiv daran, die Anfragen und Informationswünsche zu erfüllen und unser Konzept zu erklären.“ Als **erste Kunden** haben sich **RTL** und **MTV Networks** für den Beitritt zur entavio-Plattform entschieden. **Pro Sieben SAT.1** will nach eigenen Angaben vor einer endgültigen Entscheidung den Ausgang des kartellrechtlichen Prüfverfahrens abwarten. Für den Zugang sollen Satellitenhaushalte eine Monatsgebühr von bis zu 3,50 Euro zahlen; hinzu

kommt eine einmalige Freischaltgebühr für die Smartcard von 10 bis 15 Euro. Der Preis der zum Empfang notwendigen Set-Top-Boxen, die unter anderem das von SES Astra gewählte **Nagravision** als Verschlüs-

selungssystem an Bord haben, richtet sich nach deren Funktionsumfang; Einstiegsgeräte sollen für unter 100 Euro erhältlich sein. Infos: [www.entavio.com](http://www.entavio.com)

## Fernsehen

### ■ 1-2-PLAY.TV: Webseite enthüllt Details

Der interaktive Spielekanal **1-2-play.tv**, der am **3. Oktober** den **Sendebetrieb** aufnehmen will, hat unter der Adresse [www.1-2-play.tv](http://www.1-2-play.tv) eine **Webseite** eingerichtet, auf der sich weitere **Details** zu der TV-Station und dem geplanten Programmangebot befinden. Geplant sind demnach **Quizrunden**, an denen die Zuschauer teilnehmen können - ausgeschlossen sind Minderjährige. Ein **Moderator** führt durch die Sendungen und erklärt die Teilnahmemöglichkeiten; die Gewinner erhalten Geldpreise. Die **Fragen** stammen aus **sieben Wissensgebieten**: „Die Hohe Schule“, „Klatsch & Tratsch“, „Sport“, „Movie & Music“, „Kultur & Literatur“, „Allerlei“ und „TV & Radio“. Die **Teilnahme** erfolgt über **kostenpflichtige Rufnummern** per **Festnetztelefon** oder **Mobiltelefon**. Im Internet können sich die Mitspieler registrieren lassen und Höchstpunktestände („Rankings“) abrufen. Das Programm wird über **Astra** (19,2° Ost) zu empfangen sein. Eingesetzt wird ein unverschlüsselter Sendepfad im **Digitalpaket** von **APS Astra Platform Services** auf der Frequenz 12,460 GHz

H (SR 27.500, FEC 3/4). Seit Anfang September laufen Testausstrahlungen. Außerdem ist eine **digitale Einspeisung** ins **Kabelnetz** von **Kabel Deutschland** vorgesehen. Der Sendebetrieb wird am 3. Oktober um 21.00 Uhr aufgenommen. Der erste Sendetag endet um Mitternacht. Ab 7. Oktober startet der Sendetag um 18.00 Uhr und ab 13. Oktober regulär um 15.00 Uhr. Sendeschluss ist jeweils um 01.00 Uhr. Betrieben wird die TV-Station von der **1-2-play GmbH** mit Sitz in Unterföhring bei München. Geschäftsführer und Ideengeber ist **Andreas Büchelhofer**, verantwortlich für die Produktion sowie das Marketing und die Kommunikation. Büchelhofer ist auch Geschäftsführer des Versteigerungskanal **1-2-3.tv**. Zweiter Geschäftsführer ist **Peter Kuhl**, der den Bereichen Rechnungswesen und Controlling vorsteht. Das Unternehmen beschäftigt zurzeit rund zehn fest angestellte und acht freie Mitarbeiter. Die Mitarbeiterzahl soll schrittweise auf rund 20 Angestellte ausgebaut werden.

### ■ BUNDESLIGA: Grid-TV will IPTV-Angebot ausbauen

Der IPTV-Dienstleister **Grid-TV** - ehemals ArtVoice - will weiteren **Bundesliga-Vereinen** die Möglichkeit bieten, ihre Begegnungen nach dem Schlusspfiff in voller Länge via **Internet** auszustrahlen. „Wir sind im Gespräch mit fast allen Vereinen der ersten und auch der zweiten Bundesliga“, sagte **Ingo Wolf**, Gründer und Inhaber von Grid-TV, in München. „Die Vereine möchten dabei nicht nur die **Spiele** zeigen, sondern auch mit vielen zusätzlichen **Hintergrundinformationen** an den Fan herantreten.“ Den Anfang machte die Übertragung

der Partie des Hamburger SV gegen den SV Werder Bremen am Samstag in der „**HSV Players Lounge**“ unter [www.hsv.de](http://www.hsv.de). Grid-TV war als technischer Dienstleister für die Verbreitung des IPTV-Angebots des HSV verantwortlich. Jede Bundesliga-Mannschaft kann nach Spielende ihre eigenen Spiele in voller Länge auf der Vereins-Webseite zeigen. Von dem Recht machen immer mehr Topclubs Gebrauch, darunter auch der **FC Bayern München**, der zu diesem Zweck das IPTV-Portal [www.fcb.tv](http://www.fcb.tv) eingerichtet hat.

---

## Kabel, Satellit, DVB-T, IPTV

---

### ■ HISTORY CHANNEL: Beitritt zum KabelKiosk

Der Pay-TV-Kanal **The History Channel** baut seine Verbreitung aus: Das Programm ist ab **Mitte Oktober** im **KabelKiosk**, der Programm- und Service-Plattform des Satellitenbetreibers **Eutelsat**, zu empfangen. Das teilte der Sender in München mit. Mit dem Beitritt zum KabelKiosk erhalten unabhängige Kabelnetzbetreiber in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Luxemburg, Liechtenstein und Südtirol die Möglichkeit, den History Channel in ihre digitalen Programmbouquets aufzunehmen. Der Sender, der als **Joint Venture** von **NBC Universal Global Networks Deutschland** und **AETN International** betrieben wird, zeigt rund um die Uhr geschichtliche Dokumentationen. Weltweit erreicht der History Channel über 200 Millionen TV-Haushalte in 120 Ländern und 30 Sprachen. „Der History Channel verbreitet, den vielschichtigen Bedürfnissen seiner Zuschauer folgend, seine **Inhalte** weltweit **auf allen zur Verfügung stehenden digitalen Plattformen**. So ist

es nur konsequent, wenn wir die Möglichkeit zur Zusammenarbeit mit dem **KabelKiosk** nutzen, um unser Angebot einem noch **größeren Publikum** zugänglich zu machen“, sagte History-Channel-Geschäftsführer **Andreas Weinek**. **Martina Rutenbeck**, Geschäftsführerin von **Eutelsat visAvision**, erklärte: „Der History Channel ist selbst schon ein Stück moderne TV-Geschichte und eine hochinteressante Bereicherung für unseren KabelKiosk. Derzeit arbeiten wir intensiv am weiteren **Ausbau** unseres **Unterhaltungsangebots**, um neue Abonnenten von der besonderen Attraktivität des **digitalen Kabelfernsehens** zu überzeugen und so unsere Partner intensiv bei der Digitalisierung zu unterstützen.“ Der KabelKiosk kooperiert mit mehr als **140 Kabelnetzbetreibern**. Zu Angebot gehören neben dem **Fußball-Bundesliga-Programm** von **Arena** über 50 deutsche und internationale Fernsehsender. Infos: [www.kabelkiosk.de](http://www.kabelkiosk.de)

### ■ KABEL BW: Entertainment Channel im Kabelnetz

Der Unterhaltungs- und Lifestyle-Kanal **Entertainment Channel** ist ab sofort im **Kabelnetz** von **Kabel BW** in Baden-Württemberg zu empfangen. Gesendet wird als **digitales Free-TV-Angebot** in den Regionen, in denen Kabelnetz aufgerüstet ist, wie die TV-Station in Berlin mitteilte. Die Zahl der erreichbaren Haushalte steigt damit um 1,6 Millionen auf insgesamt **8,7 Millionen Haushalte** im deutschsprachigen Raum. „Entertainment Channel durchdringt mit der kontinuierlichen Reichweitenerhöhung den deutschen Markt systematisch und mit hoher Geschwindigkeit“, sagte **Bertram Schwarz**, Geschäftsführer des Dienstleisters **DMSS**, der den Sender vermarktet. „Entertainment Channel erhöht damit als **Vorreiter** des **digitalen Zielgruppenfernsehens** in Deutschland die Chancen dieser neuen Fernsehgattung entscheidend.“ Die TV-Station, an der die **Entertainment Factory** mit Sitz in Zürich die Mehrheit hält, war bislang lediglich digital über **Astra** (19,2°

Ost) zu empfangen. Im Laufe des Jahres sollen **weitere technische Plattformen** hinzukommen. Dazu gehören die schrittweise Einspeisung in die digitalen **Kabelnetze** sowie die Ausstrahlung über **IPTV**. Im **Herbst** startet zudem eine groß angelegte **Programmoffensive**, die demnächst vorgestellt werden soll. Im Mittelpunkt des 24-Stunden-Programms stehen Lifestyle, Mode, Unterhaltung, Film und Musik. Neben dem Fernsehprogramm ergänzt eine Palette multimedialer **interaktiver Zusatzdienste** das Angebot des Senders, der im November 2005 gestartet war. Zu den Gesellschaftern gehören neben der börsennotierten **Entertainment Factory** (51 Prozent) unter anderem der kanadische Medienkonzern **Chum International**, dessen Unterhaltungskanal **Star! TV** der Sender als Vorbild hat, sowie **VCL Film und Medien** und **MME Me Myself & Eye Movement**. Infos: [www.entertainment-channel.de](http://www.entertainment-channel.de)

## ■ KDG: Engere Kooperation mit Premiere

Kabel Deutschland (KDG) will den Pay-TV-Veranstalter **Premiere** enger an sich binden. Um künftig bei der **Vermarktung** zu kooperieren, befinden sich der größte deutsche Kabelnetzbetreiber und der Münchner Bezahlsender in intensiven Gesprächen. „Der Sender ist attraktiv, da Premiere über **3,5 Millionen Endkundenbeziehungen** verfügt“, sagte **Christof Wahl**, Sprecher der KDG-Geschäftsführung, der Tageszeitung „Die Welt“. Vorstellbar sei, dass **Premiere** seinen Kunden **KDG-Produkte** anbiete. Weil die Zahl der Kabelanschlüsse seit Jahren stagniert, versucht Wahl, das Unternehmen neu auszurichten. Zusätzliche Geschäftsfelder sollen die KDG erstmalig in die **Gewinnzone** bringen. „Ich hoffe, dass wir **Anfang 2008** die Nulllinie

durchstoßen werden.“ Im vergangenen Jahr belief sich der Verlust auf 76,8 Millionen Euro. Große Hoffnungen setzt Wahl auf **Triple-Play-Angebote**, mit denen die Kunden Fernsehen, Internet und Telefonie aus einer Hand beziehen können. Bislang hätten **110.000 Kunden** ein solches Paket gebucht. Doch auch Telekommunikationsgesellschaften kommen mit Triple-Play-Angeboten auf den Markt und machen den Kabelnetzbetreibern damit Konkurrenz. Deshalb fordert der KDG-Chef, **Kabelgesellschaften** und **Telekomkonzerne** künftig auch vor dem Gesetz gleich zu behandeln, um **Wettbewerbsnachteile** zu vermeiden: „Das **Regulierungsrecht** muss reformiert werden.“

## ■ ARCOR: IPTV-Paket in Vorbereitung

Die Telefongesellschaft **Arcor** will in den **TV-Markt** einsteigen und damit den von ihr angebotenen Festnetzanschluss und Internetzugang zu einem **Triple-Play-Angebot** vervollständigen. Arcor entwickle zurzeit eine **Plattform** für Internetfernsehen (**IPTV**), die über die DSL-Leitung ins Wohnzimmer des Kunden komme, sagte Vorstandschef **Harald Stöber** der „Financial Times Deutschland“. Erste **Details** würden voraussichtlich auf der Computermesse **CeBIT** im **Frühjahr 2007** vorgestellt. „Wir arbeiten im Moment mit Hochdruck daran, das Ding zum Fliegen zu bringen“, erklärte Stöber. Obwohl die **Deutsche Telekom** und die Telecom-Italia-Tochter **HanseNet** bereits IPTV-Dienste gestartet haben, sieht sich der Arcor-Chef nicht unter Zeitdruck. „Im Moment besteht keine Notwendigkeit, das Produkt

überstürzt einzuführen. Wir kommunizieren es erst, wenn es einwandfrei funktioniert, ansonsten macht man sich lächerlich.“ Als nächster Schritt sollen neue **Vertriebspartner** für die **Vermarktung** von **DSL-Anschlüssen** gewonnen werden. „Wir reden mit verschiedenen Partnern“, sagte Stöber. Seinen Angaben zufolge spricht die deutsche Tochter des Mobilfunkkonzerns **Vodafone** unter anderem mit dem Computerhersteller **Medion**. Dessen so genannte **Aldi-PCs** könnten künftig im Paket mit DSL-Anschlüssen von Arcor verkauft werden. „Die Gespräche laufen noch“, erklärte Stöber. Denkbar sei auch, dass **Arcor** in Zukunft seine Produkte als **Großhändler** an interessierte Dritte weiterverkaufe.

## ■ ASTRA: Beteiligung an Satellitenprojekt in Vietnam

Der Satellitenbetreiber **SES Astra** beteiligt sich an Vietnams erstem öffentlichen Satellitenprojekt **Vinasat-1**. Die Tochterfirma **SES Astra TechCom** sei als **Partner** ausgewählt worden, teilte das Unternehmen im luxemburgischen Betzdorf mit. Das Projekt wird von der Vietnamesischen Post- und Telekommunikationsbehörde **VNPT** geleitet und mit dem Hauptpartner **Lockheed Martin Commercial Space Systems** (LMCSS)

umgesetzt. LMCSS hat SES Astra TechCom sowohl mit einem Zuliefervertrag über zwei **Satellitenantennen** als auch mit der **Ausbildung** des vietnamesischen **Satellitenkontrollpersonals** beauftragt. Der **Start** von Vinasat-1 ist für das **zweite Quartal 2008** geplant. Der Satellit soll für Telekommunikationszwecke eingesetzt werden. SES Astra TechCom wird mit dem Subunternehmer **HITEC Luxembourg** zusammenarbeiten, um

die zwei Antennen für den neuen Satelliten nach Hanoi und in die Provinz Binh Duong zu liefern. Das Antennenprojekt soll bis Ende September 2007 abgeschlossen sein. Als zweiter Schritt sollen **Schulungen** für zukünftige **Satellitentechniker und -ingenieure** angeboten werden. Diese Schulungen werden in **Hanoi** und

**Luxemburg** stattfinden und sechs bis zwölf Monate dauern. Sie werden von der luxemburgischen **Coopération au Développement** mitfinanziert. Außerdem enthält das Abkommen Optionen auf eine weitere Mitwirkung an dem vietnamesischen Satellitenprojekt.

## ■ LMI: Asia Broadcast Satellite übernimmt LMI-1

**Asia Broadcast Satellite (ABS)**, ein neu gegründeter Satellitenbetreiber, hat **Lockheed Martin Space Communications Ventures (LMSCV)** und **Lockheed Martin Intersputnik (LMI)** von dem US-Raumfahrtkonzern **Lockheed Martin Global Telecommunications** übernommen. Das teilte das Unternehmen in Hongkong mit. LMSCV besitzt und betreibt den Satelliten **LMI-1** (75° Ost), während LMI das exklusive Recht hält, die verfügbare Kapazität zu vermarkten. Der von Lockheed Martin hergestellte Satellit erreicht mehr als **vier Milliarden Menschen** auf vier Kontinenten in **Europa, A-**

**sien, dem Mittleren Osten, Afrika und Australien.** Im Zuge der Transaktion wurden LMSCV und LMI in **Asia Broadcast Satellite Holdings** beziehungsweise **Asia Broadcast Satellite Limited** umbenannt. Die neue Bezeichnung von LMI-1 lautet **ABS-1**. Der Satellit hat 28 C-Band- und 16 Ku-Band-Transponder an Bord, die für Telekommunikationsdienste, Internet-Verbindungen und Fernsehprogramme eingesetzt werden. An ABS mit Sitz in Hongkong hält der Finanzinvestor **Citigroup Venture Capital International** die Mehrheit. Infos: [www.absatellite.net](http://www.absatellite.net)

## Fusionen & Allianzen

### ■ PRO SIEBEN SAT.1: TF1 dementiert Kaufvorhaben

Der französische Privatsender **TF1** hat Meldungen widersprochen, wonach er gemeinsam mit der Beteiligungsgesellschaft **Apax** und der Investmentbank **Goldman Sachs** kurz vor dem **Kauf** der TV-Gruppe **Pro Sieben SAT.1 Media** stehe. Das Nachrichtenmagazin „Focus“ hatte berichtet, TF1 habe sich dem Bieterduo angeschlossen. Die **Darstellung** sei **falsch**, sagte eine TF1-Sprecherin der „Financial Times Deutschland“, ohne weitere Angaben zu machen. Apax und Goldman Sachs lehnten eine Stellungnahme ab. Auch Pro Sieben SAT.1 wollte sich nicht äußern. Ein Verkauf von Pro Sieben SAT.1 an die Bietergruppe um Apax und Goldman stehe nicht bevor, berichtet die Wirtschafts-

zeitung unter Berufung auf Finanzkreise. „Die Verhandlungen sind aufgrund **unterschiedlicher Preisvorstellungen** derzeit eingefroren“, sagte eine mit den Verhandlungen vertraute Person. Die in dem Bericht genannte Zusammenarbeit von TF1, Goldman und Apax gebe es nicht. „**Goldman und Apax sind nie gemeinsam mit TF1 aufgetreten**“, erklärte die Person. Mehrheitsgesellschafter **Haim Saban** hatte Pro Sieben SAT.1 ursprünglich an den **Axel Springer Verlag** verkaufen wollen. Anfang des Jahres war die Transaktion am Widerstand des **Bundeskartellamts** und der Medienaufsicht **KEK** gescheitert.

Werbung

**NDS** MediaHighway digital TV middleware solutions

Infos: [www.nds.com/mediahighway](http://www.nds.com/mediahighway)

---

## Produktionen & Projekte

### ■ SCHWEIZ: 3sat geht gegen 3+ vor

Der öffentlich-rechtliche Fernsehsender **3sat** hat beim **Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum** eine **Widerspruchsschrift** gegen den **Namen** des neuen Schweizer Privatsenders **3+** eingereicht. „Die Marken 3sat und 3+ sind verwechselbar ähnlich“, zitiert die Zeitung „Sonntagsblick“ die Begründung des Zürcher Patentanwaltsbüros **Schaad, Balaas, Menzl & Partner**. Die Juristen würden argumentieren, dass insbesondere die **Zahl „3“** **problematisch** sei, weil sie bei beiden Namen am Anfang stehe. „Nach **TV 3** sind wir schon der zweite Sender mit einer Drei im Namen. Das ist 3sat offenbar nicht aufgefallen“, sagte **Dominik Kaiser**, Gründer und Geschäftsführer von 3+, dem Blatt.

Mit 3sat stört sich bereits der zweite Fernsehsender an der Bezeichnung 3+: Das **SF Schweizer Fernsehen** hatte zuvor beim **Handelsgericht** des **Kantons Zürich** eine **Klageschrift** gegen 3+ eingereicht. Weil sich der neue Konkurrent in seiner Werbung als „**junges Schweizer Fernsehen**“ bezeichnet, befürchtet die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt eine **Verwechslungsgefahr** mit dem eigenen Sender. SF will auf juristischem Wege erreichen, dass künftig auf den Begriff „Schweizer Fernsehen“ in Großbuchstaben verzichtet wird. Diese **Schreibweise** habe SF als Marke eingetragen.

---

## Interaktive Dienste

### ■ T-COM: Quova schützt Video-on-Demand

Die **Deutsche Telekom** setzt das **GeoPoint-Verfahren** des US-Technologieanbieters **Quova** ein, um den **Zugriff** auf den **Video-on-Demand-Dienst** von **T-Online** im Internet auf **autorisierte Nutzerkreise** zu beschränken. Die Festnetzsparte **T-Com** hat Quova als Partner gewählt, wie das Unternehmen in Mountain View in Kalifornien mitteilte. T-Com verwendet das auf der **IP-Adresse** des Internetnutzers basierende **Erkennungssystem**, um die **Einhaltung** von **Gebietsrechten** sicherzustellen und Internet-Übertragungen von Sport, Musik, Live-Veranstaltungen und Filmen ortsgebunden anzubieten. „Der T-Online-Video-on-Demand-Service bedarf der bestmöglichen **Internet-Geolokalisierung**, sowohl für die Einhaltung von Gebietsrechten bei Medienübertragungen als auch für die ortsabhängigen Inhalte unserer Internetübertragungen, und Quova war eindeutig die beste Wahl für unsere Bedürfnisse“,

sagte **Marc Schröder**, Leiter der IPTV-Sparte von T-Com. „Quovas exzellente Reputation in Europa und die überzeugenden Erfolge, auf die das Unternehmen zurückblicken kann, werden uns helfen die **Vertriebsrechte** von Inhabern **digitaler Film- und Musikrechte** weltweit zu sichern.“ **Gary Jackson**, Chief Operating Officer von Quova, erklärte: „Als einer der in Europa führenden Internetdiensteanbieter sieht T-Online die großen Möglichkeiten, die **IP-Intelligenz** bietet Gebietsrechte abzusichern, und wir sind sehr erfreut, dass Quova als Zulieferer der nötigen Daten gewählt wurde. Die Marke Quova hat sich auf dem europäischen **Digitalmarkt** sehr schnell durchsetzen können und wir erwarten, dass dies große **Wachstumsmöglichkeiten** für unser Unternehmen bereithält, da der Markt weiterhin rasant expandiert.“ Infos: [www.quova.com](http://www.quova.com)

---

## Zahlen & Fakten

---

### ■ TELE 5: Zuschauerrekord am Geburtstag

Der Privatsender **Tele 5** erreichte am **22. September**, dem ersten Geburtstag nach dem Neustart als Spielfilmkanal, eine **Rekordeinschaltquote**. In der Spitze verfolgten **1,1 Millionen** Zuschauer den Spielfilm „**Dirty Dancing**“, wie Tele 5 in München mitteilte. Dies sei der Rekordwert seit Senderbestehen. Der **Marktanteil** in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen lag bei **3,3 Prozent**. Beim Gesamtpublikum wurden 2,0 Prozent erreicht. Tele 5 hatte seinen Zuschauern anlässlich des einjährigen Bestehens im Rahmen einer Telefon-Aktion drei Spielfilme zur Wahl gestellt. „Dirty Dancing“ setzt sich dabei gegen „Rio Bravo“ und „The Game“ durch.

„Mit dem **Wunsch kino** wollten wir den Zuschauern ein Geschenk machen und nun haben sie uns beschenkt“, sagte Geschäftsführer **Ludwig Bauer**. „Wir bedanken uns bei den ‚Dirty Dancing‘-Fans und haben auch ein Trostpflaster für die anderen: ‚Rio Bravo‘ und ‚The Game‘ werden außerplanmäßig extra für sie ins Programm genommen.“ Die beiden Streifen laufen am 29. und 30. Oktober jeweils um 20.15 Uhr. Vor der Umwandlung in einen Spielfilmkanal betrug der durchschnittliche **Marktanteil** 0,3 Prozent. Mittlerweile werden 0,7 Prozent erreicht. Bis **Jahresende** will Tele 5 die **Ein-Prozent-Marke** durchbrechen.

---

## Medienpolitik

---

### ■ ÖSTERREICH: UPC kritisiert Kabelförderung

**UPC**, die größte Kabelgesellschaft Österreichs, ist mit den geplanten **Fördermitteln** zur beschleunigten **Marktdurchdringung** des **digitalen Fernsehens** im **Kabelnetz** nicht zufrieden. „Die **Beträge passen nicht zusammen**“, sagte UPC-Sprecher **Gustav Soucek** der Tageszeitung „Der Standard“. Die vorgesehenen Fördergelder in Höhe von **vier Millionen Euro** für digitale Kabelreceiver seien **bescheiden** im Vergleich zu den Mitteln, die für das digitale Antennenfernsehen (**DVB-T**) bereitgestellt werden, weil **40 Prozent** der Haushalte übers **Kabelnetz**, aber nur **zehn Prozent** analog via **Antenne** fernsehen. Kritik übte Soucek auch an der Vorgabe, dass sich die **Set-Top-Boxen** für den Empfang interaktiver Multimedia-Angebote im **MHP-Verfahren** eignen müssten, um von den Fördergeldern zu profitieren. Die Vorgabe sei „**nicht nachvollziehbar**“. Schließlich sei dies „die **teuerste Variante**.“ Der **Fachverband Telekom-Rundfunk** und die Rundfunk- und Telekom-Regulierungsbehörde **RTR** hatten sich in der vergangenen Woche darauf geeinigt, aus dem **Digitali-**

**sierungsfonds**, mit dem Österreich die Entwicklung des digitalen Fernsehens vorantreiben will, vier Millionen Euro für die Kabelnetze bereitzustellen. Die Käufer von **Kabelreceivern** sollen einen **Gutschein** in Höhe von **60 Euro** erhalten, wenn die Geräte die Fördervoraussetzungen - darunter MHP-Tauglichkeit - erfüllen. Insgesamt können rund **67.000 Geräte** gefördert werden. Die Ausgabe der geförderten Boxen ist für den Zeitraum vom 1. April bis 31. Juli 2007 geplant. Die Förderung für **DVB-T-Receiver** läuft bereits mit der Markteinführung des terrestrischen Digitalfernsehens am 26. Oktober an. Die ersten **100.000 Käufer** von DVB-T-Boxen, die sich - wie die Kabelreceiver - unter anderem für MHP eignen müssen, erhalten einen **Gutschein** in Höhe von **40 Euro**. Für den Bonus qualifiziert sind Privathaushalte in den DVB-T-Empfangsgebieten, die bei der österreichischen Einzugszentrale für Rundfunkgebühren, dem Gebühren Info Service, gemeldet und nicht von der Gebührenpflicht befreit sind.

---

## Veranstaltungen

### ■ IFA: Termin bleibt wie gewohnt

Der **Termin** für die **Internationale Funkausstellung (IFA)** bleibt im **gewohnten Zeitfenster Ende August/Anfang September**. Damit reagieren die Veranstalter der Unterhaltungselektronikmesse auf Spekulationen über eine Terminverlegung. „Für eine **zeitliche Verlegung** der IFA gibt es **keinen Grund**“, erklärte **Rainer Hecker**, Aufsichtsratsvorsitzender der **Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu)**, die die IFA in Berlin veranstaltet. „Die IFA hält an den **bewährten Eckpfeilern** ihrer einzigartigen Konzeption fest: Sie ist die größte Publikumsmesse für Consumer Electronics und zugleich auch die bedeutendste Ordermesse für den Handel. Die spannenden Innovationen, die auf der IFA 2006 präsentiert

wurden, werden dem qualifizierten Handel zum Start des **Weihnachtsgeschäfts** zusätzliche **Impulse** verleihen und so als Konjunkturprogramm für die gesamte Branche wirken. Bekanntlich haben wir jedes Jahr im **Herbst Verkaufssaison**. Die IFA findet nach wie vor zu einem für das Ordergeschehen perfekten **Zeitpunkt** statt, an dem wir **festhalten**.“ Das Nachrichtenmagazin „**Focus**“ hatte berichtet, die IFA werde ab **2008** im **Mai** stattfinden und damit in unmittelbarer **Nähe** zur konkurrierenden **CeBIT**, die jährlich im März durchgeführt wird. Auf der diesjährigen IFA zeigten 1.049 Aussteller aus 32 Ländern den rund 225.000 Besuchern ihre Neuheiten aus dem Consumer Electronics Markt.

---

## Personalie

### ■ N-TV: Christiane Sahl wechselt zu EuroNews

**Christiane Sahl** wird **stellvertretende Leiterin** der **Nachrichtenredaktion** des paneuropäischen Nachrichtenkanals **EuroNews**. Das teilte der Sender im französischen Lyon mit. Die 1955 in Augsburg geborene Journalistin arbeitete seit 1994 für den Nachrichtenkanal **n-tv**. Sie kam als Redakteurin und Auslandskorrespondentin (Europa, USA, Thailand, Japan) sowie

als Produktionsleiterin eines Wochenmagazins über Amerika für den Berliner Sender zum Einsatz. Als Leiterin des n-tv-Büros in Atlanta hat Sahl über die Präsidentschaftswahlen in den USA im Jahr 2000 und über den Anschlag vom 11. September 2001 in New York berichtet. Außerdem war sie mitverantwortlich für die inhaltliche Nachrichtengestaltung bei n-tv.

---

## Sat-News

### ■ ATLANTIC BIRD: DVB-T-Zuführung für Frankreich

Auf dem Eutelsat-Satelliten **Atlantic Bird 3 (5° West)** sind weitere **französische Fernsehprogramme** angeschaltet worden, die auf diese Weise den **Sendeanlagen** zugeführt werden, die der Verbreitung des terrestrischen Digitalfernsehens (**DVB-T**) in Frankreich dienen. Dabei handelt es sich um **TF1, France 2, France**

**3, France 4, France 5, M6, ARTE, Direct 8, W9, TMC, NRJ12, LCP, BFM, i>télé, Europe 2 TV** und **Gulli**. Eingesetzt wird die Frequenz 11,555 GHz V (SR 30.000, FEC 7/8). Es handelt sich noch um **Testausstrahlungen**; die Signale sind zeitweise in **Viaccess** verschlüsselt. Auf der Frequenz 11,591 GHz V (SR

20.000, FEC 2/3) befindet sich bereits ein **DVB-T-Multiplex**. Enthalten sind die öffentlich-rechtlichen Fern-

sehsender **France 2, France 3, France 4, France 5, ARTE** und **LCP**. Die Signale sind unverschlüsselt.

## Tagebuch

### ■ BVZM: Bitte recht freundlich wackeln

Heute beginnt die **Photokina** in Köln und wir hören im Vorfeld, dass sich seit einigen Jahren **jährlich** rund **sieben Millionen Deutsche** eine **Digitalkamera** zulegen. Ohne komplizierten Dreisatz lässt sich schnell errechnen, dass sich - ähnlich wie im Handymarkt - bald in jeder deutschen Foto-Amateur-Hand ein digitaler Fotoapparat befinden wird. Ein **gesättigter Markt** also? Nein, denn jetzt kommen die **Booster**, die **Raffinesse** und das **Tuning** der Apparate. Alles, was der Laien-Fotograf nicht kann, alle seine **Schwächen**, wie seine Unfähigkeit, gutes Licht zu suchen, gleicht die neue Generation der Digitalkameras aus. Milliarden von **Amateur-Fotos** sind in den vergangenen Generationen trotz wunderbarer Motive, eines hinreißenden Sonnenuntergangs und einer perfekten Blende total versaut worden und einmalige Momente unwiederholbar verpatzt worden, weil der Hobby-Fotograf **verwackelte**, seine Hände jenen unkreativen Sekundenanfall von

Tremenz bekamen, der aus jedem göttlichen Fotomoment miserablen Bild-Mist macht. Dieses Nano-Zittern hilft der auch bereits schwächelnden Digitalkamera-Branche aus dem Loch. Denn wenn nur jeder zweite Hobby-Fotograf beim nächsten **Kamerakauf** grübelnd sich selbst kritisch in die Mangel nimmt und nicht ausschließen kann, dass auch er zu den „**Wacklern**“ und „**Zitterern**“ beim Fotografieren gehört, ist wieder eine digitale Kamera verkauft - mit **eingebautem Verwacklungsschutz**. Diese Wackel-Software wird wieder ein paar Monate oder sogar Jahre dafür sorgen, dass weiter Digitalkameras verkauft werden. Schon der Erfinder des Mikado-Spiels hat auf diese **Volkskrankheit** gesetzt. Wer wackelt, fliegt raus. Jetzt heißt es: ordentlich wackeln beim Fotografieren.

*Bernt von zur Mühlen arbeitet als Medienberater und Publizist in Luxemburg. E-Mail: [bvzm@bvzm.net](mailto:bvzm@bvzm.net)*

**Impressum:** Der Medienbote erscheint von Montag bis Freitag 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 960,00 Euro (Sechs-Monats-Abo 520,00 Euro, Drei-Monats-Abo 270,00 Euro). Auf jedes weitere Abonnement innerhalb eines Unternehmens gewähren wir 50% Rabatt. Alle Preise verstehen sich zzgl. 16% Umsatzsteuer. Zugang zu unseren Artikeln erhalten Sie auch über die Datenbank von Genios ([www.genios.de](http://www.genios.de)). Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel können Sie über den Presse-Monitor ([www.presse-monitor.de](http://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](http://www.satellifax.com)) entworfen und wird mit freundlicher Genehmigung verwendet. Kontakt: Medienbote Verlag, Herrenstr. 20, 90599 Diethenhofen, Tel. +49 (0)9824 928822, Fax +49 (0)9824 928844, E-Mail [redaktion@medienbote.de](mailto:redaktion@medienbote.de), Internet [www.medienbote.de](http://www.medienbote.de), ISSN 1614-7383