

# Presse Mitteilung

## Navigation

- [Themen](#)
- [Neue Meldungen](#)
- [Termine](#)
- [RSS Nachrichten](#)

## Syndicate

[XML](#)[Home](#)

## Der schlafende Riese: Multimedia-Contentmarkt in Deutschland - IPTV als Antriebsmotor für Bezahldienste

5 May, 2006 - 09:53 ([neuenachricht](#)). [Technik](#)

Düsseldorf/München - Deutschland zählt zwar zu den größten Medienmärkten weltweit. Doch ein guter Teil des Wachstumspotenzials ist nach Analysen der Unternehmensberatung <http://www.mckinsey.de> nicht angetastet - der Riese ist noch nicht wach geworden. Das zeigt beispielsweise der internationale Vergleich der Ausgaben privater Haushalte für das Fernsehen im britischen Medienmarkt: Wenn es in Deutschland gelänge, in eine ähnliche Größenordnung von Medienausgaben pro Haushalt vorzudringen wie in Großbritannien, würden die fernsehbezogenen Ausgaben um rund 50 Prozent steigen - von derzeit fast 16 Milliarden auf über 23 Milliarden Euro. In den meisten westeuropäischen Ländern sind bereits TV-Angebote über das Internet (IPTV) eingeführt worden, um Multimedia-Content besser zu vermarkten.

Die Franzosen, Italiener und Spanier liegen laut einer Studie von Accenture in Westeuropa bei IPTV an der Spitze. Kostengünstige und attraktive Angebote wie von Neuf und France Télécom haben dafür gesorgt, dass derzeit knapp die Hälfte der westeuropäischen IPTV-Nutzer aus Frankreich stammt. "Ein gutes Beispiel für einen IPTV-Dienst in Frankreich ist das Angebot von Free: Für 29,99 Euro im Monat erhalten die Kunden rund 70 Fernsehkanäle, einen DSL- Zugang mit einer Datenrate von 20 Mbit pro Sekunde und obendrauf die Möglichkeit zur kostenfreien Telefonie", berichtet der Fachdienst Medienbote <http://www.medienbote.de>. In den USA liege die IPTV-Durchdringung inzwischen bei 20 bis 30 Prozent der Haushalte. "Die Telekomgesellschaften versuchen, IPTV-Angebote gegenüber den Triple-Play-Diensten der Kabelnetzbetreiber zu positionieren. Sie hinken allerdings der Entwicklung derzeit noch hinterher. Für Europa sieht das britische Marktforschungsunternehmen Screen Digest für 2009 einen Anteil des IPTV von 10 Prozent am gesamten Pay-TV-Markt", berichtet der Medienbote. Aber auch der deutsche Markt wird aktiver: TV und IPTV sollen in Deutschland praxisnah zusammengeführt werden. Eine entsprechende Lösung für die Redaktions- und Programmplanung entwickelten die Unternehmen Grid-TV <http://www.grid-tv.de> und NorCom <http://www.norcom.de>. Dieses Tool erlaubt den traditionellen TV-Sendern und auch den neuen IPTV-Betreibern, komplette Sendungen und Beiträge automatisch zu vertreiben.

[Arch](#)[Mo](#)[5](#)[12](#)[19](#)[26](#)[Such](#)[Bew](#)[Hier](#)[User](#)

- [N](#)
- [P:](#)

[Whc](#)[27 B  
\(Tag\)](#)

### Google-Anzeigen

#### **Public Relations**

Erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
[www.hfn.de](http://www.hfn.de)

#### **Pressemitteilungen**

für nur 7 EUR an über 10.000 Medien versenden. Inkl. Fax-Versand u.v.m.  
[www.release-net.de](http://www.release-net.de)

#### **Fernstudium PR**

Staatlich geprüft. Beginn jederzeit Ihre neue Berufschance.  
[www.fernschule-weber.de](http://www.fernschule-weber.de)

#### **Professioneller IQ-Test**

Teste jetzt deinen IQ und gewinne über 1500 €!  
[www.iqfight.de](http://www.iqfight.de)

#### **Bildjournalist in NRW**

Zuverlässiger Fotograf für Presse, Magazine und ÖA  
[www.janpotente.de](http://www.janpotente.de)

[Auf dieser Site werben](#)

Somit sei es möglich, dass komplette Sendungen oder einzelne Beiträge, beliebig und ohne Mehraufwand über die traditionelle TV-Distribution und auch über IPTV gesendet werden. Beiträge könne man mit multimedialen Content beliebig erweitern und über IP senden. Die HanseNet Telekommunikation GmbH hat jetzt Alcatel mit dem Ausbau ihres Breitbandnetzes für die Einführung von IPTV für die Marke Alice beauftragt. Die 576.000 Alice-Kunden erhalten ein einfaches Komplettprodukt bestehend aus Telefon, Internet, Fernsehen und Video on Demand über einen einzigen Anschluss. "Die Aufrüstung des Netzes bringt den Alice-Kunden neue interessante Dienste und festigt zugleich die Wettbewerbsfähigkeit. Die Infrastruktur eröffnet den Kunden die Welt der integrierten Sprach-, Daten- und Videoanwendungen", so Harry Aichele, VicePresident Sales und Account Management Carrier bei Alcatel <http://www.alcatel.de> in Deutschland. Auch T-Com und T-Online wollen nach Informationen der Zeitschrift w & v massiv ins Internet-Fernsehen einsteigen. Über 100 Sender, Pay-TV-Kanäle und Video-on-Demand-Angebote sollen in Kürze die Wohnzimmer erreichen. Zum Start wird der VDSL-Internet-Anschluss mit 50 MBit/s, eine Telefon- und Internet-Flatrate sowie das komplette TV-Paket mit rund 100 Free- und allen Pay-TV-Sendern knapp 100 Euro pro Monat kosten.

Mit den zunehmenden Erwartungen der Nutzer werden für den Erfolg künftiger Angebote, so sind sich die Fachleute sicher, vor allem das Design der Interfaces, sinnvolle interaktive TV-Funktionen und nutzerfreundliche Content-Billingverfahren den Ausschlag geben. Für die Abrechnung von IPTV-Angeboten und Mobile Content werden nach Ansicht von Omar Khorshed, Vorstandsschef der Düsseldorfer acoreus AG <http://www.acoreus.de>, Business Process Outsourcing-Lösungen zum Tragen kommen: "Klassische und innovative Prepaid- und Postpaid-Zahlsysteme müssen kombiniert werden. Gerade bei 'kleinen Preisen' ist der Aufwand für eine Rechnungsstellung oder die Abwicklung via Kreditkarte sehr hoch und auch sehr teuer. Hier sind Zahlungsverfahren gefragt, die kostengünstig, umfassend und innerhalb verschiedenster Vertrags- und Abrechnungsoptionen abgewickelt werden können. Dies gilt insbesondere bei digitalem Content, der zurzeit vorwiegend über Abo-Modelle oder Einzeltransaktionen abgerechnet wird. Darüber hinaus bestehen weitere Vertrags- und Tarifmodelle, die ein Abrechnungsdienstleister für seine Kunden managen muss. Dazu können beispielsweise Mindestverbräuche, Volumenrabatte und Paketpreise gehören, so Khorshed.

Man sollte ein umfassendes Management schon bei der ersten Kundenregistrierung bieten und unterschiedliche Tarifmodelle berücksichtigen. "Wenn ein Unternehmen beispielsweise an einem bestimmten Tag Sondertarife für das Herunterladen von Musiktiteln anbietet, muss das in der Tarifierung automatisch berücksichtigt und am nächsten Tag wieder angepasst werden. Jeder Content-Anbieter sollte seinen Kunden zudem einen Service für Beschwerden und technische Fragen bereitstellen, allerdings mit entsprechend geschultem Call Center-Personal", weiß Khorshed.

#### Verwandte News:

02.05.06: [WirtschaftsWoche Konferenz Digital Life - Der digitale Markt im Aufbruch](#)

21.06.06: [MSI integriert ATENs IMPI-Firmware in AMD-Server](#)

27.06.05: [Düsseldorfer net mobile AG gibt weitere Details zum Börsengang bekannt](#)

19.06.06: [Optimierte Quality of Services für Breitband-Kunden auf Basis von Breitband-Management-Lösung von Allot](#)



Ex  
ohne