

Die wichtigsten Meldungen

TOP-MELDUNGEN

- **ASTRA:** Interview mit Alexander Oudendijk
- **FRK:** Weitere Konsolidierung im Kabelmarkt
- **PREMIERE:** Kartentausch / VideoGuard könnte folgen
- **RADIO MELODIE:** Aus für Volksmusikwelle
- **KDG:** ARD-Radiopakete im Kabelnetz

KABEL, SATELLIT, DVB-T, IPTV

- **I MUSIC 1:** Kabelverbreitung bei KDG
- **KDG:** Tier.TV im Kabel / Weitere Änderungen
- **KDG:** „Select Kino“ bietet Tagespauschale
- **ASTRA:** DSF verbessert Bildqualität
- **ÖSTERREICH:** Telekom Austria baut aonTV aus

FUSIONEN & ALLIANZEN

- **C MORE:** ProSiebenSat.1 erwägt Verkauf

PRODUKTIONEN & PROJEKTE

- **NLM:** Ulrich Wickert will auf RTL senden

INTERAKTIVE DIENSTE

- **SPIEGEL:** Sport-TV mit „Kicker“
- **MTV:** TV-Inhalte via MSN Video

TAGEBUCH

- **BVZM:** Die Zwergen-Radiowelt von DVB-H

Top-Meldungen

■ ASTRA: Interview mit Alexander Oudendijk

Die beiden größten europäischen Satellitenbetreiber **SES Astra** und **Eutelsat** haben mit **Astra2Connect** und **Tooway** zwei neue Lösungen für Breitbandzugänge eingeführt. Haushalte ohne herkömmliche Breitbandversorgung via DSL oder Kabelnetz, vor allem in ländlichen Regionen, können damit via **Satellit** einen **schnellen Internetanschluss** beziehen. Da die Daten in beiden Richtungen via Satellit laufen, arbeiten die Dienste unabhängig von Telefon- oder Mobilfunknetzen und ermöglichen **Flatrates** wie bei DSL oder Kabelnetz. Mit der Telefon-Option und dem via Satellit verfügbaren breiten TV-Angebot können Direktempfänger damit vollwertige **Triple-Play-Pakete** aus dem Orbit beziehen. Der Medienbote sprach mit **Alexander Oudendijk**, Senior Vice President und Chief Commercial Officer von **SES Astra**, über den **neuen Markt**, dessen **Perspektiven** und **zukünftige Aktivitäten**. So erwägt SES Astra, wie Eutelsat mit KA-SAT, einen eigenen **Ka-Band-Satelliten** für Breitbanddienste einzusetzen.

Medienbote: Was machen Sie bei Ihrem Zwei-Wege-Breitbanddienst anders als Eutelsat und warum?

Oudendijk: SES Astra hat einen ganz anderen Ansatz gewählt. Wir haben beim Konsumenten angefangen und uns vor allem zum Ziel gesetzt, ein leistungsstarkes und kostengünstiges Terminal zu produzieren, das für Endkunden attraktiv ist. Als wir sicher waren, dass ein solches Terminal in großer Stückzahl auf den Markt

gebracht werden kann, haben wir auf vorhandener Satellitenkapazität mit der Einführung des Produkts begonnen. Wir haben die Sache also an der Wurzel, am Markt, gepackt und gehen demnach endkundenorientiert vor. Wir starten nicht erst einen Satelliten und überlegen dann, ob der Markt dafür da ist. Und der bisherige Erfolg gibt uns Recht. Astra2Connect ist seit Marktstart im April 2007 schon in sieben europäischen Ländern verfügbar.

Medienbote: Kommt für Sie das Ka-Band, das Eutelsat bevorzugt, auch in Frage?

Oudendijk: Für uns war es wichtig, erst einmal den Markt zu erschließen. Jetzt, wo wir den Dienst erfolgreich gestartet haben, erwägen wir selbst den Einsatz der Ka-Band-Technologie. Niemand kann bestreiten, dass diese Technologie große Vorteile hat. Sie ermöglicht dem Endkunden höhere Datenraten zu attraktiveren Preisen. Im nächsten Schritt überlegen wir uns nun, von vorhandener Ku-Band-Kapazität auf vorhandene Ka-Band-Kapazität zu gehen und dann über eine eigene Ka-Band-Payload nachzudenken. Derzeit prüfen wir den Einsatz eines eigenen Ka-Band-Satelliten.

Medienbote: Wie setzt sich das bislang für Astra2Connect erzielte Auftragsvolumen von 165 Millionen Euro zusammen?

Oudendijk: Wir vermarkten Astra2Connect über regionale Service-Provider. Die Vereinbarungen mit diesen Unternehmen umfassen den Vertrieb einer bestimmten Menge von Abonnements. So setzt sich das Auftragsvolumen zusammen. Die übliche Laufzeit beträgt dabei drei bis fünf Jahre.

Medienbote: Wie viele Endkundengeräte wurden bislang installiert - und welche mittelfristigen Ziele haben Sie sich gesetzt?

Oudendijk: Zunächst ist wichtig, das Geschäftsmodell zu verstehen. Astra2Connect ist ein B2B-Modell, das wir Vertriebspartnern für die Endkundenvermarktung anbieten. Dabei kaufen und verkaufen wir nicht die Terminals, sondern haben mit der belgischen Firma Newtec lediglich die Rahmenbedingungen dafür geschaffen, dass die Vertriebspartner die entsprechende Stückzahl abrufen können. Wie viele Terminals aktuell im Markt sind, haben wir noch nicht kommuniziert. Das Produkt läuft jedoch sehr gut. Wir haben bereits Vertriebsvereinbarungen in sieben europäischen Ländern geschlossen. Beim bestehenden Auftragsvolumen wären das schon einmal 200.000 Terminals in drei bis fünf Jahren. Und wir suchen weitere Partner.

Medienbote: Weshalb haben Sie Newtec für die Großproduktion von Endkundengeräten gewählt?

Oudendijk: Wir haben uns verschiedene Hersteller angesehen. Dabei hatten wir die Vorstellung, am Reißbrett ein nagelneues Produkt zu entwerfen, das für den Endkunden preislich attraktiv ist, und nicht ein vorhandenes VSAT-Modell umzustricken. Wir haben mehrere Hersteller über diese Anforderungen informiert; Newtec hat dabei die Konkurrenz in jeglicher Hinsicht geschlagen. Das Unternehmen war die günstigste Alternative und konnte ein Produkt mit einer sehr stabilen Leistung anbieten. Der Vorteil von Newtec ist vielleicht auch, dass das Unternehmen kein Gerätehersteller, sondern ein Systemhaus ist. Außerdem haben wir bereits zuvor mit Newtec zusammengearbeitet. Im Rahmen einer

Vereinbarung mit der Europäischen Raumfahrtbehörde ging es damals um eine Zwei-Wege-Plattform mit einem günstigen interaktiven Satellitenreceiver.

Medienbote: Wie sehen die Vereinbarungen mit Newtec aus und wo werden die Geräte produziert?

Oudendijk: Wie gesagt, unsere Vertriebspartner bestellen die Endgeräte direkt bei Newtec - wir haben dafür lediglich den Rahmen geschaffen. Terminals werden momentan noch in Belgien produziert. Darüber hinaus wird die Produktion bald auch in Fernost anlaufen.

Medienbote: Welche Marktpotenziale sehen Sie für Zwei-Wege-Breitbanddienste in Europa?

Oudendijk: Astra2Connect ergänzt das vorhandene Breitbandangebot und füllt die Lücken bei der terrestrischen Abdeckung. Anders gesagt, versorgen wir vor allem ländliche Regionen, in denen DSL- oder Breitbandkabel-Verbindungen nicht verfügbar sind. Astra2Connect liefert damit die Lösung, die digitale Spaltung in Europa zu überwinden. Das ist von großem politischen Interesse. Sowohl auf kommunaler und nationaler als auch auf EU-Ebene bekommen wir für Astra2Connect große Unterstützung.

Medienbote: Welche Bedeutung hat für Sie dabei der deutsche Markt?

Oudendijk: In Deutschland haben rund 2,9 Millionen Haushalte insbesondere außerhalb der großen städtischen Ballungsräume auf absehbare Zeit keinen Breitband-Internetzugang. Als eines der größten europäischen Länder mit einem sehr starken Breitbandmarkt ist Deutschland deshalb besonders interessant für uns. Allerdings sehen wir den Bedarf in vielen europäischen Ländern. Wir gehen davon aus, dass in Europa im Schnitt fünf bis zehn Prozent aller Haushalte nicht über Breitband-Internet verfügen können. Genau dort sehen wir unser Potenzial.

Werbung

EUROFORUM
The Conference Company

14. JAHRESTAGUNG

Die Zukunft der

KABEL-TV-NETZE

Strategie-Tage und Branchentreff für die Kabel-Landschaft!

26. und 27. Februar 2008, Köln

Intensiv-Workshop: 28. Februar 2008, Köln

www.euroforum.com/kabel-tv

www.euroforum.com/kabel-tv

■ FRK: Weitere Konsolidierung im Kabelmarkt

Der **Fachverband Rundfunkempfangs- und Kabelanlagen** (FRK) erwartet eine weitere **Konsolidierung** im **deutschen Kabelmarkt**. Die tief greifenden strukturellen Veränderungen bei den großen Kabelgesellschaften der Netzebene 3 (NE3) werden sich jedoch erst mittelfristig abspielen, sagte der stellvertretende FRK-Vorsitzende **Heinz-Peter Labonte** dem Medienboten. „Zunächst werden die drei großen **NE3-Betreiber** den **Netzausbau** für **Triple-Play-Dienste** fortführen und gleichzeitig versuchen, über **strategische Zukäufe** weitere kleinere **NE4-Unternehmen** zu übernehmen, um die vertikale und horizontale Netzintegration voranzutreiben“, erklärte Labonte. So will **Kabel Deutschland** (KDG) derzeit für einen einstelligen Millionenbetrag die **Leto GmbH** erwerben. Die Gesellschaft, in der die NE4-Bestände der **DKB-Bank** gebündelt sind, versorgt rund **26.000 Wohneinheiten** mit dem Schwerpunkt in Bayern. Ein KDG-Sprecher hatte Ende Januar im Medienboten weitere Akquisitionen angekündigt: „Wenn sich Möglichkeiten ergeben, NE4-Betreiber zu kaufen, nutzen wir diese.“

Die Zukäufe von NE4-Betreibern, die über die Hausanschlüsse in den Wohnungen verfügen, haben für große Kabelnetzbetreiber den Vorteil, dass sich damit die **gesamte Wertschöpfungskette in einer Hand** befindet - von der technischen Durchleitung bis zur Rechnungsstellung. Für die **Finanzinvestoren**, in deren Händen sich alle drei großen deutschen NE3-Betreiber befinden, ist der Schritt auch strategisch sinnvoll: Ein **voll integriertes Netz** lässt sich **leichter verkaufen** als ein Netz, das an vielen Stellen nicht bis zum Endkunden reicht, weil der NE4-Betreiber den Hausanschluss besitzt. Labonte geht davon aus, dass sich die **Finanzinvestoren** bei der **KDG** frühestens in **ein bis drei Jahren aus dem Unternehmen zurückziehen** werden, wenn die Netzaufrüstung und -integration weiter fortgeschritten ist. Aus heutiger Perspektive sei der Exit über einen **Börsengang** das wahrscheinlichste Szenario, da kein strategischer Käufer in Sicht sei. Ein **Problem** für potenzielle Investoren sei, dass das **Bun-**

deskartellamt angesichts der guten Argumente der unabhängigen mittelständischen Kabelnetzbetreiber an seinem harten Kurs der **strikten Trennung von Inhalten und Infrastruktur** festhalte. Dies habe Kartellamtspräsident **Bernhard Heitzer** erst kürzlich bei einer Branchenveranstaltung bekräftigt. Ein Konzern, der bereits als TV-Veranstalter über eine starke Stellung im Medienmarkt verfüge, komme daher als Akquisiteur von Kabelnetzen nicht in Frage. Da sich mit **ProSieben-Sat.1** auch eine der beiden größten TV-Gruppen in der Hand von Beteiligungsgesellschaften befinde, müsse sich ein **strategischer Käufer** zunächst überlegen, ob er in **Inhalte oder Infrastruktur** investieren wolle. „Eine Verbindung beider Bereiche würde das Kartellamt nach unserer Einschätzung unter keinen Umständen zulassen.“

Mit **grünem Licht** der Kartellwächter rechnet Labonte dagegen bei einem möglichen **Zusammenschluss** von **Unitymedia** und **Kabel BW** zu einer „**Westschiene**“, da der Verbund als Gegengewicht zu Marktführer KDG an Schlagkraft gewinnen würde. Auf NE3-Ebene würden dann zwei große Marktakteure im Wettbewerb zueinander stehen, während **Orion Cable** nach der Integration von **PrimaCom** eine gute Chance hätte, zur **dritten Kraft** mit starker Stellung im NE4-Bereich aufzusteigen. Mit dieser Entwicklung, die sich nach Ansicht von Labonte in den nächsten zwei bis drei Jahren abspielen könnte, würden sich **drei dominante Einheiten** im **Kabelmarkt** herausbilden: „Während **KDG** und die **Westschiene** in ihren Versorgungsgebieten über **Landesmonopole** verfügen würden, wäre **Orion Cable** auf **lokale Märkte** und **Service vor Ort** ausgerichtet und könnte faire Partnerschaften mit lokalen unabhängigen Kabelnetzbetreibern eingehen“, sagte Labonte. Weniger klar ist das Bild bei den **Gesellschaftern**, die dann hinter den Unternehmen stehen könnten. „Sicher ist nur, dass wir in den nächsten Jahren weiter darüber spekulieren werden, wer die **großen Übernehmer** sein sollen.“

■ PREMIERE: Kartentausch / VideoGuard könnte folgen

Premiere reagiert auf die anhaltenden **Piraterie-Probleme** seines Verschlüsselungssystems **Nagravision**: Ab dem **zweiten Quartal** wird eine **neue Verschlüsselungstechnologie** eingeführt, wie der Pay-TV-Veranstalter in München mitteilte. Ein **Gutachten** des **TÜV Rheinland** komme zum Schluss, dass es kriminellen **Hackern** gelungen sei, Premiere mit **modifizierten Digitalreovern** illegal zu empfangen. Die im Ausland hergestellten Geräte würden mittlerweile im größeren Umfang in Deutschland verkauft. Dies habe seit dem Weihnachtsgeschäft auch **Auswirkungen** auf den **Geschäftsverlauf** und das **Wachstum** von Premiere. Mit der Verteilung einer neuen Smartcard-Generation an die Abonnenten werde die Sicherheitslücke geschlossen.

In der Premiere-Mitteilung fällt auf, dass nicht angegeben ist, welches Verschlüsselungssystem nach dem Kartentausch verwendet wird. Beobachter werten dies als Anzeichen, dass Premiere nicht nur die Smartcards, sondern auch die Codierungstechnologie auswechseln könnte. Seit Monaten wird über einen **Umstieg** auf **VideoGuard** spekuliert. Das von **NDS**, einer Tochtergesellschaft von Rupert Murdochs internationalem Medienkonzern **News Corp**, entwickelte System gilt als ungehackt. Nach dem Einstieg Murdochs als größtem Premiere-Einzelgesellschafter Anfang Januar bekamen die Spekulationen neuen Auftrieb. Der Medienunternehmer verwendet VideoGuard bei seinen beiden anderen europäischen Pay-TV-Plattformen **Sky Digital** und **Sky Italia** - und Branchenkenner fragten sich, wie lange es Murdoch als Mitgesellschafter mit ansehen würde, dass Premiere neben 3,65 Millionen zahlenden Abonnenten geschätzt **bis zu eine Million Schwarzseher** kostenfrei mitversorgt. Von NDS bezieht Premiere bereits die Middleware **MediaHighway** für seine hybriden Kabel- und Satellitenreceiver, die sich per DSL ans Internet anschließen lassen. Da VideoGuard und MediaHighway aufeinander abgestimmt sind, könnte Premiere mittels der digitalen **Schutz- und Digital-Rights-Management-Lösungen**, die die Kombination ermöglicht, verstärkt in zukunftssträchtige Bereiche wie **Video-on-Demand**, **IPTV** und **interaktive Angebote** vordringen.

Premiere-Sprecher **Stefan Vollmer** wollte sich nicht dazu äußern, welches Verschlüsselungsverfahren der Sender einsetzen wird, nachdem die Abonnenten ihre neuen Smartcards erhalten haben. „Wir befinden uns in **konstruktiven Gesprächen** mit **Nagravision**, um den **Smartcard-Tausch** gemeinsam durchzuführen“, sagte Vollmer dem Medienboten. Dies deutet darauf hin, dass sich Premiere die Möglichkeit offen hält, zumindest vorerst weiter mit Nagravision zu arbeiten. Die Frage, was langfristig komme, sei jetzt noch nicht zu beantworten, sagte Vollmer. Dabei schloss er einen **Umstieg** auf „ein **anderes System**“ nicht aus - womit VideoGuard gemeint sein dürfte. Vollmer betonte, dass die Abonnenten nach dem Kartentausch ihre bisherigen Digitalreceiver behalten könnten. Kudelski-Sprecher **Rodolfo Ciucci** hingegen wies Spekulationen über einen schnellen Umstieg auf VideoGuard zurück. Der **Vertrag** mit Premiere habe eine **Laufzeit bis 2012** mit **Option auf drei Jahre Verlängerung**, sagte Ciucci dem Medienboten. Premiere werde auch **nach dem Kartentausch weiter Nagravision** einsetzen. Es gebe keinen Grund, daran etwas zu ändern. Auf die Frage, ob Premiere bereits auf Kudelski wegen einer **vorzeitigen Vertragsauflösung** zugekommen sei und welche Konsequenzen dies haben könnte, wollte Ciucci keine Antwort geben. Insider verweisen darauf, dass der Vertrag über **Ausstiegsklausen** beim Auftreten von **Sicherheitslücken** in gewisser Größenordnung verfügen könnte, die Premiere eine **vorzeitige Auflösung** ermöglichen würden.

In Baden-Württemberg stellt derzeit die Kabelgesellschaft **Kabel BW** ihr Verschlüsselungssystem von Nagravision auf **VideoGuard** um; dabei werden die **Set-Top-Boxen** per **Software-Update** für VideoGuard umgerüstet - nach diesem Vorbild könnte auch Premiere vorgehen. Die jetzige Bekanntgabe der Einführung einer neuen Verschlüsselungstechnologie mitsamt neuer Smartcards könnte Beobachtern zufolge als **Signal** in Richtung der **Hersteller** manipulierbarer Receiver, **Verkäufer** und **Schwarzseher** gelten, dass Premiere auf neuer Ebene gegen das illegale Treiben vorgehen will. Dass dabei technische Details wie der mögliche Umstieg auf VideoGuard ausgeklammert werden, könnte darin begründet liegen, dass den **Hackern** kein

zeitlicher Vorsprung gegeben werden soll, um sich auf die Veränderungen einstellen zu können; andererseits könnten **vertragliche Gründe** eine Rolle spielen. So hatte Premiere im April 2007 mit **entavio**, der Digitalplattform des Satellitenbetreibers **SES Astra**, die ebenfalls Nagravision einsetzt, eine **Kompatibilität** ihrer **technischen Infrastrukturen** vereinbart: Premiere- und entavio-Kunden können mit ihren **Receivern** und **Smartcards** auf die jeweils andere Plattform zugreifen. Wenn Premiere auf VideoGuard umschwenkt, wäre die Verbindung zu entavio gekappt - es sei denn, auch SES Astra steigt auf das NDS-System um. Beobachter sind sich einig, dass Premiere mit der offiziellen Bekanntga-

be des Umstiegs auf ein neues Verschlüsselungssystems solange abwartet, bis diese und weitere **offenen Punkte** geklärt sind, auch um **Verunsicherungen** der **Kunden** zu vermeiden. Der **Kundenkreis** von **VideoGuard** könnte sich unterdessen schon in Kürze vergrößern: Nach Informationen des Medienboten steht ein **mittelgroßer deutscher Kabelnetzbetreiber** kurz vor dem **Vertragsabschluss** mit **NDS**. Falls sich auch Premiere für die NDS-Lösung entscheidet, wäre VideoGuard damit nach Kabel BW und der Vodafone-Festnetztochter Arcor, die das System für ihr IPTV-Paket verwendet, bei vier deutschen Plattformen im Einsatz.

■ RADIO MELODIE: Aus für Volksmusikwelle

Die bayerische Volksmusikwelle **Radio Melodie** wird ihren **Sendebetrieb** am **31. März** einstellen. Wie Geschäftsführer **Thomas von Seckendorff** dem Medienboten sagte, läuft an diesem Tag die Lizenz aus. „Wir haben uns mit **neuem Konzept** bei der **Bayerischen Landeszentrale für neue Medien** (BLM) für eine neue Zulassung beworben“, erklärte von Seckendorff. Geplant sei ein **News- und Talkradio** rund um Themen, die für das bayerische Publikum von Interesse seien. Das Programm solle zwar unterhaltsam sein und eine **jüngere Zielgruppe** als die vom Bayerischen Rundfunk veranstaltete Nachrichtenwelle **B5 aktuell** ansprechen, dabei aber nicht zum Infotainment abgleiten, betonte von Seckendorff. Mit Volksmusik, volkstümlicher Musik und volkstümlichen Schlagern richtete sich Radio Melodie an Hörer ab 45 Jahren. „Unser Programm kam bei den Hörern gut an, nicht aber in der **Werbeindustrie**, bei der unsere **Zielgruppe unbeliebt** war und nicht

gebucht wurde“, sagte von Seckendorff. „Eine **Werbefinanzierung** war daher **nicht möglich**.“ Die **neue Lizenz**, die bei der BLM beantragt wurde, erstreckt sich auf die **bundesweite Kabel- und Satellitenverbreitung** sowie die bestehenden **UKW-Stützfrequenzen** in **Bayern**, darunter München und Nürnberg. Der neue Sender würde somit die gleichen Verbreitungswege wie Radio Melodie einsetzen. Da das News- und Talkradio schon am **1. April** starten soll, um einen nahtlosen Übergang zu gewährleisten, hofft von Seckendorff auf eine baldige Entscheidung der Medienanstalt. Er betonte, dass der **Nachfolgesender** nur dann gestartet werde, wenn man den **Zuschlag** für die **UKW-Frequenzen** erhalte. „**Andernfalls ist alles weg**.“ Da sich insgesamt 25 Antragsteller beworben haben, bleibt abzuwarten, ob die ehemaligen Radio-Melodie-Macher die BLM von ihrem neuen Konzept überzeugen können. Infos: www.radio-melodie.de

■ KDG: ARD-Radiopaket im Kabelnetz

Kabel Deutschland (KDG) will nach Informationen des Medienboten einen **Großteil** der **Hörfunkprogramme**, die die **ARD** für Satellitenhaushalte in ihrem **Digitalradiopaket** via **Astra** (19,2° Ost) verbreitet, ins **Kabelnetz** einspeisen. Die Kabelgesellschaft käme damit einem vielfach geäußerten Wunsch von Hörfunkfans nach, die seit der Aufschaltung des Radiobouquets zur Internationalen Funkausstellung im August 2005 die Kabelverbreitung des Angebots gefordert hatten. Dem Vernehmen nach will die KDG **zunächst 40**

der 64 Sender des ARD-Radiopakets einspeisen; der offizielle **Startschuss** soll **in Kürze** erfolgen. Zu einem späteren Zeitpunkt könnten die restlichen Programme folgen. Wie alle öffentlich-rechtlichen Sender, sollen auch die Hörfunkstationen unverschlüsselt - auch **ohne Grundverschlüsselung** - eingespeist werden. Die Signalzuführung zu den Kabelkopfstationen erfolgt über **Astra** (23,5° Ost). KDG-Sprecher **Matthias Winter** bestätigte dem Medienboten, dass Veränderungen im digitalen Angebot geplant sind; zu Einzelheiten wollte er

sich nicht äußern. „Wir bereiten derzeit **Anpassungen** bei unserem **digitalen TV- und Hörfunkangebot** vor“, sagte Winter. „Wir werden zeitnah kommunizieren, wel-

che zusätzlichen Radio-Inhalte wir zukünftig verbreiten werden.“

Fernsehen

■ TSV 1860: TV-Angebot für Fußballfans

Der **TSV 1860 München** hat ein **TV-Angebot** im **Internet** gestartet. Die Fans des Bundesliga-Zweitligisten können unter www.tv.tsv1860.de Bundesliga- und Pokalspielberichte, Spielhöhepunkte, Portraits, Features, Interviews und Vereinsnachrichten abrufen. Die **Zweitliga-Spiele** werden in der Regel spätestens eine Viertelstunde nach Abpfiff in **voller Länge** angeboten. Wer nur die **Höhepunkte** sehen will, bekommt diese nach einer halben Stunde. Zu jeder Partie gibt es aktuelle Stimmen, Beiträge, Pressekonferenzen und Reportagen. Das **Rückrunden-Paket** kostet **11,95 Euro**,

ein **Jahresabo** ist für **39,95 Euro** zu haben. „Wir setzen auf **Service, Hintergrund, News** und **Bilder**, die der Löwen-Fan sonst nirgendwo zu sehen bekommt - und das zu einem günstigen Preis“, sagte TSV-1860-Geschäftsführer **Stefan Ziffzer** in München. „Das Online TV ist keine Konkurrenz zu bestehenden Medien, sondern ein **Mehrwert** für die Fans, die hier zuverlässig und beständig bedient werden.“ Zahlreiche andere Bundesliga-Vereine, darunter FC Bayern München, Werder Bremen, VfB Stuttgart und Hamburger SV, bieten bereits ähnliche Dienste an.

■ GAME-TV: TV-Ausstrahlung via UProm.TV

Game-TV.com, der Web-TV-Sender für Fans von Computer- und Videospielen, verbreitet ausgewählte Sendungen ab sofort via **Satellit**. Die Produktionen sind auf dem Fernsehkanal **UProm.TV** zu sehen, der via **Astra** (19,2° Ost) auf der Frequenz 12,460 GHz H (SR 27.500, FEC 3/4) sowie in einigen **Kabelnetzen** sendet. Game-TV.com ist damit nach eigenen Angaben **einer der ersten Internetsender**, dessen Programminhalte auch im **klassischen Fernsehen** zu empfangen sind.

„Wir freuen uns sehr darüber, dass wir unsere attraktiven Sendungen jetzt einem noch größerem Publikum präsentieren können“, sagte **Utz Wasner**, Geschäftsführer von Game-TV.com, in München. UProm.TV zeigt Beiträge, die von privaten und professionellen Video-Produzenten eingesendet werden. Das Programm ist von Montag bis Samstag von 20 bis 8 Uhr und sonntags ganztägig zu empfangen. Infos: www.game-tv.com

■ BRAVA HDTV: Expansion in Europa

Brava HDTV, ein in hoher Auflösung angebotener Musikkkanal aus den Niederlanden, will sein **Programm** künftig in **ganz Europa** verbreiten. Als **erste Länder** werden die **Schweiz, Irland** und **Polen** angesteuert, wie Geschäftsführer **Jur Bron** in Amsterdam ankündigte. **Verhandlungen** mit **Plattformbetreibern** via Kabel, Satellit und DSL seien derzeit im Gange. Brava HDTV spricht die Liebhaber von **Opern, Operetten, Ballett** und **klassischer Musik** an. Die Aufnahmen stammen aus berühmten Häusern wie dem Royal Ope-

ra House in London, dem Teatro Real in Madrid und der Mailänder Scala. Der **werbefreie Abo-Kanal** ging im vergangenen Sommer in niederländischen Kabelnetzen auf Sendung; seit Herbst wird auch in flämischen Kabelnetzen gesendet. Ab **April** soll für Satellitenhaushalte in den **Niederlanden** und **Belgien** via **Astra** (19,2° Ost) über die Pay-TV-Pakete **CanalDigitaal** und **TV Vlaanderen** gesendet werden. Infos: www.bravahdtv.com

■ GINX TV: Startschuss in Rumänien

Ginx TV, der geplante internationale Spartenkanal für die Fans elektronischer Spiele, will **in Kürze** den **Sendebetrieb** aufnehmen. Der Startschuss fällt in **Rumänien**, weitere 18 Länder sollen folgen. Dazu zählen nach Angaben der Betreiber **Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Skandinavien, Russland, der Mittlere Osten und Asien**. Das 24-Stunden-Programm, das via Kabel und Satellit verbreitet werden soll, richtet sich an acht- bis 35-jährige männliche Zuschauer - sowohl **Gelegenheitsspieler** als auch **Hardcore-Gamer**. Hinter dem Sender, den der Medienbote im April

2007 vorgestellt hatte, steht unter anderem **Peter Einstein**, der ehemalige Präsident von **MTV Networks Europe** und Chief Executive Officer des arabischen Pay-TV-Veranstalters **Showtime**. Die Gründer der TV-Station sind **Al Gosling, Cosmo Spens** und **Udi Shapira**. Gosling gründete 1995 den **Extreme Sports Channel**, den internationalen Spartenkanal für Extremsportfans. Spens leitete zuvor das internationale Marketing der **Cobalt Media Group** (jetzt Content Film) und Shapira war Programmdirektor von **Nickleodeon** und **Game One** in Israel. Infos: www.ginx.tv

Kabel, Satellit, DVB-T, IPTV

■ I MUSIC 1: Kabelverbreitung bei KDG

Der Musikkanal **iMusic 1** ist ab sofort auch im Kabelnetz von **Kabel Deutschland (KDG)** zu empfangen. Gesendet wird im digitalen Bouquet im Genre Musik, wie die TV-Station in Frankfurt am Main mitteilte. Die **Reichweite** erhöht sich dadurch auf **über 30 Millionen Haushalte**. Das Programm ist außerdem in den Kabelnetzen von **Unitymedia** und **Kabel BW** sowie von kleineren Betreibern wie **wilhelm.tel** und **SchwabenNet**

vertreten; Anfang April kommen zwei weitere Kabelnetze dazu. Für Satellitenhaushalte wird digital über **Astra (19,2° Ost)** gesendet. In **Vorbereitung** ist eine **DVB-T-Verbreitung** in Frankfurt, Mainz und Wiesbaden. Zusätzlich gibt es auf der Webseite www.im1.tv einen **Livestream**. Neben aktueller Musik aus den Bereichen Rock, Pop, HipHop, R'n'B, Punk, Dance und Soul hat sich iMusic 1 auf neue Bands spezialisiert.

■ KDG: Tier.TV im Kabel / Weitere Änderungen

Kabel Deutschland (KDG) hat mit der Kabeleinspeisung von **Tier.TV**, dem Spartenkanal für Tierfreunde, begonnen. Ab **Ende April** wird der Sender flächendeckend frei empfangbar sein, wie die Kabelgesellschaft in München mitteilte. Das Programm wird im grundverschlüsselten **Free-TV-Digitalpaket** verbreitet, dem bereits - je nach Ausbaustand des Kabelnetzes - bis zu **100 Sender** angehören. Tier.TV bietet Informationen, Service und Unterhaltung rund um Haustiere, Nutztiere und heimische Wildtiere. Der werbefinanzierte Free-TV-Kanal ist via **Kabel, Satellit** und **DSL** sowie auf der IPTV-Plattform **Zattoo** zu empfangen. Auf der Webseite

www.tier.tv sind einzelne Beiträge per **Video-on-Demand** abrufbar. Im Rahmen der **Aufschaltung neuer digitaler Sender** kommt es in den nächsten Wochen zu **Änderungen** in der **Kanalbelegung**: So stehen der **Kabel-Deutschland-Infokanal** und der Versteigerungskanal **1-2-3.tv** künftig nicht mehr analog, sondern nur noch digital zur Verfügung. Im digitalen Angebot ist der in englischer Sprache angebotene französische Nachrichtenkanal **France 24** künftig nicht mehr enthalten. Darüber hinaus wechseln einige Sender ihre Kanalplätze.

■ KDG: „Select Kino“ bietet Tagespauschale

Kabel Deutschland (KDG) bietet den Kunden des Spielfilm-Abrufdienstes **Select Kino** einen erweiterten Service: **Filmbestellungen** sind ab sofort während des gesamten Programmtags von **6 bis 6 Uhr** gültig. Titel wie „Shrek der Dritte“ oder „Mr. Bean macht Ferien“ können mit dem neuen **Tagesticket** mehrfach zu verschiedenen Startzeiten genutzt werden - etwa von allen Mitgliedern einer Familie - zum unveränderten Preis von einmalig **drei Euro**. Im Laufe eines Programmtags werden die Streifen bis zu zehn Mal ausgestrahlt. Bis-

lang konnte jeder bestellte Film nur einmal angesehen werden. Zum Auftakt laufen seit Mittwoch der Thriller „Stirb langsam 4.0“ und die Piratensaga „Fluch der Karibik 3“. Über Select Kino können Digital-TV-Kunden **Hollywood-Filme** und große **deutsche Produktionen** abrufen. Die **Bestellung** erfolgt per **Internet, Telefon** oder **SMS**. Neukunden eines digitalen Kabelanschlusses erhalten monatlich zwei Freifilme. Infos: www.kabeldeutschland.de/selectkino

■ UNITYMEDIA: Ausbau des Russland-Pakets

Die Kabelgesellschaft **Unitymedia** erweitert ihr **russisches Pay-TV-Paket** am **26. Februar** um den Fernsehkanal **RTVi TeleKlub**. Der Sender zeigt populäre TV-Serien aus dem russischsprachigen Raum, viele davon in Erstaussstrahlung, wie das Unternehmen in Köln mitteilte. Damit enthält „**Digital TV RUSSLAND**“ insgesamt sieben TV-Stationen, in Ausbaugebieten

sind es neun. Das Bouquet kostet ab 1. März **13,90 Euro** pro Monat. Neukunden, die ein Abonnement mit 24 Monaten Vertragslaufzeit abschließen, erhalten die ersten drei Monate kostenlos. Neben dem russischen bietet Unitymedia zehn weitere Fremdsprachenpakete, unter anderem in Türkisch, Polnisch und Italienisch. Infos: www.unitymedia.de/digitaltv

■ ASTRA: DSF verbessert Bildqualität

Das **Deutsche SportFernsehen** (DSF) hat die **Bildqualität** seines **digitalen TV-Signals** auf **Astra** (19,2° Ost) verbessert. Die **Bandbreite** wurde um mehr als **50 Prozent erhöht**, wie der Sender in München mitteilte. Dazu wurde ein langfristig angelegter, **neuer Vertrag** mit der Astra-Tochter **APS Astra Platform Services** abgeschlossen. Das Signal wird jetzt mit einer Auflösung von **720x576 Bildpunkten** bei einer mittleren **Datenrate** von **4,25 Mbit/s** angeboten; die maximale Datenrate beträgt 8 Mbit/s. Mit dem Schritt, der sich vor

allem auf großen Flachbildfernsehern bemerkbar machen dürfte, will der Sender der **wachsenden Bedeutung der digitalen TV-Verbreitung** Rechnung tragen. Mehr als 9,7 Millionen Haushalte in Deutschland empfangen derzeit digitales Satellitenfernsehen. Im Herbst 2007 hatte bereits der Spielfilmkanal **Tele 5** seine Bandbreite auf Astra aufgestockt. Auch die **ARD** will in diesem Jahr die Bildqualität ihrer Programme verbessern; zu diesem Zweck soll im zweiten Quartal ein neuer Transponder in Betrieb genommen werden.

■ AUTO MOTO TV: Beitritt zu Zattoo

AutoMoto TV, der deutsche Spartenkanal rund um Autos, ist ab sofort auf der IPTV-Plattform **Zattoo** zu empfangen. Der Zugang erfolgt mit jedem PC über den Zattoo-Player, der kostenfrei unter www.zattoo.com herunter geladen werden kann. AutoMoto TV zeigt rund um die Uhr Testberichte, Interviews mit Experten und Vertretern der Autoindustrie sowie Specials zu Luxus-

und Tuning-Modellen. Das Programm kann von Zattoo-Nutzern in Deutschland, der Schweiz, Dänemark und Norwegen empfangen werden; weitere Länder sollen folgen. In **Deutschland** bietet die schweizerisch-amerikanische IPTV-Plattform derzeit **23 Sender**, darunter DSF, Das Vierte, DMAX, MTV, VIVA, NICK, Comedy Central, Tier.TV und tv.gusto. Das Angebot kann mit

jedem gängigen Betriebssystem (Windows XP und Vista, Mac und Linux) genutzt werden; spezielle Hard-

ware ist nicht erforderlich. Einzige Voraussetzung ist ein Breitband-Internetzugang. Infos: www.auto-moto-tv.com

■ ALCATEL-LUCENT: TV-Übertragung via WiMAX

Der Technologiekonzern **Alcatel-Lucent** und das **Institut für Rundfunktechnik** testen in einem **WiMAX-Netz** in **München**, inwieweit sich die drahtlose Breitband-Technologie auch für **TV-Übertragungen** eignet und damit Möglichkeiten für **neue mobile Anwendungen** eröffnet. So könnten zum Beispiel Fernsehjournalisten und Kameralleute im Außeneinsatz ihre Beiträge

via WiMAX den TV-Anstalten zuführen. Bei den Testausstrahlungen, die vom Münchner Fernsehturm aus durchgeführt werden, sollen **Datenraten** von **bis zu 6 Mbit/s** erreicht werden. Bislang wird die Technologie vor allem für funkbasierte Internetzugänge verwendet - insbesondere in Regionen ohne herkömmliche Breitbandversorgung via DSL oder Kabelnetz.

■ ÖSTERREICH: Telekom Austria baut aonTV aus

Die **Telekom Austria** will das in ihren DSL-Breitbandnetzen verbreitete IPTV-Paket **aonTV** ausbauen. Vor allem ländliche Regionen sollen angeschlossen werden, so dass bis **Jahresende 50 Prozent** der **österreichischen Haushalte** das Angebot empfangen können. Derzeit entscheiden sich rund 1.000 Neukunden pro Woche für aonTV. „Unser Ziel ist es, bis Ende des Jahres **Österreichs größter digitaler Kabelnetzbetreiber** zu werden“, sagte Marketingvorstand **Hannes Ametsreiter** in Wien. In Zusammenarbeit mit **On Demand Deutschland**, einem Joint Venture des Filmhändlers **Tele München Gruppe** mit dem Video-on-Demand-Dienstleister **On Demand Group**, soll die

aonTV-Videothek ausgebaut werden. Bis Jahresende sollen **500 Spielfilme** bereitstehen, darunter zahlreiche Titel in **HDTV**. Das **TV-Angebot** soll gleichzeitig auf rund **100 Sender** erweitert werden. Zu den Neuzugängen zählen der Spielfilmkanal **Kinowelt TV** und die ausländischen Sender **TRT Türkei**, **RTS Sat Serbien** und **HRT Kroatien**. In Vorbereitung ist eine **Pause-Funktion**, mit der Fernsehprogramme zu jedem gewünschten Zeitpunkt unterbrochen und wieder fortgesetzt werden können. Mit ihrer IPTV-Plattform, deren **Basispaket** ab **4,90 Euro** pro Monat erhältlich ist, konkurriert die Telekom Austria mit klassischen Kabelnetzbetreibern. Infos: www.aon.tv

Fusionen & Allianzen

■ C MORE: ProSiebenSat.1 erwägt Verkauf

Die TV-Gruppe **ProSiebenSat.1** erwägt sich von ihrer skandinavischen Pay-TV-Tochter **C More** zu trennen. Das Münchner Unternehmen wolle dadurch seine **3,5 Milliarden Euro** hohe **Verschuldung** senken, die vor allem durch die Übernahme des europäischen TV-Veranstalters **SBS Broadcasting** entstanden sei, berichtet das Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ unter Berufung auf Informationen aus dem Senderverbund. Der erhoffte **Kaufpreis** liege bei rund **300 Millionen Euro**. Die Investmentbank **Lehman Brothers** sei bereits beauftragt worden, bis Ende Februar die **Verkaufsunterlagen** zusammenzustellen; bis zum Som-

mer könnte das Geschäft über die Bühne gehen. ProSiebenSat.1 hatte die Pay-TV-Firma, die rund eine Million Abonnenten hat, beim SBS-Kauf im vergangenen Jahr mit übernommen. C More erfülle mit einer **Rendite** von **unter zehn Prozent** die Erwartungen der ProSiebenSat.1-Eigentümer **KKR** und **Permira** nicht, schreibt das Blatt. Als **Interessenten** gelten der norwegische Telekommunikationskonzern **Telenor** und der US-Medienkonzern **Time Warner**. Bei ProSiebenSat.1 heißt es: „Der Verkauf ist eine Option, die wir prüfen. Aber eine Entscheidung ist noch nicht gefallen.“

■ SIRIUS: SES erhöht Beteiligung

Der Luxemburger Satellitenkonzern **SES** hat seine **Beteiligung** am schwedischen Satellitenbetreiber **SES Sirius** von **75 auf 90 Prozent** aufgestockt. Verkäufer ist die staatliche **Swedish Space Corporation (SSC)**, die mit zehn Prozent beteiligt bleibt. Finanzielle Angaben wurden nicht gemacht. Die SES ist seit Oktober 2000 Anteilseigner von SES Sirius. „Über unser Unternehmen SES Astra konnten wir den Wert von SES Sirius

durch größere **Synergien** zwischen den **Astra- und Sirius-Satellitenflotten** maximieren“, sagte **Romain Bausch**, Präsident und Chief Executive Officer der SES. „Daraus resultierte eine **verstärkte Marktpresenz** der SES in **Skandinavien** und **Osteuropa**, wovon unsere Kunden in diesen Regionen profitieren.“ SSC erbringt weiterhin Netzwerk-, Satellitenkontroll- und weitere Dienstleistungen für die SES-Sirius-Satelliten.

Produktionen & Projekte

■ NLM: Ulrich Wickert will auf RTL senden

Ulrich Wickert, ehemaliger Moderator der ARD-„Tagesthemen“, will im Programm von **RTL** Sendungen als **unabhängiger Drittproduzent** veranstalten. Seine Firma **Ulrich Wickert Produktion (UWP)** habe sich bei der **Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM)** um eine entsprechende **Lizenz** beworben, berichtet der Branchendienst „Funkkorrespondenz“. Dabei gehe es um insgesamt **vier Sendeplätze**. Einziger Konkurrent

von UWP sei die Mediengesellschaft **DCTP** des TV-Produzenten **Alexander Kluge**, die derzeit das Drittfenster bei RTL gestaltet - unter anderem mittels der Zulieferung von „**stern tv**“. Die von unabhängigen Firmen beigesteuerten Drittfenster wurden bei **RTL** und **Sat.1** zur Sicherung der Medienvielfalt eingerichtet; sie werden alle fünf Jahre neu vergeben.

■ SAT.1: Neues Vorabendprogramm

Sat.1 stellt seine werktägliche **Vorabendstruktur** zwischen 18.30 und 20.15 Uhr zum **17. März** um. Die Nachrichten beginnen dann um 20 Uhr, das „**Sat.1 Magazin**“ um 19.30 Uhr; davor gibt es zwischen 18.30 und 19.30 Uhr eine Doppelfolge der Ermittlerreihe „**K 11**“. **Peter Limbourg**, Chefredakteur des Nachrichtenkanals N24, wird die Nachrichten verantworten und moderieren, die von „Sat.1 News“ in „**Sat.1 Nachrichten**“ um-

benannt werden. Sowohl das Magazin als auch die Nachrichten werden nicht nur inhaltlich neu ausgerichtet, beide Formate kommen ab Mitte März auch aus neu gestalteten Studios. Von dem Schritt erhofft sich Sat.1 **steigende Zuschauerzahlen** im Vorabendprogramm, das in letzter Zeit rückläufiges Interesse verzeichnete.

■ PREMIERE: Sportstiftung gegründet

Premiere will in der neuen Sportstiftung, die der Abo-Sender in München vorgestellt hat, seine **sozialen Aktivitäten** bündeln und sein **gesellschaftliches Engagement** stärken. Die **Premiere Stiftung** hat sich zum Ziel gesetzt, **Kinder** und **Jugendliche** für mehr Bewegung und eine gesunde Lebensweise zu begeistern, wie der Pay-TV-Veranstalter mitteilte. Die Schirm-

herrschaft übernehmen Ex-Schwimmstar **Franziska van Almsick** und DFB-Sportdirektor **Matthias Sammer** sowie die Sportwissenschaftler **Klaus Bös** von der Universität Karlsruhe und **Alexander Woll** von der Universität Konstanz. „Wir werden Projekte unterstützen, die in Kindergärten und Schulen, aber auch in Vereinen oder anderen Freizeitstätten Kinder und Jugendliche zu

Sport und Bewegung motivieren“, sagte Premiere-Vorstandschef **Michael Börnicke**. Als erstes Projekt startet im März die Initiative „**Fit wie ein Profi**“. Kinder von sechs bis zwölf Jahren können in Berlin, Hamburg,

München, Dortmund und Leipzig in den Filialen von Karstadt Sports an Fitness-Tests teilnehmen und Preise gewinnen. Infos: www.premiere-stiftung.de

■ ZDF: „Traumhochzeit“ kehrt zurück

Die „**Traumhochzeit**“ kehrt im Frühjahr ins Fernsehen zurück - allerdings nur als **einmalige Ausgabe**. Auch der TV-Sender hat gewechselt: Statt bei RTL läuft die Heiratsshow im **ZDF**. Die Sendung, die wie früher von **Linda de Mol** moderiert wird, ist am **10. Mai** zu sehen, wie ein ZDF-Sprecher in Mainz sagte. In der Heiratsshow, die wie zu RTL-Zeiten von dem nieder-

ländischen Unternehmen **Endemol** produziert wird, kämpfen drei Paare um eine „Traumhochzeit“. Die Sendung, die von 1992 bis 2000 bei RTL lief, wurde von bis zu zwölf Millionen Zuschauern verfolgt; über 100 Ehen wurden geschlossen. Im April 2007 wurde bekannt, dass sich das ZDF um eine Neuauflage bemüht.

■ SAT.1: Telenovela mit Jeanette Biedermann

Jeanette Biedermann wird die **Hauptrolle** in einer neuen **Sat.1-Telenovela** spielen. Die Serie, die den Arbeitstitel „**In Liebe Lena**“ trägt, soll ab **Mai** von **Producers at Work** in Potsdam-Babelsberg produziert werden, wie der Privatsender in Berlin mitteilte. Die Reihe, mit der Sat.1 an den Erfolg von „**Verliebt in Berlin**“ anknüpfen will, läuft ab **Sommer** im **Vorabendprogramm**. Biedermann ist den Zuschauern unter ande-

rem aus der RTL-Serie „**Gute Zeiten, schlechte Zeiten**“ bekannt. In nächster Zeit ist die Schauspielerin und Sängerin ebenfalls in Hauptrollen in zwei Produktionen zu sehen: am 12. Februar im Sat.1-Fernsehfilm „**Die Treue-Testerin - Spezialauftrag Liebe**“ und im Frühjahr in „**Dörtes Dancing**“, dem Auftaktfilm einer neuen Pro-Sieben-Reihe mit Parodien auf Filmklassiker.

■ PLAZAMEDIA: Web-TV für Bundesliga-Vereine

Die Produktionsgesellschaft **Plazamedia** hat zum Start der **Bundesliga-Rückrunde** ihr Kundenportfolio im Bereich des Internetfernsehens erweitert: Neukunden sind **TSV 1860 München** und **Alemannia Aachen**, weitere Vereine sollen in den nächsten Wochen folgen, wie die Tochter des Medienunternehmens **EM.Sport Media** in München mitteilte. Damit beliefert Plazamedia in Zukunft die Online-Plattformen von insgesamt 19

Klubs mit **Internet-TV-Inhalten**. Bisher nutzten elf Bundesliga-Vereine, darunter Werder Bremen, Hamburger SV und VfB Stuttgart, die Produktionsdienstleistung „**Vereins-TV**“. Neben der Produktion des Spiels und der Spielzusammenfassung stellt Plazamedia auch Höhepunkte, Interviews, Beiträge und Rückblicke zur Verfügung. Die Vereine können ihren Fans damit im Internet ein umfassendes Web-TV-Programm anbieten.

■ N-TV: Blick hinter die Kulissen

n-tv-Chefmoderator **Christoph Teuner** ballt nach einem Wurf in den Papierkorb die Siegerfaust, Wirtschaftsmoderatorin **Isabelle Körner** verschönert Börsenkurse und Society-Expertin **Christina Ringer** probiert eine trendige Sonnenbrille: **n-tv** läutet seine **Werbepausen** ab sofort mit neuen **Kurzvideos** ein. Wie der Nachrichtenkanal in Köln mitteilte, können die Zu-

schaauer in den Beiträgen einen **Blick hinter die Kulissen** des Senders werfen und die Akteure jenseits des Scheinwerferlichts so erleben, wie sie sie normalerweise nicht zu Gesicht bekommen. Konzipiert wurden die Werbe-Opener von der Werbeagentur **EuroRSCG Düsseldorf** und produziert von **RTL Creation**.

Interaktive Dienste

■ SPIEGEL: Sport-TV mit „Kicker“

Die TV-Produktionsgesellschaft **Spiegel TV** und das Webportal **Spiegel Online** starten gemeinsam mit der Fußballzeitschrift „**Kicker**“ ein **TV-Angebot** für **Sportfans**. Eine tägliche moderierte **Nachrichtensendung** wird sich vor allem **Fußballthemen** widmen, wie die Partner mitteilten. Ergänzend dazu wird täglich ein aktuelles **Hintergrundstück** produziert, das sich nicht nur mit dem Geschehen in der **Bundesliga** und den euro-

päischen Wettbewerben befasst, sondern auch **wirtschaftliche** und **sportpolitische Aspekte** beleuchtet. Die beiden Sendereihen, die sich über **Werbung** finanzieren sollen, werden bei Spiegel Online unter www.spiegel.de und Kicker Online unter www.kicker.de zum kostenfreien Abruf bereitstehen. Der Startschuss soll im April fallen.

■ MTV: TV-Inhalte via MSN Video

Der Musikkanal **MTV** verbreitet ab sofort ausgewählte **Programminhalte** über das Microsoft-Webportal **MSN Video**. Eine entsprechende Zusammenarbeit wurde jetzt mit dem US-Konzern vereinbart, wie MTV Networks in Berlin mitteilte. Die MTV-Videos lassen sich unter <http://video.msn.com> in neun europäischen Ländern, darunter Deutschland, kostenfrei abrufen.

Zum Angebot zählen bekannte MTV-Serien wie „**South Park**“, „**Pimp My Ride**“ und „**Punk'd**“. In den kommenden Monaten kommen weitere MTV-Sendungen dazu. Außerdem sollen Inhalte von Schwesterkanälen wie **Nickelodeon**, **Paramount Comedy** und **Comedy Central** aufgenommen werden.

■ MAXDOME: Live-Spiele der Serie A

Die italienische Fußball-Liga **Serie A** mit Vereinen wie Inter Mailand, AS Rom oder Juventus Turin kommt via **maxdome** nach Deutschland. Die Online-Videothek von **ProSiebenSat.1** und **United Internet** zeigt ab sofort unter www.maxdome.de **jedes Wochenende** die jeweilige **Spitzenpartie** aus insgesamt zehn Begegnungen live. Außerdem steht jeden Sonntag ein speziell für maxdome produziertes 30-minütiges **Magazin** mit Zusammenfassungen und Spielhöhepunkten zum Abruf bereit. Das Angebot kann nach Angaben der Betreiber

nur von Deutschland aus genutzt werden. Das erste live gezeigte Spiel ist am 10. Februar um 20.30 Uhr die Begegnung Catania Calcio gegen Tabellenführer Inter Mailand. Der **Einzelabruf** des Spiels kostet zur Einführung **1,99 Euro** (später 4,99 Euro). Der Zugriff erfolgt entweder direkt per **PC** oder mittels IPTV-fähiger **Set-Top-Box** über den **Fernseher**. Insgesamt bietet maxdome über 10.000 Titel aus den Bereichen Spielfilm, Serie, Comedy und Sport.

■ BRANDSTAGE: ParalympicSport.TV in neuem Gewand

Die Internet-TV-Agentur **brandstage.tv** verpasst **ParalympicSport.TV**, dem internationalen Web-TV-Sender für paralympischen Sport, ein **neues Erscheinungsbild**. In Vorbereitung auf die diesjährigen **Paralympics** in Peking bekommt der Sender zum **12. Februar** einen komplett neu gestalteten Auftritt und ein

regelmäßiges Programm mit Nachrichten, Reportagen und umfassender Berichterstattung aus der Welt des Behindertensports, wie das Unternehmen in Hamburg mitteilte. Das Team von brandstage.tv, das für den Sendebetrieb und die Inhalte-Produktion zuständig ist, hatte ParalympicSport.TV im März 2006 zu den Para-

lympischen Winterspielen in Turin gemeinsam mit dem **International Paralympic Committee** und dem IPTV-Dienstleister **Narrowstep** gestartet. Der Sender, der sich über **Werbung** und **Sponsoring** finanziert, bietet

unter www.paralympicsport.tv Live-Übertragungen, Video-on-Demand-Beiträge und einen Nonstop-TV-Stream in englischer Sprache mit historischen und aktuellen Bildern.

Zahlen & Fakten

■ STUDIE: TV-Nachrichten unterscheiden sich in Themenwahl

Die **Hauptnachrichtensendungen** der **öffentlich-rechtlichen Fernsehsender** vermitteln eine deutlich **andere Sicht** auf das **Weltgeschehen** als die der **privaten Kanäle**. „**Tagesschau**“ (ARD) und „**heute**“ (ZDF) räumen **innen- und außenpolitische Themen** deutlich doppelt so viel Meldungszeit ein wie „**RTL aktuell**“ und die „**Sat.1 News**“, wie das Nachrichtenmagazin „**Focus**“ ermittelte. Umgekehrt führen die Privaten bei der Berichterstattung über **Straftaten, Katastrophen** und **Unfälle**. In den analysierten 14 Tagen (17. bis 27. Oktober 2007 und 20. bis 22. Januar 2008) füllten **RTL** und **Sat.1** jeweils ein Viertel der Nachrichtenzeit mit diesen Themen, das ZDF elf Prozent und die ARD sechs Prozent. RTL-Chefredakteur **Peter Kloeppel**

verteidigt die Schwerpunktsetzung: Straftaten, Unfälle und Katastrophen gehörten „zum Leben und zur **Erfahrungswelt** unserer **Zuschauer** und haben deshalb je nach Relevanz ihren Platz in der Sendung“. Die Diskussion um **Jugendgewalt** im hessischen Wahlkampf habe gezeigt, wie schnell aus einem vermeintlichen Boulevardthema, dem Angriff auf einen Rentner in der Münchner U-Bahn, ein **Politthema** werden könne. ARD-aktuell-Chefredakteur **Kai Gniffke** will dagegen einzelne Kriminalfälle und Verkehrsunfälle nicht in der „**Tagesschau**“ sehen: „Sie können zum Thema werden, wenn sie Auslöser einer **gesellschaftspolitischen Debatte** sind, etwa um Jugendkriminalität oder um ein Tempolimit.“

■ UMFRAGE: Zuschauer wollen Moderatoren mit eigener Meinung

Ob die Moderatoren der Abend-Talkshows wie **Reinhold Beckmann**, **Johannes B. Kerner**, **Sandra Maischberger**, **Anne Will** oder **Maybrit Illner** in ihren Sendungen ihre **eigene Meinung** zum jeweiligen **Gesprächsthema** äußern oder lieber für sich behalten sollten, wird immer wieder diskutiert. Illner etwa hatte unlängst in der Wochenzeitung „**Die Zeit**“ den Standpunkt vertreten, dass man die Zuschauer nicht mit den eigenen Ansichten behelligen solle. Das **TV-Publikum** selbst vertritt dazu eine eindeutige Position, wie eine Umfrage des Berliner Medienforschungsinstituts **Mind-**

line Media ergab: **Zwei Drittel** (66 Prozent) der Zuschauer würden es begrüßen, wenn die Moderatoren in ihren Sendungen auch ihre **eigene Meinung** verträten, lediglich ein Viertel der Befragten (26 Prozent) sprechen sich dagegen aus. Für eine Äußerung der eigenen Meinung sind besonders die **unter 30-Jährigen** (75 Prozent), für eine Zurückhaltung plädieren eher die **Zuschauer mit höherer Bildung** (36 Prozent). Für die repräsentative Untersuchung wurden im Januar 1.000 Personen ab 14 Jahren befragt. Infos: www.mindline-media.de

Personalien

■ MDR: Udo Reiter will erneut kandidieren

MDR-Intendant **Udo Reiter** steht offenbar für eine **weitere Amtszeit** zur Verfügung. Der 63-Jährige habe beschlossen, sich erneut zur Wahl zu stellen, berichten

die „**Dresdner Neuesten Nachrichten**“ unter Berufung auf Informationen aus dem MDR-Umfeld. Der **Rundfunkrat**, dessen Mitglieder den Intendanten wählen,

solle bereits im **April** darüber entscheiden. **Reiter**, der den Posten seit 1991 innehat, könnte damit **weitere sechs Jahre** an der Spitze der mitteldeutschen ARD-

Landesrundfunkanstalt stehen. Seine aktuelle Amtszeit läuft bis 2009. Ein MDR-Sprecher wollte sich zu dem Bericht nicht äußern.

■ N24: Peter Limbourg alleiniger Chefredakteur

Der Nachrichtenkanal **N24** strukturiert seine Chefredaktion um. **Peter Limbourg**, bislang Chefredakteur für Politik, Magazine und Talkshows, wird **alleiniger Chefredakteur** und ist künftig auch für die aktuelle Nachrichtenredaktion zuständig, wie der Sender in Berlin

mitteilte. **Jörg Harzem**, Chefredakteur Aktuelles, verlässt das Unternehmen. Harzem, der im Juli 2004 von RTL zu N24 kam, teilte sich die Chefredaktion mit Limbourg. Die Position des zweiten Chefredakteurs wird nicht wieder besetzt.

■ SSN TV: Thomas Stupica neuer Chefredakteur

Thomas Stupica wird **Chefredakteur** des Sportkanals **Super Sports Network (SSN TV)**. Der 38-Jährige verantwortet künftig sämtliche Programminhalte und Sonderformate, wie der Sender in Köln mitteilte. Stupica berichtete zuvor als Sportjournalist für private TV-

und Radiostationen von Großveranstaltungen wie Olympischen Spielen, Grand-Slam-Turnieren und über 20 Weltmeisterschaften. Für **Eurosport** arbeitete er auch als Kommentator und für den **ORF** als Reporter.

■ TELE COLUMBUS: Michael Buhl neuer Finanzchef

Michael Buhl übernahm am 1. Februar die **Geschäftsführung** für den Bereich **Finanzen** beim Kabelnetzbetreiber **Tele Columbus**. Der 36-Jährige Diplom-Kaufmann ist dem Unternehmen bereits seit 2003 als Berater der Geschäftsführung in Strategie-, Akquisitions- und Finanzierungsfragen verbunden, wie Tele

Columbus in Hannover mitteilte. Buhl löst **Hans Ulrich Lienau** als Chief Financial Officer ab, der in den vergangenen sechs Monaten den Finanzbereich aufgebaut hatte und nach Abschluss seiner Projekte in die Finanz- und Versicherungsbranche zurückkehrt.

Sat-News

■ ASTRA: Romance TV vor Sendebeginn

Romance TV, der am 14. Februar startende Spartenkanal mit romantischen Filmen, Serien und Telenovelas, hat mit **Testausstrahlungen** auf **Astra** (19,2° Ost) begonnen. Gesendet wird auf der Frequenz 11,876 GHz H (SR 27.500, FEC 3/4); das Signal ist in **Nagravision** verschlüsselt. Zu sehen ist eine Hinweis-

tafel mit dem Datum des Sendebeginns. Der Sender, der mit TV-Reihen wie „Traumschiff“ und „Rosamunde Pilcher“ vor allem ein weibliches Publikum ansprechen will, wird auf der Pay-TV-Plattform **Premiere Star** vermarktet; auch eine **Kabelverbreitung** ist geplant. Infos: www.romance-tv.de

■ ASTRA: Bloomberg TV nur noch digital

Der US-Wirtschaftskanal **Bloomberg TV** verbreitet sein deutschsprachiges Programm nur noch in **digitaler**

Form über **Astra** (19,2° Ost); die Frequenz lautet 12,552 GHz V (SR 22.000, FEC 5/6). Die analoge Aus-

strahlung wurde eingestellt. Der bislang belegte Transponder 11 (11,362 GHz H) steht damit für digitale Programme zur Verfügung. Bloomberg TV ist via Satellit auch über das Eutelsat-System **Hot Bird** (13° Ost) sowie per **Kabel** und **DSL** zu empfangen. Auf der Web-

seite www.bloomberg.com wird zudem ein **Livestream** angeboten. Der Sender bietet ein 24-Stunden-Programm mit dem Schwerpunkt auf Nachrichten und Hintergrundberichten aus Wirtschaft, Börse und Finanzen.

■ HOT BIRD: Das Vierte stellt Verbreitung ein

Das Vierte, der Spielfilm- und Serienkanal von **NBC Universal Global Networks Deutschland**, hat seine digitale Verbreitung über **Hot Bird** (13° Ost) eingestellt. Das Programm ist weiterhin sowohl analog als auch

digital über **Astra** (19,2° Ost) zu empfangen. Außerdem wird via **Kabel**, **DSL** und auf der IPTV-Plattform **Zattoo** gesendet.

Tagebuch

■ BVZM: Die Zwergen-Radiowelt von DVB-H

Dem **Fußball** ist es zu danken, dass mit hoher Wahrscheinlichkeit ab **Juni** in **Deutschland** im kommenden Europa-Standard **DVB-H** die **EM-Spiele** auf **Handys** zu sehen sein werden. Als Audio-Dreingabe wird's auch **Radioprogramme** geben. Während die TV-Welt recht treffend abgebildet ist, also die Familien **ARD**, **ZDF**, **RTL** und **ProSiebenSat.1** den Minibildschirm bespielen werden, geht es bei den Radiokanälen für den neuen nationalen Übertragungsweg DVB-H zu wie bei Hem-pels unterm Sofa. Das **Deutschlandradio** wollte verständlicherweise dabei sein, wurde aber von den Lizenzbehörden **ohne rechtliche Grundlage der Tür verwiesen**. Obwohl technisch ohne Probleme acht national verbreitete Radioprogramme möglich wären, wurden nur drei Sendeplätze vergeben. Großartig allein

ist die Lizenzierung des Fußballradios **kick.fm**. Die erfahrene Hörfunkgesellschaft **Regiocast** aus Leipzig ist der Initiator. Das will der Hörer, das ist nationale Kommunikation. Ob allerdings die Teutonen einen **Comedy/Karaoke-Kanal** brauchen, ist fraglich, denn das ist inzwischen läppische Massenware im Fernsehen. Die **Privatradio-Manager** haben die **Chance** auf endlich **bundesweite Formate per DVB-H-Handy nicht erkannt**. So lange es keine **Talkradios** und **Newskanäle** mit **nationalen Moderatoren-Stars** unter privatwirtschaftlicher Flagge in Deutschland gibt, bleibt DVB-H-Radio lediglich **Micky-Maus-Kino mit Ton**.

Bernt von zur Mühlen arbeitet als Medienberater und Publizist in Luxemburg. E-Mail: bvzm@bvzm.net

Impressum: Der Medienbote erscheint wöchentlich donnerstags 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 510,00 Euro (Sechs-Monats-Abo 282,00 Euro, Drei-Monats-Abo 147,00 Euro). Auf jedes weitere Abo innerhalb eines Unternehmens gewähren wir 50% Rabatt. Alle Preise verstehen sich zzgl. 19% MwSt. Zugang zu unseren Artikeln erhalten Sie auch über die Datenbanken von Genios (www.genios.de) und Factiva (www.factiva.de). Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel können Sie über den Presse-Monitor (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) entworfen und wird mit freundlicher Genehmigung verwendet. Kontakt: Medienbote Verlag, Herrenstraße 20, 90599 Dietenhofen, Telefon +49 (0)9824 928822, E-Mail redaktion@medienbote.de, Internet www.medienbote.de, ISSN 1614-7383