

Deutsche TV Plattform
Forum „Die Zukunft ist digital – schon umgestellt?“
Berlin, 5. September 2010

Wolfgang Elsässer, Begrüßung und Keynote
- Es gilt das gesprochene Wort -

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

(Anpassung der Adressatenansprache nach Protokoll-Notwendigkeiten)

im Namen der Deutschen TV-Plattform begrüße ich Sie recht herzlich zu unserem Forum „Die Zukunft ist Digital – schon umgestellt?“

Zahlen sind ja ein gängiges Stilmittel in Reden, besonders Jahreszahlen. Gerade 2010 könnte man jede Menge davon bringen – und obendrein noch in einer geradezu perfekten mathematischen Reihe:

75 Jahre Fernsehen in Deutschland,
die 50. Internationale Funkausstellung
oder 25 Jahre Satellitenfernsehen mit ASTRA.

Die wichtigsten Zahlen der Stunde sind dagegen krumm. Aber das Gute ist: Es bedarf keiner umfassenden Recherchen, es reicht ein einfacher Blick auf die Uhr und ein bisschen Kopfrechnen: 602 Tage, 9 Stunden, 58 Minuten und 30 Sekunden. Solange dauert es bis zum Ende des analogen Satellitenfernsehens in Deutschland.

Am 30. April 2012 ist also endgültig Schluss. Und es wird bestimmt keine Laufzeitverlängerung geben, auch wenn gerade in Berlin gerne und lange über den Ausstieg aus dem Ausstieg debattiert wird. Aber zum Glück reden wir ja nicht über Atomkraftwerke, sondern über Fernsehen. Und statt über Restrisiken zu streiten, können wir uns auf eine strahlende, digitale Zukunft freuen.

**Deutsche TV Plattform
Forum „Die Zukunft ist digital – schon umgestellt?“
Berlin, 5. September 2010**

Etwas davon kann man hier sehen, hören und spüren. Es ist nicht nur schön voll auf der IFA, es ist auch schön. Für Zuschauer, Sender und den Handel. Das Fernsehen zieht die Menschen wieder stärker in seinen Bann. Der Grund ist ganz einfach: Statt der ermüdenden Wiederholung von Ankündigungen gibt es endlich jede Menge echte Innovationen, Ideen, für die auch ein Markt da ist.

HDTV, 3D-TV und selbst die die Verbindung von Fernsehen und Internet auf dem großen Bildschirm im Wohnzimmer. All das, worüber lange diskutiert wurde, ist inzwischen Realität. Die Hersteller wetteifern mit Produkten, die ganz einfach nur schön sind, vor allem aber auch schön einfach.

Und die Sender? Sie ziehen mit, schauen nach der Krise nach vorne. Als sechster deutscher Sender zeigt SPORT1 sein Programm ab November auch in HDTV – exklusiv bei HD+, der ASTRA-Plattform für das schönere Fernsehen. Auf der IFA präsentieren mehrere Sender neue digitale Teletexte, die 30 Jahre nach der Einführung des Teletexts wie eine kleine Revolution anmuten.

Die beste Werbung, die man für digitales Fernsehen machen kann, sind eben tolle Programme, gute Ideen und faszinierende Geräte. Aber wir müssen realistisch bleiben. Wir werden in den nächsten 602 Tagen, 9 Stunden, 56 Minuten nicht aus jedem der knapp vier Millionen analogen Satellitenhaushalte in Deutschland begeisterte High-End-High-Definition-First-Mover machen, die ihre 3-D-Brillenur einmal kurz zur Seite legen, um Sasha Lob eine Das-Fernsehen-lebt-E-Mail zu schicken.

Die Realität ist anders. Ich vermeide jetzt jedes Bild, das Helmut Thoma und Georg Kofler geprägt haben, um das Beharrungsvermögen von Zuschauern zu beschreiben. Sprechen wir lieber über Menschen.

Deutsche TV Plattform
Forum „Die Zukunft ist digital – schon umgestellt?“
Berlin, 5. September 2010

Wir sprechen über Menschen, die ihren Satelliten-Receiver so betrachten wie viele von uns früher einen VW Käfer. Er läuft und läuft und läuft. Seit Jahrzehnten. Warum sollte man da was ändern?

Wir sprechen über Menschen, die mit ihrem Programmangebot wohl grundsätzlich zufrieden sind.

Wir sprechen über Menschen, die heute noch gar nicht wissen, dass Sie am 1. Mai 2012 ein Problem haben, wenn Sie Ihren analogen SAT-Receiver einschalten.

Was wir brauchen ist also rechtzeitige Aufklärung. Wir müssen diese Menschen wachrütteln. Die Deutsche TV-Plattform leistet hier eine Menge Arbeit. Jörg-Peter Jost, Vorstandsmitglied der DTVP und Bereichsleiter Zentraltechnik des Hessischen Rundfunks wird Ihnen einen kurzen Abriss über die Aktivitäten geben.

Im Anschluss erläutert Klaus-Hofmann die Arbeit von „klardigital 2012“. Die Initiative der Landesmedienanstalten in Zusammenarbeit mit ARD, ZDF, der Mediengruppe RTL Deutschland, ProSiebenSat.1 und dem VPRT hat sich zum Ziel gesetzt, den Umstieg auf das digitale Fernsehen zu promoten.

„klardigital“ hat ja kurz vor der IFA eine Idee vorgestellt, die seit vorgestern on air ist. Haushalte mit Satellitenempfang können seit dem 3. September den Status Ihrer Empfangsanlage jetzt ganz einfach testen. Die Kernfrage lautet: Empfange ich eigentlich analog oder digital? Zuschauerinnen und Zuschauer rufen einfach bei den Programmen Das Erste, ProSieben, RTL, SAT.1, ZDF oder Bayerisches Fernsehen, die Videotextseite 198. Wenn dort ein Hinweis auf die Abschaltung des analogen Satellitensignals erscheint, ist der Satellitenempfang noch analog. Andernfalls erscheint dort die Information "Sie empfangen bereits digital".

Auch viele Zuschauer mit Kabelempfang werden beim Test der Seite 198 den Hinweis „Sie empfangen analog“ erhalten. Grund ist die teilweise analoge Signal-Zuführung über Satellit zu den Kabelnetzen. Natürlich sind die meisten Kabelnetzbetreiber über den Umstieg informiert und haben bereits mit der Umrüstung begonnen.

Aber alleine an diesem Beispiel sehen Sie, dass Umstellung in ihrer Komplexität umfassender ist als viele denken. Die Herausforderungen für die Kabel- und Geräte-Industrie skizziert Herbert Strobel in seiner Eigenschaft als Vorsitzender des Fachverbandes Satellit & Kabel im ZVEI.

Neben guter Planung wird über den Erfolg der Umstellung auf digital aber vor allem die Kommunikation entscheiden. Die Videotextseite 198 ist ein Anfang, aber die Sender werden sich noch deutlich mehr bemühen müssen, um ihren Zuschauerinnen und Zuschauern am 1. Mai 2012 einen schwarzen Bildschirm zu ersparen. Thorsten Mann-Raudies vom Norddeutschen Rundfunk setzt sich daher mit der Frage auseinander, wie das Publikum on air angesprochen werden kann.

In der abschließenden Diskussionsrunde wollen wir auf den Punkt bringen, was in den kommenden Monaten zu tun ist. Aus Sicht der Sender, Netzbetreiber, der Wohnungswirtschaft, des Handels, des Handwerks, der Geräteindustrie und des Verbrauchers.

Ich möchte der Diskussionsrunde natürlich nicht vorweg greifen, aber schon heute kann man konstatieren, dass es beim Thema Digitalumstieg eine große Koalition gibt. Aber es gibt eine Gefahr bei Großen Koalitionen und im richtigen Leben: Je mehr Leute an einer Sache scheinbar gemeinsam arbeiten, desto größer ist natürlich die Gefahr, dass sich alle auf den jeweils anderen verlassen und selber erst einmal abwarten. Gerade dann, wenn eine Sache etwas aufwendiger ist und der Ruhm des Vaterlandes nicht schon vorher winkt.

Deutsche TV Plattform
Forum „Die Zukunft ist digital – schon umgestellt?“
Berlin, 5. September 2010

Für den Satellitenbetreiber ASTRA, den ich in Deutschland vertrete, ist die Umstellung schon heute eine der wesentlichen Aufgaben in der Handelskommunikation. Ab Herbst werden wir auch die Endverbraucher ansprechen. Natürlich stellen wir die Vorzüge des digitalen Empfangs – mehr Vielfalt, bessere Qualität, tolle Features und Geräte – in den Vordergrund. Aber mit Blick auf die Kernzielgruppe der bisherigen Digital-Verweiger wird die Tonalität deutlicher werden. Es ist schon jetzt an der Zeit, die Kardinalfrage zu stellen. Vor Ort. Liebe Analog-Fernseher? Wollt Ihr ab 2012 in die Röhre gucken oder lieber fernsehen?

Je früher wird das Thema fokussieren, desto eher wird auch die Bereitschaft steigen, etwas zu tun. Denn uns muss klar sein: Umschalten auf digital, das muss jeder Kunde selbst. Mir ist bewusst, dass einige Händler erst im nächsten Jahr mit einer deutlich steigenden Nachfrage rechnen. Aber es gibt einen guten Grund gegen das Abwarten: Je früher es uns gelingt, analoge Haushalte zu digitalen zu machen, desto größer ist die Chance, diese Wechsel auch in der Empfindung positiver zu gestalten, sympathisch und rational die Vorzüge des Digitalempfangs in den Vordergrund zu stellen.

Je näher wir aber an den 30.04.2012 heranrücken, desto größer wird das Empfinden beim Verbraucher, er werde unter großem Zeitdruck zu etwas gezwungen. Und Ärger und Unlust sind sicherlich zwei Hürden, auf die man jedem Verkaufsgespräche gerne verzichtet.

Packen wir es an. Jetzt. 602 Tage, 9 Stunden und 52 Minuten vergehen viel schneller als man denkt. Nutzen wir die nächsten 110 Minuten so gut und intensiv wie möglich.

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit und wünsche Ihnen gute Unterhaltung auf dem Forum der Deutschen TV-Plattform.