

Fernsehen : am Liebsten gratis und ohne Werbung = De préférence gratuit et sans publicité

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Bulletin.ch : Fachzeitschrift und Verbandsinformationen von Electrosuisse, VSE = revue spécialisée et informations des associations Electrosuisse, AES**

Band (Jahr): **97 (2006)**

Heft 19

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Nutzungsbedingungen

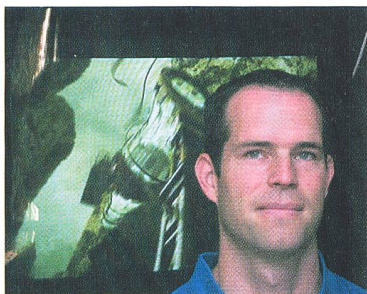
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



Guido Santner, Redaktor Electrosuisse
– rédacteur Electrosuisse

**Fernsehen: Am
Liebsten gratis und
ohne Werbung**

**De préférence gratuit
et sans publicité**

Spätestens bei den digitalen Rechten beginnen die Probleme von Triple Play. Wenn neben den Daten und dem Telefon auch das Fernsehen über den Internetanschluss geliefert wird, können die Spielfilme plötzlich wie Musik im MP3-Format verbreitet werden. Die Telekomfirmen werden dies verhindern, indem sie uns Empfangsgeräte als Blackbox mit wenigen Bedienelementen ins Wohnzimmer stellen werden. Was sie aber nicht verhindern können, ist, dass wir Zuschauer die Werbung überspringen werden. Denn dies ist ja gerade der Vorteil vom digitalen Fernsehen übers Internet: Wir können beliebig vor- und zurückspulen im Film oder eine interessante Meldung in der Tagesschau nochmals anhören. Leider leben Fernsehsender wie RTL oder MTV von der Werbung. Was tun? Den Zuschauer zwingen, die Werbung anzuschauen?

Ein zweites Problem ist die Bandbreite des Internetanschlusses – bei ADSL maximal 6 MBit/s. Dies geht gerade noch mit dem alten Fernsehstandard. Mit dem kommenden HDTV reicht es aber nicht mehr: Da braucht es Glasfasern, zumindest bis ins Quartier. Die Deutsche Telekom will deshalb ihr Netz in zehn grösseren Städten ausbauen. Die Swisscom in der Schweiz hat sich noch nicht dazu geäussert – hat den Start von Triple Play aber mehrmals verschoben und wird es diesen Herbst wohl nochmals um ein halbes Jahr vertagen. Ist Fernsehen übers Internet wirtschaftlich? Der Aufwand, das Netz auszubauen, ist gross. Und wir Zuschauer wollen nicht dafür bezahlen. Denn als Internetbenutzer sind wir es gewohnt, dass alles gratis ist – und die Werbung wollen wir ja überspringen.

Triple Play est le terme employé par les fournisseurs de services de télécommunication lorsqu'ils offrent la télévision, le téléphone et l'internet sur la même ligne, avec transmission par protocole internet. Ceci a l'avantage que chacun a son propre canal TV et peut se déplacer dans le programme en avant et en arrière. Afin de pouvoir proposer des films intéressants, Swisscom a acquis fin 2004 la moitié de la société Cine-trade qui détient des droits de films, la station Teleclub et plusieurs cinémas (Kitag).

C'est avec les droits numériques que commencent les problèmes du Triple Play. Il est techniquement possible d'empêcher qu'un film soit proposé illégalement sur internet, ou tout au moins de rendre cette opération difficile. Mais pour le programme télévisé, on peut se demander si le téléspectateur a le droit de sauter la publicité ou s'il est contraint de la regarder. Des stations comme RTL et MTV vivent de la publicité.

Autre problème: la bande passante du raccordement internet – au maximum 6 MBit/s avec ADSL. Cela va tout juste pour l'ancienne norme TV, mais ne suffira plus à la future télévision à haute définition HDTV. Il faudra pour cela des fibres optiques, du moins jusqu'au niveau quartier. C'est pourquoi la Deutsche Telekom veut étendre son réseau tout d'abord dans dix grandes villes. Est-ce économique? L'institut de recherche sur le marché Forrester est arrivé dans une étude de juin 2006 à la conclusion qu'un réseau allemand à fibres optiques pour Triple Play n'en vaudrait pas la peine. Car en tant qu'utilisateurs d'internet, nous sommes habitués à ce que tout soit gratuit – et nous voulons sauter la publicité.

G. Santner