



## Schlagzeilen

### Interview des Tages

MHP: ZDF sieht keinen Anlass für Stopp

### Aktuell

RTL beantragt Joint-Venture mit Starbet

### Medien

Springer prüft Ministererlaubnis

### Broadcast

Galileo: Entwicklungskosten deutlich höher

### Broadcast

USA: VOD-Dienste versus TV-Produzenten

### CE & Technik

Pace in den roten Zahlen

### Personen

Andreas Weber wird neuer HR 1-Chef

### DX-News

Tschechischer Unterhaltungskanal „Top TV“

## ► MHP: ZDF sieht keinen Anlass für Stopp

*RTL hat seine MHP-Applikationen wegen schlechter Marktbedingungen ausgesetzt. Digitalmagazin fragte Markus Karalus von ZDF vision, ob angesichts des schwierigen Umfelds für MHP auch auf dem Lerchenberg eine Neubewertung des Standards für interaktives Fernsehen vorgenommen wird.*

**Digitalmagazin: Sehr geehrter Herr Karalus, RTL hat sich von seinen MHP-Applikationen verabschiedet, bis sich die Marktbedingungen verbessert haben. Bewerten Sie beim ZDF die Marktbedingungen anders, oder sehen Sie auch Anlass für einen Stopp der MHP-Angebote des ZDF?**

**Karalus:** Nein, das ZDF wird seine MHP-Aktivitäten in dem gleichen Maß weiterführen, wie die MHP-Entwicklung in Deutschland voranschreitet. Im Moment geht es – zugegebenermaßen – etwas langsamer voran, aber mit Blick auf die kommenden sportlichen Großereignisse 2006 prüfen wir die Unterstützung des Programms mit attraktiven Anwendungen. So werden wir zu den Olympischen Spielen in Turin die gemeinsame MHP-Applikation von ZDF und ARD wieder an den Start schicken.

**Digitalmagazin: Privatsender wollen sich die Ausstrahlung der MHP-Applikationen „ins Leere“**

**nicht mehr leisten. Wie erklären Sie den Gebührenzählern den Mitteleinsatz beim ZDF für den interaktiven Standard, der kaum beim Zuschauer ankommt?**

**Karalus:** Der Mitteleinsatz beim ZDF hat sich auf ein Minimum reduziert, die meisten Applikationen laufen aufgrund zentralisierter Datenhaltung nahezu vollautomatisiert. Für sendungsbegleitende Applikationen sind entsprechende Tools entwickelt worden, die auch dort den Arbeitsaufwand extrem gering halten. Der Gesamtaufwand für die Applikationen tendiert im Verbund mit der erforderlichen Pressearbeit also gegen Null.

**Digitalmagazin: Sie strahlen mit dem ZDFdigitext ja auch eine MHP-Applikation auf DVB-T aus. Leider gibt es so gut wie keine MHP-fähigen DVB-T-Receiver auf dem deutschen Markt. Ein Anlass für Sie, die Bandbreite auf DVB-T vielleicht für einen anderen digitalen Zusatzkanal zu nutzen?**

**Karalus:** Nach ausführlichen Tests wurde die Datenrate des ZDFdigitextes auf rund 300 kbit/S – ohne Einbußen auf die Ladezeiten – reduziert. Diese Bandbreite ist für einen digitalen TV-Kanal viel zu gering. Um in akzeptabler Qualität zu senden, braucht man die zehnfache Datenrate.

## Interview des Tages



Markus Karalus,  
ZDF vision

**Digitalmagazin: À propos MHP-Receiver: In Deutschland sind diese Geräte wesentlich teurer als beispielsweise in Italien. Haben Sie eine Erklärung für diesen Unterschied?**

**Karalus:** Nein, eine Erklärung habe ich dafür nicht. Fragen Sie doch mal die Gerätehersteller.

**Digitalmagazin: Sind es nicht staatliche Subventionen, die MHP in Italien vorantreiben sollen?**

**Karalus:** Meine Kenntnisse des italienischen Marktes sind nicht umfassend, aber soweit ich weiß, ist die Subventionierung dort stark reduziert worden – trotzdem kosten die Set-Top-Boxen dort deutlich weniger und der Unterschied zu Geräten ohne MHP ist gering.



## Interview des Tages

**Digitalmagazin: Welche Maßnahmen würden Sie vorschlagen, um MHP in Deutschland zukunftsfähig zu machen und zu einer wesentlich größeren Verbreitung zu verhelfen?**

**Karalus:** Ich denke, wenn die Set-Top-Boxen-Hersteller MHP in den Boxen automatisch integrieren würden und die Zuschauer mit der Zeit die Vorteile erkennen, werden MHP-Ap-

plikationen zur Normalität werden, so wie vor vielen Jahren der analoge Videotext. Warum zum Beispiel eine Integration in Festplatten-Recorder nicht vollzogen wird, die in der Regel zu einem höherem Preis verkauft werden, ist mir nicht klar. Darüber hinaus haben Tests in Verbrauchermärkten ergeben, dass Konsumenten durchaus zum Kauf entsprechender Set-Top-Boxen bereit sind, wenn sie die Möglich-

keiten von MHP erklärt bekommen. Wenn der Marketingaufwand dort konzentriert würde, dann würden die Verkaufszahlen auch anziehen.

**Digitalmagazin: Sehr geehrter Herr Karalus, vielen Dank für das Gespräch.**

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

## ► ZDF: Optimierte Bildqualität im digitalen Bouquet

Seit Jahresbeginn 2006 strahlt das ZDF seine Programme im digitalen Bouquet über Kabel und Satellit mit einer weitaus höheren Datenrate aus als bisher. „Das ZDF hat damit unter allen Vollprogrammen in Deutschland das mit Abstand technisch beste Bild. Auch auf den modernen großen Plasma- und LCD-Fernsehschirmen sind die ZDF-Digitalangebote in brillanter Bildqualität darzustellen“, sagte ZDF-Intendant Markus Schächter während einer Pressekonferenz am 17. Januar in Hamburg. Bis zu einer späteren flächendeckenden Einführung von hochauflösendem Fernsehen (HDTV) in Deutschland sei das ZDF mit dieser deutlichen Qualitätsverbesserung für alle Entwicklungen auf dem Gerätemarkt gerüstet. Das ZDF nutzt hierfür Übertragungskapazitäten, die frei geworden sind, nachdem

die beiden Gastprogramme EuroNews und Eurosport nach den Bestimmungen des 8. Rundfunkänderungsstaatsvertrages nicht mehr im digitalen ZDF-Bouquet ausgestrahlt werden dürfen. Im Durchschnitt werden die ZDF-Programme im Digitalbouquet mit einer 25 Prozent höheren Datenrate ausgestrahlt; das ZDF-Hauptprogramm und 3sat zum Beispiel mit bis zu 7,5 MB pro Sekunde, ZDF-Theaterkanal, Kinderkanal, ZDFdoku und ZDFinfo werden mit bis zu 6 MB pro Sekunde im so genannten statistischen Multiplex ausgestrahlt. Die jeweils zur Verfügung gestellte Datenrate ist dabei nicht konstant, sondern wird jeweils bildabhängig den einzelnen Programmen zugewiesen. Die erhebliche Verbesserung der Bildqualität fällt insbesondere bei Fernsehgeräten mit großen Flachdisplays sofort auf,

wie Zuschauerzuschriften an das ZDF seit Jahresbeginn bestätigten. Bedingt durch die rasanten Entwicklungen auf dem Endgerätemarkt hin zu immer flacheren und vor allem größeren Displays, ist die digitale Übertragung an Grenzen gestoßen. Auf kleinen Geräten mit herkömmlicher Bildröhre sind Qualitätsprobleme aus zu großer Datenkompression kaum sichtbar, aber auf großen Flachdisplays treten sie deutlich und störend in Erscheinung. Dabei gilt: je größer das Display, desto störender die so genannten „Artefakte“. Mit der deutlichen Erhöhung der Datenrate hat das ZDF solche Probleme für seine Programme über die digitalen Verbreitungswege Satellit und Kabel beseitigt.

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

## ► Sportwetten: RTL beantragt Joint-Venture mit Starbet

Wie der Branchendienst für Sportmarketing Sponsors.de berichtet, nehmen die Planungen der RTL-Gruppe, in das Sportwetten-Geschäft einzusteigen, offenbar konkrete Formen an. Das Kölner Fernsehunternehmen hat beim Kartellamt die Genehmigung eines Joint Ventures mit dem österrei-

chischen Wettanbieter Starbet beantragt. Demnach möchte RTL rund 80 Prozent der Anteile seiner Tochterfirma Gambelino GmbH, die für das Online-Wettportal RTLtipp.de zuständig ist, an die Starbet Holding AG verkaufen. Im Gegenzug beteiligt sich RTL Interactive mit 30 Prozent an dem österrei-

chischen Unternehmen. Dem Vernehmen nach plant RTL, noch zur Fußball-WM selbst Sportwetten über alle elektronischen Kanäle vom TV über Internet bis zu Mobile anzubieten. Eine Entscheidung des Kartellamts wird in diesem Frühjahr erwartet.

## ► ZDF baut neues Nachrichtenstudio in Mainz

Das ZDF hat Planungen für den Neubau eines Nachrichtenstudios auf dem Gelände des Mainzer Sendezentrums aufgenommen. Die teilte Intendant Markus Schächter während einer Pressekonzferenz mit. Mit diesem Vorhaben will sich das ZDF auch auf die höheren Ansprüche an Nachrichtensendungen in der digitalen Fernsehzeit vorbereiten. Schächter: „Information ist eine Kernkompetenz des ZDF. Die verschiedenen Sendungen der ‚heute-Familie‘ - von den Frühnachrichten im Morgenmagazin bis zu ‚heute nacht‘ - bieten den Zuschauern ein lückenloses Angebot. In der Flut der täglichen Informationen wollen wir unsere besondere Stärke, das Erklären von Zusammenhängen und die Erhellung von Hinter-

gründen als Service für die Zuschauer noch weiter ausbauen.“ Mit den zur Verfügung stehenden Kapazitäten im jetzigen Nachrichtenstudio, das in seinen baulichen Grundzügen noch aus den siebziger Jahren stamme, stoße das ZDF nun an die Grenzen, so dass angesichts steigender Ansprüche an eine moderne Nachrichtenvermittlung der Neubau eines Studios unumgänglich sei. Das ZDF-Nachrichtenstudio müsse an 365 Tagen im Jahr 24 Stunden ohne Vorbereitungszeiten für Aufbau, Umbau oder Einleuchten zur Verfügung stehen, erläuterte Schächter. Nur so könne das ZDF jederzeit seinem Informations- und Qualitätsanspruch auch bei unvorhergesehenen Ereignissen nachkommen. Um die Kosten für

einen Neubau so gering wie möglich zu halten, soll das Raumkonzept auf ein Gebäude in unmittelbarer Nachbarschaft zum bestehenden Sendebetriebsgebäude mit Studiofläche und Regie sowie einigen Nebenräumen (Maske, Sprecherraum) beschränkt werden. Der erste Spatenstich sei für das zweite Quartal 2006 vorgesehen, sagte der ZDF-Intendant. Zudem plant der Sender, während der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006 im Forum des Sony Center am Potsdamer Platz sein zentrales WM-Studio einzurichten. An 13 „ZDF-Sendetagen“ wird der Sender von dort aus live über die Spiele berichten.

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

## ► Springer prüft Ministererlaubnis

Nächste Runde im Medienkrimi „Übernahme von Pro Sieben-Sat 1 durch die Axel Springer AG“. Nach dem überraschenden Rückzug der Axel Springer AG vom Verkauf des Senders Pro Sieben prüft das Unternehmen nun Medienberichten zufolge weitere Schritte: Als neue Optionen stehen der Klageweg beim Oberlan-

desgericht in Düsseldorf oder ein Antrag auf Ministererlaubnis für den Deal zur Debatte. Die Politik signalisierte bereits ihre Unterstützung: Gegenüber der FAZ äußerte sich der Chef der Bayerischen Staatskanzlei, Eberhard Sinner, zuversichtlich, dass eine Sondergenehmigung für Axel Springer gute Chancen habe. Auch die öffentlich-

rechtliche Konkurrenz sprach sich für die Übernahme von Pro Sieben-Sat 1 durch Springer aus. Nach einem Bericht der Zeitung „Die Welt“ sähen sowohl ARD als auch ZDF lieber nationale Eigner statt ausländische Investoren in den Chefesseln der zum Verkauf stehenden Sendergruppe.

## ► Galileo: Entwicklungskosten deutlich höher

Wie die Financial Times Deutschland (FTD) meldete, ist das Satellitennavigationssystem Galileo schon jetzt ein Drittel teurer als geplant. Die von der EU und der europäischen Weltraumorganisation ESA je zur Hälfte zu tragende Entwicklungsphase wird

statt der zunächst geplanten 1,2 Milliarden Euro voraussichtlich 1,5 Milliarden Euro kosten. Damit summieren sich laut FTD die Gesamtkosten auf mindestens 3,7 Milliarden Euro, wobei die Kosten für die so genannte Aufbauphase mit derzeit geschätzten 2,2

Milliarden Euro noch gar nicht endgültig feststünden. Dies sagte ein Sprecher des industriellen Hauptauftragnehmers Galileo Industries der Zeitung. Als Gründe für die Mehrkosten nannte er unter anderem Zeitverzögerungen.

## ► Premiere will Big Brother haben

Einem Branchendienst zufolge hat Premiere einen Lizenzantrag für einen Big-Brother-Kanal bei der Bayerischen Landesanstalt für neue Medien (BLM)

gestellt. Bei RTL 2 läuft derzeit die aktuelle Staffel der Reality-Show aus, Premiere will offenbar den Nachfolger stellen. Auch die KEK beschäftigt sich

mit dem Vorhaben, heißt es weiter. Genaue Informationen, was Premiere aus dem RTL 2-Format machen will, gibt es noch nicht.

## Medien

## Broadcast

## ► WDR: Störungen beim digitalen Antennenfernsehen

Beim digitalen Antennenfernsehen DVB-T wird es in den kommenden zwei Wochen zu Sendeunterbrechungen in der Region Düsseldorf/Ruhrgebiet kommen. Betroffen sind die ARD-Programme Das Erste, Phoenix, Arte und Eins Festival, wie der WDR un-

längst in Köln mitteilte. Die betroffenen Programme werden auf Kanal 64 der Sender Essen, Wesel, Düsseldorf, Langenberg und Kleve ausgestrahlt. Die Abschaltungen beginnen in den frühen Morgenstunden zwischen 2.00 und 5.00 Uhr, sie können bis zu 30 Mi-

nuten dauern. Hintergrund sind die Vorbereitungen für den Wechsel des ARD-Angebots von Kanal 64 auf Kanal 48. Diese Umstellung findet am 1. Februar statt.

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

## ► Auktions-TV: Potenzial in Deutschland ist da

Die Aussichten für erfolgreiches Auktionsfernsehen in Deutschland scheinen gut zu sein. So prognostizierte Goldmedia in der Studie „TV-Shopping and T-Commerce in Europe“ für das Jahr 2008 in Deutschland einen Umsatz von 2,7 Mrd. Euro. Doch was tatsächlich möglich ist, zeigen die Briten. Dort wurden bereits 2003 über 2,2 Milliarden Euro in diesem Sektor erwirtschaftet, 2008 sollen es sogar 3,8 Milliarden Euro sein. Um das gesamte, bisher nahezu ungenutzte Potenzial

des deutschen bzw. deutschsprachigen Marktes zu erkennen, lohnt sich ein Blick über den Ärmelkanal. 2003 machte der klassische Versandhandel in Deutschland einen Umsatz von 21 Milliarden Euro (Großbritannien: 13,3 Milliarden). Die rund 15 deutschen T-Commerce-Kanäle erwirtschafteten 2003 einen Umsatz von 1,3 Milliarden Euro (Großbritannien: 2,2 Milliarden). Inzwischen bietet der junge deutsche Markt seinen Zuschauern mit 1-2-3.tv einen etablierten TV-Auktionskanal sowie mit

Arena einen Newcomer mit guten Erfolgsaussichten. Obwohl es Auktionsfernsehen in Deutschland erst seit knapp einem Jahr gibt, wird es bereits im selben Atemzug mit den drei etablierten Teleshoppfern HSE 24, QVC und RTL-Shop genannt. Dies hat der Diplom-Volkswirt Thomas Melles in seiner Studie „Auktions-TV in Deutschland und Großbritannien im Vergleich“ herausgefunden.

[www.controlling-management.de](http://www.controlling-management.de)

## ► USA: VOD-Dienste versus TV-Produzenten

Laut einem Bericht der Los Angeles Times, streiten sich in den USA derzeit die Gemüter von TV-Sendern, Produzenten und sonstigen Rechteinhabern über einen leicht realisierbaren Weg, dem Zuschauer exakt das zu geben, was er verlangt. Standards für Video-on-Demand (VOD) und TV-

Download liegen offenbar in Grundzügen vor, jedoch versperren noch einige Hürden den Weg dorthin. Als Beispiel nennt die Zeitung den Kabelbetreiber Comcast, der seinen Kunden beispielsweise die Crime-Serie CSI als VOD-Service anbietet. Zuschauer, die eine Folge verpassen,

können sich diese dann für 0,99 US-Dollar über Comcast ansehen. Was für den Konsumenten eine optimale Lösung zu sein scheint, ist den Produzenten ein Dorn im Auge. Schließlich wollen sie als Rechteinhaber auch ihren Teil des Kuchens abhaben.

## ► ANGA-Workshop: HDTV-Kopfstellen für CATV-Netze

Die ANGA Services GmbH führt am 8. Februar in Hannover und am 9. Februar in München einen Workshop zum Thema „HDTV-Kopfstellen für CATV-Netze“ durch. Die Vortragsthemen sind an beiden Veranstaltungsorten gleich: HDTV im Betrieb, Kopfstellenkomponenten, Installation, Signalprocessing und die Integration von HDTV-Kopfstellen in CATV-Netze. Der Workshop

richtet sich an Installateure, Netzbetreiber und Planer, auch außerhalb der ANGA. Mit dem Workshop sollen alle Punkte zur Installation und Inbetriebnahme von HDTV-Kopfstellenkomponenten und die Anforderungen an das CATV-Netz erläutert und diskutiert werden. Dazu zählt, welche Komponenten man bestellen muss, wie werden die Komponenten installiert und in Betrieb

genommen, welche Anforderungen ergehen sich an das dahinter geschaltete CATV-Netz. Es sind zusätzlich technische Live-Demonstrationen geplant. Die Referenten der Veranstaltung kommen unter anderem aus den Unternehmen Astra, Grundig, Wisi, Scientific-Atlanta Europe und Kathrein.

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

## Broadcast

## CE & Technik



## ► Pace in den roten Zahlen

Das Unternehmen Pace Micro Technology, Hersteller von Digitalreceivern mit Sitz in Großbritannien, steckt in den roten Zahlen. Einer aktuellen Pressemitteilung vom 17. Januar zufolge betrug der Verlust im zweiten Halbjahr 2005 8,9 Millionen Pfund (rund 13 Millionen Euro). Der Umsatz brach im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von

150,5 Millionen auf 78,9 Millionen Pfund ein. Auch der Verkauf der Set-Top-Boxen ging merklich zurück. Wurden im Jahr 2004 noch 2,1 Millionen Set-Top-Boxen verkauft, waren es im vergangenen Jahr nur 1,1 Millionen Stück, teilte das Unternehmen mit. Der Vorsitzende des Unternehmens, Michael Bett, gab sich optimistisch: Pace habe

neue Verträge unterschrieben und werde seine Bedeutung im Bereich Pay-TV weiter ausbauen. Umsatzwachstum erhofft sich Pace durch neue Lieferungen in die USA, für den deutschen Bezahl-sender Premiere, UPC in den Niederlanden und Foxtel in Australien.

[www.pacemicro.com](http://www.pacemicro.com)

## ► Discovery HD im Sky-HD-Paket

Der britische Veranstalter Sky hat unlängst bekannt gegeben, das 24-Stunden-HD-Programm von Discovery mit an Bord seines HD-Fernsehpakets zu

nehmen. Discovery HD ist zurzeit bereits in Südkorea, Japan und Canada empfangbar und soll in Kürze auch in Deutschland und Österreich starten. Das

HD-Programm, das über Sky ausgestrahlt wird, soll Formate aus dem umfangreichen HD-Angebot des Senders als auch zugekaufte Inhalte umfassen.

## Programme

## ► Frauenkanal Oxygen demnächst über Dish empfangbar

Der Kanal Oxygen und der Satellitenbetreiber Dish Networks haben einen Langzeitvertrag über die Aussendung des auf eine vorwiegend weibliche Zielgruppe fokussierten Oxygen-Pro-

gramms über Satellit vereinbart. Bislang war Oxygen nur über Kabel verfügbar. Die rund zwölf Millionen Dish-Abonnenten können ab sofort eine kostenlose Vorschau des Programms

sehen. Nach dem 30-Tage-Test kommt Oxygen dann in das Top-120-Paket und das Latino-Dos-Paket von Dish.

[www.dishnetwork.com](http://www.dishnetwork.com)

## ► Andreas Weber wird neuer HR 1-Chef

Andreas Weber, Programmchef von SR1 Europawelle, wird zum 1. Juni 2006 Nachfolger von Christian Gramsch als Wellenleiter von HR 1. „Mit Andreas Weber hat der Hessische Rundfunk einen erfolgreichen Wellenchef und erfahrenen Radiojournalisten für HR 1 gewinnen können“, freut sich HR-Intendant Helmut Reitze. Andreas Weber (44) wurde 1961 in Kassel geboren

und ist dort aufgewachsen. Während des Studiums in Bonn arbeitete er als Journalist für verschiedene Radioagenturen und Hörfunksender. Von 1992 bis 1997 war er persönlicher Referent der Intendanten des Saarländischen Rundfunks, Manfred Buchwald und Fritz Raff. 1992 wurde er darüber hinaus zum Geschäftsführer des Deutsch-Französischen Journalisten-

preises berufen. Seit 1997 ist Weber Programmchef der Europawelle, die er zu einer der erfolgreichsten Hörfunkprogramme im Saarland ausbaute. Seit dem Jahr 2000 leitete er zusätzlich die Jugendwelle „Unser Ding“ des Saarländischen Rundfunks. Weber ist verheiratet und hat zwei Kinder.

[www.hr-online.de](http://www.hr-online.de)

## Personen

## ► Michael Vohrer neuer Vorsitzender der Geschäftsführung bei Rohde & Schwarz

Nach 35-jähriger Tätigkeit als Vorsitzender der Geschäftsführung ist Friedrich Schwarz (65) zum 31. Dezember 2005 aus dem operativen Geschäft bei der Rohde & Schwarz GmbH

& Co.KG ausgeschieden. In dieser Funktion folgt ihm Michael Vohrer (58) nach. Vohrer ist seit 30 Jahren im Unternehmen und seit 2003 Mitglied der Geschäftsführung. Dem dreiköpfi-

gen Führungsgremium gehören darüber hinaus Manfred Fleischmann (53) und Christian Leicher (35) an.

[www.rsd.rohde-schwarz.com](http://www.rsd.rohde-schwarz.com)

## ► Vize-Chef der „Welt“ wird MDR-Hörfunkdirektor

Wie die „Berliner Zeitung“ schreibt, soll der derzeitige stellvertretende Chefredakteur der Tageszeitung „Die Welt“ Johann Michael Möller neuer MDR-Hörfunkdirektor werden. Dies habe der Intendant Udo Reiter dem Rundfunkrat des öffentlich-rechtlichen

Senders vorgeschlagen. Die bisherige Hörfunkdirektorin Barbara Molsen geht noch in diesem Jahr in den Ruhestand. Die Zeitung schreibt weiter, dass bei der Wahl am 30. Januar zudem die Direktoren Wolfgang Vietze (Fernsehen), Karola Wille (Recht), Gabriele Arlt

(Technik), Ulrike Wolf (Landesfunkhaus Sachsen), Werner Dieste (Landesfunkhaus Thüringen) und Holger Tanhäuser (Verwaltung) für weitere fünf Jahre bestätigt werden sollen.

## Personen

## ► ECCA benennt Head of Communications

Die European Cable Communications Association (ECCA) gab am 18. Januar in Brüssel bekannt, dass Toon Diegenant mit Wirkung zum 1. Februar zum Head of Communications berufen wurde. Der 33-jährige Belgier Diegenant hatte zuvor einige Ma-

nagement-Positionen bei Liberty Global, dem weltweit führenden Kabelnetzbetreiber, inne. Seine Karriere in der Kabelindustrie startete er 1997 bei UPC Belgien, wo er die Breitband-Internet-Dienste für das Unternehmen entwickelt hat. Toon Diegenant war

zudem in den Start von Chello Broadband involviert. Bei Liberty Global war er in den letzten fünf Jahren als Manager Corporate Communication und Pressesprecher tätig.

[www.ecca.be](http://www.ecca.be)

## ► Tele München Gruppe erweitert Verkaufsteam

Constanze Gilles, 32, ist seit dem 1. Januar 2006 für die Tele München Gruppe als Produktmanagerin tätig. Sie verantwortet den Vertrieb der deutschsprachigen TV-Rechte aller Kinder- und Non-Fiction-Programme

der TMG. Dazu gehören Serienklassiker wie Popeye, Der Rosarote Panther und die Monster Ranchers. Zuvor bekleidete Constanze Gilles, Diplom Medienwissenschaftlerin, vier Jahre lang bei dem deutschen Ableger der welt-

weit operierenden Lizenzagentur Copyright Promotions die Position des Sales & Marketing Managers.

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

## ► Neu auf Astra 19,2° Ost: Tschechischer Unterhaltungskanal „Top TV“

## DX-News

Nachdem der tschechische Anbieter CzechLink die Verbreitung sämtlicher Programme auf dem Eutelsat-Satelliten Eurobird 1, 28,5° Ost beendet hat, startete der tschechische Unterhaltungskanal „Top TV“ am Dienstag, 17.

Januar 2005, unverschlüsselt auf Satellit Astra 19,2° Ost (Frequenz 10.832 H, SR 22000, FEC 5/6). Auf gleicher Frequenz sendet bereits der tschechische Nachrichten- und Parlamentskanal „24cz“. Beide Programme sind

ebenfalls auf Satellit Astra 3A, 23,5° Ost (Frequenz 12.525 V, SR 27500, FEC 3/4) unverschlüsselt auf Sendung.

[www.satfinder.info](http://www.satfinder.info)



Preis Hörbuch: **19,80** Euro

## Erste-Hilfe-Koffer für Projekte – Klaus D. Tumuschheit

Anzeige

33 Lösungen für die häufigsten Probleme

Bücher über Projektmanagement gibt es jede Menge - doch seltsamerweise keines über das Thema, das Projektmanager am brennendsten interessiert: Wie kann ich meine akute Projektkrise lösen? Klaus D. Tumuschheit bietet dem gestressten Projektmanager mit diesem Hörbuch die nötigen Werkzeuge. Tumuschheits 33 praxiserprobte Erste-Hilfe-Massnahmen lösen jene 33 Projektprobleme, an denen Projektmanager immer wieder verzweifeln, wie zum Beispiel: "Unsere Termine sind nicht zu schaffen!", "Die da oben wissen nicht, was sie wollen!", "Wir kriegen kein Budget!", "Der Papierkram stiehlt meine Zeit!", "Unser Chef funkt ständig dazwischen!" Der "Erste-Hilfe-Koffer für Projekte" geht die Projektprobleme systematisch an: Das Problem: Woher es kommt und wie es entsteht. • Der Holzweg: Was bestimmt zu nichts führt. • Erste Hilfe: Wie man das Problem löst.

Copyright © 2005 für dieses Hörbuch: RADIOROPA Hörbuch - eine Division der TechniSat Digital GmbH, Julius-Saxler-Straße 3, 54550 Daun. © Orell Füssli Verlag AG, Zürich, Alle Rechte vorbehalten, Urheber- und Leistungsschutzrechte, besonders Vervielfältigungen, Vermietung, Aufführung und Sendung sind vorbehalten. ISBN: 3-939048-42-9



Preis Hörbuch: **19,80** Euro

## Immer Ärger im Projekt – Klaus D. Tumuschheit

70 bis 80 Prozent aller Projekte scheitern, werden schöngeredet oder in aller Stille begraben. Von den wenigen, die durchkommen, liegen die meisten weit über Budget, hinter dem Zeitplan, dem Markt und den Ergebniserwartungen zurück. Weshalb erreichen Projekte trotz kompetenter Projektleiter und engagierter Projektteams so selten vollständig ihr Ziel? Warum geht so vieles schief, obwohl sich so viele Mühe geben? Vielleicht ist Ihnen auch schon der leise Verdacht gekommen: Jemand sabotiert die Projekte! Klaus D. Tumuschheit kennt als renommierter Unternehmensberater für Projektmanagement das Projektgeschäft aus dem Effeff. Er entlarvt zehn Projekt-Killer und viele kleine Projekt-Saboteure - Personen wie auch betriebliche Mechanismen, die oft genug ein Projekt behindern. Seine Tipps, wie man sich vor Projekt-Killern schützt und geeignete Gegenmassnahmen ergreift, sind bares Geld wert für alle, die nicht mehr wollen, dass ihre Projekte heimlich sabotiert werden.

Copyright © 2005 für dieses Hörbuch: RADIOROPA Hörbuch - eine Division der TechniSat Digital GmbH, Julius-Saxler-Straße 3, 54550 Daun. © Orell Füssli Verlag AG, Zürich, Alle Rechte vorbehalten, Urheber- und Leistungsschutzrechte, besonders Vervielfältigungen, Vermietung, Aufführung und Sendung sind vorbehalten. ISBN: 3-939048-42-9



Preis Hörbuch: **17,80** Euro

## Beziehungsmanagement – Hannes Kunz

Der Stammkunde steht im Mittelpunkt

Alte Verkaufsprofis wissen längst: Es ist bei weitem wirtschaftlicher, einen Stammkunden zu pflegen, als einen Neukunden zu akquirieren.

In gesättigten Märkten ist nicht mehr nur der Neukunde, sondern vor allem der zufriedene Wiederkäufer die existentielle Grundlage von Unternehmen. Nur: erst seit die Umsatzkurven nicht mehr wie von selbst steil in den Himmel wachsen, ist vielen Führungskräften schmerzlich bewusst geworden, dass die teure Anwerbung von neuen Kunden Priorität im Marketing genoss, die Kundenbindung aber eher ein Schattendasein fristete. Überhastet wurden Bonusprogramme geschaffen, den Mitarbeitern an Schulungen kundenorientiertes Verhalten beigebracht, an Sitzungen über Beziehungsmanagement, Customer Retention Marketing und was der Heilmittel mehr sind, diskutiert. Umorientierung tut not, moniert der Autor.

Copyright © 2005 für dieses Hörbuch: RADIOROPA Hörbuch - eine Division der TechniSat Digital GmbH, Julius-Saxler-Straße 3, 54550 Daun. © Orell Füssli Verlag AG, Zürich, Alle Rechte vorbehalten, Urheber- und Leistungsschutzrechte, besonders Vervielfältigungen, Vermietung, Aufführung und Sendung sind vorbehalten. ISBN: 3-939048-46-1



Preis Hörbuch: **14,80** Euro

## Zuletzt lacht der Kunde – Reiner S. Bandorf

Gewisse Chefetagen und Arbeitnehmer haben noch nicht verstanden, dass optimaler Kundenservice zu einem guten Betriebsergebnis beiträgt und dass kulantes Verhalten gegenüber Kunden Arbeitsplätze erhält, ja sogar schaffen kann.

Reiner S. Bandorf berichtet in diesem Hörbuch über negative und positive Erlebnisse im Kundenservice in verschiedensten Branchen wie Gastronomie, Autogewerbe und Einzelhandel. Er lässt es aber nicht bei Lob oder Tadel bleiben. Sein Anliegen ist es, Schwachstellen und Unterlassungssünden aufzuzeigen. Diese können meist mit wenig Aufwand behoben werden, haben aber eine nachhaltige Wirkung. Dieses Hörbuch liefert konkrete Praxistipps, um eine gezielte Kundenorientierung schnell und effizient umzusetzen.

Copyright © 2005 für dieses Hörbuch: RADIOROPA Hörbuch - eine Division der TechniSat Digital GmbH, Julius-Saxler-Straße 3, 54550 Daun. © Orell Füssli Verlag AG, Zürich, Alle Rechte vorbehalten, Urheber- und Leistungsschutzrechte, besonders Vervielfältigungen, Vermietung, Aufführung und Sendung sind vorbehalten. ISBN: 3-939048-49-6

Bestellhotline: (03925) 9220-700  
Bestellung online unter: [www.hoerbuchnetz.de](http://www.hoerbuchnetz.de)

## Impressum

Digitalmagazin.info bietet Führungskräften und Entscheidern in der Medienbranche, Fachhändlern und Verbrauchern einen tagesaktuellen Überblick über die wichtigsten Fakten und Ereignisse. Der Branchendienst erscheint von Montag bis Freitag in Form eines PDF-Dokuments und wird per E-Mail versendet. Nachdruck und Reproduktion sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung gestattet. Der Inhalt ist nur für den persönlichen Gebrauch bestimmt. Wir kontrollieren die Inhalte der Seiten, auf die wir verlinken, vorab sorgfältig. Trotzdem können wir keine Haftung für die Inhalte der verlinkten Seiten übernehmen. Für deren Inhalte sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Preise: Jahresabonnement 300,- Euro zzgl. MwSt, Schnupper-Abo 120,- Euro zzgl. MwSt. für vier Monate. Herausgeber ist die Redaktion INFOSAT, ViSDP Holger Crump, Redaktion Evelyn Schneiders.

**Kontakt:** Digitalmagazin.info, INFOSAT EURO-MEDIA S.A., Mediacerenter Betzdorf, 11, rue Pierre Werner, L-6832 Betzdorf.  
Tel: 003 52 / 71 07 07 - 600, Fax 003 52 / 71 07 07 - 659  
E-Mail Redaktion: [redaktion@digitalmagazin.info](mailto:redaktion@digitalmagazin.info),  
E-Mail-Aboverwaltung: [abo@digitalmagazin.info](mailto:abo@digitalmagazin.info),  
Internet: [www.digitalmagazin.info](http://www.digitalmagazin.info)

Wir freuen uns auf Ihre Tipps und Hinweise!