

<b>Text intern</b> - de		Print	
Medientyp:	Fachpresse-Spezial	Gedr. Auflage:	2045
Erscheinungsdatum:	18.09.2008	Verk. Auflage:	1629
Seite:	5	Verbr. Auflage:	1879
		Reichweite:	8120

## Fernsehen und Web-TV werden einander immer ähnlicher

Bewegtbildboom war Thema beim Kölner Internetkongress des eco Verbandes

Mehr als 700 Web-TV-Sender sind im deutschsprachigen Internet abrufbar, auf den Servern der Videoplattform **Sevenload** liegen über zwei Millionen Filme, und internationale Plattformen erreichen noch ganz andere Dimensionen – allein in den USA werden monatlich fünf Milliarden Videos bei **YouTube** abgerufen. Der exponentiell wachsende Boom des Bewegtbilds im Internet war Thema beim Kölner Jahreskongress des **eco Verbandes der deutschen Internetwirtschaft**. „Noch akzeptieren die Nutzer Wartezeiten und die vergleichsweise schlechte Qualität von Webvideos, aber künftig werden sie auch im Netz perfekte Qualität verlangen“, prophezeit Sevenload-Gründer und Geschäftsführer **Ibrahim Evsan**.

Bei der Kölner Videoplattform stellen die Nutzer allerdings nicht nur höhere Anforderungen an die technische, sondern auch an die inhaltliche Qualität der Webvideos. Professioneller und semi-

professioneller Content werden schon länger in über 20 Themenkanäle gebündelt und an Werbekunden vermarktet. Zusätzlich zu ihren eigenen Plattformen nutzen viele Marken und Medien auch Videoportale für die Verbreitung ihrer Filme – bei Sevenload beispielsweise **BMW**, „Focus TV“ oder „Mein schöner Garten“. Doch auch viele Amateurfilmer werden laut Evsan immer besser: die Produzenten tauschen Tipps, Tricks und sogar die Technik aus. „Es ist eine richtige Tauschbörse für Hardware entstanden“, so Evsan. Sevenload plant, die beliebtesten Themenangebote auch an klassische Fernsehsender zu vermarkten.

Auch für die **Deutsche Welle (DW)** wird Web-TV neben Webradio, digitaler Verbreitungsweg neben Podcasts, Newslettern und mobilen Angeboten immer wichtiger. Der deutsche Auslandsender, der nicht aus **GEZ**-Gebühren, sondern aus dem Bundeshaushalt finanziert wird, musste in den vergangenen

Jahren erheblichen Etatkürzungen hinnehmen. Web-TV hilft der Sendeanstalt, weitere Einnahmen zu generieren und neue Zielgruppen zu erreichen. „Wir können nicht mehr nur auf die Kurzwelle setzen, wenn wir auch in fünf bis zehn Jahren noch relevant sein wollen“, betont **Holger Hank**, DW-Leiter Neue Medien.

Doch der rasante Anstieg von Bewegtbildangeboten im Netz hat Folgen. Im deutschen Internet, so kalkuliert Sevenload, reicht die Kapazität derzeit für 800.000 gleichzeitige Videoabrufe in Standardqualität oder 200.000 Abrufe in TV-ähnlicher Qualität – greifen mehr Nutzer gleichzeitig auf die Server zu, dann bricht das Netz zusammen. Content-Aggregatoren und Internetserviceprovider müssen laut Evsan in Zukunft mit höheren Kosten rechnen, um den Bedarf an Bandbreite zu bewältigen.