



Grenzen der Kapazität

Provider wollen für Web TV kassieren

Jahreskongress des Eco-Verbandes der deutschen Internetwirtschaft diskutierte in Köln über Fernsehen im Internet-Zeitalter.

VON ULRIKE LANGER

Keine Frage ist schwieriger zu beantworten wie „Was läuft denn gerade im Fernsehen?“. Für Digital-Nutzer gibt es die Qual der Wahl zwischen 500 TV-Sendern per Kabel oder Satellit – und 700 weiteren Kanälen im Internet. Denn Fernsehen machen längst nicht mehr nur die TV-Sender, auch Verlage – und jeder Amateur-Filmer kann den eigenen Web-TV-Sender betreiben oder zumindest einzelne Videos ins Netz stellen.

Optimierte Bildqualität

Das tun immer mehr Menschen, stellte nun der Jahreskongress des eco Verbandes der deutschen Internetwirtschaft in Köln fest. Über 100 Millionen Videoclips sind bei YouTube abrufbar, das deutsche Sevenload bietet rund zwei Millionen Filme. Zwar ist die Bildqualität im Internet häufig schlechter als auf dem großen Bildschirm im Wohnzimmer, aber vor allem junge Nutzer stört das kaum – bislang jedenfalls nicht. „In Zukunft werden die Nutzer aber auch im Internet Videos in perfekter Qualität verlangen“, glaubt Ibrahim Evsan, Gründer und Geschäftsführer von Sevenload. Bei der Kölner Videoplattform zeichnet sich der Trend zur Professionalisierung an vielen Stellen ab: Die gefragtesten Videos will Sevenload bald schon an klassische TV-Sender verkaufen.

Den umgekehrten Weg geht „Zattoo“. Der Schweizer Internet-TV-Dienst spielt 46 klassische TV-Kanäle live auf den PC. Darunter auch ARD, ZDF und viele kleinere Privatsender, nicht jedoch RTL, Sat.1 oder ProSieben, die ihre Programme im Web lieber selbst vermarkten wollen. Der Dienst hat in Deutschland bereits knapp eine Million Nutzer und finanziert sich durch Werbung in der rund fünfsekündigen Umschaltpause.

Immer mehr Sender und Filme in immer besserer technischer Qualität benötigen allerdings mehr Bandbreite – doch da stößt das Netz an Kapazitätsgrenzen, wenn es nicht erweitert wird. Momentan können laut Ibrahim Evsan gleichzeitig 800 000 Nutzer Filme in niedriger oder 200 000 Nutzer Filme in hoher Auflösung ansehen. Während die Datendurchflussrate im Internet bis zum Start von YouTube nur langsam anstieg, wird seit dem Jahr 2006 rasant mehr Bandbreite verbraucht. Internet Service Provider müssen immer mehr in leistungsfähigere Netze investieren, damit es nicht zu Ausfällen kommt. Mittlerweile überlegen Provider, ihre Investitionen auf besonders „gefräßige“ Dienste wie die Videoportale teilweise umzulegen. In diesem Szenario wird der Webnutzer für die vermeintlich kostenfreien Videos letztlich Gebühren zahlen müssen.

Bei „Zattoo“ wird das bald der Fall sein. Wer die TV-Sender per Web in TV-Qualität sehen will, soll dafür laut „Zattoo“-Werbechef Niklas Brambring einen Zuschlag von circa 2,50 Euro pro Monat bezahlen. Das rein werbefinanzierte Angebot in der bisherigen Qualität soll es jedoch weiterhin kostenfrei geben.