Zeitschrift: bulletin.ch / Electrosuisse
Herausgeber: Electrosuisse
Band: 97 (2006)
Heft: 19

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

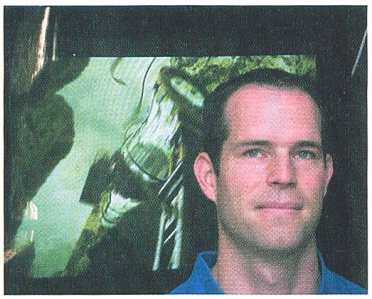
Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 19.11.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch



Guido Santner, Redaktor Electrosuisse – rédacteur Electrosuisse

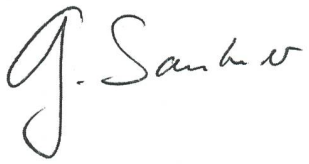
Fernsehen: Am Liebsten gratis und ohne Werbung

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 Cinetrade 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.