

UNTERNEHMENS PORTRÄT

Kabel Deutschland im Überblick

Am 13. März 2003 wurde das ehemalige Kabelgeschäft der Deutschen Telekom durch die drei Investoren Apax Partners, Goldman Sachs Capital Partners und Providence Equity Partners übernommen. Daraus entstanden sind die Kabel Deutschland GmbH (KDG) sowie die sechs Regionen Hamburg/Schleswig-Holstein/Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen/Bremen, Berlin/Brandenburg, Sachsen/Sachsen-Anhalt/Thüringen, Rheinland-Pfalz/Saarland und Bayern. Innerhalb des Konzerns gliedern sich die Aufgaben wie folgt:

- Die Kabel Deutschland GmbH steuert und koordiniert die Prozesse in den sechs Regionen. Die Zentrale ist für das operative Kabelgeschäft des Konzerns verantwortlich und stellt als kompetente Dienstleisterin wichtige Services, wie etwa Call-Center oder IT für das operative Geschäfts zur Verfügung. Diese Dienstleistungen werden darüber hinaus auch anderen Kabelnetzbetreibern angeboten bzw. durch diese genutzt.
- Die sechs Regionen sind neben der Wahrnehmung der technischen Aufgaben schwerpunktmäßig für die Betreuung der Kunden von Kabel Deutschland vor Ort zuständig.

Diese Struktur verschafft Kabel Deutschland eine exzellente Position im deutschen Markt und ermöglicht umfassenden und kompetenten Kundenservice.

Kabel Deutschland als Kabelnetzbetreiber

Mit rund 10 Millionen angeschlossenen Haushalten in 13 Bundesländern verfügt die Kabel Deutschland Gruppe über die breiteste Kundenbasis aller deutschen Kabelnetzbetreiber. Das Unternehmen betreibt die Breitbandkabelnetze in Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein sowie Thüringen. Vor Ort sind die sechs Regionen für die Betreuung der Kunden verantwortlich. Sie sind regionaler Ansprechpartner sowohl für die Unternehmen aus der Wohnungswirtschaft und die Betreiber der Netzebene 4 (NE 4), die häufig auf der „letzten Meile“ für die Durchleitung des TV-Signals zum Endkunden die Verantwortung tragen, als auch für die rund 3,5 Millionen Haushalte, die unmittelbar Kunde bei Kabel Deutschland sind.

Kabel Deutschland als Vermarkter digitaler TV- und Rundfunkprogramme

Das Unternehmen entwickelt mit über 20 Jahren Erfahrung im Kabelmarkt neue Angebote für Digital TV und Breitbandkabel. Kabel Deutschland betreibt die technische Plattform für das digitale Fernsehen im Kabel für ganz Deutschland. Darüber hinaus ist der Konzern für die Vermarktung von Kabelanschlüssen, für die Errichtung und den Betrieb moderner Hausverteilanlagen sowie für den umfassenden Service rund um den Kabelanschluss verantwortlich.

Insgesamt beschäftigt die Unternehmensgruppe derzeit rund 2.400 Mitarbeiter. Die Unternehmenszentrale befindet sich seit dem 1. Januar 2004 in Unterföhring bei München. Damit hat Kabel Deutschland die Unternehmensleitung und die zentralen Steuerungsfunktionen an einem der führen-

den deutschen Medienstandorte angesiedelt. Zusätzlich betreibt Kabel Deutschland sieben weitere Standorte in Deutschland.

„Kabel Deutschland ist ein wirtschaftlich gesundes Unternehmen mit großer Innovationskraft, das auf einem soliden Fundament steht und profitabel arbeitet“, hebt Roland Steindorf, Sprecher der Geschäftsführung, hervor. Im Geschäftsjahr 2002 erzielte die Gesellschaft einen konsolidierten Umsatz von rund 1 Mrd. Euro. Das Management verfolgt eine deutlich renditeorientierte Strategie: „Es ist unser klares Ziel, Kabel Deutschland zum effizientesten und profitabelsten Kabelnetzbetreiber zu machen. Eine Schlüsselrolle kommt hierbei den Digital TV-Kunden zu, deren Zahl wir massiv erhöhen wollen.“

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Kabel Deutschland GmbH
Kathrin Kleinjung
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel.: 089 / 96010 -155
PC-Fax: 0391 / 555 74 998
E-Mail: kathrin.kleinjung@kabeldeutschland.de

- * Die sechs Regionen sind neben der Wahrnehmung der technischen Aufgaben schwerpunktmäßig für die Betreuung der Kunden von Kabel Deutschland vor Ort zuständig

Diese Struktur verschafft Kabel Deutschland eine exzellente Position im deutschen Markt und ermöglicht umfassendste und kompetentsten Kundenservice.

UNTERNEHMENSSTRATEGIE

Kabel Deutschland auf dem Weg zum digitalen Programmvermarkter

Im deutschen TV-Markt sind die Weichen für einen tief greifenden Wandel gestellt. Bisher nutzt die überwiegende Mehrzahl der insgesamt rund 18 Millionen Haushalte mit Kabelanschluss nur die in der Regel 32 analog übertragenen TV-Sender. In naher Zukunft soll dies anders werden: Mit vielfältigen neuen Inhalten und innovativen Services wird das digitale Fernsehen im Kabelnetz Standards setzen und den TV-Zuschauern mit Kabelanschluss hochattraktive Angebote machen. Maßgeblich vorangetrieben wird diese neue Form des Digital TV von Kabel Deutschland, Europas größtem Kabelnetzbetreiber.

Geschäftsmodell konsequent auf Vermarktung digitaler Angebote ausgerichtet

„Wir wollen alles dafür tun, dass der Konsument in Bezug auf das digitale Fernsehen Sicherheit gewinnt und Digital TV als eine neue, attraktive Erfahrung betrachtet. Es ist unsere primäre Aufgabe, diesen Zukunftsmarkt in einer Führungsrolle zu entwickeln“, beschreibt Robert Steindorf, Sprecher der Geschäftsführung, das Hauptziel der neuen Unternehmensstrategie.

Im Mittelpunkt steht die Etablierung des Unternehmens als Vermarkter digitaler TV- und Radioangebote. „Kabel Deutschland positioniert sich als eine Art digitaler Kiosk, an dem sich der Konsument aus einem vielfältigen Angebot bedürfnisgerecht sein Wunschprogramm zusammenstellen kann“, so Steindorf. Das digitale Fernsehen wird dem Zuschauer eine erheblich ausgeweitete

te Vielfalt an Programmen bieten. „Entscheidend ist dabei, dass die neuen Angebote für den Konsumenten zuverlässig, einfach und günstig gestaltet werden. Dies wollen wir leisten“, betont Steindorf. Kabel Deutschland ist dabei ausschließlich Programmvermarkter und nicht Programmveranstalter.

Im Frühjahr 2004 ist Kabel Deutschland mit der Markteinführung der neuen Digital TV-Angebote gestartet. Die Einführung wird dabei in allen Regionen, in denen die Unternehmensgruppe das Kabelnetz betreibt, parallel vollzogen. Nach dem „Simulcast-Prinzip“, d.h. der gleichzeitigen analogen und digitalen Ausstrahlung eines Fernsehprogramms, wird Kabel Deutschland die analoge Einspeisung der bislang empfangbaren Programme nicht beenden. „Unsere Kunden haben die Sicherheit, dass sie alle bisherigen Programme nicht nur digital, sondern auch weiterhin analog empfangen können, bis sich alle Marktteilnehmer auf einen Konsens zur allmählichen Überführung des analogen in das digitale Spektrum verständigt haben“, sagt Steindorf. „Die Politik hat uns allen das Jahr 2010 als Zeitpunkt zur Abschaltung der analogen Programme in die Planungsbücher geschrieben. Wir möchten es gerne früher schaffen, setzen hierbei aber auf die konstruktive Zusammenarbeit aller Beteiligten.“

Zusätzlich zu den Simulcast-Programmen plant Kabel Deutschland eine erhebliche Ausweitung des digitalen Programmangebotes durch die Einspeisung zusätzlicher Kanäle, etwa Spartensender für Information, Musik und Sport, fremdsprachige Programme oder Spielfilmsender. Da die Kabelnetze bereits seit einigen Jahren vollständig digitalisiert sind, können bereits heute ohne Abschaltung eines analogen Kanals bis zu 120 Programme verbreitet werden. Größere Investitionen für technische Umrüstungen sind hierfür nicht erforderlich. Komfortabel wird das neue Digital TV durch die Einführung eines elektronischen Programmführers (Electronic Program Guide - EPG), der eine einfache und schnelle Navigation durch alle Angebote erlaubt.

Kaufmarkt bei Set-Top-Boxen angestrebt

Eine Voraussetzung für die Weiterentwicklung des digitalen Fernsehens ist dabei das Vorhandensein der entsprechenden Receiver-Familien. Kabel Deutschland setzt hier auf einen Kaufmarkt, der den Konsumenten eine Vielzahl von Receivern mit unterschiedlichsten Ausstattungsmerkmalen in diversen Preislagen anbietet. Der Endkunde soll selbst entscheiden, ob er eine einfache und günstige Box erwerben will, die den Empfang der Digital TV-Angebote ermöglicht, oder ob er teurere Geräte kaufen möchte, die Zusatzfunktionen wie eine Festplattenspeicherung oder MHP-Kompatibilität bereitstellen. Kabel Deutschland wird durch die Verleihung eines Gütesiegels gewährleisten, dass klar definierte technologische Basisanforderungen eingehalten werden und die Boxen kabeltauglich sind. Dem Konsumenten wird eine komfortable Nutzung mit nur einer Fernbedienung angeboten werden. In einem weiteren Schritt der Digitalisierung kommen als neue Anwendungen personalisierte Zusatzinformationen wie Mitteilungen der Wohnungswirtschaft an ihre Mieter oder integrierte Shopping-Angebote hinzu. Die populärsten Programme können zusätzlich um eine Stunde zeitversetzt ausgestrahlt werden.

„Wir wollen es im Einklang mit den anderen Marktteilnehmern schaffen, Digital TV im deutschen Kabelnetz durchzusetzen. Wenn wir alle Marktteilnehmer an einen Tisch bekommen, einen gemeinsamen Plan ausarbeiten und ihn dann auch ausführen, können wir dies zügig schaffen“, so Steindorf.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Kabel Deutschland GmbH
Kathrin Kleinjung
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel.: 089 / 96010 -155
PC-Fax: 0391 / 555 74 998
E-Mail: kathrin.kleinjung@kabeldeutschland.de

Trimedia Communications Deutschland GmbH
Meike Fuhlrott
Thomas Engel
Tel.: +49 (0)211-96485-0
Fax.: +49 (0)211-96485-45
E-Mail: meikefuhlrott@dus.trimedia.de
E-Mail: thomasengel@dus.trimedia.de

VORSTANDSPORTRÄTS

Die Geschäftsführung der Kabel Deutschland GmbH

ROLAND STEINDORF - Sprecher der Geschäftsführung

Roland Steindorf ist seit März 2003 Sprecher der Geschäftsführung der Kabel Deutschland GmbH. Der 50jährige Diplom-Ingenieur ist ein ausgewiesener Experte für Breitbandkabelnetze. Als Geschäftsführer der von ihm gegründeten SMC Sales Marketing Consulting hat Roland Steindorf in den vergangenen Jahren eine Vielzahl von Kabelprojekten von Unternehmen wie TeleColumbus, Callahan Associates, Liberty Media, Kabel Deutschland und MSG beraten. Zuvor baute er als Geschäftsführer die CLT Media Services GmbH / Primus Digital TV auf, ein Unternehmen für die Entwicklung und Einführung von Digital TV und Internetanwendungen. Steindorf ist ein erfahrener Marketing- und Vertriebsmanager mit über 15 Jahren Erfahrung in leitenden Positionen bei namhaften international tätigen Markenartikelkonzernen.

PAUL THOMASON - Mitglied der Geschäftsführung / Chief Financial Officer

Paul Thomason (48) ist seit März 2003 Mitglied der Geschäftsführung und Chief Financial Officer der Kabel Deutschland GmbH. Der versierte Finanzfachmann verfügt über mehr als 20 Jahren Erfahrung im Kommunikationssektor in Europa und den USA. Seinen Schwerpunkte liegen vor allem im Bereich Fusionen und Übernahmen (M&A), Kapitalfinanzierung und strategische Akquisitionen. Nachdem er von 1996 bis 1998 die Position des Chief Financial Officer bei Kabelmedia (Eschborn) bekleidet hatte, war er von 1998 bis 2002 Chief Executive Officer und Chief Financial Officer der PrimaCom AG

(Mainz). Hier trug Paul Thomason die finanzielle, administrative und strategische Verantwortung für den börsennotierten Kabelnetzbetreiber. Er zeichnete auch für die erfolgreichen Börsengang von PrimaCom verantwortlich.

CHRISTOPF WAHL – Mitglied der Geschäftsführung / Chief Operating Officer

Christof Wahl (38) ist seit Oktober 2003 Mitglied der Geschäftsführung der Kabel Deutschland GmbH (KDG). Als Chief Operating Officer ist er für die Ressorts Vertrieb, Service, Technik und IT verantwortlich. Zudem leitet er die Bereiche "Netzebene 4" und "Zentrale Technik". Christoph Wahl kommt vom Bereich Informations- und Kommunikationsnetze der Siemens AG in München, wo er seit November als Präsident für das gesamte Geschäft mit den Carrier-Netzen verantwortlich war. Dieses Geschäft hat ein Volumen von jährlich etwa 3,5 Milliarden Euro und weltweit ca. 8.000 Mitarbeiter. Christof Wahl studierte an der Technischen Universität München und schloss sein Diplom als Ingenieur mit Auszeichnung ab. Darüber hinaus verfügt er über ein Diplom in Betriebswirtschaft.

Kabel Deutschland

Kabel Deutschland (KDG) betreibt die Kabelnetze in 13 Bundesländern und versorgt rund 10 Millionen angeschlossene TV-Haushalte in Deutschland. Damit ist Kabel Deutschland der größte Kabelnetzbetreiber in Europa. Das Unternehmen entwickelt neue Angebote für Digital TV, Highspeed Internet und zusätzliche Dienste. Die KDG bietet eine für alle Programmanbieter offene Plattform für das digitale Fernsehen. Sie betreibt die Netze, vermarktet Kabelanschlüsse und sorgt für einen umfassenden Service rund um den Kabelanschluss. In 2003 übernahm ein Investorenkonsortium bestehend aus Apax Partners, Providence Equity und Goldman Sachs Capital Partners Kabel Deutschland von der Deutschen Telekom.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Kabel Deutschland GmbH
Kathrin Kleinjung
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel.: 089 / 96010 -155
PC-Fax: 0391 / 555 74 998
E-Mail: kathrin.kleinjung@kabeldeutschland.de

DR. MANUEL CUBERO

Vice President Digital TV

Kabel Deutschland GmbH

Dr. Manuel Cubero (40) diplomierte und promovierte in Physik an der Technischen Universität Darmstadt und absolvierte anschließend einen MBA an der INSEAD Business School in Fontainebleau / Frankreich.

Von 1994 bis 1999 bekleidete er die Position des Geschäftsführers der Beta Research und Beta Technik Beteiligungs GmbH und zeichnete unter anderem verantwortlich für den Bau und Betrieb des ersten digitalen Sendezentrums (DPC) in Deutschland. Zwischen 1996 und 1999 war Dr. Cubero außerdem Mitglied des Steering Boards und Co-Chairman des Commercial Modules beim Digital Video Broadcasting (DVB) Standardisierungsprojekt. Während dieser Zeit verantwortete er die Erstellung der „Commercial Requirements“ für MHP. Als Gründer einer Internet-Firma im Bereich Spiele und Wetten in Salzburg, übte Dr. Cubero von 2000 bis 2001 eine Vorstandstätigkeit aus, bis die Firma 2001 an den Europäischen Marktführer verkauft wurde. Von 2002-2003 war er Mitglied der Know-How-Gruppe Telekommunikation und Medien bei Egon Zehnder International in Hamburg und ist seit April 2002 Mitglied im Aufsichtsrat der SCM Microsystems, Inc.

Dr. Manuel Cubero ist seit November 2003 Vice President Digital TV bei Kabel Deutschland.

HINTERGRUNDPAPIER: MARKTSTRUKTUR

Breitbandkabel Deutschland 2004

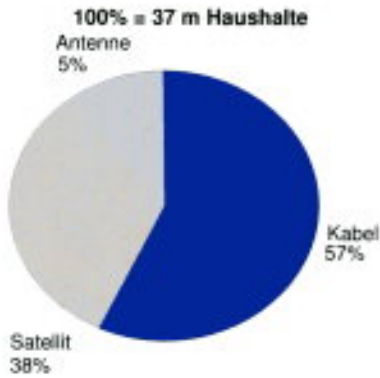
Mehr als 70 Prozent der 37 Millionen Haushalte in Deutschland können TV-Signale durch das TV-Kabelnetz beziehen, etwa 22 Millionen sind tatsächlich angeschlossen. Damit ist der deutsche Markt der größte Kabel TV-Markt Europas und nach den USA der zweitgrößte weltweit.

Wachstum des deutschen Kabelmarkts

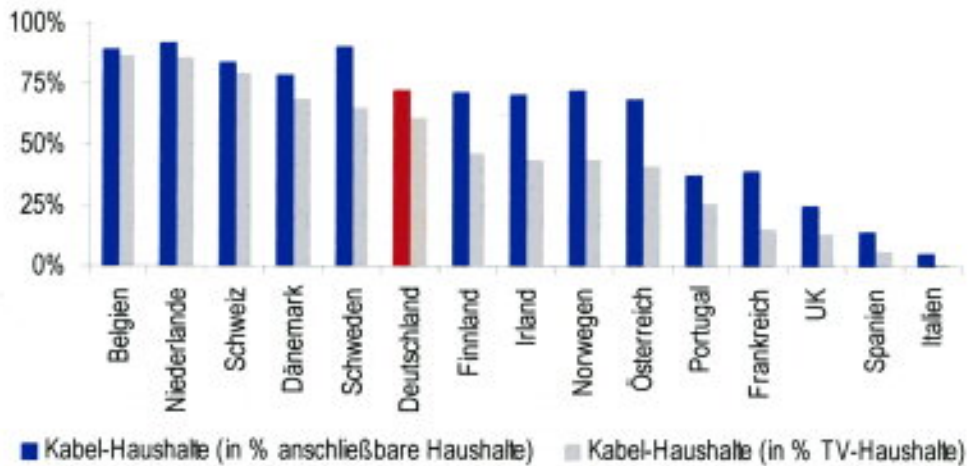
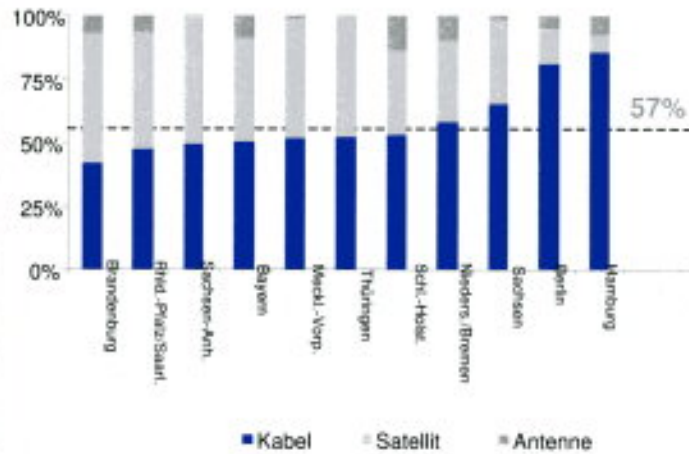
Das deutsche Kabel konnte in den vergangenen zwei Jahrzehnten ein Wachstum verzeichnen. Um weitere Kabelhaushalte neu anschießbar zu machen, bedarf es jedoch eines wachsenden Investments, denn die momentan noch unverkabelten Gebiete weisen eine geringe Siedlungsdichte auf, so dass hierzu relativ teurer Tiefbau erforderlich wäre. Deshalb ist zukünftig bis auf die Erschließung städtischer Neubaugebiete nur ein geringfügiger Zuwachs der anschließbaren Haushalte zu erwarten. Erhebliches Wachstumspotenzial für Kabel-TV Anschlüsse ergibt sich dabei aber aus der Differenz von technisch an das am Haus verfügbare Kabel anschließbaren und tatsächlich angeschlossenen Haushalten, der sogenannten „Anschlusslücke“, die bei etwa 30 Prozent liegt.

Kabel-TV Penetration im europäischen Vergleich

TV Empfang nach Empfangstechnologie 2003*
(in % der Fernsehhaushalte)

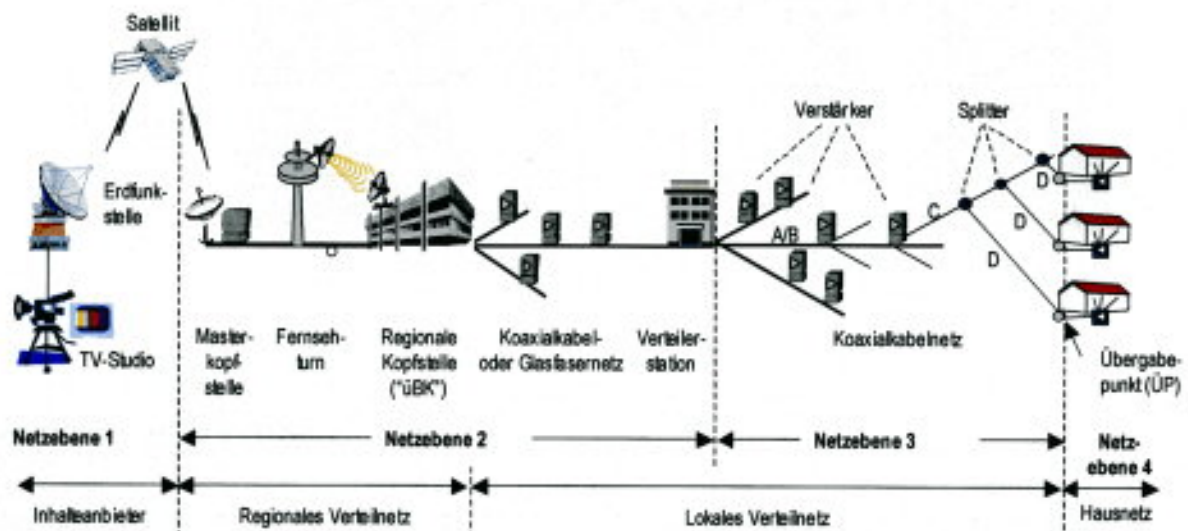


Regionaler Fernsehempfang nach Empfangstechnologie (KDG Regionen)
(in % der Fernsehhaushalte)



Netzstruktur und Netzebenen

Der Begriff des „Kabelnetzbetreibers“ bezieht sich vor allem die Netzebenen 3 und 4 (NE 3, NE 4), wobei die großen Kabelnetzbetreiber auch die Einspeisung der TV-Signale in ihre Netze übernehmen (Netzebene 2).



Struktur des deutschen Kabelnetzes

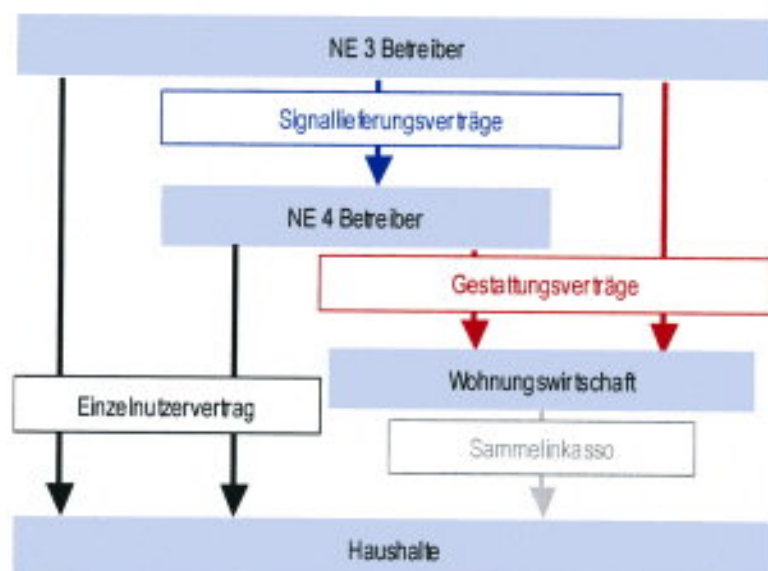
Als Betreiber der NE 3 haben die Nachfolgegesellschaften der Deutschen Telekom (Kabel Deutschland, ish, iesy, KabelBW) dabei direkten Zugang zu ca. 6,5 Mio. Endkunden. Die verbleibenden etwa 11 Millionen an die Kabelinfrastruktur der großen Regionalgesellschaften angeschlossenen Haushalte sind zur Hälfte Kunden der großen NE 4 Betreiber TeleColumbus, Primacom, Bosch und EWT/tss, die andere Hälfte wird von einer Vielzahl kleiner und mittlerer NE 4 Betreiber oder Wohnbaugesellschaften versorgt. Schätzungen gehen davon aus, dass ca. 3-4 Millionen weitere Haushalte über integrierte Netzbetreiber mit eigener Signalführung mit Kabel-TV versorgt werden.

Damit ist eine Netzintegration der Netzebene 3 und 4 nur für direkte Kunden der regionalen NE 3-Unternehmen sowie für Betreiber mit eigener Signalzuführung gegeben.

Netzebene 3	Regionale Kabelgesellschaften (Kabel Deutschland, iesy, ish, Kabel BW) 17,7 Mio. HH		Betreiber mit eigener Signalzuführung 3-4 Mio. HH
	Netzebene 4	Kabel Deutschland, iesy, ish, Kabel BW 6,5 Mio. HH	

Anbieter- und Vertragsstrukturen

Aus der Komplexität des Marktes ergibt sich eine vielschichtige Struktur der Vertragsverhältnisse und Kundenbeziehungen



Vertragsstrukturen und Rechnungsstellungsbeziehungen

Die TV-Signaleinspeisung wird über Signallieferungsverträge zwischen den Nachfolgern der Deutschen Telekom und den NE 4 Betreibern geregelt. Die Ausgestaltung dieser Verträge folgt definierten AGBs, wird aber z.T. individuell angepasst. Grund-

sätzlich ergeben sich die Signalentgelte dabei aus Preistabellen, die Mengenschaffeln nach der Anzahl der Wohneinheiten enthalten, die an einen Übergabepunkt angeschlossen sind.

Gestattungsverträge werden zwischen Unternehmen der Wohnungswirtschaft und NE 4 bzw. NE 3 Betreibern abgeschlossen und erlauben diesen, Kabelnetze in den entsprechenden Wohnhäusern zu betreiben. Auch hier ist die konkrete Vertragsgestaltung vielfältig. So kann das Eigentum am hausinternen Kabelnetz beim Kabelnetzbetreiber liegen, dem Kabelnetzbetreiber kann jedoch auch nur ein befristetes Nutzungsrecht der (vorhandenen) Infrastruktur eingeräumt werden.

Einzelnutzerverträge garantieren eine direkte Beziehung zum Endkunden. Sie können auch im Rahmen eines Gestattungsvertrages mit den jeweiligen Mietern abgeschlossen werden und beinhalten eine direkte Rechnungsstellung des Netzbetreibers an den Kunden. Viele Unternehmen der Wohnungswirtschaft bevorzugen allerdings das Sammelinkasso, bei dem das Kabelentgelt für den Mieter Teil der Nebenkosten ist. In diesem Fall besitzt der Netzbetreiber nur eine indirekte Kundenbeziehung.






Quelle:





Marktübersicht „Breitbandkabel Deutschland 2004“, Solon Management Consulting

Übersicht der Spartensender im Kabel Digital Basic Plus-Angebot



Kabel Deutschland

					
Sendername:	Fashion TV	Motors TV	Planet	Kinowelt TV	Trace TV
Programm:	Mode, Beauty und Style	Live-Übertragungen, Dokumentationen, Reportagen und Tests - alles rund um Auto, Motor und Sport	Dokumentationen aus Technik, Geschichte, Kultur, Sport, Reise und Wissenschaft	Kino & Film	Urbane Lifestyle, Entertainment und Musikvideos
Erstausstrahlung:	1997	September 2000	1997 in Deutschland	Mai 2004	2002
Verfügbarkeit:	24 Stunden täglich	24 Stunden täglich	10,5 Stunden täglich; (mehr ab 2005)	Zunächst 12 Stunden täglich	24 Stunden täglich
Hauptzielgruppe:	Junge, urbane Männer und Frauen	Männer aller Altersklassen	Männer und Frauen, Alter: 18+	Männer und Frauen, Alter: 14 und 49 Jahre	Junge Menschen zw. 15 und 35 Jahren
Sprache:	Ohne Moderation, nur Musik	Highlights in Deutsch, weiteres Programm in Englisch (Ab Sep. 2004: 12 Stunden in Deutsch)	Deutsch	Deutsch	News und Reportagen in Englisch (deutsches Programm in Kürze), ohne Moderation
Verbreitung:	138 Mio. Haushalte weltweit	Mehr als 11 Mio. Zuschauer allein in Europa	Ca. 10,5 Mio. Abonnenten in zehn europäischen Ländern, Kanada und Afrika	Neu	Mehr als 10 Mio. Haushalte weltweit
Highlights:	Mehr als 500 Stunden neues Programm pro Jahr: Modenschauen, Mode-Trends, Interviews mit Designern, Haar- und Make Up-Trends, Fashion in Film sowie Modell-Awards	NASCAR Busch, AMA Superbike Weltmeisterschaft, BTTC - die britische Tourenwagenmeisterschaft, F3 Euroseries, LeMans Serie, Enduro Weltmeisterschaft, Australische F1 Powerboot Serie	Fünf Themenblöcke zu festen Sendezeiten: Planet history Planet present Planet future Planet air Best of Seasons Neu: Reality TV	Spielfilm Highlights, Film- und Kino-Magazine, Hollywood-News, Hintergrundberichte / Making-Ofs	Konzerte, News, Lifestyle-Reportagen zu Themen aus den Bereichen Fashion, Sport, Party und Kino

					
Sendername:	E! Entertainment	13th STREET – The Action & Suspense Channel	Sci Fi – Andere Welten fern sehen	Meteos TV	
Programm:	Die Welt der Stars in Hollywood	Filme, der Genres Action, Mystery, Fantasy, Thriller und Krimi.	Von den Space-Operas der 30er Jahre über Erfolgsserien bis zu großen Kino-Highlights	Aktuelle Wetterinformationen aus Deutschland und der Welt	
Erstausstrahlung:	1990	1. August 1998	1. September 2003	Mai 2004	
Verfügbarkeit:	24 Stunden täglich	24 Stunden	24 Stunden	Ab Juni 2004 24 Stunden täglich	
Hauptzielgruppe:	Männer und Frauen, Alter: 14 und 49 Jahre	Männer und Frauen, Alter: 30 – 49 Jahre	Männer und Frauen, Alter: 30 – 49 Jahre	Männer und Frauen, Alter: 20 – 49 Jahre	
Sprache:	Englisch (ab 2005 8 Stunden Highlights in deutsch)	Deutsch	Deutsch	Deutsch	
Verbreitung:	100 Mio. Haushalte in mehr als 120 Ländern	Über Premiere und die Kabelnetze in Deutschland und der Schweiz	Über Premiere und die Kabelnetze in Deutschland und der Schweiz	Neu	
Highlights:	Tägliche Entertainment News Live Lifestyle und Fashion Reportagen, Interviews, Preisgekrönte Doku- Dramas, Live Übertragungen von den wichtigsten Events Hollywoods (Oscar, Grammy, Emmy, Golden Globe, Film-Premieren)	Kino-Highlights, Film- Klassiker, Erfolgsserien, Kurzfilme, Dokumentationen, Eigenproduktionen wie „Horroroskop“, STUDIO UNIVERSAL – das Fenster nach Hollywood und das Kinomagazin „StudioZone“	Kino-Highlights, Sci-Fi- Klassiker, aktuelle Erfolgs- serien, Kultserien, Trickserien, Animes, Dokumentationen und Eigenproduktionen wie „My Sci Fi“	Morgenshow, Sturm und Unwetterwarnungen (bis auf Landkreisebene), Reisewetter, Sportwetter, Straßenwetter (inkl. Staumeldungen des ADAC)	