

LOGO – LOGIK

// Albrecht Gasteiner

**Logos sind dazu da, Produkte zweifelsfrei zu kennzeichnen.
Doch das gelingt ihnen nicht immer.**

Das Angebot in den Läden der Heimelektronik ist von verwirrender Vielfalt. Konkurrierende Produkte sehen einander zum Verwechseln ähnlich und bieten dennoch nicht identische Qualitäten und Möglichkeiten. Da ist man dankbar und erleichtert, wenn ein vertrautes Logo bestimmte Eigenschaften und Fähigkeiten garantiert. Das vermeidet Fehlkäufe.

Zum Beispiel bei optischen Speichern. Ob CD, DVD oder Blu-ray Disc, hier sichern die weltweit einheitlichen Logos Kompatibilität über Hersteller Grenzen hinweg, sie schaffen Sicherheit und Vertrauen. Logisch, dass so etwas – mit Betonung auf „weltweit einheitlich“ – auch für die nächste Generation von Flachbildschirmen gebraucht wird. Und zwar dringend, denn bisher tummeln sich da nicht nur die unterschiedlichsten Phantasielogos, von denen praktisch nie bekanntgemacht wird, was für Eigenheiten ausser der Auflösung von 3840 x 2160 Bildpunkten damit eigentlich versprochen werden. Durcheinander herrscht auch bei der Namensgebung, wo Bezeichnungen wie „4k“, „UHD“, „Ultra High Definition“, „UHD-1“, „Ultra-HD“ oder „4k Ultra High-Definition“ für Verwirrung sorgen. Doch nun soll endlich Ordnung geschaffen werden. Die Organisation Digitaleurope (in der auch die Schweizer SWICO vertreten ist), hat Anfang September dieses offizielle Logo verabschiedet:

Wer einen Fernseher kauft, auf dem dieses Logo prangt, der darf sicher sein, ein zukunftssicheres Gerät zu erwerben, das alles kann, was man sich von der schönen, neuen, ultra hoch auflösenden Wunderwelt verspricht. Sollte man meinen. In Wirklichkeit garantiert das Logo jedoch nicht einmal einen eingebauten HEVC-Decoder (auch H.265 genannt), obwohl man ohne diesen keine UHD Fernsehprogramme empfangen kann. Es wird auch kein Upscaling von HD-Quellen verlangt, obwohl das auf längere Sicht die meistgebrauchte Funktion eines 4k-Bildschirmes sein wird. Und es bleibt unklar, was geschieht, wenn ein Signal mit mehr als 8 Bit Farbauflösung, erweitertem Farbraum nach REC 2020 oder höherer Bildwechselfrequenz als 60 Hertz angeliefert wird, obwohl all diese Dinge in den nächsten Jahren innerhalb des festgelegten UHD-Standards eingeführt werden. So schafft das neue Logo mehr Verunsicherung als Klarheit. Doch es kommt noch schlimmer. Denn wenige Tage nach der Publikation dieses Logos wurde ein zweites Logo veröffentlicht, das ziemlich genau dieselben Minimalanforderungen definiert und ebenso viele wichtige Details offen lässt. Es wurde von der US-amerikanischen Consumer Electronics Association eingeführt und es existiert sogar in zwei verschiedenen „Duftnoten“: Einmal für Bildschirme ohne Tuner, einmal für solche mit HEVC-Decoder und Internet-Anbindung.



Albrecht Gasteiner ist Chef des firmenneutralen Informationsdienstes HDTV-Forum Schweiz.

Natürlich weisen sowohl Digitaleurope als auch die CEA den Vorwurf der Verzettelung weit von sich. Das eine Logo sei nur für Geräte, die in Europa verkauft werden, das andere ausschliesslich für Nordamerika. Doch die Verwirrung bleibt: Statt eines weltweit gültigen Logos gibt es nun deren drei und alle lassen wichtige Informationen vermissen. Das wirft die Frage auf, wem so ein Schlamassel überhaupt nützen soll. Die Antwort steht auf Seite 5 des 23 Seiten umfassenden Vertrages, den jeder Gerätehersteller unterschreiben muss, der das europäische Logo verwenden möchte: Für das erste Jahr hat er eine Lizenzgebühr von viereinhalb Tausend Euro nach Brüssel zu überweisen, für jedes weitere Jahr mindestens tausendfünfhundert. Nun gut, damit gibt es in diesem Durcheinander also wenigstens einen, der profitiert.