

Symposium der Deutschen TV-Plattform: Second Screen beflügelt Nutzung des Fernseher

Expertenvorträge und Podiumsdiskussion in Wiesbaden erörtern Chancen und Risiken der parallelen Nutzung von TV-Screens und mobilen Geräten

Wiesbaden. Der Trend zum „Second Screen“ stand im Mittelpunkt von sechs Fachvorträgen und der Podiumsdiskussion beim 21. Symposium der Deutschen TV-Plattform mit über 200 Teilnehmern. Zwar birgt die gleichzeitige Nutzung von Smartphones, Tablet-PCs oder Laptops mit dem stationären Fernseher die Gefahr der Ablenkung. Doch der Fernsehbildschirm gerät dadurch nicht ins Hintertreffen - im Gegenteil, so das Fazit der Veranstaltung in den Rhein-Main-Hallen Wiesbaden. Durch intelligente Vernetzung und Synchronisation der Geräte können gerade TV-Sender von den Multiscreen-Anwendungen profitieren. Für die Zuschauer bieten die Second Screens einen klaren Mehrwert durch weiterführende Informationen, bequeme Interaktion und Social TV.

Zuschauer wollen mit dem Fernsehprogramm interagieren und am gemeinschaftlichen Erlebnis partizipieren, sagte Guido Bülow vom Südwestrundfunk. Der Online-Experte gab einen umfassenden Überblick über weltweite Apps und Plattformen für Second Screen-Anwendungen. Mit dem Einsatz solcher Apps können TV-Sender heute ihre Zuschauer aktiv einbinden, wie erste Erfahrungen beispielsweise mit „Tatort+“ als Verlängerung der Sendung ins Web zeigen.

Auch Stephen Strubel von ProSiebenSat.1 bewertete den Einsatz von interaktiven Applikationen als wichtige Strategie zur Zuschauerbindung für TV-Sender. ProSieben experimentierte bereits bei der ersten Staffel von "The Voice of Germany" mit Social TV Anwendungen. Nach überwältigender Zuschauerresonanz werden diese künftig weiter ausgebaut. Aber auch Geld muss verdient werden, betonte er. Die Werbewirtschaft interessiert sich bereits für die neuen Nutzungsformen, so Strubel, an deren Messbarkeit muss aber noch gearbeitet werden.

Dass Second Screen-Dienste auch eine Chance für neue Unternehmen sind, zeigte Dr. Marc Mogalle von Zapitano. Das Startup-Unternehmen versteht sich als Social TV-Plattform und will das Fernsehen zum "permanenten Public Viewing" modernisieren. Im Mittelpunkt der Strategie von Zapitano steht die Vision von Fernsehzuschauern als Mitglieder einer Community, die sich rund um das Medium TV vernetzt. Laut Dr. Mogalle sind Second Screens keine Bedrohung, sondern hauchen dem First Screen wieder neues Leben ein.

Wie gefragt Multiscreen-Lösungen schon jetzt sind, demonstrierte Oliver Lewis am Beispiel von Sky+ und SkyGo. Dabei kann der Pay-TV-Abonnent sein Wunschprogramm auf allen Bildschirmen seiner Wahl genießen. Besonders beliebt ist die Nutzung der Sky Inhalte auf dem iPad. Kürzlich eingeführte social

Deutsche TV-Plattform e.V.
Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
Holger Wenk

Tel. +49.30.4701-8882
Fax +49.30.9985-174
Mobil +49.171.1203682
presse@tv-plattform.de
www.tv-plattform.de

Deutsche TV-Plattform e.V.
c/o ZVEI
Lyoner Straße 9
60528 Frankfurt am Main
Tel. +49.69.6302-311
Fax +49.69.6302-361
www.tv-plattform.de

Geschäftsführerin
Carine Lea Chardon
Amtsgericht Frankfurt
VR-Nr. 73VR9797

Features erlauben auch bei Sky mehr Interaktion - mit dem Programm und der Community.

Welche Technik die Synchronisation von First und Second Screen heute schon ermöglicht, verdeutlichte Dr. Peter Baum von Technicolor. Er erläuterte die Verfahren des Audio Watermarking und des Audio Fingerprinting, beide Verfahren setzen einen Abgleich der Datenströme voraus. Auch für Baum liegt der Mehrwert von Second Screen Anwendungen in der Personalisierung von Diensten.

Wie weitreichend die Anwendungsfelder von Second Screen sind, zeigte Dr. André Schneider von Samsung: Die Bildschirme können verbunden werden, um Inhalte zu suchen, Inhalte zu steuern oder auch um sie von unterwegs zu nutzen. Beim Angebot „allshare“ etwa werden mit Hilfe der Cloud nutzergenerierte Inhalte überall nutzbar, und können via Second Screen auf dem TV-Bildschirm der Nachbarn portiert werden. Auch die Vernetzung der Geräte ist allumfassend. Tablets, Smartphones und Kameras werden mit Flachbildschirmen und Blu ray-Playern/-Rekordern verbunden. Eine zentrale Rolle spielen dabei multifunktionale Applikationen wie die „smart view“ App von Samsung.

In der abschließenden Podiumsdiskussion unter Leitung von Prof. Ulrich Reimers von der TU Braunschweig wurde die Frage, ob der Zuschauer „denn noch auf den Fernseher schaut?“ klar bejaht. Dr. Andreas Bereczky (ZDF) und Andre Prahl (Mediengruppe RTL Deutschland) unterstrichen, dass Second Screens erst durch die Inhalte des First Screen attraktiv werden. Dennoch sei die Einbindung von Social Media in Konzepte der Programmanbieter inzwischen ein Muss. Und auch die non-lineare Nutzung von Bewegtbild-Inhalten gewinnt aus Sicht der Experten zunehmen an Bedeutung. Als „Emanzipation des Fernsehens vom Fernseher“ bezeichnete Gert von Manteuffel (Deutsche Telekom) die Entwicklung, die derzeit stattfindet. Interoperabilität auf Basis standardisierter Verfahren bei der Verbindung von First und Second Screen sei für die gesamte Wertschöpfungskette ausschlaggebend, so Gerhard Schaas. Der Vorsitzende der Deutschen TV-Plattform sieht darin eine wichtige Herausforderung für die Unternehmen in den nächsten Monaten und Jahren.

Das 21. Symposium der Deutschen TV-Plattform fand im Rahmen der FKTG-Fachtagung in Wiesbaden statt. Weitere Informationen demnächst im Web-Special zum unter www.tv-plattform.de.

Die Deutsche TV-Plattform ist ein Zusammenschluss von privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern, Geräteherstellern, Infrastrukturbetreibern, Service- und Technik-Providern, Forschungsinstituten und Universitäten, Bundes- und Landesbehörden sowie anderen, mit den digitalen Medien befassten Unternehmen, Verbänden und Institutionen. Ziel des gemeinnützigen Vereins ist die Einführung von digitalen Technologien auf Grundlage offener Standards. In den Arbeitsgruppen der Deutschen TV-Plattform engagieren sich Vertreter aus nahezu allen Bereichen der Medienbranche und der Unterhaltungselektronik für wichtige Weichenstellungen bei Schwerpunktthemen des digitalen Rundfunks.