

## Fernsehen mit freundlicher Empfehlung

### Strategiepanel der Deutschen TV-Plattform auf der ANGA COM erörtert die Chancen von personalisiertem Fernsehen durch Smart-TV

**Köln.** Dank Internet-Verbindung des Smart-TV profitiert der Zuschauer nicht nur von einer größeren Vielfalt an Inhalten, sondern kann diese auch ganz individuell auf seine Wünsche zuschneiden lassen - etwa über personalisierte Empfehlungssysteme. Dies verdeutlichte die Debatte beim Strategiepanel „Personalized TV – Fernsehen mit freundlicher Empfehlung“ am 20. Mai bei der ANGA COM. Vorgestellt wurde auch die Broschüre „Marktanalyse Smart-TV“ mit einer aktuellen Bestandsaufnahme der Deutschen TV-Plattform.

„Es ist wichtig, so viele Nutzer wie möglich mit in die interaktive Zukunft zu nehmen, und noch mehr Zuschauer davon zu überzeugen, dass sie mit dem Anschluss des Fernsehers ans Internet eine neue Vielfalt genießen können“, beschrieb Wolfgang Elsässer (ASTRA Deutschland) die Herausforderungen in seinem Impulsreferat auf dem ANGA COM-Panel. Der Vorstandsvorsitzende der Deutschen TV-Plattform formulierte drei Thesen für den Erfolg von Smart-TV:

Die intensive Aufklärung der Zuschauer bildet ebenso wie spannende Inhalte und deren einfache Handhabung die Grundlage für die Akzeptanz der neuen Geräte beim Kunden. Personalisierte und individuelle Programm-Angebote und Dienste erfordern zwar ein gewisses Maß an Datenerhebung – dabei sollte aber der Grundsatz gelten „so viel wie nötig, aber so wenig wie möglich“. Chancengleichheit bei Zugang und Auffindbarkeit ist zu gewährleisten: Ein System ist vor allem dann fair, wenn der Nutzer es nach seinen Wünschen gestalten kann.

Einstieg in die Diskussionsrunde gab die Feststellung des Moderators Jürgen Sewczyk, Leiter der AG Smart-TV der Deutschen TV-Plattform (JS Consult/M7 Eutelsat), dass Zuschauer im „TV-Dschungel“ inzwischen Orientierung dringend benötigen. Lösungen hierfür bieten sowohl Kabelnetzbetreiber als auch Gerätehersteller und Online-Plattformen. Dr. Stefan Fuchs von Unitymedia KabelBW nannte etwa die Horizon-Plattform, die ein umfassendes Entertainment-Erlebnis weit über das lineare Fernsehen hinaus ermöglicht - Empfehlungen inklusive.

Auch die Axel Springer Digital TV Guide GmbH (FUNKE Mediengruppe) setzt mit watchmi von Anfang an auf Personalisierung: Der elektronische Programm-Führer wird mit redaktionellen und personalisierten Empfehlungen angereichert, und läuft sowohl auf Smart-TV-Geräten wie auf Second Screens, erläuterte Stephan Zech.

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

Nach Auffassung von Ingo Reese von der Rovi Corporation wachsen EPGs und Empfehlungssysteme untrennbar zusammen, wobei die Recommendation-Funktion den Kern des Mehrwertes für die Nutzer ausmacht – mehr noch als die Menge der verfügbaren Videos.

Dr. Marcus Dimpfel (Mediengruppe RTL Deutschland) unterstrich, dass die Relevanz der TV-Sender-Marken auch im veränderten Marktumfeld ungebrochen sei. Er sieht er demnach personalisierte Angebote als unkritisch, solange die Empfehlungslogik der Anbieter diskriminierungsfrei erfolgt.

Auf die Datenerhebung durch TV-Sender bei HbbTV angesprochen, stellte Dimpfel klar, dass es zunächst gar nicht um personalisierte Werbung geht. Vielmehr brauchen die traditionellen Programmanbietern erst einmal eine Reichweitenmessung, um ihre neuen Online-Dienste überhaupt vermarkten zu können. Solche Erwägungen spielen für das ZDF gar keine Rolle, stellte Produktionsdirektor Dr. Andreas Bereczky klar. Vielmehr gehe es um die ständige Weiterentwicklung der neuen Dienste des Senders, nicht zuletzt für die Gewährleistung von Barrierefreiheit in Mediatheken und im Live-Programm.

Fazit des Panels: Personalisiertes Fernsehen steht noch ganz am Anfang, und wird sein volles Potential erst in den kommenden Jahren entfalten. Für die Akzeptanz solcher Systeme sind die größtmögliche Transparenz bei der Datenerhebung sowie ein verbraucherfreundlicher Umgang mit den Daten nötig – die Wünsche der Zuschauer müssen dabei stets im Mittelpunkt stehen.

In Ergänzung der Debatte beim heutigen Strategiepanel erscheint die aktualisierte „Marktanalyse Smart-TV“ der Deutschen TV-Plattform – das Dokument ist in Deutsch und Englisch am Stand der Deutschen TV-Plattform auf der ANGA COM erhältlich.

Alle neuen Publikationen stehen ebenso wie detaillierte Informationen zur Deutschen TV-Plattform unter [www.tv-plattform.de](http://www.tv-plattform.de) zur Verfügung.

\*\*\*

*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 seit über 20 Jahren die Einführung von digitalen AV-Technologien auf Grundlage offener Standards. In den Arbeits- und Projektgruppen der Deutschen TV-Plattform engagieren sich Vertreter aus nahezu allen Bereichen der Medienbranche und der Unterhaltungselektronik für wichtige Weichenstellungen bei Schwerpunktthemen des digitalen Rundfunks.*