

PROdigitalTV-Symposion am 26.September in München:

TV- und Web-Inhalte künftig gleichberechtigt – neue Angebote erfordern neuen Regulierungsansatz

Das Bewegtbild kennt im digitalen Zeitalter viele Wege zum Kunden.

Aber welcher Distributionskanal ist der nutzerfreundlichste?

Welchen Komfort wünschen sich die Konsumenten, und welches Geschäftsmodell verspricht Erfolg?

Muss Rundfunk neu definiert werden?

Auf dem 31. Medienfrühstück von PROdigitalTV ging es um Technologie, Vermarktung und Regulierung in einer neuen Medienordnung.

Hamburg, 08.10.2013. Michael Wagenhofer und Norbert Grill, Geschäftsführer der Österreichischen Rundfunksender GmbH & Co. KG (ORS) zogen auf dem Symposium eine **erste positive Bilanz** des vor einem halben Jahr eingeführten neuen Standards DVB-T 2. Während in Deutschland noch über die Einführung der nächsten Stufe der digitalen terrestrischen Verbreitung debattiert wird, wurde dieser Standard in Österreich bereits im April dieses Jahres etabliert. simpliTV setzt dabei auf einfaches und bedienungsfreundliches Handling zu kostengünstigen Konditionen.

Der Stellenwert des Video-On-Demand-Marktes in Deutschland war Thema von Dirk Martens, Geschäftsführer des Marktforschungsinstituts House of Research GmbH, Berlin. Hierbei ging es um die wirtschaftlichen Entwicklungschancen und die aktuellen Nutzerrends, die Video-on-Demand-Plattformen (VoD) klar vorne sehen: Während die Videotheken mit ihren physischen Datenträgern schwächeln, steigt die Nutzung webbasierter VoD-Plattformen kontinuierlich an. Ausruhen können sich die ca. 34 deutschen VoD-Anbieter auf guten Prognosen jedoch nicht – durch das Hinzutreten internationaler angebotsstarker Plattformen könnte sich eine rasche Konsolidierung des Marktes ergeben.

Heiko Ahrens, Project & Sales Manager, Axel Springer Digital TV Guide GmbH, und Elmar Möller, stv. Leiter Produktmanagement TechniSat GmbH stellten **Angebot, Inhalt und die Funktionsweise des Online-Dienstes watchmi** vor, das in vielen **internetfähigen Geräten von TechniSat integriert** ist.

Mit watchmi können TV-Nutzer individualisierte TV-Kanäle anlegen, die zum Nutzerprofil passende Sendungen vorschlagen und optional auch automatisch aufnehmen. Um das persönliche Empfehlungssystem zu konfigurieren, bewerten Nutzer die Programmvorschläge von watchmi. Das System wertet auf dieser Basis die persönlichen Favoriten aus – je länger die Nutzung, desto passgenauer das Programm. Zusätzlich können auf watchmi über 50 voreingestellte redaktionell gepflegte Themenkanäle genutzt werden. Themenkanäle gibt es sowohl für lineares TV als auch für webbasierte On Demand Angebote. Der Nutzer kann mit Hilfe der Fernbedienung umschalten, ohne den Wechsel zwischen linearen TV-Angeboten und webbasiertem Content zu registrieren. Die Finanzierung des Portals soll über personalisierte Werbung erfolgen.

Michael Westphal, CEO & Co-founderTV1.EU®- streaming europe stellte mit **miniCASTER® eine Live Broadcasting- und Streaming-Lösung Live via Internet** (KA-band satellite, NewsSpotter) vor, die sich auch an kleinere Anbieter mit hoher Anforderung an Mobilität und Aktualität richtet.

In der anschließenden medienpolitischen Diskussionsrunde ging es um die Frage, wie die bereits in der Praxis vollzogene Konvergenz von TV und Internet bei der EU-Regulierung künftig berücksichtigt werden sollte.

Martin Gebrande, Geschäftsführer der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), sah eine Anpassung des Rundfunkbegriff, der in Deutschland historisch mit der Entstehung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und dessen Verankerung im § 5 des Grundgesetzes verbunden ist, als erforderlich, aber auch nicht als unproblematisch an. **Man müsse die Frage nach der Abgrenzung, was Rundfunk sei und was nicht, künftig stärker an qualitativen, als an verbreitungstechnischen Kriterien bemessen.** Die Entwicklung der technischen Möglich-

keiten sprengt die herkömmliche Definition von Rundfunk – und auch die Gegebenheiten, auf denen diese Regeln basierten.

Gebrande rechnet für 2017 mit einer EU-weiten Lösung im Bereich der Regulierung und plädierte dabei für eine starke Orientierung am Verbraucherschutz, von dem weitere Fragestellungen abgeleitet werden müssten – wie z.B. der Jugendschutz. Rein quantitative Werbebeschränkungen seien inzwischen obsolet.

Michael Wagenhofer, ORS, verwies in Bezug auf das geltende Trennungs- bzw. Kennzeichnungsgebot von redaktionellen und werblichen Inhalten auf **die wachsende „Medien-Mündigkeit“ der Konsumenten**, welche daher weniger schutzbedürftig wären, als in der Vergangenheit. Er sieht jedoch eine vollständige Lockerung der Werbezeitenbeschränkung kritisch. Eine inflationäre Entwicklung der Werbung führe möglicherweise zum Preisverfall und gefährde damit unter Umständen die Refinanzierungsmodelle anstatt sie zu unterstützen.

Uwe Schnepf, Geschäftsführer des Online Video-Dienstleisters nacamar, plädierte dafür, dass weniger die sich rasch ändernden technischen Rahmenbedingungen, sondern **inhaltliche Bewertungen zur Regulierung von Programmanbietern** herangezogen werden sollten. Die unterschiedlichen Plattformen mit ihren Geschäftsmodellen sollten frei entfalten, und dabei sei entscheidend, die bereits **vorhandenen gesetzlichen Regelungen in Bezug auf Jugendschutz, Verbraucher- und Datenschutz einzuhalten bzw. anzuwenden**.

Insgesamt bestand Einigkeit darüber, dass weniger Gestaltungsaufsicht, sondern klare Regelungen gegen Missbrauch die Herausforderungen für eine neue EU-Regelung sind, und dass darüber hinaus auch der diskriminierungsfreie Zugang der Anbieter zu den Verbreitungsplattformen entscheidend sei: **Das „Must Be Found“ sei das neue „Must Carry“**.

Über PROdigitalTV

PROdigitalTV - Interessengemeinschaft Digitale Medien e.V. – ist ein Zusammenschluss unabhängiger Unternehmen der digitalen Medienwirtschaft. Ziel von PROdigitalTV ist die Interessensvertretung und der Dialog zwischen digitalen TV-Sendern, Plattformbetreibern, Geräteherstellern, Händlern sowie Vertretern der Medienpolitik.

Über die ORS-Gruppe

Die ORS-Gruppe besteht aus der Österreichischen Rundfunksender GmbH & Co KG (ORS) und ihrer Tochtergesellschaft ORS comm GmbH & Co KG (ORS comm). Die ORS entstand Anfang 2005 aus der Sendetechnik des ORF und steht zu 60% im Eigentum des ORF und zu 40% im Eigentum der zur Raiffeisen-Gruppe zählenden Medicur Sendeanlagen GmbH. Die ORS comm steht zu 100% im Eigentum der ORS und erbringt technische Dienstleistungen zur Übertragung von audiovisuellen Mediendiensten und Online-Diensten durch Dritte.

Die ORS-Gruppe zeichnet für Aufbau und Betrieb der technischen Infrastruktur für DVB-T in Österreich verantwortlich. Als Österreichs führender Anbieter für analoge und digitale Rundfunkübertragung betreibt die ORS-Gruppe für ihre Kunden ein weitläufiges Sendernetz an knapp 450 Standorten. Weiters ist die ORS-Gruppe als technisches Dienstleistungsunternehmen im Bereich digitales Satellitenfernsehen tätig. Zu den Kunden von ORS und ORS comm zählen führende Unternehmen aus den Bereichen Fernsehen (z.B. ORF, ATV, PULS 4, ServusTV, gotv, sixx, DAF), Hörfunk (z.B. Ö1, Ö2, Ö3, Kronehit Radio, Lounge FM), Mobilfunk (z.B. A1, Orange, tele.ring) und Energie (z.B. EVN)

Pressekontakt:

Margit Lehmann

PROdigitalTV

Geschäftsführung, Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 171 | 214 43 47

lehmann@prodigitaltv.de

margit.lehmann@alice-dsl.net

www.prodigitaltv.de

Michael Weber

ORS

Leiter Sales, Marketing & Kommunikation

Tel.: + 43 | 664 | 62 78 906

michael.weber@ors.at

www.ors.at

www.simpliTV.at