

Pressemitteilung, 26.06.2015

„Suchen – Finden – Navigieren“: Medienanstalten, VPRT und Deutsche TV-Plattform präsentieren und diskutieren gemeinsam aktuelle Entwicklungen der Nutzernavigation bei smartem Fernseh- und Bewegtbildkonsum

Berlin. Über aktuelle Entwicklungen bei der Auffindbarkeit von Medieninhalten und den Einsatz von Empfehlungsmechanismen bei der Bewegtbildnutzung informierten der Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT), die Medienanstalten und die Deutsche TV-Plattform gestern bei einer gemeinsamen Veranstaltung mit rund 250 Teilnehmern. Die zweite Kooperationstagung „Suchen – Finden – Navigieren“ der drei Veranstalter fand am 25. Juni 2015 in der Kalkscheune in Berlin statt und erörterte auch, was eine reformierte Medienordnung im Sinne der Verbraucher und Contentanbieter zur fairen Navigation auf smarten Geräten der Unterhaltungselektronik beitragen kann.

„Die Länder und der Bund arbeiten in einer gemeinsamen Kommission konstruktiv an einer zukunftsfähigen Medienordnung und werden bereits zum Jahresende 2015 einen Zwischenbericht vorlegen“, sagte **Dr. Marc Jan Eumann**, Staatssekretär bei der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen. Zugleich bekräftigte er in der Podiumsdiskussion „Was kann die Medienordnung leisten?“, dass bis Mitte 2016 mit substantiellen Ergebnissen zu rechnen ist, die mit Europa-Aktivitäten in diesem Bereich konform seien. „Neue mediale Spielregeln sind nötig und die Medienanstalten verstehen sich bei deren Gestaltung und Umsetzung als wichtiger Moderator“, erklärte **Thomas Fuchs**, Koordinator des Fachausschusses Netze, Technik, Konvergenz der Medienanstalten und Direktor der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein: „Wenn es Regeln zur privilegierten Auffindbarkeit geben soll, muss darauf geachtet werden, dass es für kleine Anbieter Chancen gibt und die bestehende Marktmacht großer Sender nicht zementiert wird.“

„Inhalte werden so stark abgefragt wie nie zuvor – das ist eine gute Nachricht. Plattformen sind jedoch endlich und daher müssen auf ihnen neben massenattraktiven Inhalten auch Angebots- und Anbietervielfalt garantiert werden“, sagte **Dr. Tobias Schmid** (Mediengruppe RTL Deutschland), Vorstandsvorsitzender des VPRT, in der Diskussion über konvergente Medienregulierung: „Von wem gesellschaftlich relevante Inhalte verlangt werden, der sollte auffindbar sein. Regulierung muss daher auch in Zukunft Vielfalt sichern, sich dann aber auch darauf beschränken.“

„Funktionen zur Suche und Navigation über alle Quellen und die personalisierte Sortierung von Inhalten sind eine Selbstverständlichkeit moderner Fernsehgeräte“, bekräftigte **Carine Chardon**, Leiterin Medienpolitik/Medienrecht im Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e. V. (ZVEI): „Durch die Internetanbindung und Vernetzung bieten smarte Geräte zum Bewegtbildempfang neben einer deutlich höheren Inhaltevielfalt auch mehr Freiheit für die Nutzer, die das Programm nach ihren Wünschen suchen und zusammenstellen können“. Im Rahmen der künftigen Medienordnung sei daher maßgeblich, diese Nutzerfreiheit zu bewahren. Zuvor hatte schon **Wolfgang Elsässer** (Astra Deutschland), Vorstandsvorsitzender der Deutschen TV-Plattform, betont, dass „in einer zunehmend konvergenten Medienwelt alle Marktteilnehmer verlässliche Regeln brauchen, um für Zuschauer und Nutzer Mehrwert zu schaffen“.

Die großen Chancen für mehr Vielfalt und personalisierten TV- und Bewegtbildkonsum wurden in der Praxis-Demonstration von Smart-TV-Geräten, Set-Top-Boxen, Streaming-Sticks und Second Screens deutlich. Dabei stellten Experten unter der Moderation von **Sebastian Artymiak** (Leiter Medientechnologie beim VPRT) diverse Funktionalitäten zu „Suchen – Finden – Navigieren“ an den Beispielen Listung, Benutzeroberflächen und Empfehlungen vor. Das reichte von der Programmsuche und den aktuellen Betriebssystemen der Smart-TVs über individuelle Startbildschirme und Video-on-Demand-Nutzung bis zu konkreten, nutzerbezogenen Empfehlungssystemen. Deutlich wurde, dass neben der inhaltlichen Vielfalt aus verschiedensten Quellen und den großen Auswahlmöglichkeiten Empfehlungen immer mehr an Bedeutung gewinnen für die Auffindbarkeit von audiovisuellem Content.

Konkrete Zahlen und Fakten zu Geräteausstattung und Nutzung von Diensten in Deutschland präsentierte **Alexander Dehmel**, Senior Marketing Consultant von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), in seinem Vortrag „Smarte Geräte – Smarte Nutzung?“. Der aktuellen Untersuchung im Einzelhandel von Ende April zufolge steigt nicht nur der Anteil der smarten TV-Geräte an den Neuverkäufen im Jahr 2015 von 57 Prozent im Jahr 2014 auf 61 Prozent in den ersten vier Monaten 2015, sondern auch ihre Nutzung. Dabei stehen Mediatheken, Smart-TV-Portale und Video-on-Demand (VoD) im Mittelpunkt. 50 Prozent der Smart-TV-Nutzer verwenden laut einer Befragung von Ende Mai bereits Programmvorschläge aus Smart-TV-Portalen, Mediatheken der Sender, Video-Abrufportalen, elektronischen Programmführern (EPGs) bzw. TV-Apps. Auffallend ist, dass dies 23 Prozent der Befragten Nutzer von Smart-TVs häufig und regelmäßig tun. Auch TV-Programm-Apps auf Zweitgeräten (Tablets/Smartphones) spielen bei der Steuerung des TV-Konsums eine wichtige Rolle. Jeder vierte Onlineer in Deutschland nutzt bereits eine digitale Programmzeitschrift auf seinem Smartphone oder Tablet, ergab die repräsentative Befragung von 1.000 deutschen Online-Nutzern im Auftrag der Veranstalter „Suchen – Finden Navigieren“ vom 28. Mai bis 1. Juni 2015.

Internationale Trends bei der TV- und Bewegtbildnutzung zeigte **Stefan Liebig**, Vice President Content, Distribution and Sales Northern Europe von Viacom International Media Networks, in seinem Vortrag „Bereit für die Zukunft?“ anhand einer Studie der weltweiten Sendergruppe auf. Demnach stehen zwar das TV-Gerät und der lineare Fernsehkonsum weiter im Mittelpunkt, trotzdem habe sich die Zahl der verfügbaren Bildschirmgeräte auf durchschnittlich sechs und die der audiovisuellen Quellen auf fünf erhöht. Das erfordert von Programmveranstaltern Multiscreen-Strategien und – stärker als bisher – Konzentration auf attraktive Inhalte.

Wie intelligente Algorithmen die moderne TV- und Bewegtbildnutzung auf diversen Bildschirmgeräten revolutionieren, erklärte **Piotr Konczak**, Sales Director Europe & America von TiVo/Cubiware. Das US-Unternehmen betreibt einen Personal Video Recorder als Set-Top-Box und Cloud-Service mit umfangreichem elektronischen Programmführer (EPG) sowie individualisierbarer Aufnahmefunktion. Durch die Auswertung persönlicher Vorlieben und von Metadaten aus einem halben Dutzend Quellen gebe die TiVo-Software anhand des eigenen TV- und Bewegtbildkonsums Empfehlungen. „Nicht der Nutzer sucht den Inhalt, sondern der Inhalt findet den Nutzer“, so der TiVo-Experte.

Die Vorträge und Präsentationen in Wort und Bild von „Suchen – Finden – Navigieren“ 2015 stehen in Kürze auf den Webseiten der drei Veranstalter zur Verfügung.

Eine Videodokumentation der Veranstaltung ist bei „ALEX“, dem Offenen Kanal Berlin, unter www.alex-berlin.de demnächst abrufbar.

Die Veranstalter:

Über den VPRT

Der VPRT ist die Interessenvertretung der privaten Rundfunk- und Telemedienunternehmen. Mit ihren TV-, Radio-, Online- und Mobileangeboten bereichern seine rund 140 Mitglieder Deutschlands Medienlandschaft durch Vielfalt, Kreativität und Innovation. Damit das auch in der digitalen Welt so bleibt, müssen die regulatorischen, technologischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stimmen. Als Wirtschaftsverband unterstützt der Verband seine Mitgliedsunternehmen im Dialog mit Politik und Marktpartnern beim Erreichen dieses Ziels – national und auf EU-Ebene. www.vprt.de

Über die medienanstalten

Die Medienanstalten koordinieren grundsätzliche und länderübergreifende Aufgaben, wie Zulassung, Kontrolle und Entwicklung des privaten Rundfunks in Deutschland. Die Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten mit Sitz in Berlin führt die laufenden Geschäfte der Gremien und Kommissionen der Landesmedienanstalten. www.die-medienanstalten.de

Über die Deutsche TV-Plattform:

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 fast 25 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. www.tv-plattform.de

Medien-Kontakte:

VPRT: Hartmut Schultz Tel: 0 30 3 98 80-101, schultz@schultz-kommunikation.de,

die medienanstalten: Dr. Peter Widlok, Tel: 030 2064690-22, presse@die-medienanstalten.de,

Deutsche TV-Plattform: Holger Wenk, Tel: 030 47018882, presse@tv-plattform.de