

SPOTLIGHT

Interaktives Fernsehen in Deutschland bald Realität?

Interaktives Fernsehen - eine Begriffsbestimmung

Aktive Teilnahme bei Quizsendungen oder Gewinnspielen sowie das Eingreifen in die Fernsehhandlung wird unter dem Begriff des interaktiven Fernsehens subsumiert. Ermöglicht wird das interaktive Fernsehen durch die Digitalisierung der Fernsehübertragung, die bis zum Jahr 2010 in ganz Europa angestrebt ist. Darüber hinaus bietet das digitale Fernsehen verbesserte Ton- und Bildqualität sowie eine größere Programmviefalt. Für den Empfang digitaler Programme benötigt der Zuschauer eine so genannte Set-Top-Box beziehungsweise ein Fernsehgerät mit integriertem Receiver. Allerdings bedeutet der Besitz einer Set-Top-Box nicht automatisch, dass interaktive Dienste in Anspruch genommen werden können.

Digitales Fernsehen bis im Jahr 2010.

Die Problematik in Deutschland

Nur mit einer Set-Top-Box mit integrierter MHP Lösung kann von den interaktiven Angeboten Gebrauch gemacht werden. Die Multimedia Home Platform (MHP) des Digital Video Broadcast (DVB) Projektes ist die technische Plattform für interaktives Fernsehen und Standard in Europa. Diese Plattform bietet eine einheitliche, offene Schnittstelle für alle Beteiligten zur Entwicklung von interaktiven Mehrwertdiensten. Problematisch ist, dass die MHP fähigen Set-Top-Boxen in Deutschland nur eine geringe Verbreitung genießen. Gründe liegen hierbei vor allem in der fehlenden Sensibilisierung der Bevölkerung hinsichtlich des Themas „interaktives Fernsehen“. Die Mehrheit der Fernsehzuschauer ist sich nicht bewusst, welche Möglichkeiten es bereits heute gibt, interaktives Fernsehen zu erleben.

MHP ist Standard in Europa.

Kritisch ist weiterhin das geringe Angebot an Set-Top-Boxen mit dem MHP Standard und die dadurch erhöhten Preise dieser Geräte.

Bedingt wird die geringe Verbreitung auch durch das kleine Angebot an MHP Applikationen. So wird im deutschen Fernsehen bisher nur spärlich von diesen Möglichkeiten Gebrauch gemacht. Eine Vorreiterrolle nimmt hierbei die ARD ein. Bei Sendungen wie Sportschau oder Presseclub können Zusatzinformationen parallel zur Sendung abgerufen werden. Eine Teilnahme an Quizsendungen von Zuhause aus ermöglicht die ARD und RTL.

ARD als Vorreiter.

Die meisten interaktiven Applikationen, die momentan on-air sind, beschränken sich lediglich auf den Abruf von Zusatzinformationen, so dass nur eine mäßige Verbesserung gegenüber Teletext Angeboten erreicht werden kann. Langsame Ladezeiten der Applikationen verschlechtern zudem den Fernsehkonsum. Weiterhin kritisch zu beurteilen ist die geringe Publicity, die Formate mit interaktiver Begleitung erhalten, so dass man sich häufig nicht bewusst ist, dass die Sendung interaktive Zusatzdienste bietet.

Geringe Aufmerksamkeit für interaktive Applikationen.

Interaktives Europa

Ein komplett anderes Bild ergibt sich, wenn man den Blick über die Landesgrenzen hinweg wagt. So wurden in Italien bereits über 1 Million MHP-Endgeräte verkauft. Erreicht wurde dies unter anderem durch staatliche Subventionen. Eine Vorreiterrolle hat Großbritannien inne, wo sich bereits über 1 Millionen Zuschauer interaktiv betätigen. Im Trend liegen hierbei interaktive Spiele, die Bestellung von Informationsmaterialien und Produkten sowie die Teilnahme an Gewinnspielen.

Boom in Italien.

Neben Großbritannien spielt vor allem auch in den skandinavischen Ländern wie Norwegen und Schweden das interaktive Fernsehen eine bedeutende Rolle. Die Erfolge in den europäischen Nachbarländern bestätigen, dass der Bedarf nach interaktivem Fernsehen besteht und dass mit einer hohen Akzeptanz von Seiten der Zuschauer gerechnet werden kann.

Großer Bedarf nach interaktivem Fernsehen.

Die Chancen des interaktiven Fernsehens

Ungeachtet der bestehenden Problematiken in Deutschland, ist zu beachten, dass die Anwendungsmöglichkeiten des interaktiven Fernsehens nahezu unbegrenzt sind. EPGs (Electronic Program Guides), Spielshows „zum Mitmachen“, Shopping per Knopfdruck sind nur einige Möglichkeiten. Durch interessante, interaktive Formate wird Mehrwert für alle Beteiligten erreicht.

TV-Produzenten können sich mit innovativen Formaten von Konkurrenten absetzen und sich somit dem vermehrten Konkurrenzkampf in der Branche entziehen. TV-Sender können durch attraktive Sendungen höhere Einschaltquoten und eine stärkere Zuschauerbindung erreichen. Zudem lassen sich durch die Möglichkeit des Produktverkaufs per Knopfdruck weitere Einnahmequellen erschließen. Ein neues Fernseherlebnis ergibt sich schließlich für den Zuschauer. Bequemes Einkaufen mit der Fernbedienung, aktive Teilnahme an Quizsendungen und komfortables Abrufen von Zusatzinformationen werden angeboten.

Zukunftsträchtige Umsetzungsmöglichkeiten

Vor dem Hintergrund der angesprochenen Problematiken hat es sich TeleClix zum Ziel gesetzt, dem interaktive Fernsehen auch in Deutschland mit attraktiven Applikationen zum Durchbruch zu verhelfen. Im Vordergrund steht dabei die Entwicklung von benutzerfreundlichen Lösungen, die eine hohe Akzeptanz garantieren. Einfache Verständlichkeit und die Schaffung von spürbarem Mehrwert für TV-Produzenten, TV-Sender und vor allem auch für den Zuschauer steht im Mittelpunkt der Unternehmensphilosophie von TeleClix.

Unter diesen Vorgaben wurde das LiveLink System entwickelt. Dies ist das erste und weltweit einzige System welches die Verlinkung von bewegten Personen oder Objekten und Hintergrundinformationen synchron darstellt. Konkret bedeutet dies, dass zum Beispiel in einer Talkshow ein Gast mit einem kleinen Infrarotsender ausgestattet wird und somit ein sich mit dem Gast bewegendes synchrones, rotes Punkt auf dem Fernsehbildschirm sichtbar wird. Drückt man z.B. auf die rote Taste der Fernbedienung sind Informationen zu der jeweiligen Person abrufbar. Möglich ist zum Beispiel auch die Bestellung von Büchern oder CDs, die in thematischem Zusammenhang zu den Gästen stehen.

**Vielfältige
Anwendungsmöglichkeiten.**

**Mehrwert für alle Beteiligten
durch interaktives Fernsehen.**

**Benutzerfreundliche Lösungen
stehen im Vordergrund.**

**LiveLink System ein absolutes
Novum.**

Das Prinzip ist für den Zuschauer leicht verständlich und lässt sich in die verschiedensten Sendungen integrieren. Das absolute Novum ist, dass das LiveLink System auch in Live-Sendungen einsetzbar ist. Damit vergrößert sich der Einsatzbereich des interaktiven Fernsehens noch weiter.

Darüber hinaus hat die TeleClix GmbH ein weiteres Produkt, den so genannten LiveExpress entwickelt. Dieses Produkt ermöglicht die automatische Umwandlung von verschiedenen Importformaten wie SVG, SWF oder auch MS PowerPoint zu MHP Applikationen. Dadurch wird die Erstellung von interaktiven Applikationen stark erleichtert, und somit zum Beispiel auch Mitarbeitern in Werbeagenturen ohne technisches Know-how die Realisierung von interaktiven MHP Applikationen ermöglicht.

LiveExpress hilft Nichttechnikern.

Ausblick

Einige Probleme behindern momentan den Durchbruch des interaktiven Fernsehens in Deutschland. Diese liegen vor allem in einer unzureichenden Öffentlichkeitsarbeit von Seiten der Regierung und den TV-Sendern, die bereits interaktive Applikationen ausstrahlen, begründet.

Probleme durch unzureichende Öffentlichkeitsarbeit.

Ziel muss demnach sein, durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit Zuschauer für das interaktive Fernsehen zu begeistern. Erste Ansatzpunkte gibt es durch die ClickTV Initiative, in der sich sowohl Set-Top-Boxen Hersteller als auch Softwareentwickler zusammengeschlossen haben, um gemeinsam interaktives Fernsehen in Deutschland zu fördern. Auch die TeleClix GmbH unterstützt diese Initiative, die sich auf der IFA 2005 der breiten Öffentlichkeit präsentieren wird.

ClickTV Initiative unterstützt das interaktive Fernsehen.

Zusätzlich besteht der Bedarf nach attraktiven Applikationen, die den Fernsehkonsum des Zuschauers nachhaltig verbessern. Die TeleClix GmbH hat hierbei erste Produkte entwickelt, die allen Beteiligten Vorteil verschafft.

Verbesserung des Fernsehkonsums durch iTV.

Eine positive Prognose für das interaktive Fernsehen in Deutschland lässt sich vor dem Hintergrund des Erfolges in anderen Ländern dennoch formulieren. Allerdings kann dies in Deutschland nur Realität werden, wenn alle Beteiligten, angefangen von TV-Sendern, Set-Top-Boxen Herstellern und Regierungsverantwortlichen an einem Strang ziehen.

Positive Prognose für das interaktive Fernsehen.

02. September 2005

TeleClix GmbH
Herr Schulz-Heyn, Geschäftsführer
Rosa-Luxemburg-Str. 4d
14482 Potsdam
Tel.: 0331 870 007 90
Fax: 0331 870 007 96
E-Mail: schulz-heyne@teleclix.com