

## PROdigitalTV: Android TV, Smart TV, Kabel & Co.– Digitale Vielfalt der Verbreitungsplattformen als Herausforderung für Programm-anbieter und -konsumenten

---

Hamburg, 23.02.2015. Auf welchem Weg kommen Programme zu ihren Nutzern, und wie navigieren diese durch den Dschungel der digitalen Vielfalt? Auf dem 35. Medienfrühstück von PROdigitalTV stellten am 10. Februar unabhängige Branchenexperten und namhafte Technologieanbieter die unterschiedlichen Verbreitungsmöglichkeiten für Programmangebote vor und zeigten, wie intelligente Navigationssysteme den Medienkonsumenten durch die digitale Welt lotsen.

Auf dem Symposium mit hochkarätiger internationaler Besetzung wurde vor allem eines deutlich: Der Medienkonsument unterscheidet nicht mehr zwischen klassischem und webbasiertem Zugang. Das lineare Fernsehen hat Wettbewerb bekommen. Wer als Contentanbieter erfolgreich sein will, sollte auf verschiedenen Plattformen vertreten sein. Und auch in der digitalen Welt ist die Diskriminierung kleiner Programmanbieter immer noch ein großes Thema, wie in der abschließenden Diskussion mit Vertretern der Medienpolitik konstatiert wurde.

Google war Gastgeber des 35. Medienfrühstücks von PROdigitalTV und hatte Mitglieder und Gäste in ihrem Berliner Büro willkommen heißen. Niko Schröer, Partner Development Manager Google Play, sprach über Android TV, der Erweiterung des Android Betriebssystem für TV-Endgeräte.

Wie Internettechnologien das Fernsehen verändern, erläuterte Dr. Stefan Arbanowski von Fraunhofer FOKUS. Erfolgsfaktoren von Smart TV seien die Entwicklung des Internet sowie der Endgeräte: die (fast) flächendeckende Verfügbarkeit schneller Breitbandverbindungen, hohe Übertragungskapazitäten, Nutzerfreundlichkeit der Angebote sowie der hohe technische Standard der Endgeräte. Die Killer-Applikation für Smart-TV sei nicht Text, sondern Bewegtbild aus unterschiedlichen Quellen. Webbasierte Plattformen würden diese Entwicklung erfolgreich aufgreifen, Inhalte sammeln, für alle Endgeräte verfügbar machen, und den Nutzer dabei unterstützen, sein individuelles Programm aufzubauen. Dies würde auch der Werbung helfen, zielgruppenspezifische Angebote auszuliefern.

Branchenexperte und Unternehmensberater Dietmar Schickel beleuchtete die Entwicklung des deutschen Kabelmarktes und stellte zunächst fest, dass das Kabel mit 17,9 Mio. Haushalten im September 2014 immer noch Verbreitungszugang Nummer Eins sei. Massiven Wettbewerb gäbe es jedoch nicht nur durch Satellitenbetreiber, sondern durch den Marktzutritt von Telekommunikationsunternehmen und Stadtnetzbetreibern. Die Konsequenz daraus seien Konsolidierungen und Übernahmeschlachten. Parallel dazu sei die TV-Nutzung via Internet auf dem Vormarsch – nicht nur durch „Digital Natives“, sondern auch durch die starken Jahrgänge der 44-64jährigen, deren Medienkonsum altersbedingt wachse. 19 % der Bevölkerung, also 13 Mio. Bundesbürger, waren 2014 bereits regelmäßig Nutzer von Mediatheken und Online-Videotheken – Tendenz steigend.

Manfred Annen und Jörg Jacob von der PPS - Presse-Programm-Service GmbH und Don Dulchinos von PPS-Partner EIDR Entertainment Identifier Registry erläuterten das Guiding durch die Vielfalt der Angebote und Plattformen, ohne das der Nutzer den Überblick im digitalen Dschungel verliert. Gefunden werden – das ist die Herausforderung für den Contentanbieter und seinen Werbepartner. Finden und wiederfinden ist das Bedürfnis des Nutzers. PPS und

EIDR zeigen, wie über Metadaten eine hochwertige und weltweite Programminformation und – Kommunikation erstellt wird, die Basis für Mediennutzer und Werbepartner ist.

In der Abschlussrunde des 35. Medienfrühstücks von PROdigitalTV diskutierten Medienanwalt Michael Schmittmann, Dietmar Schickel und Thomas Fuchs, Direktor der Landesmedienanstalt Hamburg-Schleswig-Holstein (MA-HSH), mit Mitgliedern und Gästen von PROdigitalTV. Beate Busch, Vorstandsvorsitzende von PROdigitalTV, formulierte die Forderung an die Medienaufsicht, einen diskriminierungsfreien Zugang zu allen Verbreitungsangeboten - Satellit, Kabel und Terrestrik – sicherzustellen, um die lebendige Anbietervielfalt am Markt weiterhin zu gewährleisten. Das bedeute, sowohl Angebote für verschlüsselte als auch unverschlüsselte Verbreitung zu gewährleisten. „Auch Neubewerber und kleinere Einzelanbieter müssen die gleichen Verbreitungschancen haben wie die großen Sendergruppen“, erwartet Busch.

**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.

**Geschäftsstelle des Vereins:**

PROdigitalTV - Interessengemeinschaft Digitale Medien e.V.  
Postanschrift: c/o Margit Lehmann – Jarrestraße 37 – 22303 Hamburg  
Tel. +49 (0)171 – 2144347 - [www.prodigitaltv.de](http://www.prodigitaltv.de)

**Pressekontakt:**

Margit Lehmann  
PROdigitalTV  
Geschäftsführung, Öffentlichkeitsarbeit  
0171/ 2144347  
[lehmann@prodigitaltv.de](mailto:lehmann@prodigitaltv.de)