

Presseinformation

Eschborn, 1. September 2005

Blucom interactive mit Weltpremiere zur IFA 2005

Bluetooth-Technologie verbindet interaktiv TV und Mobiltechnik

Blucom-Partner demonstrieren Anwendungen

Für „Blucom interactive“ ist es die Weltpremiere auf der IFA in Berlin vom 2. bis 7. September 2005. Blucom interactive, eine Entwicklung der ASTRA Platform Services (APS), einem Tochterunternehmen des Satellitenbetreibers ASTRA, setzt auf die Bluetooth-Technologie, die eine drahtlose Übertragung von Daten über kurze Distanzen ermöglicht. Diese interaktive Innovation kombiniert die Dialogfähigkeit des Bluetooth-Handys mit der Fernseh- und Radionutzung über eine Set-Top-Box ohne das laufende Programm zu beeinflussen. Interaktive Dienste sind auf diese Weise einfach und schnell möglich. Der Empfang der Daten ist für den Zuschauer kostenlos, da keine Verbindung zu einem Mobilfunknetz aufgebaut werden muss. APS sieht in dieser Form der Interaktion eine perfekte Lösung, die den Bildschirm für das eigentliche Programm freihält, alle Dialogfunktionen nach außen verlagert und statt einer technisch sperrigen Rückkanal-Installation über Modem und Telefonleitung einen wesentlich eleganteren, stets verfügbaren Datenrückweg anbietet.

Die Blucom-Partner zur IFA

Als Blucom-Partner demonstrieren Programmveranstalter aus dem Fernsehbereich in der Halle 26 bei ASTRA auf dem Stand 117 dem Fachpublikum und den interessierten Konsumenten die neuen interaktiven Möglichkeiten. Blucom interactive erlaubt neben klassischen Informationsdiensten wie Programmhinweisen, Wetterinformationen, Lottozahlen, Sportergebnisse oder programmbegleitenden Zusatzinformationen auch Interaktionsformen wie Voting, Downloads, Werbung oder Chats und bindet den Konsumenten in das laufende Programm ein. Die grafisch attraktiv gestalteten Seiten des Blucom interactive Displays unterstützen dabei. Die Interaktion (Rückkanal) erfolgt via Handy per SMS oder GPRS. Wobei die Kundenbeziehung, sei es für interaktive Dienste oder auch für mehr Werbeflächen, beim Programmveranstalter verbleibt. Der Sender kann die Inhalte individuell gestalten und bestehende Redaktionssysteme anbinden.

(.../2)

Folgende Partner stellen das dazu notwendige technische Equipment:

- **Samsung** ist der erste Hersteller einer entsprechenden Bluetooth-fähigen Set-Top-Box. Weitere namhafte Anbieter werden in Kürze folgen. Das Gerät wird als Ergebnis der Kooperation bereits auf der IFA präsentiert – zum einen bei ASTRA, und zusätzlich exklusiv in Halle 20 auf dem Samsung-Stand. Der koreanische Elektronikkonzern liefert für den IFA-Auftritt auch die passenden Mobiltelefone für die interaktive Blucom-Präsentation und
- der Mobilfunkbetreiber **O₂** stellt die SIM-Karten während der IFA für die Handynutzung zur Verfügung.

Folgende Programmveranstalter zeigen als Partner ihre „Blucom interactive“ - Demos:

- **Premiere** zeigt eine 20-Minuten Schleife der Konferenzschaltung vom ersten Spieltag der neuen Saison der Fußball-Bundesliga. Über Blucom interactive erfährt der Teilnehmer die Tore der gerade nicht gezeigten Spiele und den Stand der aktuellen Blitztabelle. Voting auf Mannschaften und Eingabeflächen für Chats sind weitere interaktive Elemente. „Blucom interactive erleichtert die Interaktion zwischen Zuschauer und Fernsehsender“, sagt Markus Schmid, Vorstand Marketing und Vertrieb bei Premiere. „Der ohnehin schon einfache Rückkanal über das Mobiltelefon, den unsere Abonnenten schon kennen, wird mit Blucom noch einfacher. Gerade im Bereich Sport und Sportwetten können sich dadurch ganz neue Möglichkeiten ergeben.“
- Für **ProSiebenSat.1** zeigt SevenOne Intermedia in einer 20-Minuten Schleife Inhalte von Formaten die interaktiv begleitet werden. Die Formate sind: clever! – Die Show, die Wissen schafft (Quiz), Abschlussklasse 2005 (Download von Klingeltönen und Spielen), 45-Sekunden Werbespot zu einer Automarke (Bestellung von Prospekten und Gewinnmöglichkeit von Testfahrten), Spot zum WE LOVE (Bestellung von WE LOVE T-Shirts), Trailer zum Red Nose Day (Spenden per SMS). Dr. Marcus Englert, Vorsitzender der Geschäftsführung begrüßt die Aktivität: „Wir freuen uns, dass wir gemeinsam mit ASTRA auf der IFA live auch mit einem Ausschnitt aus unserem Programmangebot den Zuschauern zeigen können, wie attraktiv synchronisierte interaktive Dienste unser TV-Angebot begleiten können.“
- **RTL Television** präsentiert eine große Bandbreite an Anwendungs- und Interaktionsmöglichkeiten für unterschiedliche Zielgruppen. So können die Zuschauer erstmals mobile Wettgebote im Rahmen der Formel 1 abgeben, an Gewinnspielen zu „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“, „Punkt 12“, oder „Die zehn beliebtesten Society Kids“ teilnehmen, Fanprodukte zu „Deutschland sucht den Superstar“ bestellen oder sich bei „Traumpartner TV“ die Daten von Singles aufs Handy senden lassen. Darüber hinaus werden Werbespots über Blucom interactive in die mobile Welt verlängert – ob über Gewinnspiele oder produktorientierte Zusatzinformationen. Für Dr. Constantin Lange, Geschäftsführer der RTL interactive GmbH ist Blucom interactive eine interessante neue Anwendung: „Sie vereinfacht und erweitert die von den TV-Zuschauern bereits gelernte Verbindung von Mobiltelefonie und Fernsehen. Vorausgesetzt die Verbraucher nehmen das neue System an, kann Blucom entscheidend zur weiteren Verbreitung des interaktiven Fernsehens in Deutschland beitragen.“

- Der interaktive Teleshopping-Sender **1-2-3.tv** präsentiert die Pilotanwendung einer innovativen Einkaufsmöglichkeit. Via Bluetooth werden Auktionsinformationen vom Satellitenreceiver auf das Handy übertragen. Dabei können per SMS Gebote für die Auktionen abgegeben werden, die zeitgleich auf dem Fernsehbildschirm erscheinen. Die Bestätigung der Gebotsplatzierung erfolgt durch eine Rück-SMS. „Für uns eröffnet sich eine zusätzliche kundenfreundliche Interaktionsmöglichkeit“, so Dr. Andreas Büchelhofer, Geschäftsführer der 1-2-3.tv GmbH, „der Kunde kann mit dieser Technologie noch leichter und schneller bei 1-2-3.tv mit bieten!“
- **Beate Uhse. TV** zeigt einen kurzen Ausschnitt aus der interaktiven Call-a-Clip-Show HALLO DOLLY! Blucom ermöglicht es dem Zuschauer, einfach und bequem seine Stimme für seinen Lieblingsclip abzugeben und somit aktiv und bequem seine Stimme für seinen Lieblingsclip abzugeben und somit aktiv an der Programmgestaltung mitzuwirken. Außerdem ist synchron zum Fernsehprogramm geplant, dem Zuschauer via Handy zusätzliches Bild- und Videomaterial zugänglich zu machen. Stefanie Eisenschenk von BEATE-UHSE.TV: „Wir freuen uns darüber, mit Blucom einen Partner gefunden zu haben, der Erotik mobil macht.“
- **DELUXE MUSIC** ist Europas erstes Musikfernsehen für Erwachsene und präsentiert ein Musikquiz das auf die Zielgruppe zugeschnitten ist. Über Blucom kann der Zuschauer darüber hinaus künftig erfahren, welchen Musiktitel er gerade sieht und welche Songs als nächstes in der Playliste folgen. „Schon jetzt kann man jeden Musiktitel und Künstler der bei uns zu sehen ist als CD oder DVD sofort bestellen, mit Blucom erweitern wir perfekt unsere Interaktion und den weltweit einzigartigen Service. Unser P.O.S. für die CDs und DVDs verlagert sich mit Blucom künftig in die Hosentasche unserer Zuschauer und Kunden“, erläutert Geschäftsführer Markus Langemann. „Bequemer kann man Musik CDs und DVDs nicht mehr einkaufen!“
- **DSF** zeigt eine 20-Minuten Schleife mit einem Querschnitt durch das DSF-Programm. Zu sehen sind Highlights aus den Sendungen Motorvision, Motobike (jeweils Fahrberichte) und Tuning TV, Höhepunkte des Formel 1-Trainings und Rennens in Budapest, des DTM-Rennens auf dem Norisring und aus der Handball Bundesliga sowie die Live-Übertragung des UI-Cup-Finals zwischen HSV und Valencia. Neben LIVE-Sport und Service bietet das DSF den Zuschauern zu Hause darüber hinaus diverse Möglichkeiten der Interaktivität: Votings, Gewinnspiele, Wahl zum Spieler des Tages und Chats. Thomas Deissenberger, DSF-Geschäftsführer: „Die Interaktion mit dem Zuschauer hat für uns schon lange einen sehr hohen Stellenwert. Durch Blucom interactive könnten wir künftig diese wichtige Interaktion noch weiter verstärken und dem Zuschauer noch mehr Mehrwerte in der Interaktion mit unserem Programmangebot geben.“
- **K1010**, ein innovativer Game Show-Sender aus Berlin, präsentiert auf der IFA die Multiplayer-Show „Einer gegen Alle!“, die täglich um 14 Uhr 15 live auf K1010 ausgestrahlt wird. Eine unbegrenzte Anzahl von Mitspielern kämpft gegeneinander um den Jackpot. Über Blucom Interactive erhalten die Mitspieler parallel zum TV-Bild ihren persönlichen Mitspiel- und Antwortscreens. Die Interaktion erfolgt via Handy per SMS oder GPRS. „Blucom Interactive ermöglicht K1010 konsequent einen weiteren Schritt in die Richtung interaktiver Game Shows für eine große Anzahl gleichzeitiger Mitspieler“ so Wolfgang Boyé, Gründer und Geschäftsführer von K1010.

- Der führende skandinavische Musiksender **The Voice** präsentiert ein Format mit sechs Videoclips. Neben Zusatzinformationen zu den laufenden Clips können auch „Realtones“ heruntergeladen werden. Vor dem Download hat der Zuschauer sogar die Möglichkeit den „Realtone“ gratis als preview über das Handy anzuhören. Christian Anting, Senior Vice President of Digital Media bei SBS Broadcasting: „Blucom interactive ermöglicht aus dem laufenden Videoclip den spontanen Download des entsprechenden mp3-files auf das Handy. Damit können sich Musik-TV Sender wie The Voice zukünftig als interaktive Musikvertriebsplattformen etablieren.“
- **YAVIDO CLIPS**, das Unterhaltungsformat der Hamburger EURO I AG kombiniert aktuelle Musikclips mit attraktiven Angeboten rund um das Thema Mobile Entertainment und bietet so seinen Zuschauern moderne und spannende Fernsehunterhaltung. „Mit Blucom können wir für unsere Kunden einen echten Mehrwert schaffen“, betont EURO I-Vorstand Uwe Bernhard Wache. „Zukünftig kann der Nutzer bereits über sein Handy erfahren, welcher Song gerade bei YAVIDO CLIPS läuft und ist kontinuierlich über unsere Angebote informiert.“
- Der **ORF** ist ein weiterer Partner, der seine Blucom spezifischen Anwendungen auf dem ASTRA-Stand zeigen wird.
- Das Digitalmagazin **INFOSAT** präsentiert an seinem Stand in der Halle 2.1 ebenfalls Blucom.

Und so funktioniert „Blucom interactive“

Der Programmanbieter sendet via Satellit oder Kabel zusätzlich zu Bild und Ton weitere Daten, die ergänzende Informationen und Dialogangebote enthalten. Um die neuen Anwendungen nutzen zu können, benötigt der Digitalfernseh-Nutzer eine Bluetooth-fähige Set-Top-Box. Die empfangende Bluetooth-fähige Set-Top-Box filtert diese Zusatzdaten aus dem Signal heraus und kommuniziert direkt während der Sendung mit dem in der Nähe befindlichen Bluetooth-fähigen Mobiltelefon. Die Bluetoothschnittstelle kann mehrere Mobiltelefone bedienen und ermöglicht somit bis zu sieben Nutzern gleichzeitig einen interaktiven Zugang. Auf dem Display des Mobiltelefons erscheint dann alles, was die Fernsehmacher auf diesem Weg anbieten. Fühlt sich der Konsument angesprochen, dann wandelt das Handy die Aktivitäten seines Besitzers auf Wunsch automatisch in SMS-Botschaften um, die direkt zum Programmveranstalter zurückgehen und dort weiterverarbeitet werden. Für die elektronischen Rückmeldungen sind keine zusätzlichen Kabel zu einer Telefondose zu legen. Die gelieferten Zusatzdaten selbst sind kostenlos, für den Rückkanal wird nur der SMS-Versand berechnet, der über die bekannte, vorhandene Telefonnetzinfrastruktur erfolgt.

APS verbindet mit „Blucom interactive“ zwei wachsende Kommunikationszweige zu einer attraktiven Anwendung und geht davon aus, dass bereits im Jahr 2007 Blucom-Boxen in einer siebenstelligen Stückzahl auf dem deutschen Markt vertrieben werden.

ASTRA auf der IFA In Halle 26, Stand 117

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Friedrich-Karl Reichardt
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
ASTRA Deutschland GmbH
Tel. +49 6196 470 634
Friedrich-Karl.Reichardt@ses-astra.com
www.astra.de

Über APS

ASTRA Platform Services GmbH (APS), ein Unternehmen der SES ASTRA, betreibt in Unterföhring bei München eines der modernsten Sendezentren Europas. Von dort überträgt das Unternehmen heute ca. 150 analoge und digitale TV- und Radioprogramme sowie Datendienste per Uplink zum Satelliten. Daneben bietet APS ein umfassendes Spektrum an Dienstleistungen rund um die Sendeabwicklung. Dazu zählen unter anderem die Aufbereitung der Signale gemäß MPEG2-Standard sowie die Ausspielung von Applikationen und Softwaredownloads. Darüber hinaus werden auch Verschlüsselungsdienste auf absolut neutraler und diskriminierungsfreier Basis angeboten. Neben Premiere nutzen auch die TV-Sender der ProSiebenSat.1 Media AG, Home Shopping Europe HSE 24, Deutsches Sportfernsehen DSF, Tele 5, 9Live und viele andere TV- und Radioprogramme das APS-Sendezentrum. Mit dem ip-sat Network® betreibt APS darüber hinaus ein satellitenbasiertes Multicast Datenübertragungssystem für Geschäftsdaten und breitbandige Multimediainhalte. Weitere Informationen unter www.aps.tv

Über SES ASTRA

www.ses-astra.com

Das ASTRA-Satellitensystem ist das führende System für den Direktempfang in Europa und versorgt rund 103 Millionen Satelliten- und Kabel-Haushalte in Europa. Die ASTRA-Satellitenflotte besteht gegenwärtig aus 13 Satelliten, die mehr als 1400 analoge und digitale Fernseh- und Radiokanäle bzw. Multimedia- und Internetdienste übertragen. Die zwei Hauptorbitalpositionen von ASTRA für den Direktempfang sind auf 19,2° Ost und 28,2° Ost. Zusätzliche professionelle Dienste wie Kabel- und Zubringerdienste oder Satellite News Gathering (SNG) werden von der Orbitalposition 23,5° Ost angeboten.

SES ASTRA ist ein 100-prozentiges Tochterunternehmen von SES GLOBAL (Euronext Paris, Luxemburger Börse: SESG). SES GLOBAL besitzt zwei Satelliten-Betreibergesellschaften: SES ASTRA in Europa und SES AMERICOM in den USA. SES GLOBAL ist des Weiteren weltweit an führenden, regionalen Satelliten-Dienstleistern beteiligt: AsiaSat in Asien, NSAB in Europa, Nahuelsat und Star One in Lateinamerika. Weitere Informationen über SES GLOBAL unter: www.ses-global.com