

## **TV und Video auf Abruf**

**Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)**

**BLM-Forum: Neues Fernsehen. Fernsehen der Zukunft?**



**München, 26. April, 2007**

**Thomas Schultheis, Geschäftsführer SevenSenses GmbH**



# ProSiebenSat.1-Gruppe: Strategische Ziele

## Führendes kommerzielles TV-Unternehmen in Deutschland

**1**

**Stärkung des  
Kerngeschäfts Free-TV**

**2**

**Ausbau  
der Diversifikation**

**3**

**Positionierung  
für die digitale Welt**

**Wachstum**

- **Weitere Steigerung des Umsatzes durch Wachstum in beiden Geschäftsbereichen.**
- **Anteil der Diversifikation am Konzernumsatz soll 2007 auf bis zu 15 Prozent steigen.**



# Positionierung in der digitalen Welt

Der Free-TV-Anbieter klassischen Zuschnitts hat sich zu einem modernen TV-Provider in der digitalen Medienwelt weiterentwickelt.

Free-TV		Einzig echte Senderfamilie	
Transaktions-TV		Die führende Marke für Call-TV	
Pay-TV			Markenverlängerung
			First Mover
Video-on-Demand		Führender Anbieter	
Mobile-TV		Führender Anbieter	
ProSiebenSat.1-Networld		Nr. 2 der deutschen Netzwerke	

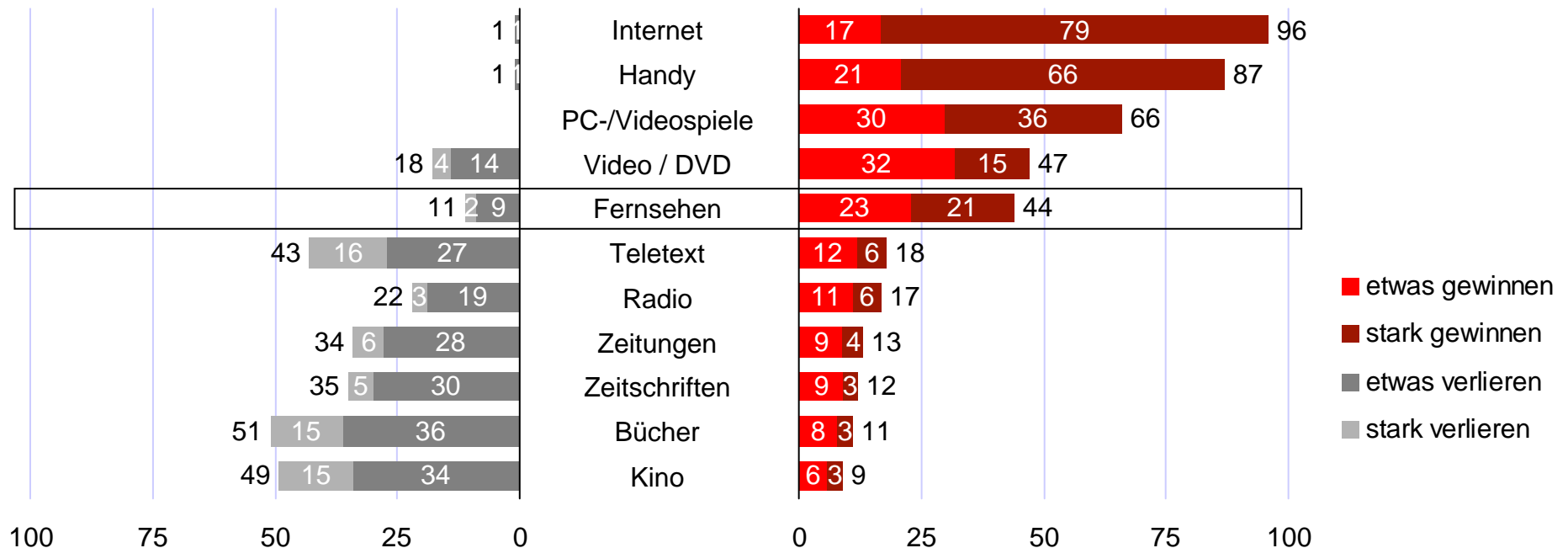
# Ausblick Medienentwicklung: TV bleibt wichtigstes Leitmedium



**Fernsehen gewinnt als einziges klassisches Medium in den nächsten zehn Jahren an Bedeutung.**  
 Unter neuen Medien werden vor allem Handy und Internet immer wichtiger.

## Bedeutungsgewinn / -verlust der Medien

Angaben in Prozent



# Unsere Sendermarken auf allen Bildschirmen



## Aufbau von medienübergreifender Screen Ownership



TV (Free-TV, Pay-TV, VoD ...)



Mobile (UMTS, WAP, DMB ...)



PC (im Büro, in der Schule)



PC (zu Hause)



**Die Sendermarken als Begleiter durch den ganzen Tag**

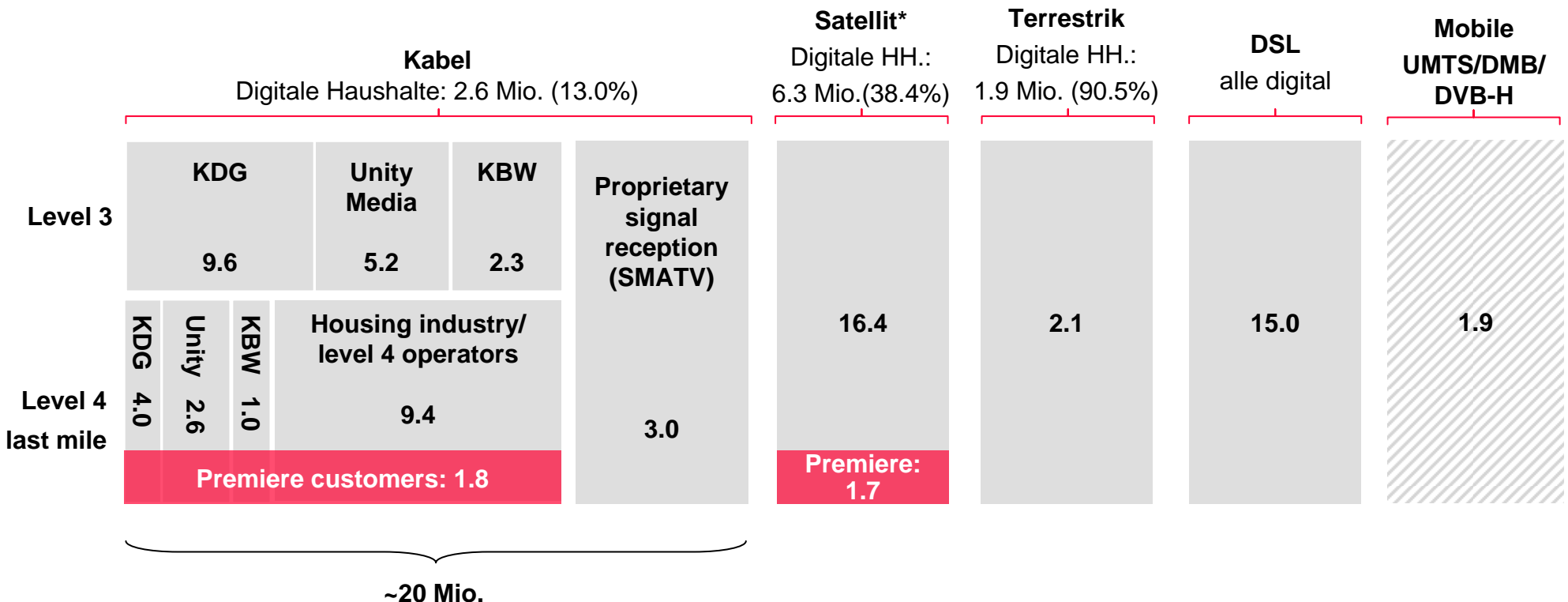
**Ergänzung des linearen TV durch:  
Ortsunabhängigkeit: Mobile Angebote  
Zeitliche Souveränität: Nichtlineare Angebote**



# Der deutsche TV-Markt: Überblick Distribution

Ca. 30% der TV-Haushalte in Deutschland haben bereits Zugang zu digitalem Fernsehen

TV HH in Mio.



Please note: Total households include those which have access to more than one TV distribution channel and are therefore counted twice; actual no. of total TV households in Germany is lower (35 million)

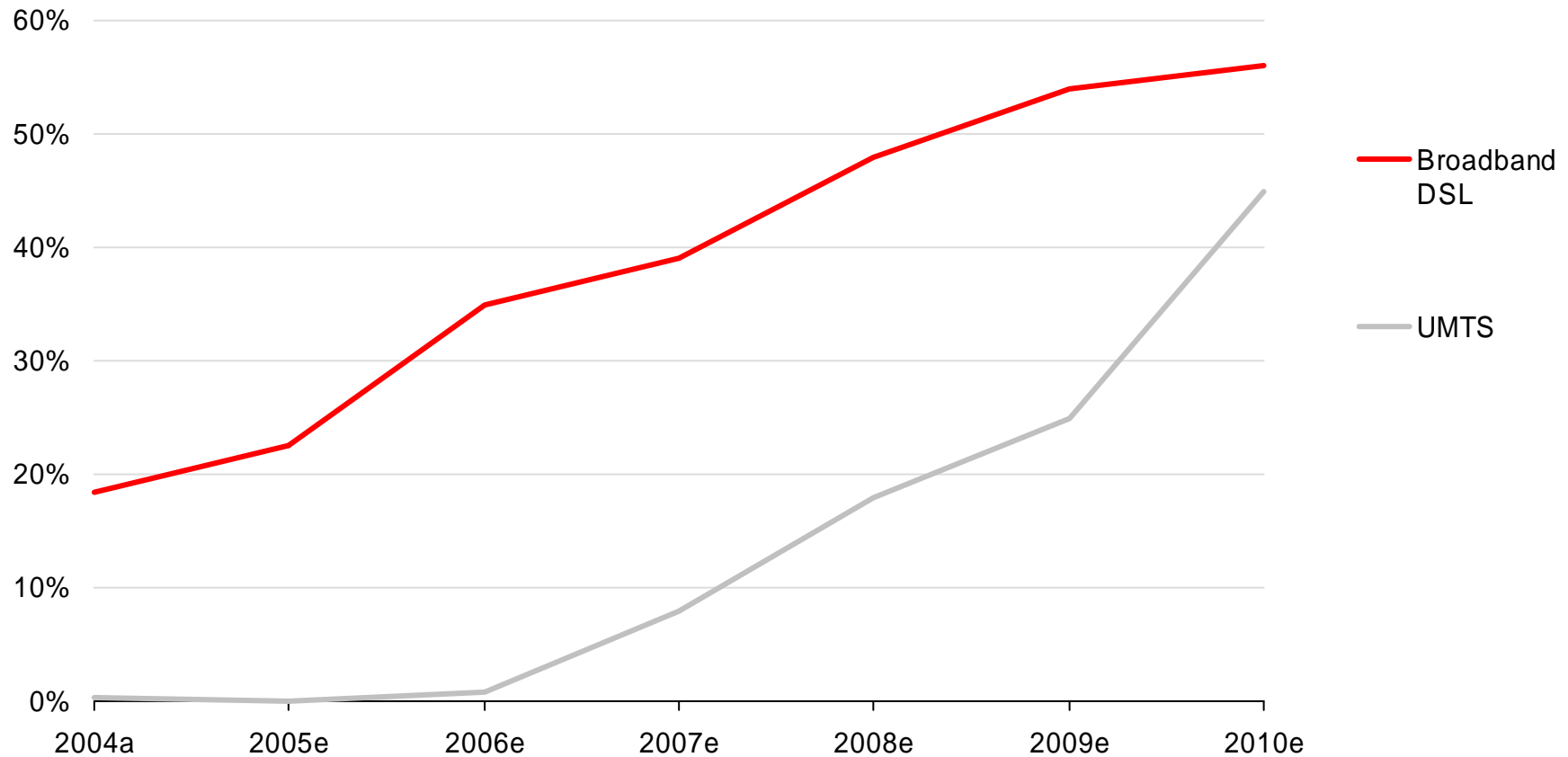
\* Source: Satellite: Astra (YE 2006), Morgan Stanley Research January 2006, DSL: BITKOM 06, ProSiebenSat.1 estimates



# Prognose Distributionskanäle Breitband DSL und UMTS

## Starkes Wachstum für Distributionswege wie Breitband DSL oder UMTS

Anteile der HH in Deutschland (in Prozent)



Source: Mercer

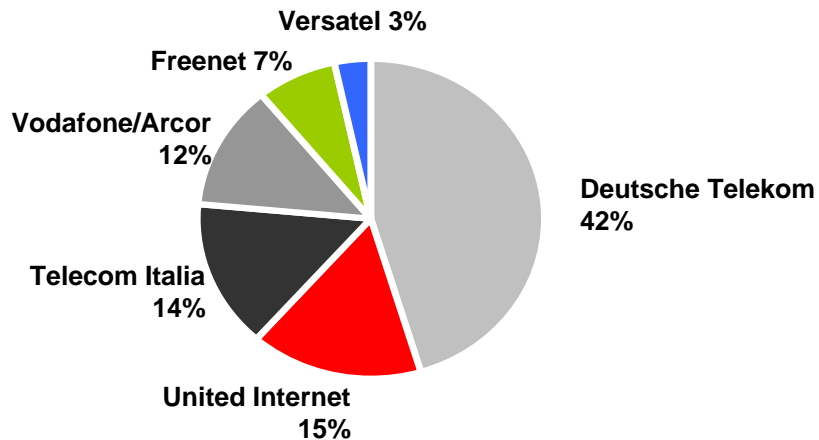


# DSL Landschaft in Deutschland

Breitband-Penetration ist wichtige Voraussetzung und Treiber für einen wachsenden VoD-Markt

## Marktanteile DSL-Markt

**Marktanteile DSL-Markt Q1/2007**  
(Grundlage 15 Mio. HH)















## DSL-Landschaft in Deutschland

- Hohe technische Reichweite von DSL – ca. 91% der Deutschen haben Internetzugang via Breitband – Deutschland ist mit Frankreich Nr. 2, hinter GB (95%), der EU-Durchschnitt liegt bei 88%
- 97% der deutschen Breitband-Zugänge sind DSL basiert
- Deutschland ist in Europa Nr. 1 bei durchschnittlicher Geschwindigkeit (D: 1 mbit/s, EU: 512 kbit/s)
- Deutschland ist in Europa Nr. 1 bei maximaler Übertragungsrate (16 mbit/s bis 25 mbit/s verfügbar)

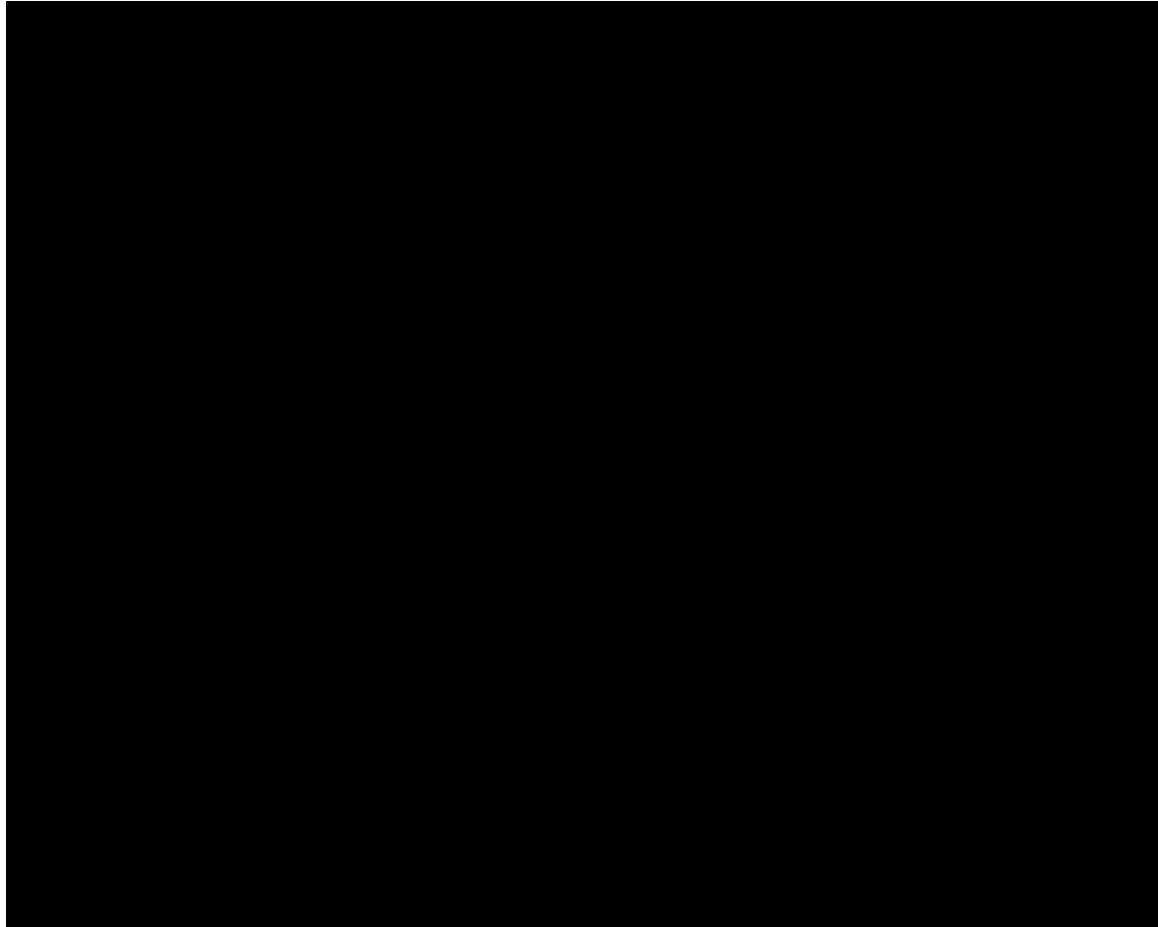
# Video-on-Demand-Markt in Deutschland: Überblick



VoD Markt in Deutschland wird aktuell von Medien- und Telekommunikationsunternehmen bestimmt

Medienunternehmen	Telcos	Near-VoD	Sonstige
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>maxdome (P7S1)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Launch: 07/2006</li> <li>▪ 5.000 Titel</li> <li>▪ Content: Movies, Comedy, Serien, Blockbuster, Extremsport etc.</li> </ul>  </li> <li>▪ <b>RTL NOW ! (RTL Television)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Launch: 01/2007</li> <li>▪ Content: RTL-Serien, -shows, US-Serien</li> </ul>  </li> <li>▪ <b>in2movies (Warner Bros./Bertelsmann)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Launch: 02/2007</li> <li>▪ Download-to-own-Modell</li> <li>▪ Content: Movies, Serien</li> </ul>  </li> <li>▪ <b>ZDFmediathek</b>  </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>T-Online Vision</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Launch: 03/2002</li> <li>▪ Content: Movies, Serien, Dokumentation etc.</li> </ul>  </li> <li>▪ <b>Arcor</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Launch: 2001</li> <li>▪ Content: Movies, Dokumentation (BBC, Discovery), Erotik</li> </ul>  </li> <li>▪ <b>Alice home TV</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Launch: 05/2006</li> <li>▪ Content: z.b. Thriller, Comedy, Dokumentation, Erotik</li> </ul>  </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Kabel D Select Kino</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Launch: 07/2006</li> <li>▪ Content: Top Hollywood Movies</li> </ul>  <p>Select Kino Großes Kino zuhause – bequem auf Abruf</p>  </li> <li>▪ <b>Premiere Direkt+</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Launch: 07/2005</li> <li>▪ Content: Movies, Live Sport, Events, Erotik</li> </ul>  </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>One-4-Movies</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Launch: 10/2004</li> <li>▪ Content: Movies, Musik, Games etc.</li> </ul>  </li> <li>▪ <b>Anixe HD</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Launch: 05/2006</li> <li>▪ Content: Movies, US-Serien, HD Content</li> </ul>  </li> </ul>

# maxdome - Trailer





# maxdome auf PC und TV

Zugang per Breitbandinternetanschluss auf PC oder mit Set-Top-Box auf TV



Set-Top-Box und maxdome TV-Screen



[www.maxdome.de](http://www.maxdome.de)



# maxdome ist das größte deutsche Video-on-Demand-Portal

**5.000 Stunden Entertainment auf Abruf: Schon über 170.000 aktive Nutzer**

- Gestartet: am 27. Juli 2006
- Zugang per Breitbandinternetanschluss auf PC oder mit Set-Top-Box auf TV
- offene Plattform, d.h. kann von allen DSL Netzen genutzt werden
- [www.maxdome.de](http://www.maxdome.de)
- Movies, Serien, Comedy, Kids, Sport
- Abo-Pakete (Monat) und Einzelabruf (24h)
- Kooperation mit United Internet (1&1, GMX, WEB.de)





# Produkt- und Distributionsstrategie: Die Abo-Pakete

Klare Paketstruktur schafft Orientierung

<b>maxDOME</b> PPV		5.000 Titel	
<b>maxDOME</b> Premium			
<b>maxDOME</b> Movie 9,99 €	<b>maxDOME</b> Comedy 4,99 €	<b>maxDOME</b> Serie 9,99 €	<b>maxDOME</b> TV Highlights PPV/24h ab 0,49 €
<b>maxDOME</b> Kids 4,99 €	<b>maxDOME</b> SchalkeTV 2,99 € Q1/2007		
<b>maxDOME</b> Movie-Flat*			
P7S1 Movies / Serien / Comedy / Kids			*nur abrufbar mit STB/4DSL



# Mobile TV: On-Demand und Broadcast to go

ProSiebenSat.1 Gruppe ist führender Contentanbieter für Mobile TV im deutschsprachigen Raum

	UMTS	DMB	DVB-H
Kommerz. Start	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 2004</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 2006</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 2008</li></ul>
Techn. Angebot	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ On Demand Streaming (Channels)</li><li>▪ Mobile VoD (Streaming/Download)</li><li>▪ Aber Beschränkung bei Massenanwendungen durch Bandbreite</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 4 TV-Kanäle &amp; 2 Radiokanäle</li><li>▪ Je nach Endgerät weitere DAB-Radiokanäle nutzbar</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 20+ TV-Kanäle möglich</li></ul>
P7S1 Aktivitäten	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ P7S1 bietet derzeit mehr als 12 Mobile TV-Kanäle über 5 Mobilfunkbetreiber in D,A,CH an</li><li>▪ Zusätzlich Angebot von Mobile VoD bei 7 Mobilfunkbetreibern in D,A,CH</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ P7S1 betreibt 2 der 4 zur Verfügung stehenden TV-Kanäle mit N24 und ProSiebenSat.1 Mobile</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ P7S1 beteiligt sich an Ausschreibungen für Lizenzen und Plattformbetrieb</li></ul>





# Mobile TV: On-Demand via UMTS

## Breites Content-Portfolio und klare Channel-Positionierung

- Aktuelle Mobile TV-Angebote
  - **ProSieben Mobile** u.a. mit Galileo, Tramitz & Friends, Talk Talk Talk, SAM
  - **Sat.1 Mobile** u.a. mit Schillerstraße, Genial Daneben, Blitz, Was guckst Du?!
  - **kabel eins Mobile** u.a. mit Quiz Taxi, Clipcharts, Abenteuer Leben, K1 Magazin
  - **N24 Mobile** u.a. mit tagesaktuellen Nachrichten, Der Aktionär TV, Darüber spricht Amerika
  - **Deutsches Wetterfernsehen** u.a. Morgenshow, Businesswetter, Städtefernsehen
  - **Verliebt in Berlin Mobile** u.a. mit kompletten Sneak Previews, redaktionellen Specials
  - **Best of Comedy** (breites Portfolio an P7S1-Comedy-Formaten)
  - **In Österreich derzeit:** ProSieben, Sat.1, Comedy, Verliebt in Berlin



**SAT.1**



**N24**





# Web 2.0: User Generated on-Demand

## Die MyVideo Online-Community macht den User zum Contentproduzenten

- MyVideo ist die größte Video-Community im deutschsprachigen Internet
- Die ProSiebenSat.1-Gruppe hat 30 Prozent an der Gesellschaft erworben
- Exponentielles Wachstum:
  - über 6 Mio. Videos werden täglich gesehen
  - 610 Mio. Page Impressions im März 2007
- Integration und Verbindung von UGC mit TV-Formaten
  - “Germany`s next Topmodel“ (ProSieben)
  - “Die MyVideo Show“ (Sat.1),
  - “MyComedy Blog“ (Sat.1 Comedy)

The screenshot shows the MyVideo website interface. At the top, there is a search bar and navigation links like 'Home', 'Top 100', 'Neue Videos', 'Top 100!', 'Music Clips', 'Kategorien', 'Gruppen', 'Mitglieder', 'Spezielle', and 'Video erstellen'. Below the navigation, there are sections for 'Meist gesucht', 'TOP Aufsteiger', 'Die meist gesehene Videos', and 'Top 100 Aufsteiger'. The 'Top 100 Aufsteiger' section lists the top 4 videos with their titles, uploaders, and viewer/comment counts. On the right side, there is a 'Video des Tages' section featuring 'THE BEATING' and a 'Hier einloggen' section with a login form. At the bottom right, there are promotional banners for 'Arden Samstag 18:00 Uhr auf SAT.1' and 'MyVideo Specials Deutschland sucht den Super-Grillmeister'.



## Video auf Abruf ergänzt lineares TV-Angebot

---

- Dynamisches Wachstum der Breitband-Haushalte in Deutschland
- Fernsehen bleibt auch in Zukunft wichtigstes Leitmedium
- Bekannte Sender- und Formatmarken geben Orientierung auch in der digitalen Welt
- “Viewer”: User wird auch zum Contentanbieter für On-Demand-Dienste
- Lineares TV wird verstärkt durch nicht-lineare Angebote ergänzt (VoD und Mobile TV)
- Aber: Markt ist erst am Anfang der Entwicklung

## **TV und Video auf Abruf**

**Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)**

**BLM-Forum: Neues Fernsehen. Fernsehen der Zukunft?**



**München, 26. April, 2007**

**Thomas Schultheis, Geschäftsführer SevenSenses GmbH**