



media choice
DACH GmbH

Hansgeorg Lichte

„Gemeinsam statt einsam“ (V 2.0)

Wertschöpfungsmodelle für Netzbetreiber und Broadcaster

Der letzte Vortrag der Veranstaltung

Meine Bitte:

- Bitte setzen Sie sich an die Tische direkt hier vorne!
- Nein? Bitte stehen Sie JETZT auf!
- Kommen Sie bitte jetzt an die Tische nach vorne!

Lehren? Wir bewegen uns erst, wenn...

- es unbedingt sein muss
- einer voran geht
- es ein stufenweiser Prozess ist. Brechen Sie auf!
- wir etwas zu gewinnen und zu verlieren haben
- es einen zwingenden Grund gibt die Komfortzone zu verlassen!

Where
the magic
happens

Comfort
zone



media choice
DACH GmbH

“One Stop Shop”

Knowledge Trainings & Rental

Trainings and Technology Workshops
System Integration and Installation
Rental of Broadcast Equipment

Content Management Services

Content Management platform for Audio and Video Content owners, DVB + OTT, linear channels + On-Demand Platform

Ad-Management Services

Ad-decision, Ad-insertion, Triggering, En- and Transcoding, Quality assurance, T&B process

Network Management Solutions

Teleport or Remote Management

TAG Video Systems

Monitoring and Visualisation
TS and SDI over IP

Haivision

Encoding für ISR (Intelligence, Surveillance and Reconnaissance) and Industrial applications, Public Internet Transport and Media Gateways

ADTEC

Contribution encoders and decoders,
Remote Production, Muxing and Ad-Insertion

NTT

Contribution encoders and decoders

Vislink

4K HEVC encoding

Mobile Viewpoint

“Backpack solutions”

Motama

Contribution over public networks

Sencore

Contribution and Distribution decoding
Receiving, Turnaround and Decoding
Modulation, demodulation and transcoding
Distribution encoding for DVB & OTT
Monitoring and Analysis

T-21

4K HEVC decoding, transcoding turnaround
For Broadcast, Intelligent Transportation
Systems (ITS) and Security applications

Services



media choice
DACH GmbH

Contribution

Distribution

*“Technology
as a tool”*

References



„Gemeinsam statt einsam“



„Old news“ Adinsertion - oder: alles schon mal da gewesen?

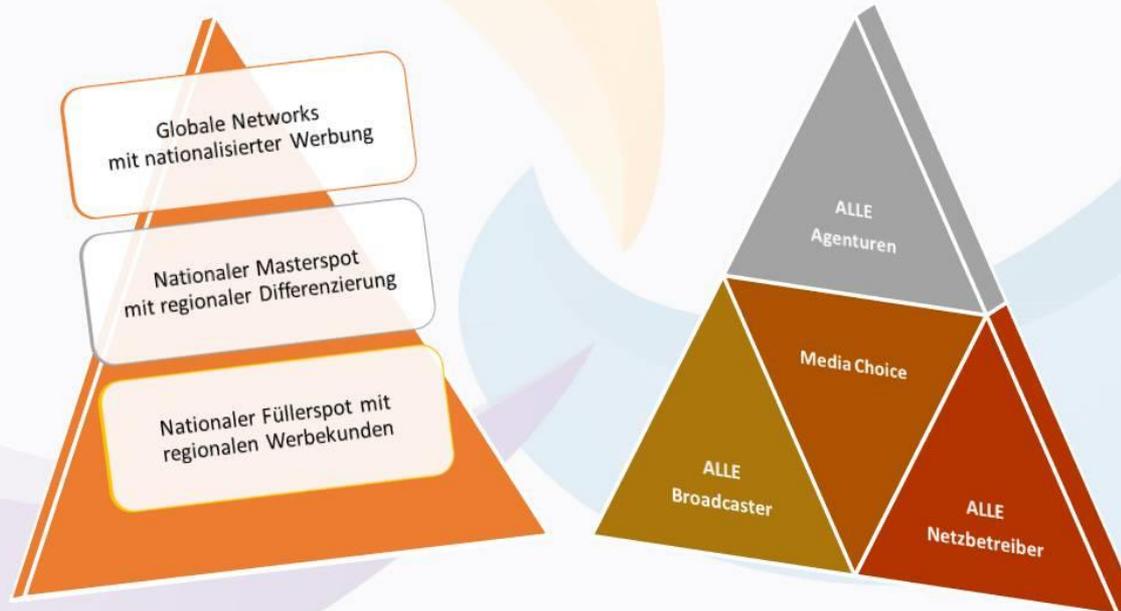
Reden wir über Technik oder Märkte?

- USA seit 1972: All networks, All Broadcasters
- Deutschland 1992: Telekom & CNN
- Niederlande 1999: Caiw, UPC, Ziggo,... & CNN/andere
- Schweiz 2011: Bödeli AG & P7S1
- Deutschland 2015: Unitymedia, Vodafone & P7S1

Adinsertion Übersicht



Adinsertion levels Geo



Adinsertion Beispiel



Adinsertion Beispiel

login.ibbroadcast.nl/Pages/clips_cliptemplates.aspx

Apps Diverses Google Services T-21 Adtec units Geräte CRM Status docs MS Office & OneDrive TS Captures Artel Imp

Start | Inhoud | Redactie | Afspeellijst | Format | Live | Afspeelschema

ib broadcast IBB Demonstration account - IBB Demonstration

Clip templates

Templates

Nieuw | Openen

Agenda Template
template for upcoming events

Citytrip template
Make a Citytrip commercial with variabel cityname,...

Lottery template
lottery draw

Still template
Upload an image

Ziggo Kijktip
video input template

Clip maken

Velden

Salzburg

City style
Geen video geselecteerd

Name on building 1 1
Mozarthaus

Name on building 2 1
Festung

Billboard 1
Geen afbeelding geselecteerd

Billboard 2
Geen afbeelding geselecteerd

Billboard 3
Geen afbeelding geselecteerd

Pay-off background
Geen afbeelding geselecteerd

Pay-off logo top
Geen afbeelding geselecteerd

Pay-off text 50
Besuchen Sie Salzburg!

Voorbeeld



00:09 00:30

Clip eigenschappen

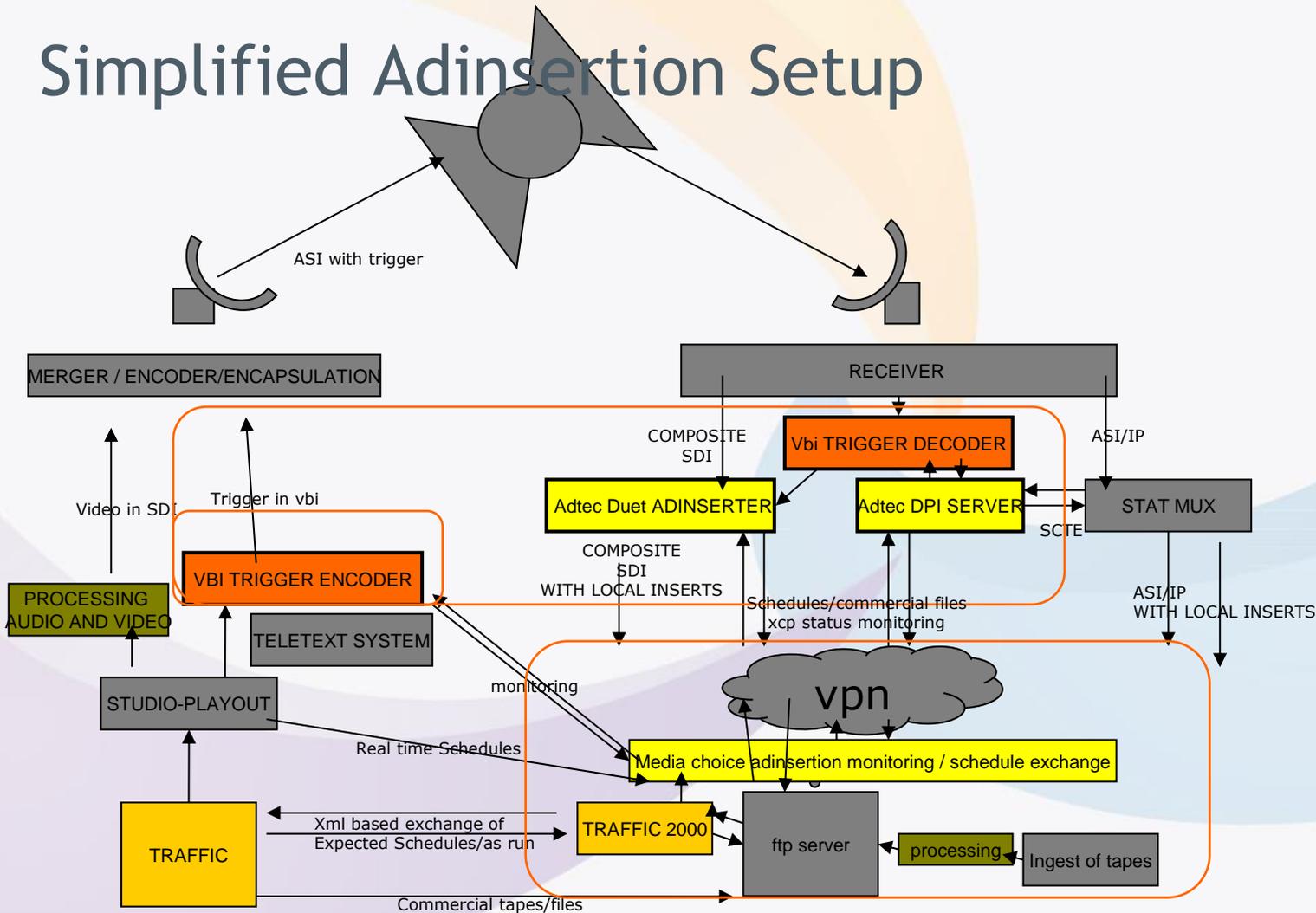
Naam

Omschrijving

Begindatum

Pagina status De velden zijn succesvol geladen

Simplified Adinsertion Setup



Adinsertion levels in DVB & OTT

Linear Live

- Analogue DVB-C (SD)
 - Shrinking market
- Digital TV (SD-HD)
 - DVB-C/ DVB-T/ IPTV /
- Web & Apps
 - OTT, mobile, tablet, laptop

Non-Linear Catch-Up TV

- PVR
 - Harddisc-recorder, STB mit harddisk etc...
- network video recording Services!
 - KPN
 - Ziggo Replay
 - KPN PLAY* (LGI)

Non-linear VOD

- TV programmes
 - RTL-XL,
 - SBS Programme.
- Filme & Serien:
 - HBO GO,
 - MyPrime,
 - Videoland
 - International Services: Netflix, HULU, PopcornTime*!

Vorteile

Für die Broadcaster

- Ansprache neuer Werbekunden
- neue Angebote an vorhandene Kunden richten
- Gleichziehen mit den inhaltlichen Möglichkeiten von Online (Targeting)
- Abwanderungstendenzen von Werbekunden in Richtung Online verlangsamen
- Befriedigung der spezifischen Kundenbedürfnisse

Für die Netzbetreiber

- Ihr Wert = direkte Kundenbeziehung.
- Sie transportieren ein Lebensgefühl, nicht ein Programm.
- Mögliche Beteiligung an der Wertschöpfung bzw. Zukunft
- Sendezeit
(Sat => Kabel => Premium Packages => VOD)



Für die Werbewirtschaft & Politik

- besseres Geo-Targeting
- weniger Streuverluste
- Anpassung des Werbedrucks
- Adressierung von Testmärkten
- lokalisierte Ansprache (Dialekt,...)
- Angebotswerbung (z.B. Abflüge)
- Preisdifferenzierungen
- TV-Werbung bei Regionalwahlen

Gedanken

- TV im Wandel, was bringt das mit sich? Was ist zeitgemäß & „real“?
 - meine Rolle im sich verändernden Markt
 - Mein Wert in den neuen Wertschöpfungsmodellen
 - Comfort Zone versus „Magic“
- Reglementierungen, Lobby, Gleichberechtigung (Online vs. Broadcast)
- Partnerschaft Content + Netze + Werbung. Alleine geht es nicht!
- Einspeiseverträge, Verbandsarbeit, Signalwege
- Fragmentierung des Marktes, Netzgrößen
- Stay away from technology, focus on markets

„Gemeinsam statt Einsam“

Wertschöpfungsmodelle für Netzbetreiber und Broadcaster

„Those who don't create the future they want,
must endure the future they get“

Draper L. Kaufman Jr.