



DVB-T2 – Die Evolution des digitalen Antennenfernsehens

Digital-TV & Perspektiven für die Werbewirtschaft

RTR-GmbH Wien, 16. Juni 2011

innovative broadcasting solutions

ors

ORS – Österreichische Runfunksender GmbH

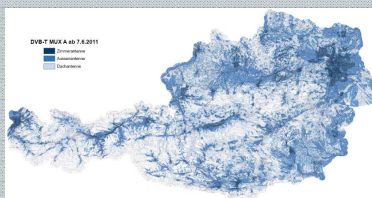
- Ausgliederung der ORF-Sendertechnik im Jahr 2005
- Teilprivatisierung; Eigentümer sind ORF (60%) und Medicur (40%)
- Infrastrukturdienstleister für Terrestrische und Satelliten Services
- 2 bundesweite MUX-Lizenzen
- 125 Angestellte
- Umsatz 78 Mio (2010)



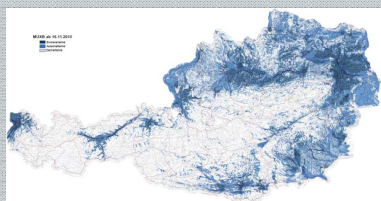
Medicur



DVB-T in Österreich



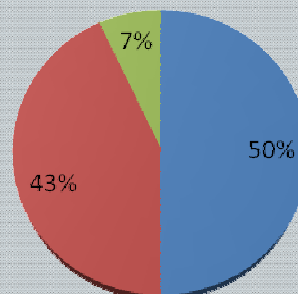
MUX A: ORF1, ORF2, ATV; POP: 97,5%



MUX B: Puls4, 3sat, ServusTV, Sport+; POP: 85%

Marktanteil (2010)

■ Satellite ■ Cable ■ Terrestrial



- Q3 2011: **Ausschreibung** für zwei bis drei **DVB-T2** Multiplexe
- HDTV und erweiterte Programmvierfalt
- DVB-T jedenfalls bis 2016 parallel
- Ziel: Steigerung der DVB-T Marktanteile beim Primärempfang

Rundfunk: Einst & Heute

	„Gute alte Zeit“	Heute
Technologie		
Konsument		
Rundfunkbetreiber		
Policymakers		

Rundfunk: Einst & Heute

	„Gute alte Zeit“	Heute
Technologie	<ul style="list-style-type: none"> • beschränkte Innovation • jahrzehntelang statisch 	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Innovationsgeschwindigkeit (HDTV, 3DTV, IPTV etc)
Konsument	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenseitiger Aufwand wurde hin genommen um TV und Radio zu empfangen • Beschränkte Programmvorgabe und ausschließlich lineare TV • Schlechte Bildqualität war bei Panels < 40" akzeptiert 	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe „User Experience“ wird erwartet (schnelle Installation, intuitive Bedienung etc.) • Hohe Programmvvielfalt und nicht-lineare Dienste • HDTV für TV Panels > 40"
Rundfunk selber	<ul style="list-style-type: none"> • Traditionelle Geschäftsmodelle: Werbung und staatliche Finanzierung 	<ul style="list-style-type: none"> • Rückgang der Werbeeinnahmen • Notwendigkeit zur Diversifikation
Policy Makers	<ul style="list-style-type: none"> • Starke Unterstützer des Rundfunks • TV-Frequenzspektrum stand nicht zur Diskussion 	<ul style="list-style-type: none"> • Starke Unterstützer der Telekomindustrie (Breitband) • 2te DD ist im Spiel!

Was bedeutet das für die Zukunft des terrestrischen Fernsehens?

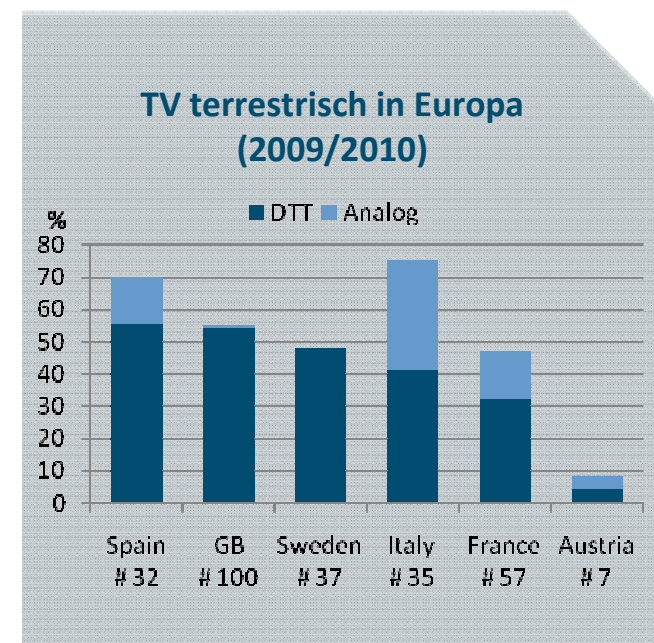
Von technischer Dienstleistung zur Erfüllung von Kundenbedürfnissen

A faint, light blue background diagram is visible within the white content area. It appears to be a process flow or a conceptual model with several rectangular boxes connected by lines. One box in the center is highlighted in a darker blue and contains the text 'CUSTOMER FOCUS'.

CUSTOMER FOCUS

Programmvielfalt ist Trumpf!

- in Ländern mit einem **Mindestangebot vom 30 TV Programmen** ist DVB-T die führende Plattform
- Konsumenten schätzen das DVB-T Erlebnis
- **Verfügbarkeit von Frequenzen** ist ein klarer Treiber für den Erfolg von DVB-T Plattformen
- Aspekte des Medienpluralismus werden durch den EU-Entwurf des **Frequenzpolitik-programms** nicht effektiv abgedeckt
- Anstrengungen sind notwendig um die Zuteilung der 2. Digitalen Dividende an MNOs zu verhindern



Wettbewerbsvorteile TV terrestrisch

- Portabler und mobiler Empfang
- Kostengünstiges Mobil TV (kein Single Purpose Network, keine Datenratenengpässe)
- Indoor Empfang
- Unterstützt mehrere Geräte in einem Haushalt (Zweit- und Drittgeräte, Tablets etc.)
- Bundesweite Abdeckung
- ITV: Integrierte DVB-T Tuner in Flachbildschirmen



Konvergenz als Chance

- Breitenwirksame und hochqualitative lineare TV Programme über DVB-T/DVB-T2
- zusätzliche Programmvielfalt über Streaming ("long tail")
- Catch Up TV Services und VoD (iPlayer, Mediathek etc.)
- Social TV und Targeted advertising
- "Best of both worlds!"
- Angebot für junges und mobiles Publikum (überall, jederzeit)



Video on Demand



Catch Up TV



Live Streaming

Konsumentenfokus & Bedienbarkeit

- Erweiterte Programmvielfalt und Bildqualität (HDTV)
- Einfacher Zugang zu linearen and non-linearen (Catch Up TV, VOD) Services über Hybrid Modelle
- Intuitive Steuerung, EPG für alle Dienste
- Steigerung der Relevanz durch Empfehlungsdienste
- kleine indoor Antennen, einfach zu installieren
- (nur) eine Fernbedienung
- Fernsehen wird wieder einfach!

 **Das Benutzererlebnis ist das Produkt !**



Neue Geschäftsmodelle

- Flexible Geschäftsmodelle sind notwendig
- Mix aus Free-to-air (FTA) and Bezahlinhalten
- Kostenlose Basisservices schaffen die **kritische Masse** und bieten einfach zugängliche audiovisuelle Mediendienste
- Bezahlplattformen schaffen Raum für Diversifikation und tragen zur Attraktivität der Gesamtplattform bei
- **Generierung neuer Einnahmequellen** ist für die Refinanzierung von Infrastruktur notwendig
- **Enhance the pie**, do not simply divide it!

DVB-T2

Pay-TV

Technisches Bereit-
stellungsentgelt

Free-To-Air

DVB-T

Next Generation DVB-T = DVB-T2 + hybrid TV









Österreichische Rundfunksender
Austrian Broadcasting Services

Würzburggasse 30 | 1136 Vienna | Austria
Tel.: +43-1-870 40-12616
sales@ors.at

innovative broadcasting solutions

