



# DVB-T2 – Die Evolution des digitalen Antennenfernsehens

Digital-TV & Perspektiven für die Werbewirtschaft

RTR-GmbH Wien, 16. Juni 2011

innovative broadcasting solutions

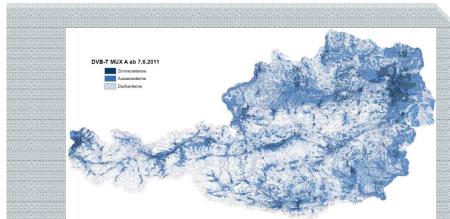
ors

# ORS – Österreichische Rundfunksender GmbH

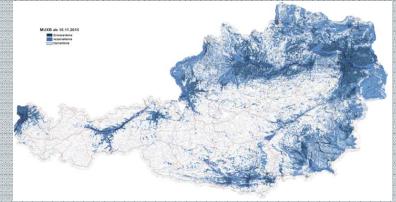
- Ausgliederung der ORF-Sendertechnik im Jahr 2005
- Teilprivatisierung; Eigentümer sind ORF (60%) und Medicur (40%)
- Infrastrukturdienstleister für Terrestrische und Satelliten Services
- 2 bundesweite MUX-Lizenzen
- 125 Angestellte
- Umsatz 78 Mio (2010)

The ORF logo consists of the word "ORF" in a bold, white, sans-serif font inside a red rectangular box.The Medicur logo features the word "Medicur" in a black sans-serif font next to a yellow square containing a black stylized 'X' shape.

# DVB-T in Österreich

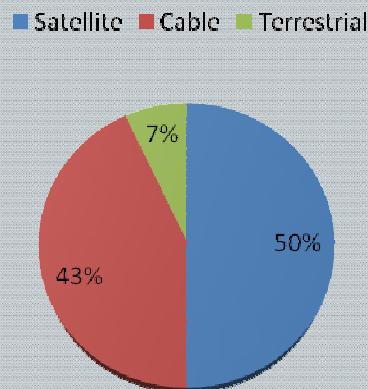


MUX A: ORF1, ORF2, ATV; POP: 97,5%



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

Marktanteil (2010)



- Q3 2011: **Ausschreibung** für zwei bis drei **DVB-T2** Multiplexe
- HDTV und erweiterte Programmvielfalt
- 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"><li>• beschränkte Innovation</li><li>• jahrzehntelang statisch</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hohe Innovationsgeschwindigkeit (HDTV, 3D-TV, PTV etc)</li></ul>
Konsument	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kundenseitiger Aufwand wurde hingenommen um TV und Radio zu empfangen</li><li>• Beschränkte Programmvielfalt und ausschließlich Fernseh-TV</li><li>• Schlechte Bildqualität war die Regel (Panels &lt; 40“) 2000er Jahre</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Home „User Experience“ wird erwartet (mobile Installation, mobile Live-Bedienung etc.)</li><li>• Hohe Programmvielfalt und nicht-lineare Dienste</li></ul>
Rundfunkbeiträger	<ul style="list-style-type: none"><li>• Traditionelles Geschäftsmodell: Werbung und staatliche Finanzierung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• HDTV für TV Panels &gt; 40“</li><li>• Rückgang der Werbeeinnahmen</li><li>• Notwendigkeit zur Diversifikation</li></ul>
Policymakers	<ul style="list-style-type: none"><li>• Starke Unterstützer des Rundfunks</li><li>• TV-Frequenzspektrum stand nicht zur Diskussion</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Starke Unterstützer der Telekomindustrie (Breitband)</li><li>• 2te DD ist im Spiel!</li></ul>

**Was bedeutet das für die Zukunft  
des terrestrischen Fernsehens?**

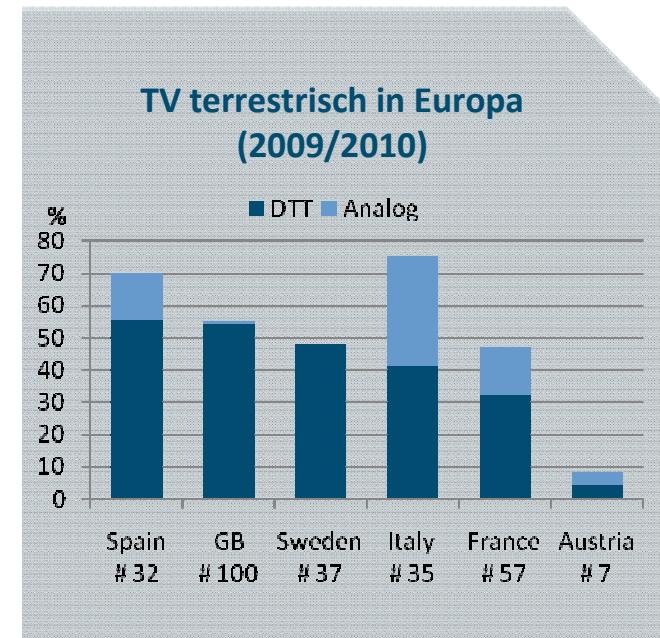


Von technischer Dienstleistung  
zur Erfüllung von Kundenbedürfnissen

**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 vom 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

- Portable 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

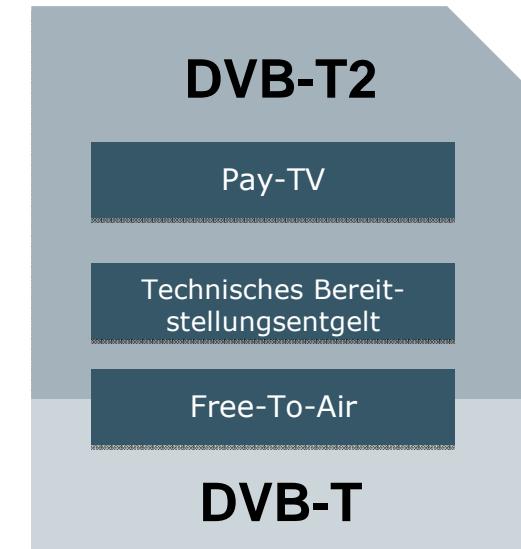
- Erweiterte Programmvielfalt und Bildqualität (HDTV)
- Einfacher Zugang zu linearen and non-linearen (Catch Up TV, VOD) Services über Hybrid Modelle
- Intuitive Steuerung, EPG für alle Dienste
- Steigerung der Relevanz durch Empfehlungsdienste
- kleine indoor Antennen, einfach zu installieren
- (nur)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





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





**ors**





Österreichische Rundfunksender  
Austrian Broadcasting Services

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

innovative broadcasting solutions

