

Hamburg Media School

Zukunft Fernsehen

Welche Trends das Fernsehen 2016 verändern

Prof. Dr. Armin Rott
Hamburg Media School
Wissenschaftlicher Leiter
Hamburg Media School

Jil Sörensen
Hamburg Media School
Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Inhalte

3	Einführung	10	Innovation in TV
4	Methode und Publikation	11	Neue Wettbewerber & Erlösmodelle
7	Interview	28	Video on Demand
112	Kontakt	42	Kuration & Entdeckung
		49	Social TV
		63	Personal TV
		73	Sharing
		81	Virtual Reality
		93	Multimedia Storytelling
		102	Smart TV

Einführung

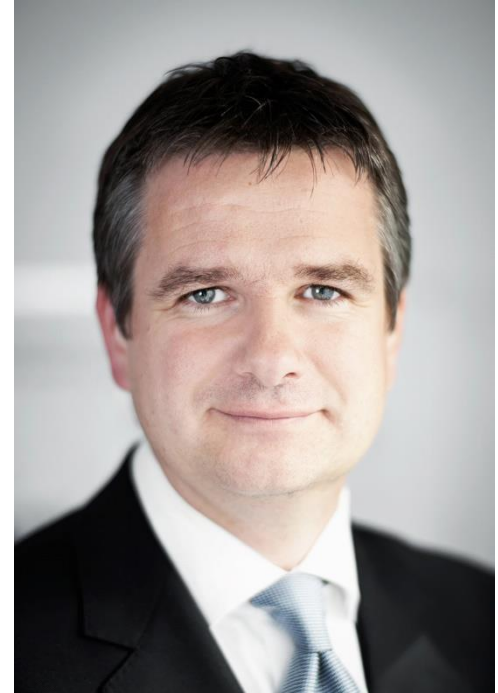
Ist das lineare Fernsehen ein Auslaufmodell? Übernehmen YouTube, Netflix und Amazon Prime die Marktmacht? Welche neuen Geschäftsmodelle sind erfolgversprechend? Und schauen wir bald alle nur noch durch die Virtual-Reality-Brille, twittern nebenbei über Serien und teilen per Klick unsere Lieblingsszenen?

Der vorliegende Report beschäftigt sich ausführlich mit den Trends und Innovationen im Bewegtbildmarkt. Durch systematische Analyse und explorative Trendbeobachtung identifizieren, analysieren und bewerten wir Entwicklungen der Branche.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und Entdecken!

Für noch mehr News aus dem InnoLab empfehle ich Ihnen unseren Newsletter. [HIER](#) können Sie ihn direkt abonnieren.

Prof. Dr. Armin Rott



Methode

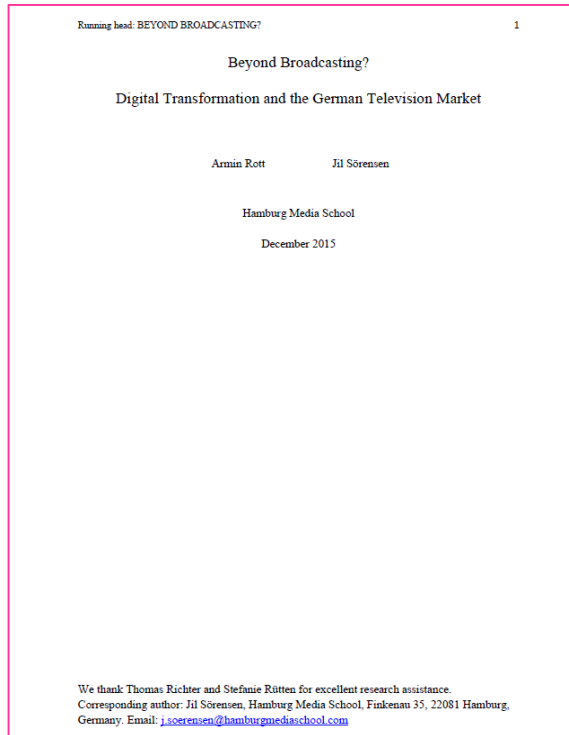


Wie werden aktuelle Trends in der Fernsehbranche identifiziert?

Wir setzen auf **systematische Analyse** mit wissenschaftlicher Fundierung.

Der vorliegende Report benutzt einen explorativen Methodenansatz zur Identifikation von Trendthemen. Wir benutzen Start-ups in der Fernseh- und Videobranche als Indikator für Innovation und das zukünftige ökonomische Potenzial. Von April bis August 2015 haben wir alle Unternehmen analysiert, die sich in der Start-up-Datenbank AngelList in den Segmenten Fernsehen oder Video registriert haben. Nach der Löschung von doppelten oder falschen Einträgen und Projekten, die nicht mehr existieren, zählen wir 487 relevante Start-ups. Nach Eliminierung aller Unternehmen, die faktisch nicht im Untersuchungsbereich tätig sind, bspw. Soziale Netzwerke mit einer Video-Funktion, verbleiben 109 Start-ups. Diese können thematisch in 9 Innovationsfelder geclustert werden. In das so geschaffene Kategoriensystem wurden die durch das systematische Trendscouting im InnoLab-Netzwerk gefundenen Cases ausgewählt und eingeordnet.

Wissenschaftliche Veröffentlichung



Eine umfassende Darstellung der Methoden und der gefundenen Trends wird im Mai 2016 in New York auf der **World Media Economics and Management Conference** vorgestellt.

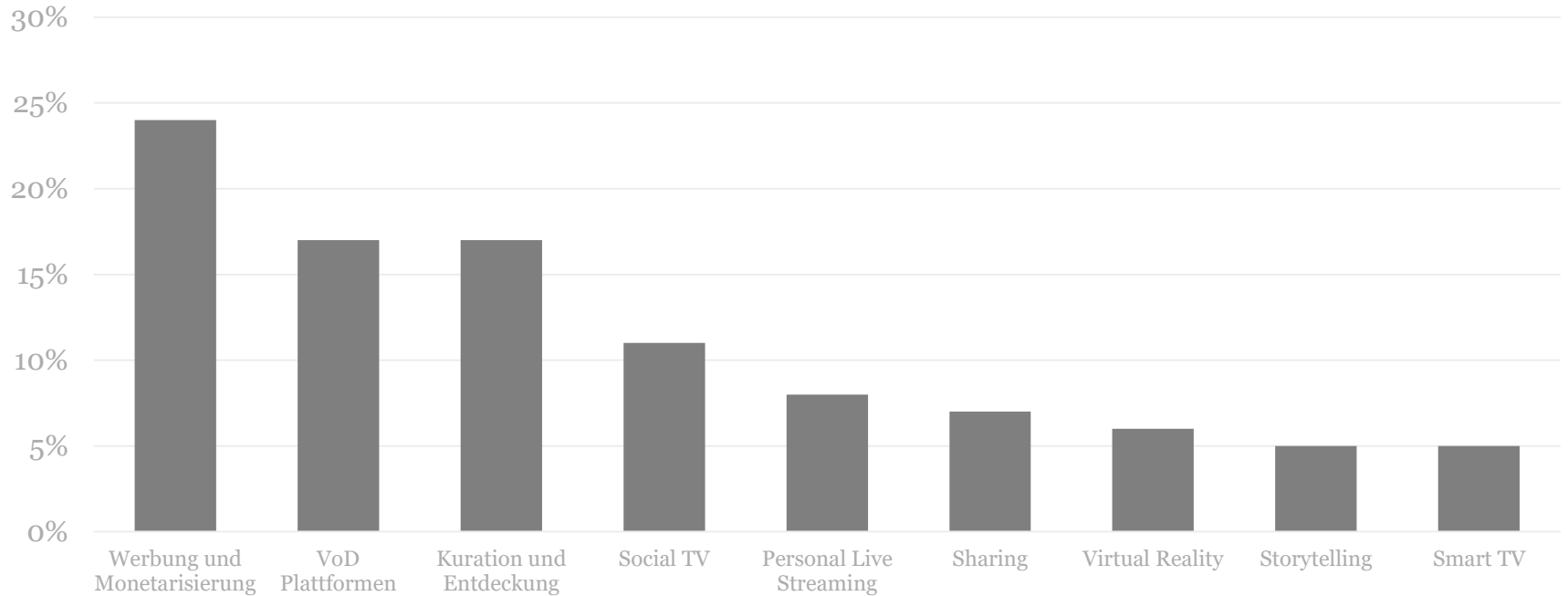
Die wissenschaftliche Studie beschäftigt sich mit zwei Kernthemen: der Identifikation von Trends im Fernsehmarkt und der Adaption dieser Innovationen durch die vier großen deutschen Fernsehanstalten ARD Gruppe, ZDF Gruppe, ProSiebenSat.1 Gruppe und RTL Gruppe. Hier werden insbesondere die Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendergruppen deutlich.

Die Abhandlung identifiziert darüber hinaus aktuelle Influencer der Fernsehbranche sowie Entwicklungen im Bereich der Formatentwicklung.

Die Studie ist auf Anfrage bei den Autoren verfügbar.

Identifizierte Innovationsfelder

Start-ups aus dem Bewegtbildmarkt





Interview

„Der Fernsehmarkt steht vor einem Umbruch.“

Interview mit den Autoren dieser Studie

Wie kam es zu der Erstellung dieses Reports?

J. Sörensen: Wir haben im Sommer des vergangenen Jahres angefangen, uns intensiv mit dem Thema „Zukunft des Fernsehens“ auseinanderzusetzen. Auf dem Fernsehmarkt passiert gerade sehr viel: Neue Wettbewerber, veränderte Nutzungsgewohnheiten und -bedürfnisse sowie neue Technologien wirken auf die Branche ein. Veränderungen sind deutlich spürbar; der ideale Zeitpunkt für eine systematische Untersuchung der Entwicklungen.

A. Rott: Das stimmt. Der Fernsehmarkt steht vor einem Umbruch. Die digitale Transformation bietet Herausforderungen, aber auch Entwicklungsmöglichkeiten für die Branche. Wir möchten die Mechanismen und Auswirkungen der Veränderungen verstehen und ein Gespür für zukünftige Potenziale gewinnen.

Welches Ergebnis dieser Studie hat Sie am meisten überrascht?

J. Sörensen: Ich finde es beachtlich, dass das Smart TV heute noch nicht stärker in der Gesellschaft angekommen ist. Gefühlt begleitet einen das Thema bereits eine gewisse Zeit, die tatsächliche Nutzung, die vorhandenen Angebote der Fernsehanstalten und die Ausschöpfung der Werbeindustrie sind hingegen schwach ausgeprägt. Ich bin gespannt, wie sich das entwickeln wird.

A. Rott: Ich forsche seit über 15 Jahren empirisch zu den Themen Ökonomie und Fernsehen. Ich interessiere mich besonders für Marktstrukturen und neue Erlösmodelle. Die Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendeanstalten finde ich in dieser Hinsicht besonders bemerkenswert. Spannend wird die Entwicklung des gemeinsamen Jugendangebots von ARD und ZDF werden.

Welches Innovationsfeld hat Ihrer Meinung nach zukünftig das größte Potenzial die Fernsehbranche zu verändern?

J. Sörensen: Ich bin überzeugt, dass Virtual Reality eine große Rolle spielen wird. Fernsehen wird zum Erlebnis! Der Nutzer ist nicht mehr nur passiver Zuschauer, sondern hautnah und aktiv in die Handlung eingebunden.

A. Rott: Ich sehe zwar auch das Potenzial der VR-Technologie, denke aber, dass die Produktionskosten auch auf mittelfristige Sicht noch zu hoch sein werden und die Technik sich auch nicht für alle Arten des journalistischen Storytellings eignet. Personalisierte und kuratierte Angebote sehe ich auf dem Vormarsch. Der Zuschauer wird ein auf seine Bedürfnisse individuell abgestimmtes Programm konsumieren, das von Algorithmen abgestimmt wird. Hier sehe ich ebenfalls Chancen für die Entwicklung neuer TV-Inhalte. Vielleicht werden Serien und Filme bald überwiegend auf der Basis von gesammelten Daten für sehr spezifische Nutzergruppen entwickelt.

INNOVATION IN TV

1

Neue Wettbewerber & Erlösmodelle

Im Land der unbegrenzten Möglichkeiten

4

Social TV

Die Macht des Second Screen

7

Virtual Reality

Mittendrin statt nur dabei

2

Video on Demand

Immer, überall, ohne Zwang

5

Personal TV

Der User als Programmdirektor

8

Multimedia Storytelling

Entdecken, erleben, erfahren

3

Kuration & Entdeckung

Durchblick im Info-Dschungel

6

Sharing

Von der Freude des Teilens

9

Smart TV

Konnektivität

1

Neue Wettbewerber & Erlösmodelle

—

„Unsere Vision ist, das produktive Zusammenspiel zwischen dem reichweitenstarken, effizienten Medium TV und den schnell wachsenden, zukunftsweisenden Digital-Initiativen immer weiter auszubauen.“

Thomas Ebeling, CEO ProSiebenSat.1

—

„Ja, lineares Fernsehen wird es bald nicht mehr geben, außer im Museum. Es hat ja auch niemand mehr Festnetz, unsere Eltern vielleicht noch.“

Reed Hastings, CEO Netflix

—

Neue Wettbewerber wie Multi Channel Networks und Streaming-Dienste drängen auf den Markt.

—

Fernsehanstalten müssen den Kampf um Zuschauer annehmen.

—

Innovative Werbeformen können für neue Erlösquellen sorgen.

Collective Studio71

ProSiebenSat.1 gründet das **globale Multi Channel Network (MCN) Collective Studio71**.

Nachdem der Medienkonzern bereits in Deutschland das MCN Studio71 betrieben und dort erfolgreiche **YouTube-Stars wie Gronkh, Sarazar und LeFloid** vermarktet hat, investiert der Konzern nun 82,8 Millionen US-Dollar in das US-amerikanische MCN Collective Digital Studio.

Am neuen Netzwerk Collective Studio71 hält ProSiebenSat.1 **75 % der Anteile**. Damit baut es seine bisherige Minderheitsbeteiligung aus. Das neue Netzwerk hat Standorte in Los Angeles, New York, London und Berlin.

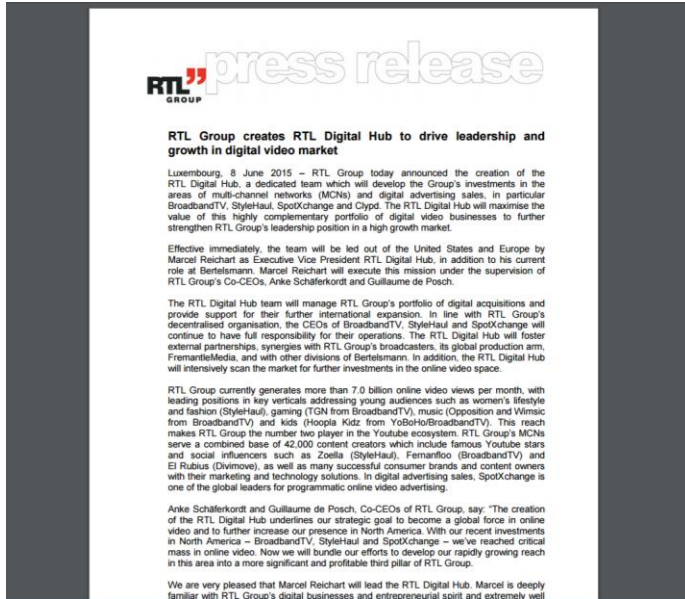


RTL Digital Hub

Auch die etablierten Sendergruppen merken immer stärker, dass der **Online-Video-Markt** auf dem Vormarsch ist. Die RTL Gruppe engagiert sich bereits seit einiger Zeit in dem Segment.

Der Digital Hub soll sich insbesondere um die Geschäfte im Bereich **Multi Channel Networks (MCNs)** und **Onlinewerbung** kümmern. Die Sendergruppe ist bereits an den MCNs BroadbandTV, StyleHaul und Divimove und den Onlinewerbe-Firmen SpotX und Clypd beteiligt.

Das Team wird von **Marcel Reichart** geleitet, der direkt an die CEOs der RTL Gruppe berichtet.



YoBoHo



Der steigende Wettbewerbsdruck lässt etablierte Fernsehsender nach **neuen Zielgruppen** und Angeboten suchen.

RTL hat sich über sein Multi Channel Network BroadbandTV am **führenden Produzenten für Kids-Content, YoBoHo**, beteiligt.

YoBoHo hat über 8.000 Videos in seinem Portfolio, von denen die meisten selbst produziert werden. Das MCN generiert jährlich 4 Milliarden Views auf YouTube. Zum **bekanntesten Angebot von YoBoHo gehört HooplaKidz**, ein Channel speziell für Vorschüler, der auf 1.5 Millionen Abonnenten kommt.

Jugendkanal



Die **öffentlich-rechtlichen Sender** sind um die **junge Zielgruppe** bemüht. Ein gemeinsames Jugendangebot von ARD und ZDF soll eine ansprechende Plattform für die 14- bis 29-Jährigen sein.

Im Oktober 2016 soll das **crossmediale Angebot** online gehen. Interessierte sollen auf Beiträge aus Fernsehen, Radio und Online-Foren zugreifen können. Thematisch werden Gebiete wie Musik, Jugendkultur und Unterhaltung abgedeckt.

Die Diskussion um die gemeinsame Plattform dauert bereits fünf Jahre an. Die Investitionssumme beläuft sich auf rund **45 Millionen Euro**, dafür werden die Digitalkanäle EinsPlus und ZDFkultur eingespart.

ZDFneo TVLab

Woher wissen die Verantwortlichen bei den Fernsehsendern eigentlich, was die **Zuschauer gerne sehen wollen**? Wie identifiziert man den nächsten großen Hit für das eigene Programm?

Das ZDFneo lässt die **Zuschauer entscheiden**. Im TVLab kämpfen vier Teams um ein eigenes Format bei dem Sender. Die Basis für die Abstimmung der Zuschauer ist ein jeweils vier- bis achtminütiger fiktionaler Clip.

Das Gewinner-Team 2015 heißt „**DWING: Das Web ist nicht genug**“ und besteht aus den YouTubern AlexiBexi, Oobacht und Lars Fricke (ScenetakeTV) sowie dem Sänger Michael Schulte (The Voice of Germany).




Revelmode

PewDiePie, bürgerlich Felix Kjellberg, ist einer der erfolgreichsten Stars auf YouTube und schraubt nun weiter an seinem Business.

In Kooperation mit Disneys Maker Studios gründet der Schwede das **Medienunternehmen Revelmode**. Zum Start vereint das Netzwerk acht weitere YouTuber, die über 100 Millionen Social-Media-Fans haben.

Revelmode möchte **neuen Content produzieren**, innovative **Partnerschaften abschließen** und sich für **Charity-Aktionen** einsetzen. Auch exklusive Inhalte für den Bezahl-Service YouTube Red sind denkbar, „Scare PewDiePie“ wurde ebenfalls für den Dienst produziert.



PewDiePie and the Revelmode talent squad wield their passion for gaming and pop culture to bring you original shows, games, charitable programs, community events, merchandise and more!

GET PLUGGED IN!
Breaking news, exclusive offers, and more!

Enter Your Email Address **Get Updates**

Quelle: <http://variety.com/2016/digital/news/pewdiepie-revelmode-network-1201678900/>

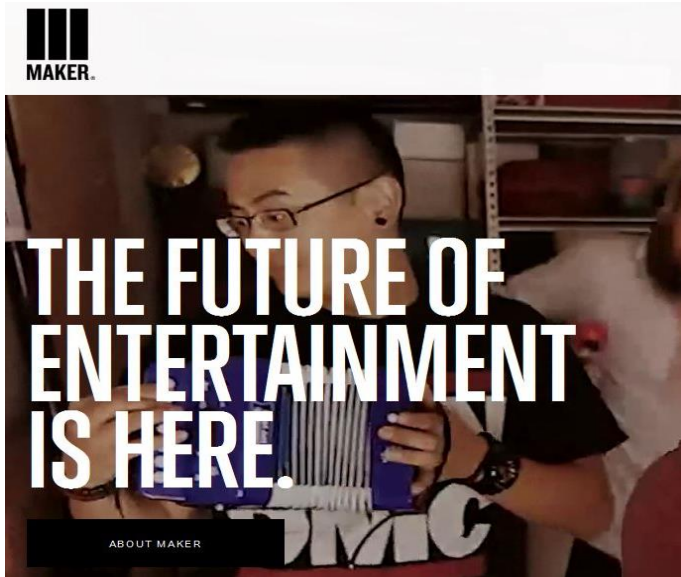
Seite 19 Foto: <http://revelmode.com/>

YouTube im TV

Auf dem Markt der YouTube-MCNs (Multi Channel Networks) sind die 2014 von **Disney für etwa 1 Milliarde USD** gekauften **Maker Studios** eine wahre Institution.

Nun macht sich Disney diesen Kauf zunutze, indem es mit **Maker halbstündige Specials für seine Fernsehsender produziert**, in denen dort unter Vertrag stehende YouTube-Talente auftreten. Mit 55.000 Inhaberstellern weltweit kann Maker dabei auf einen riesigen Talentpool zurückgreifen.

Die Sendungen sollen auf den US-Varianten des **Disney Channels und Disney XD** laufen.



Blizzard Studio

Der **Computerspiele-Hersteller Activision Blizzard** hat das Blizzard Studio eröffnet, das **Filme und Serien auf Grundlage** der Activision-Games produziert.

Damit greift das Unternehmen Major-Player wie Warner und Disney an. Activision Blizzard verfügt über Hit-Marken wie Call of Duty, Diablo und StarCraft – den Anfang macht die **Serie Skylanders Academy**, die Verfilmung des Games Skylanders, später soll Call of Duty im Kinolook verfilmt werden.

Activision Blizzard hat sich Verstärkung durch **Nick van Dyk** geholt, der zuvor bei Disney den Bereich Corporate Strategy and Business Development leitete.

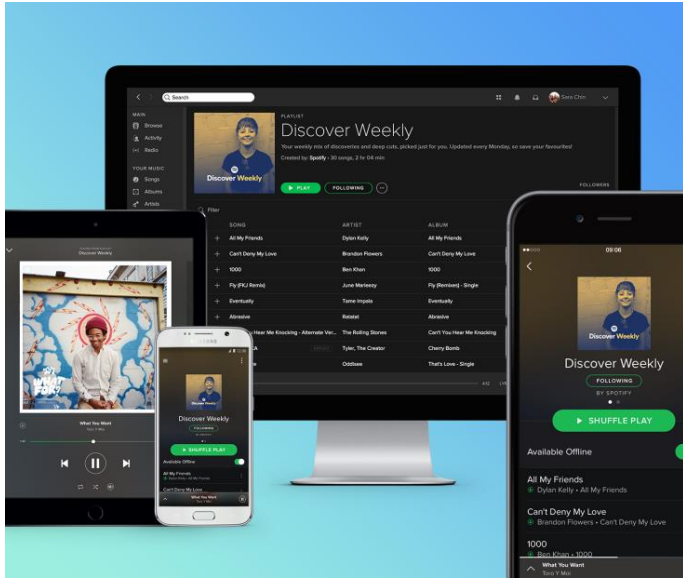


Spotify startet Video-Plattform

Mit **Spotify Video** tritt ein weiterer Wettbewerber in den umkämpften Videomarkt ein. Spotify ist bisher als Musik-Streaming-Dienst in Erscheinung getreten. Jetzt bietet das Unternehmen auch Videos und Podcasts an.

Zu den Partnern des neuen Angebots zählen unter anderem Comedy Central, MTV und Nerdist Network. In Deutschland sind **Deutschlandfunk**, **Deutschlandradio Kultur**, **DRadio Wissen** und der **Bayerische Rundfunk** im Podcast-Bereich dabei.

Videoinhalte werden von der **Vermarktungsfirma Mediakraft** zur Verfügung gestellt. Insgesamt hat diese Zugriff auf 30 verschiedene Kanäle.



Creative Forge



Vor dem Hintergrund, dass sich die Webvideo-Branche immer stärker professionalisiert, will der Münchner Studiendienstleister **Bavaria Film** Webvideo-Produzenten mit dem neuen Projekt Creative Forge professionelle Unterstützung bieten.

Ziel ist es, den **Münchner Webvideo-Standort** gegenüber Köln und Berlin zu stärken und die Nutzung der Studios zu beleben. Die Unterstützung erfolgt dabei kostenlos.

Kern ist eine **Art Coworking Space**, der Schnittplätze und eine Lounge beheimatet. Daneben können **Studios genutzt** werden. In Berlin unterstützt YouTube Creator, also Inhalteersteller, mit einem eigenen YouTube Space.

IP Deutschland und Mediacom steigen ins Programmatic TV ein

IP Deutschland und **Mediacom** haben ein gemeinsames System für den automatisierten Einkauf von Fernsehspots entwickelt. Die Vermarktungstochter der Kölner **RTL-Gruppe** und Deutschlands größte Mediaagentur betreten damit Pionierpfade. Mit ihrem Tool werden erstmals auch Werbespots aus dem klassischen Fernsehen im großen Stil programmatisch gehandelt.

Der elektronische Echtzeithandel, so genanntes Programmatic Buyin, beschränkte sich in Deutschland bislang weitgehend auf Online-Anzeiger. Bereich gab es bislang nur Pilot-Projekte. "Wir sind damit gemeinsam mit Mediacom Vorreiter in einem Segment, das für das lineare TV absolutes ist", stellt IP-Deutschland-Geschäftsführer **Matthias Dang** fest.

Die technologische Neuerung besteht in der nahtlosen Verknüpfung des Buchungssystems von IP Deutschland mit dem Planungssystem der Age. Bislang mussten die Mediacom-Mitarbeiter ihre Einkaufsplanung und Optimierung im separaten Agentensystem erstellen. Erst dann wurde sie Buchungssystem Cool übertragen. Nun kommunizieren beide Systeme ü

Programmatic TV

Der **automatisierte Einkauf von Fernsehspots** wird dank der Bemühungen der Vermarktungsfirma IP Deutschland (RTL Gruppe) und der Mediaagentur Mediacom jetzt einfacher.

Grundsätzlich ist der Ein- und Verkauf von Werbeplätzen im linearen TV bereits weitestgehend automatisiert. Neu ist jedoch, dass die **beiden Systeme** von Agentur (Demand Side Plattform) und Vermarkter (Sell Side Plattform) **über eine Schnittstelle** verbunden sind.

So können in **Echtzeit Werbeplätze geordert** werden. Eine manuelle Übertragung der Daten von einem System zum anderen entfällt. Die Preise und Konditionen werden jedoch weiterhin vorab festgelegt. So fehlt noch ein Schritt zum **Programmatic Buying**, wie bei Onlinewerbeplätzen.

Addressable TV



„Switch-In“ heißt eine neue Werbeform, die vom ProSiebenSat.1-Vermarkter SevenOne Media getestet wird. Das Besondere: Alle „smarten“ TV Geräte werden für **gezielte HbbTV-Werbung** ansprechbar.

„Switch-In“ blendet ein **digitales Werbebanner über das lineare TV-Programm**, und zwar immer dann, wenn der Zuschauer auf die Sender der Gruppe umschaltet – unabhängig vom Werbeblock.

Werbung kann **nach Regionen** ausgespielt oder unterschiedlich gestaltet werden. Auf Basis der AGF-Daten aus dem Zuschauerpanel kann auch die **Zuschauerstruktur** als Parameter gewählt werden.

iPhone als TV-Kamera



Der **schweizerische Lokalfernsehsender Léman Bleu** hat alle Reporter der Sendung **téléjournal** mit dem **iPhone 6** ausgestattet, um damit sowohl **Beiträge als auch Liveschalten** zu realisieren.

Neben einer schnellen Einsatzbereitschaft kann durch die iPhones auch eine **Reduzierung der Produktionskosten** verwirklicht werden. Daneben ist auch der Wechsel zwischen Fernsehausstrahlung und **Verbreitung per Social-Media-Kanälen** technisch einfacher möglich.

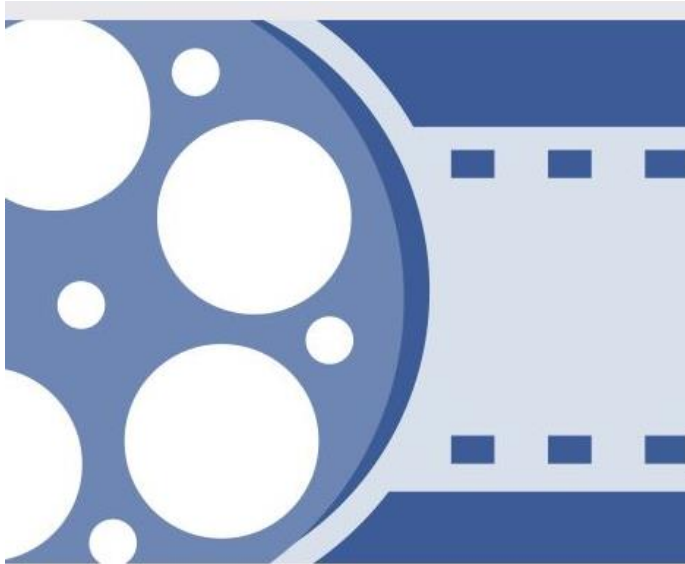
Laut eigenen Angaben sei der Sender neben einem skandinavischen der einzige, der ein **Programm komplett per Smartphone** dreht.

Anti-Freebooting

Die neue **Video-Matching-Technologie** von Facebook hilft Videonetzwerken beim **Kampf gegen illegale Zweituploads** ihrer (YouTube-) Inhalte auf Facebook („Freebooting“).

Im Rechtemanagement-Tool können die Netzwerke ihre **Videos hochladen und als eigenen Content geltend machen**. Lädt dann ein Facebooknutzer den Inhalt öffentlich hoch, wird das Videonetzwerk informiert. Dann kann es das Video löschen oder der Viralität wegen das Video unberührt lassen.

Eine **Monetarisierung** des illegal hochgeladenen Contents erlaubt das Tool – im Gegensatz zu YouTubes „Content Claiming“ – **bisher nicht**.



2

Video on Demand

In Zukunft werden die Menschen...

... immer häufiger Fernsehangebote zeit- und ortsungebunden nutzen

77%

Zustimmung

—

Die Nutzer haben das Bedürfnis, sich vom TV-Programm zu emanzipieren.

—

„Immer, überall, ohne Zwang“ lautet das Motto.

—

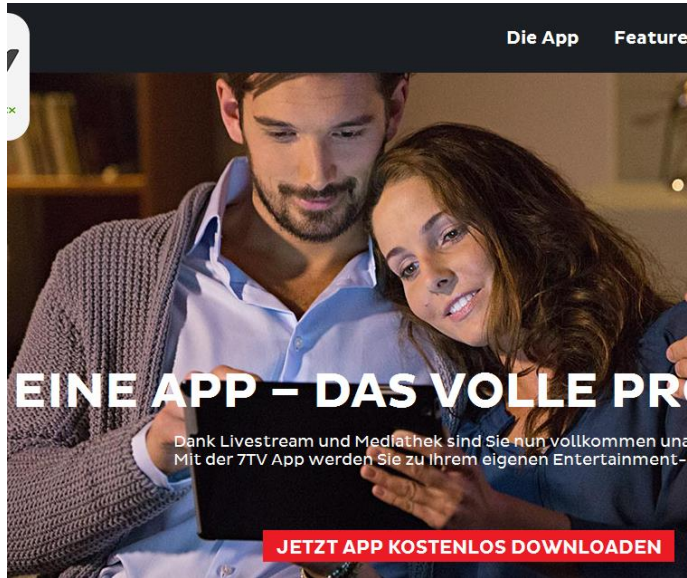
Viele Fernsehsender haben den Trend bereits erkannt und arbeiten an ihren eigenen Angeboten.

7TV

Das lineare Fernsehen verliert immer stärker an Bedeutung und **flexiblere Angebote**, wie Mediatheken und Video-on-Demand-Services, gewinnen an Beliebtheit.

ProSiebenSat.1 Digital hat am 12. Juni 2014 die neue **App 7TV** auf den Markt gebracht, die diesem Trend folgt. Die App bietet eine Mediathek sowie einen Livestream für alle Sender des Unternehmens (ProSieben, Sat.1, kabel eins, sixx, ProSieben MAXX und Sat.1 GOLD).

Während die **Mediathek kostenlos** verfügbar ist, fällt für den Livestream, nach dem ersten kostenfreien Monat, ein Betrag von **2,99 Euro monatlich** an.



ARD Mediathek

Die ARD Mediathek ist mit 14 TV-Programmen und über 150.000 Videos und Audios die **größte Mediathek Deutschlands**.

Im Juli 2015 ist die neue App auf den Markt gekommen, die auch über **Apple TV** und **Chromecast** nutzbar ist. Außerdem ist die ARD Mediathek als responsives Webangebot, als HbbTV- und Smart-TV-Angebot, über Amazon Fire TV und Android TV verfügbar.

Der neue Service bietet u.a. die Möglichkeit, das **Wunschprogramm** in einer eigenen Merkliste zu speichern. Im März 2015 konnte die Mediathek mehr als 150 Millionen Aufrufe verzeichnen.



Kidoodle.TV®



Kidoodle.TV

Der Video-on-Demand-Dienst Kidoodle.TV ist auf **kindgerechte und werbefreie Inhalte** spezialisiert. „Getting kids excited“ ist hier das Credo – beispielsweise sollen Stars als virtuelle Mentoren den Kindern Lust auf Musik machen.

Kidoodle.TV bietet **über 6.000 Zeichentrick- und Realfilmfolgen** mit Inhalten von Hasbro, Nelvana und DHX Media – darunter auch populäre Inhalte wie „The Adventures of Chuck & Friends“.

Die Plattform ist auf den gängigen **Desktop- und Smartphonegeräten** zu sehen, strebt aber auch den Launch auf Spielekonsolen an. Derzeit beschränkt sich das Angebot auf Kanada und die USA.

Kivideo

Von „Bob der Baumeister“ über „Meine Freundin Conni“, die Video-on-Demand-Plattform Kivideo will für jeden Kindergeschmack das richtige im Angebot haben. Über 3.500 Serienepisoden sind online jederzeit abrufbar.

Der Service vom Kindersender Super RTL kostet 5,99 Euro monatlich. Dafür gibt es werbefreie, kindgerechte Inhalte und weitere Extrafunktionen für Erwachsene. So können beispielsweise Serien über die Blacklist gesperrt werden.

Abonnentenzahlen sind nicht bekannt, das YouTube-Einführungs-Video erreichte bisher knapp 300.000 Aufrufe.

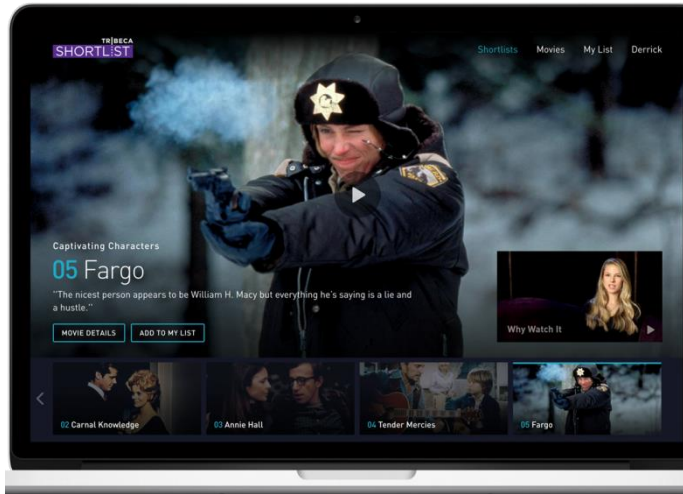


Tribeca Shortlist

Bei der Tribeca Shortlist handelt es sich um einen **Streamingdienst**, der für einen Preis von monatlich **4,99 US-Dollar** handverlesene Filme anbietet.

Statt einer Auswahl durch Algorithmen werden die **Filme von Experten kuratiert**. Die Filmempfehlungen stammen dabei von Schauspielern, Regisseuren und auch Gründern von Bewegtbild-Start-ups. Neben dem Model Yaya DaCosta und dem Emmy-Gewinner John Leguizamo ist auch Lisa Donovan, Schauspielerin und Mitgründerin des Multi Channel Networks Maker, an Bord.

Hinter dem Dienst stehen die Firmen **Lionsgate und Tribeca Enterprises**.



SeeSo

In den USA gibt es immer mehr „Cord Cutter“ (Kabel-Abschneider). Das sind Menschen, die ihre teuren Verträge mit Kabel-Anbietern kündigen und stattdessen auf alternative Streaming-Dienste im Internet umsteigen.

Mit SeeSo ist ein neues Angebot von NBCUniversal dazu gekommen. Das **Streaming-Portal ist auf das Comedy-Genre** spezialisiert und bietet ein vielfältiges Angebot: Klassiker wie Monty Python, ganze TV-Folgen (bspw. Tonight Show) und Stand-up Comedy. Außerdem bietet SeeSo zum Start über 2000 Stunden an originären Inhalten, jede Woche folgen neue Inhalte.

Das Ganze gibt es werbefrei für **3,99 USD im Monat**.



Yahoo! Sport



Yahoo überträgt am 25. Oktober 2015 ein Spiel der National Football League (NFL) **kostenlos im Internet**.

20 Millionen US-Dollar wurden für die Rechte an der Übertragung und Werbebuchung des Spiels zwischen Buffalo und Jacksonville gezahlt. Das spannende an dem Experiment: Yahoo will sowohl **Smartphones, Tablets, Laptops, Spielekonsolen als auch Smart TVs** versorgen.

Yahoo besitzt mit dem Bilderdienst Flickr, dem Blogportal Tumblr, sowie den **Videoplattformen** Yahoo! Movies, Yahoo! TV und Yahoo! Screen zahlreiche Dienste, die sich als Ausspielwege für die Übertragung eignen.

Canalplay



15 Minuten auf den Bus zu warten, kann schon mal etwas langweilig sein. Wie wäre es, wenn man seine Lieblingsserie zum Zeitvertreib anschauen könnte? In Frankreich hat der Bezahlsender **Canal+** seinen **Video-on-Demand-Service Canalplay an Bushaltestellen getestet**.

Fahrgäste können zunächst auswählen, wie lange sie warten müssen. Danach suchen sie sich ihre Serie aus und schon läuft das Programm. Kopfhörer können ebenfalls angeschlossen werden. Außerdem wird ein Popcorn-Lieferservice getestet.

Auch wenn der Service eine ausgewählte **Marketing-Aktion** ist, kann die Idee doch überzeugen.

Sedwitz

Die ARD hat sich gleich mehrere **innovative Strategien** überlegt, um den Zuschauer auf die sechsteilige Serie „Sedwitz“ aufmerksam zu machen.

Zum einen ist die Serie bereits **vor der Ausstrahlung online** zu sehen. Eine eigene Homepage, die ARD Mediathek und der ARD-YouTube-Channel haben die Folgen auf Abruf verfügbar.

Das **Webspecial** „Vereint getrennt - Leben an der innerdeutschen Grenze“ begleitet die Serie im Internet und bietet weitere Informationen zum Gegenstand der Serie, beispielsweise Zeitzeugeninterviews.



Das Erste
@DasErste

Folgen

Oh, ein geheimer Tunnel in den Westen ...
Folge 1 unserer neuen Serie "#Sedwitz"
jetzt #onlinefirst: [s.daserste.de/1VrnB8v](https://www.daserste.de/1VrnB8v)



Sedwitz | DasErste.de

Muss die Geschichte des Mauerfalls neu geschrieben werden? Eine mögliche und nicht ganz ernst gemeinte Antwort auf diese Frage gibt die neue sechsteilige Seri...

Netflix



Netflix-Chef Reed Hastings sorgt mit immer **neuen Innovationen** für Aufregung in der Branche.

Zu den Experimenten im Jahr 2016 gehört eine **nächtliche Talkshow** mit der US-Komikerin und Schauspielerin Chelsea Handler. Die Talkshow soll ab Mai drei Mal wöchentlich auf Netflix zu sehen sein. Die besprochenen Themen lehnen sich teilweise an die Doku-Serie „Chelsea Does“ (ebenfalls auf Netflix) an.

Darüber hinaus sorgen Pläne für eine **deutsche Serienproduktion** sowie die Rechtesicherung an der Hitler-Satire „Er ist wieder da“ für Furore.

YouTube Red

Vier Produktionen machen den Anfang im Bereich **Original Content auf Youtube Red**, dem Bezahlangebot der Videoplattform.

„A Trip to Unicorn Island“, „Lazer Team“, „**Scare PewDiePie**“ und „Dance Camp“ heißen die Filme und Serien der Creator Lilly Singh, Rooster Teeth, PewDiePie und AwesomenessTV. Viele weitere Originals sollen folgen.

Das Bezahlangebot YouTube Red ist derzeit **nur in den USA verfügbar**. Ausgewählte TV-Serien und -Filme können jedoch an **bestimmten Standorten über YouTube gekauft** werden. Einen Monat nach der Veröffentlichung ist der Kauf ebenfalls über Google Play möglich.

YouTube Official Blog

What's happening on YouTube

Get your popcorn ready! Our first YouTube Red Originals are now available

Wednesday, February 10, 2016

YouTube Red Originals are now live! The first four original series and movies from your favorite creators are now available, exclusively for YouTube Red members. Members can now enjoy movies and shows from Lilly Singh, Rooster Teeth, PewDiePie and AwesomenessTV. And fans who haven't signed up for YouTube Red yet can watch short previews or [sign up for a free 30-day trial YouTube Red membership](#).

Here are the first of many new YouTube Red Originals to come :

- **A Trip to Unicorn Island**: From the team at [Astronauts Wanted](#), this feature-

3

Kuration und Entdeckung



58%

**der Jugendlichen sind manchmal genervt von all den
Nachrichten, die sie auf ihr Handy bekommen**

—

Angebotsvielfalt und Informationsflut überfordern einige Nutzer.

—

Ausgewählte und aufbereitete Angebotshäppchen helfen bei der Orientierung.

—

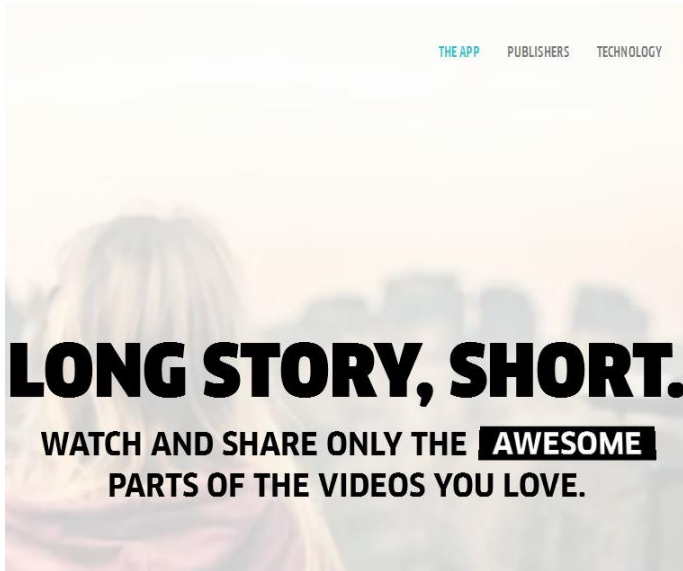
Menschliche Experten und computergestützte Algorithmen können Inhalte selektieren.

Minute

Schaut ihr auch gerne mal einen Video-Clip im Internet an, um euch abzulenken oder zu amüsieren? **Schade nur, wenn das Video fünf Minuten dauert und sich dann auch noch als langweilig entpuppt.**

Die App Minute schafft Abhilfe und zeigt dir **nur die lustigsten, emotionalsten oder denkwürdigsten Ausschnitte eines Videos**. Die Auswahl der Szenen basiert auf einem Algorithmus. Das gekürzte Video kann in der App angeschaut und im Tinder-Style (Wischen nach links oder rechts) bewertet werden.

Jeden Tag gibt es eine neue Zusammenstellung, die sich **an den Geschmack des jeweiligen Nutzers anpasst.**

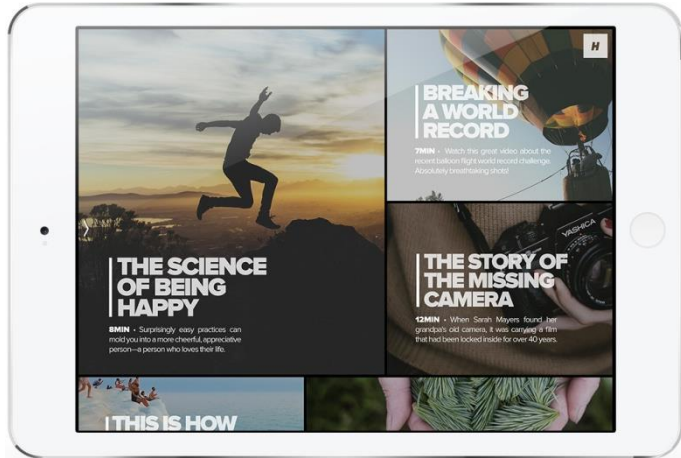


Hyper

Bei text- und bildbasierten Nachrichten werden Apps zum **Aggregieren und Kuratieren** von Inhalten bereits länger genutzt. Der Anbieter Hyper setzt diesen Trend im Bereich **Onlinevideo** fort.

Inhaltlich fokussiert sich Hyper auf **hochwertige Kurzformstücke**. Um wirklich gute Inhalte zu entdecken, entscheiden **keine Algorithmen**, sondern Journalisten und Filmemacher im Team über die Einbindung der Videos.

Täglich werden sechs bis zwölf Videos ausgewählt und in ein **digitales Magazin-Layout** gepackt. Derzeit gibt es Hyper nur auf dem iPad, eine iPhone-Version ist jedoch geplant.



Watchup

Video ist derzeit auch im Nachrichtenbereich stark gefragt. Davon könnte auch die App Watchup profitieren, die sich auf **Videos spezialisiert**.

Der Nutzer kann auf eine Vielzahl von **Nachrichten-Videos** zugreifen, wobei die meisten von öffentlichen **YouTube-Nachrichten-Kanälen** stammen. Doch Watchup kann auch mit **exklusiven Verträgen**, bspw. mit der „Washington Post“ oder dem „Wall Street Journal“, überzeugen.

Die App verfügt über einen **täglichen Alarm** für die Nachrichtensendung und lernt im Laufe der Zeit die Vorlieben seiner Benutzer kennen. Watchup ist auch für die Google Glass und auf dem Apple TV erhältlich.



Wibbitz

Video steht bei der Anwendung „Wibbitz“ im Vordergrund.

Die preisgekrönte App fasst **relevante News in kurzen Video-Clips** zusammen. Die Videos dauern je nach genutzter Plattform (Mobile, Webseite, Smart TV) zwischen **15 Sekunden und 2 Minuten** und basieren auf einer Textanalyse und einem smarten Algorithmus.

Das **visuelle Erlebnis** spart dem Nutzer Zeit und Energie, ohne ihn weniger zu informieren. Und wer doch einmal in den Text rein lesen möchte, kann dies natürlich auch ohne Probleme tun.



4

Social TV



56%

nutzen einen Second Screen beim Fernsehen

—

Die Parallelnutzung von Fernsehen und Internet schreitet immer stärker voran.

—

Der Twitter-Feed wird zum Star des Programms, Schauspieler treten in den Hintergrund.

—

Aktive Interaktionsmöglichkeiten steigern die Bindung zu den Fernsehinhalten.

ZDF-Show



Nach dem Erfolg der **interaktiven Quiz Show** „Quizduell“, startet die ARD mit der Samstagabend Show „Spiel für dein Land“.

Auch hier können **die Zuschauer per App** für ihre jeweiliges Land (Deutschland, Österreich, Schweiz) mitspielen und ein Preisgeld gewinnen.

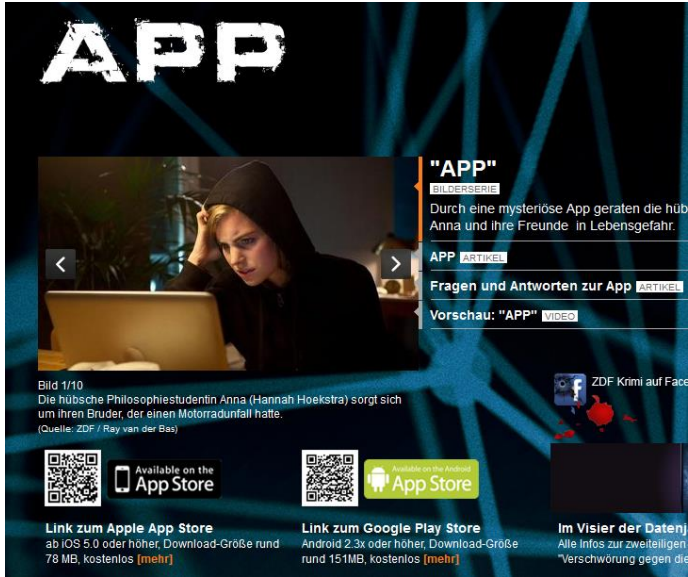
Im **Studio rätseln prominente** Paare aus den drei Ländern um den Sieg. "Spiel für dein Land" wurde gemeinsam von ORF, SRF, Bayerischem Rundfunk sowie Radio Bremen und Norddeutschem Rundfunk entwickelt und wird in Zusammenarbeit mit der Herr P. GmbH produziert.

APP

Das ZDF hat als Free-TV-Premiere den niederländischen Horrorfilm „App“ gezeigt. „App“ ist der erste Kinofilm, der eine Second-Screen-Technologie benutzt.

Die Zuschauer können sich vor dem Fernseherlebnis die kostenfreie App zum Film herunterladen und werden dann während des Sehens mit **zusätzlichen Kameraeinstellungen, Parallelmontagen oder Chats einiger Protagonisten** versorgt.

Die Synchronisation erfolgt über ein Mikrofon, sodass die App über die Geräusche wahrnimmt an welcher Stelle sich der Film gerade befindet und so das Zusatzmaterial passend präsentieren kann.



APP

"APP"
BILDERSERIE
Durch eine mysteriöse App geraten die hübsche Anna und ihre Freunde in Lebensgefahr.

APP ARTIKEL
Fragen und Antworten zur App ARTIKEL
Vorschau: "APP" VIDEO

Bild 1/10
Die hübsche Philosophiestudentin Anna (Hannah Hoekstra) sorgt sich um ihren Bruder, der einen Motorradunfall hatte.
(Quelle: ZDF / Ray van der Bas)

ZDF Krimi auf Facebook

Available on the App Store
Available on the Android App Store

Link zum Apple App Store
ab iOS 5.0 oder höher, Download-Größe rund 78 MB, kostenlos [mehr](#)

Link zum Google Play Store
Android 2.3x oder höher, Download-Größe rund 151MB, kostenlos [mehr](#)

Im Visier der Daten!
Alle Infos zur zweiteiligen "Verschwörung gegen die..."

Tatort

Sonntags um 20.15 Uhr ist klassischerweise Zeit für die neuste Folge der Reihe „Tatort“ in der ARD. Die Krimi-Reihe **begeistert Jung und Alt** gleichermaßen.

In Sachen Digitalstrategie testen die „Tatort“-Verantwortlichen diverse Ansätze. Zum 25-jährigen Dienstjubiläum der Kommissarin Lena Odenthal gab es das Special „**Tatort+**“. Fans konnten das Kommissariat online erkunden, sich austauschen und nach der Ausstrahlung am interaktiven Krimi-Spiel „Blackout“ teilnehmen.

Weitere Innovation: Die Erfurter Ermittlerin Johanna Grewel hat einen eigenen **Twitter-Account**, bei dem sie parallel zum Film ihre Gedanken mit den Usern teilt.



The Team



25.000 Tweets und Retweets mit dem Hashtag #TheTeam waren notwendig, um die letzte Folge der internationalen Krimireihe „The Team“ in der ZDFmediathek freizuschalten.

Ein Ermittler-Team aus Berlin, Kopenhagen und Antwerpen, gespielt von Jasmin Gerat, Lars Mikkelsen und Veerle Baetens, löst gemeinsam einen **Kriminalfall**.

Zur Freude vieler Fans wurde „The Team“ sowohl in **Originalfassung mit deutschem Untertitel** als auch in der deutschen Fassung in der Mediathek zur Verfügung gestellt.

Ein starkes Team



Die **Hauptfiguren einer Serie** sind oftmals von großem Interesse für das Publikum – egal ob Sympathieträger oder nicht. Doch wie erfahren Fans noch mehr über die Protagonisten?

Das ZDF **verlängert die Geschichte** der Charaktere aus der Krimireihe „Ein starkes Team“ auf **den Social-Media-Plattformen**. Auf Facebook wurden zwölf exklusive Mini-Clips bereitgestellt.

Außerdem werden die Zuschauer direkt zum **Mitmachen** aufgefordert. Für einen Charakter, der ständig auf der Suche nach neuen Geschäftsideen ist, können die Fans selbst Vorschläge für die kommende Fernsehfolge machen.

Keep Your Light Shining

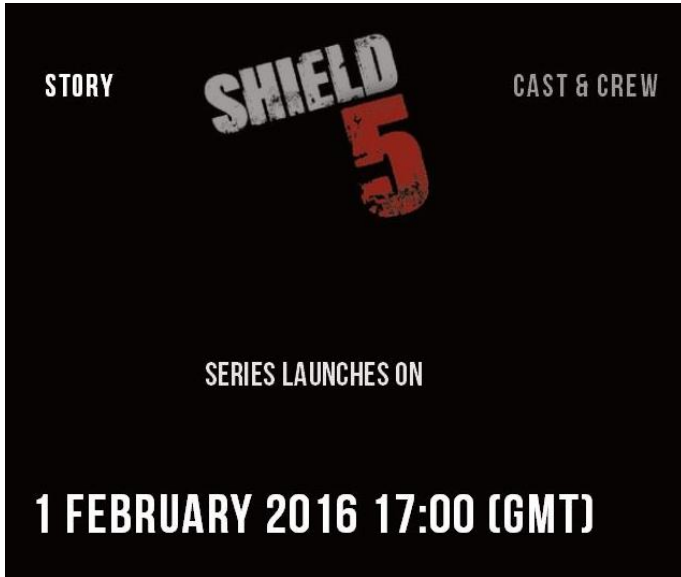
Bereits ab dem 22. Mai 2014 strahlte Pro7 die **neue Musikcastingshow** „Keep Your Light Shining“ aus.

Neun Sänger treten im direkten Gesangsvergleich gegeneinander an und haben nur 30 Sekunden im Scheinwerferlicht Zeit, um die **Zuschauer zu überzeugen**. **Diese stimmen per App oder auf der Internetseite von ProSieben Connect** während der Interpretation des Liedes über das Weiterkommen der einzelnen Kandidaten ab.

Der Sänger Ricky Martin nimmt als Musikexperte an der Show, die von Annica Hansen moderiert wird, teil.



Shield 5



15 Sekunden. So lange dauert eine Folge der Thriller-Serie „Shield 5“. Seit Anfang Februar 2016 wird täglich eine Folge auf **Instagram** veröffentlicht. Bei insgesamt 28 Folgen dauert die komplette Serie demnach sieben Minuten.

Zusätzlich zu den **kurzen Clips** wird ein Foto mit Extra-Informationen zur Geschichte veröffentlicht. So erfährt der Leser etwas über die Hauptpersonen und den Handlungsstrang. Hauptdarsteller Christian Cooke verkörpert den Fahrer einer Sicherheitsfirma, John Swift.

Über 31.000 Abonnenten haben bisher „Shield 5“ für sich entdeckt. Die kurzen Sequenzen sind ein **interessantes Experiment** im Bewegtbildmarkt.

BBC Nepali bei Viber

Nach dem verheerenden Erdbeben im April 2015 in Nepal hat **BBC News in der Messaging App Viber** einen Account erstellt.

Dort werden auf **Englisch und Nepali aktuelle Nachrichten** zur Lage im Land sowie Sicherheitshinweise veröffentlicht. BBC World Service und BBC Nepali Service haben ihre Berichterstattung intensiviert und weisen auf Hilfsangebote hin.

Die App ergänzt diese um **Tipps**, wie Angehörige und Betroffene den Schock überstehen können. Erfahrung mit dieser Form des Journalismus hat die BBC bereits zur Ebola-Epidemie mit WhatsApp gesammelt.



ARD

Fans des **Eurovision Song Contests** können sich mit dem **ARD WhatsApp Service** schnell über aktuelle News zum Musikwettbewerb informieren lassen.

Wie funktioniert das? Die eigene Handynummer auf der Homepage eintragen, dann wird die passende Nummer angezeigt, die im Handy gespeichert werden kann. Im nächsten Schritt soll dem neuen Kontakt „Eurovision“ eine beliebige Nachricht per WhatsApp geschrieben werden und der **Service ist abonniert**.

Etwas ungewöhnlich an dem Angebot ist jedoch die **Beschränkung auf 4.000 Abonnenten**. Die Begründung der Verantwortlichen: „schnell sein lohnt sich also“.



Folgen

Vormerken! Unser WhatsApp-Service startet am Freitag. Anmelden und Vorab-Infos aufs Handy bekommen! [eurovision.de/news/ESC-Nachr ...](https://www.eurovision.de/news/ESC-Nachr...)



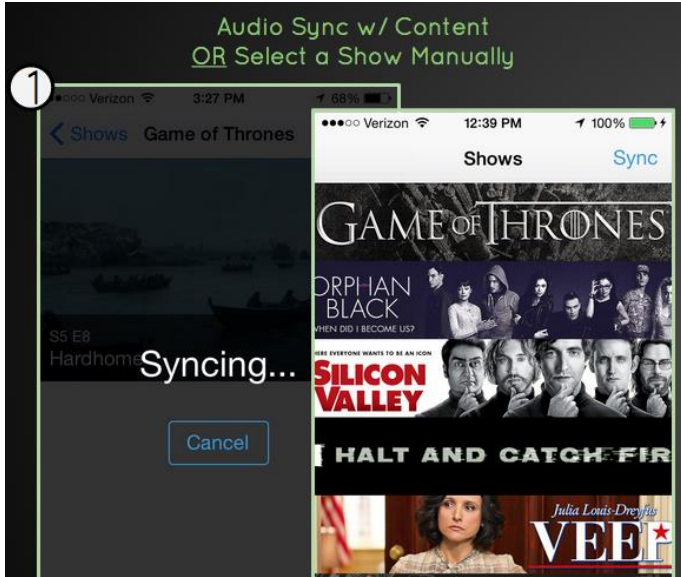
Infos schnell per WhatsApp

Hatchd

Hatchd ist eine App, mit der die Nutzer Social-Media-Diskussionen von TV-Sendungen zeitversetzt verfolgen können. Die App synchronisiert dabei die zeitrelevanten Social-Media-Reaktionen mit dem gesehenen Inhalt.

Noch Tage und Wochen nach der Erstausstrahlung soll so das unmittelbare Live-Erlebnis simuliert werden. Dabei zeigt die App die Tweets an, die Fans live verfasst haben.

Per Kommentar, Antwort oder Retweet kann auf diese Tweets reagiert werden. Außerdem können App-Nutzer einen „Hatch“ setzen, indem sie neue Kommentare für zukünftige Zuschauer dieser Sendung hinterlassen.



Vodience

Vodience steht für **Virtual Audience** und ermöglicht dem Zuschauer, wenn er eine Fernsehsendung anschaut, eine **virtuelle Identität in Form eines Avatars** anzunehmen.

Der Avatar kann durch animierte Gesten und Textmitteilungen mit den anderen Zuschauern interagieren. Auf dem Bildschirm erinnert es an ein **virtuelles Stadion**, bei dem die Zuschaueravatare die Reaktionen des Publikums visualisieren. Diese Software eignet sich damit hauptsächlich für **Liveübertragungen**.

Die Software ist flexibel auf verschiedenen Plattformen nutzbar, sowohl als Second-Screen-App auf Smartphones, aber auch direkt auf dem großen Bildschirm auf Smart-TVs.



5

Personal TV



10 Mio.

Periscope-Accounts gibt es seit August 2015

—
Personalisierte Inhalte stellen den Nutzer und seine individuellen Bedürfnisse in den Fokus.

—
Live-Streaming ist so beliebt, da wir ständig Angst haben, etwas zu verpassen (FOMO, Fear of Missing Out).

—
Persönliche Video-Übertragungen bieten einen Einblick in das Leben Anderer und helfen gegen das Gefühl der sozialen Vereinsamung.

Personalisierte Filme

Visual Perceptive Media ist ein Film, der sich je nach Zuschauer individuell verändert.

Mithilfe einer App wird auf Basis der auf dem Handy gehörten Musik und ein paar persönlicher Fragen (Alter, Geschlecht, Lieblingsfarbe etc.) ein **Nutzerprofil** erstellt. Anhand des Profils wird dann wiederum der Film angepasst.

So werden **Szenen weggelassen, die Musik im Hintergrund geändert oder die Farbgebung angepasst**. Der Film wird also in einzelne Teile zerlegt und dann individuell zusammengesetzt und abgespielt. Die BBC experimentiert bereits seit einiger Zeit mit dieser Technologie.

Visual Perceptive Media

Personalised video which responds to your personality and preferences

Imagine a world where the narrative, background music, colour grading and general feel of a drama is shaped in real time to suit your personality. This is called Visual Perceptive Media and we are making it now in our lab in MediaCityUK.

Project from 2015 - present



Neo Magazin Royale

Am 30. März 2015 konnten Zuschauer **live die Redaktionskonferenz** der Show „Neo Magazin Royale“ (ZDF/ZDFneo) mit Jan Böhmermann verfolgen.

Per **Livestream der Periscope App** konnten die Fans mitten in der Sitzung dabei sein und per Kommentarfunktion sogar ihre Anmerkungen übermitteln. Sie konnten ebenfalls an der Abstimmung über den Hashtag der Woche teilnehmen. 900 Zuschauer beteiligten sich an dem Projekt.

Die **Hashtag-Konferenz** gibt es seitdem wöchentlich zu sehen. Am Periscope-Tag der BILD-Zeitung im September erreichte Böhmermann sogar über 1350 Zuschauer und eine Reichweite von insgesamt 4700 Live-Views.



LIVE on #Periscope: So, jetzt mal für alle:
Ein @periscopeco Stream aus der NEO
MAGAZIN ROYALE Redaktion! #firsttine
periscope.tv/w/VvqOAzE4NjA1 ...

RETWEETS 20 GEFÄLLT 49

07:16 - 30. März 2015



Periscope und GoPro

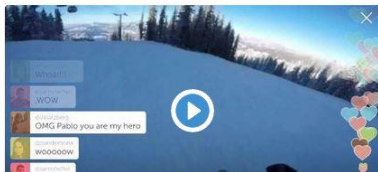
Der **Livestreaming-Service Periscope** breitet sein Angebot aus und kooperiert mit dem **Actioncam-Hersteller GoPro**.

Die **GoPro Hero 4** kann ab sofort mit der App fürs iPhone (noch nicht für Android) verknüpft werden. Wie funktioniert es? Über das W-Lan die Kamera mit der App verbinden, App auf dem Handy öffnen und **Livestream starten**. Per Doppelklick kann zwischen Actioncam und Handycam gewechselt werden, alternativ kann das Handydisplay aber auch eingefroren werden, damit keine ungewollten Wechsel entstehen.

Das neue Feature ist insbesondere für **Abenteuerlustige und Extremsportler** interessant, die Fans und Freunden live an coolen Stunts teilhaben lassen wollen.



GoLIVE, GoPro



VidiU Mini

Wo früher satellitengestützte Übertragungswagen vonnöten waren, reicht heute eine **kleine Kiste** aus.

Die VidiU Mini Live-Box des Herstellers Teradek soll **Livestreaming** für Inhalteersteller wie YouTuber durch einen Preis von 500 US-Dollar deutlich erleichtern. Die dazugehörige App ist für 100 Dollar zu haben und macht das iPad zum Bildmischer.

So können **bis zu vier Kameras als Eingangsquelle** genutzt sowie Bauchbinden eingefügt werden. Die Box unterstützt die Plattformen Livestream, Ustream und YouTube Live.



Mirrativ

Egal ob du gerade online shoppst, eine neue App ausprobierst oder ein Mobile Game spielst, alle Erfahrungen mit dem **Smartphone kannst du mit Mirrativ live streamen** und so mit deinen Freunden teilen.

Mit der **Bild-in-Bild-Gesichtskamera** können die Zuschauer außerdem den **live Gesichtsausdruck des Nutzers** miterleben. Zusätzlich ermöglicht die App eine Interaktion zwischen Publikum und Streamer, da Sticker oder Kommentare live gesendet werden können.

So können einem die **Freunde beim Online-Shopping beispielsweise noch schnell einen Ratschlag** zur ausgewählten Hose geben.



MeVee



MeVee heißt der neue **Livestreaming-Service**, der sich neben Periscope oder Meerkat etablieren möchte. Die Social-Media-Plattform ermöglicht das Aufnehmen, Ansehen und Teilen von Livestreams via Smartphone.

Besondere Features des Dienstes: Der Link kann während des Streamings per Twitter, Facebook, Email oder Skype geteilt werden und die **Streams werden gespeichert**. Außerdem ermöglicht die App den Einbau der Streams in Webseiten und Blogs, was speziell für Reporter nützlich sein könnte.

Weiterer Vorteil: Streams können für **private Gruppen**, bspw. für Konferenzen, angelegt werden.

Beme

Intuitive Videoaufnahme ohne einen Knopf zu drücken, **Videos automatisch ohne Vor- oder Rückschau teilen** und in Echtzeit auf Videos von Freunden reagieren – all das vereint die neue soziale Video-App Beme.

Ziel der App ist eine **unverzerrtere Selbstdarstellung in den sozialen Medien**. Statt die Realität nur durch die Handy-Kamera wahrzunehmen, werden Videos nun aufgenommen, indem das Smartphone an die Brust gedrückt wird.

Die Videos können nicht bearbeitet werden und werden sofort geteilt. **Freunde können die Videos einmalig ansehen** und währenddessen ein Selfie als Feedback schicken.



6

Sharing



100 Mio. Std.

täglich werden Videos auf Facebook geschaut

—

Teilen ist das neue Haben.

—

Freude wird nicht durch den reinen Konsum, sondern durch das Sharing mit Anderen geschaffen.

—

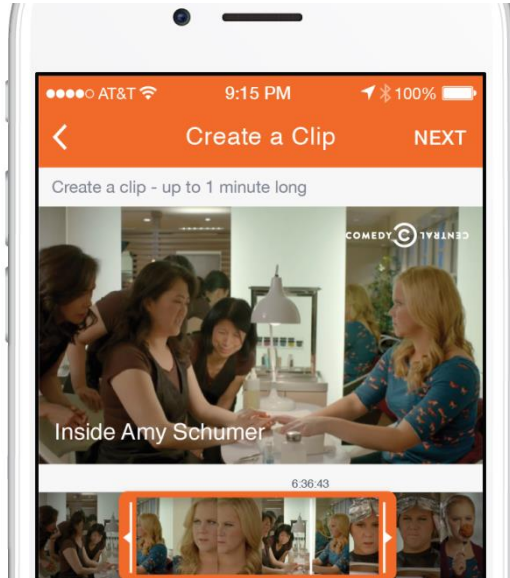
Empfehlungen von Freunden und Bekannten helfen bei der Entscheidung für Medienkonsum.

Whipclip

Du hast eine lustige Episode in deiner favorisierten Fernsehshow gesehen und würdest **den Ausschnitt gerne mit deinen Freunden teilen**? In den USA ermöglicht genau das die neue App Whipclip und ist dabei auch noch legal.

Durch zahlreiche **Partnerschaften mit Unternehmen wie ABC, CBS, FOX, Turner oder Viacom** ist für ausreichend Material aus dem aktuellen Programm gesorgt. Einfach Live-Sendung oder archivierte Show aussuchen, bis zu zweiminütigen Clip erstellen, Kommentar hinzufügen und mit Freunden teilen.

Whipclip bietet außerdem **Musik-Videos** im Portfolio an.

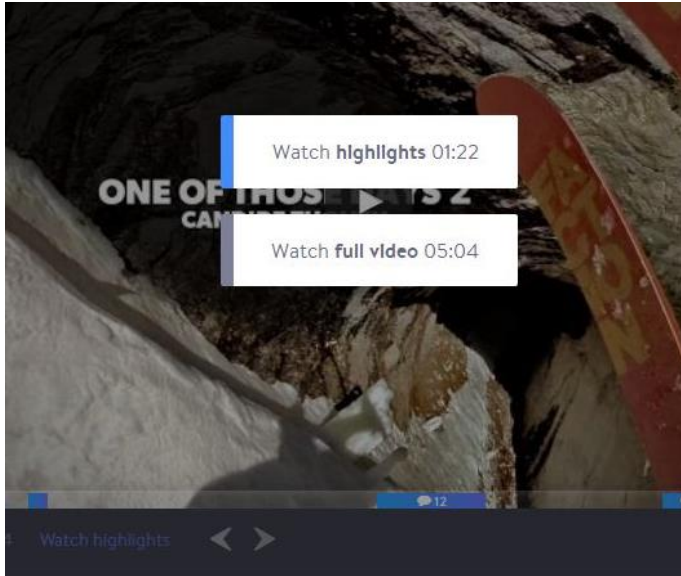


Vibby

Ein 9 Minuten dauerndes Video auf YouTube kann man durchaus seinen Freunden empfehlen, die Wahrscheinlichkeit, dass sie es sich tatsächlich anschauen, ist jedoch gering. **Warum? Zu lang.**

Vibby ist ein Tool, das sich auf Online-Videos, bspw. bei YouTube, spezialisiert hat. Einfach den **Clip anschauen**, **Highlights markieren** und die sogenannten **Vibs verschicken**.

Die Vibs umfassen u.a. die Themengebiete Sport, Technologie und Musik, aber auch **Film und Fernsehen**.



inDalist

inDalist ist ein Tool, mit dem **gemeinsam YouTube-Playlists** erzeugt werden.

Fügt ein Nutzer ein Video zur Liste hinzu, können die anderen Nutzer per Druck des Daumenknopfs die **Videos hoch- oder runterwählen** und so die Reihenfolge der Videos auf der Liste bestimmen.

Die Playlists sind meist **Musikrichtungen** zugeordnet und reichen von „Classical“ über „Jazzy“ bis zu „Flamenco“.

inDalist Lists Search Paste

inDalist

Search:

Search a YouTube url to add it to the queue

Now playing:

- jazzy
- SMOOTH
- Nalgas
- MMX
- Rolos básicas
- N4S0-Bis
- Pazguato
- CasaBrenda
- Sebamed
- Classical
- MPB(MusicaPopularBrasileira)
- las chingonas de jonas

Lokkr

LOKKR ist ein Projekt, welches das **gemeinschaftliche Erleben von Film- und Fernsehereignissen** fördern möchte.

Mithilfe einer **App** können die Nutzer zum einen **die freien Plätze auf ihrer Couch**, ihrem Sessel oder an sonstigen Orten anderen zum gemeinsamen Fernsehesevent anbieten, zum anderen können sie die **nächsten Plätze und Programme bei Fremden ausfindig** machen.

Damit knüpft LOKKR an die Konzepte des **Public-Viewings und der Sharing-Economy** an. Das Projekt wird von Steffen Sommerlad verantwortet und vom Medieninnovationszentrum Babelsberg gefördert.



Heute+

Das ZDF hat im Mai 2015 ein innovatives, **crossmediales Nachrichtenformat** namens „heute+“ auf den Markt gebracht.

Das Besondere: Ausschnitte der Sendung werden vor der Ausstrahlung online und über die **Social-Media-Kanäle** bereits veröffentlicht. Die Sendung kann ebenfalls vorher in der ZDFmediathek angeschaut werden.

Das Magazin wird im wöchentlichen Wechsel von Daniel Bröckerhoff und Eva-Maria Lemke präsentiert. Die Gestaltung der Sendung und die grafische Aufbereitung ist insbesondere auf die **mobile Onlinenutzung** abgestimmt. Auch die Kommunikation mit dem Publikum ist bewusst jugendlicher gewählt.



7

Virtual Reality



20% 14 Mio.

der Bundesbürger ab 14 Jahren können sich vorstellen, eine Virtual-Reality-Brille zu nutzen

—

Die Virtual-Reality-Technologie ist eine Revolution der Erzähltechnik.

—

Immersives Erleben steht im Mittelpunkt.

—

Die Nutzer sind hautnah dabei und ein Teil der Geschichte.

Terra X



Einen Vulkanausbruch hautnah erleben? Eigentlich nicht unbedingt ein wünschenswertes Szenario, außer man befindet sich in Sicherheit.

Das **ZDF-Magazin Terra X** hat ein Virtual-Reality-Projekt zum Thema Vulkane gestartet, um dem Zuschauer ein einmaliges Erlebnis zu bieten.

Das besondere an dem Projekt: Der Film ist eine **Kombination eines 360°-Films in 3D und einem erklärenden Infografikteil.**

Seit Ende Oktober 2015 können die Zuschauer den Film online abrufen.

Polar Sea 360°

Die Arktis übt auf viele Menschen eine gewisse Faszination aus. Trotzdem sind Reisen dorthin eher die Ausnahme. Mit der **multimedialen 360°-Reportage** „Polar Sea 360“ nimmt ARTE den Zuschauer mit auf eine Reise ins Eis.

Der Zuschauer kann sich **per Maus durch das Video navigieren** und so in alle Richtungen schauen. Das Erlebnis wird durch ein multimediales Logbuch ergänzt. Künstler, Wissenschaftler und Autoren beschreiben mithilfe von Fotos, Karten, Videos und Texten ihre Erlebnisse rund um das Nordpolarmeer.

Die Reportage wurde mit dem **Grimme Online Award 2015** ausgezeichnet. Die **App „ARTE360“** bietet dem Nutzer Zugriff auf alle aktuellen 360°-Produktionen des Senders.

 **ARTE Presse**
@ARTEpresse

 Folgen

Mit 360°-Blick durch die Stratosphäre?
Alles möglich in der **#ARTE360**-App! Viel
Spaß beim Staunen...



Discovery VR

Der **Discovery Channel** überzeugt seit vielen Jahren durch herausragende Dokumentationen, die den Zuschauer zu fremden Plätzen und unbekanntem Erlebnissen führen.

Eine Erweiterung des Konzerns in Richtung **Virtual Reality** scheint daher nur logisch. So kann das Publikum noch lebensnah an den Sendungsinhalten, bspw. einem Tauchgang mit Haien, dran sein.

Die **Plattform DiscoveryVR** bündelt die Bestrebungen im VR-Bereich. Für die komplette immersive Erfahrung benötigt der Nutzer möglichst Google Cardboard oder die Samsung Milk VR sowie die DiscoveryVR App.



BBC



Die **Olympischen Spiele live erleben** – ein Traum vieler sportbegeisterter Zuschauer, der jedoch aufgrund knapper Ticketkontingente und hoher Eintrittspreise oft nicht verwirklicht werden kann.

Die Virtual-Reality-Technologie könnte schon für die Olympiade 2016 in Rio de Janeiro Fans das Live-Event bieten, ohne dass diese tatsächlich physisch in Südamerika sind. Mithilfe **spezieller 360-Grad-Kameras, Soundsystemen, einer Internetverbindung und der Virtual-Reality-Brille Oculus Rift** erfährt der Zuschauer ein reales 3D-Erlebnis.

Dass diese Idee wirklich umsetzbar ist, hat die **BBC im August 2014** gezeigt, als sie mithilfe der VR-Technologie einen **Livestream der Commonwealth Games** angeboten hat.

Pacific Rim



Auf der Comic-Con in San Diego wurde den Besuchern ein außergewöhnliches Erlebnis geboten. Mithilfe der **Oculus Rift** konnten sie in die **Rolle eines Jaeger-Piloten** aus dem Film „Pacific Rim: Jaeger Pilot“ schlüpfen.

Dank der Virtual-Reality-Technologie bietet sich ein realistisches Filmerlebnis, in dem der Zuschauer vom Beobachter zum Akteur wird. Solche **VR-Promotionen** wurden außerdem für den neuen Film „X-Men: Days of Future Past“ und die Fox-Serie „Sleepy Hollow“ angeboten. Letztere Aktion war nichts für schwache Nerven, da einem in der virtuellen Realität der Kopf abgehackt wurde.

Die **Reaktionen der Fans** waren trotzdem **durchgehend positiv** und zeigen, was für ein Potenzial in der Technologie steckt.

Oculix

Der Streaming-Dienst Netflix experimentiert mit den neuen **Technologien Virtual Reality (VR) und Leap Motion**. Auf einem „Hack Day“, bei dem Programmierer und Produktentwickler neue Features entwickelten, ist Oculix entstanden.

Oculix bietet mithilfe der VR-Brille Oculus Rift (daher auch der Name) das Eintauchen in einen virtuellen Raum. Hier kann per **Gestensteuerung** eine Serie aus dem Netflix-Angebot ausgewählt werden, daraufhin öffnet sich ein **3D-Kinosaal** und das Programm kann geschaut werden.

Ob Oculix tatsächlich in das offizielle Netflix-Produktangebot aufgenommen wird, ist noch unklar.



/ MEDIA

Meet Oculix, a Hacked-Together Netflix for Oculus Rift

By Eric Johnson

ETHICS

ARTICLES

Stern TV Studio



Das neue stern TV-Studio im 360°-Video



Stern TV hat sein Studio renoviert und strahlt die Sendung nun in neuem Glanz aus. Damit nicht nur die wenigen Studiogäste in den Genuss der Neuerungen kommen, hat sich Moderator Steffen Hallaschka einen **360°-Kamerahelm** aufgesetzt und eine Tour durch die Räume gemacht.

Das Video bietet den Zuschauern die Möglichkeit, die **Räumlichkeiten eigenständig** zu erkunden.

Am Desktop wird dafür die Maus in die **gewünschte Richtung** (rechts, links, oben, unten) bewegt. In der mobilen Ansicht kann das Smartphone in die passende Richtung gekippt oder gedreht werden.

Teleport

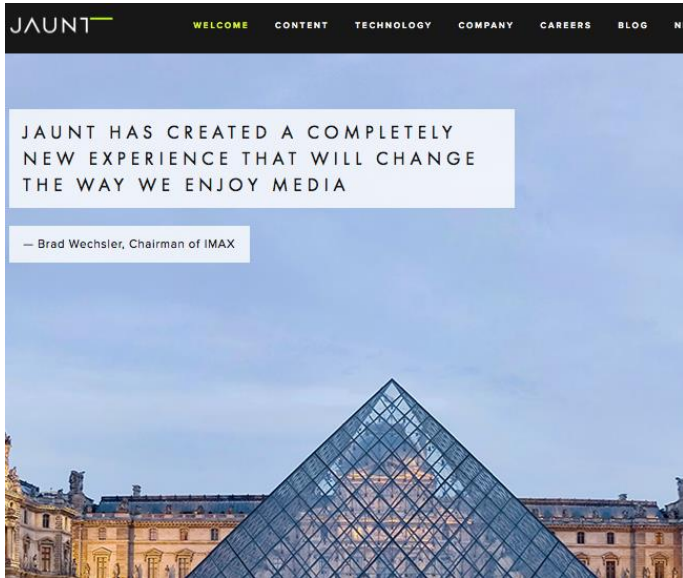
Teleport ermöglicht das Nacherleben von Ereignissen durch den Einsatz von **3D- und Virtual-Reality-Technologie**.

Um Momente in 3D festzuhalten, wird die Teleport-Kamera – **eine Kamera mit zwei Linsen – auf dem Smartphone angebracht**. Dadurch wird der natürliche Augenabstand des Menschen nachempfunden, wodurch real wirkende 3D-Bilder erzeugt werden.

Erstellte Videos können dann mit dem **Teleport-VR-Headset** oder anderen VR-Headsets wie dem Google Cardboard betrachtet werden. Der Vorteil des Teleport-VR-Headsets ist, dass Brennpunkt und Augenabstand anpassbar sind.



JauntVR



Die **Virtual-Reality-Technologie** ist auf dem Vormarsch, das haben auch ProSiebenSat.1 und Axel Springer erkannt und sich daher eine Beteiligung am **US-Spezialisten Jaunt VR** gesichert.

Jaunt produziert Virtual-Reality-Inhalte für Medienunternehmen, Werbetreibende und Künstler und vertreibt diese über eine eigene Plattform. Das Unternehmen überzeugt durch eine **eigene Kamera- und Softwaretechnologie**.

Dr. Hanno Fichtner, Chief Digital Strategy Officer von ProSiebenSat.1 in San Francisco: „Die Beteiligung an Jaunt ist für ProSiebenSat.1 eine **Investition in die Zukunft der Unterhaltung**.“

8

Multimedia Storytelling



In Zukunft werden sich die Menschen...

... durch Kommentare oder Abstimmungen immer mehr an Fernsehsendungen beteiligen

65% Zustimmung

—

Einfache, lineare Erzählformen reichen vielen Nutzern der heutigen Erlebnisgesellschaft nicht mehr aus.

—

Entdecken, erleben, erfahren!

—

Komplizierte Sachverhalte können multimedial interessanter und verständlicher aufbereitet werden.

Falcianis Swissleaks

Im Herbst 2008 raubte der Bankangestellte Hervé Falciani die HSBC Private Bank in Genf aus. Er stahl kein Geld, er stahl etwas viel Wertvolleres: die Daten der Kunden. Durch seine Tat versetzte er dem Schweizer Bankgeheimnis den Todesstoß. Ein Niedergang mit globalen Folgen. Auf welcher Seite stehen Sie im großen Bankdatenraub?

KAPITEL 1

DER CROUPIER IM HERZEN DER
BANK JAHR 2006

*„Ja, ich habe das Gesetz gebrochen. Aber ich habe ein
Gesetz gebrochen, das uns allen schadet.“*

Hervé Falciani

„Steuervermeider oder SwissLeaks: Auf welcher Seite stehen Sie?“ – unter dieser Frage steht der **interaktive Finanzkrimi**, den ARTE in Kooperation mit dem SWR und der Gebrüder Beetz Filmproduktion verwirklicht hat.

Das Multimediaprojekt „Falcianis Swissleaks“ behandelt die **Themen Steuerhinterziehung, Bankgeheimnis und Moral in Form von Videos, Quizzes und Texten**. Die Geschichte beginnt im Jahr 2006, als der Informatiker Hervé Falciani illegal Zugang zu Kundendaten der Privatbank HSBC erlangt.

Der Krimi ist auf **Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch und Katalanisch** verfügbar.

Do not track

In der **interaktiven Dokureihe** „Do not track“ wollen der BR, ARTE und das National Filmboard of Canada die **Verwendung von Nutzerdaten transparent** machen.

Die **sieben Episoden** beleuchten unterschiedliche Schwerpunkte in der Frage, welche Auswirkungen die Nutzung persönlicher Daten auf die Gesellschaft hat.

Das Besondere an der Doku ist der **Echtzeit-Charakter**. Die Sendungen werden nur online übertragen. Dort werden die Zuschauer bspw. zum Facebook-Login bewegt – ihr Like- und Postingverhalten beeinflusst das Ergebnis der Doku. Dadurch will die Sendung für einen verantwortungsvollen Umgang mit den eigenen Daten sensibilisieren.





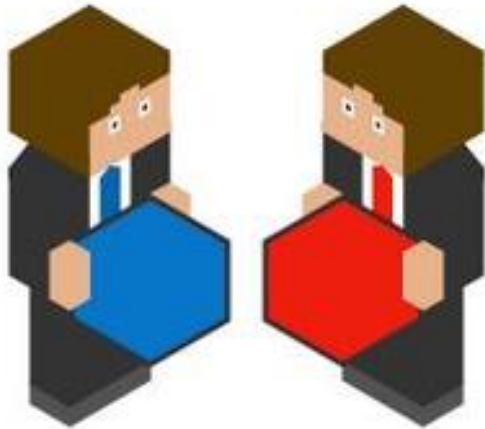
Das Oktoberfest-Attentat

Am 26. September 1980 erschütterte das **Oktoberfest-Attentat auf der Theresienwiese** die Nation. Mit 13 Toten und über 200 Verletzten ist dies der schwerste Anschlag der deutschen Nachkriegsgeschichte.

BR-Reporter Ulrich Chaussy recherchiert **seit über 30 Jahren** zu dem Fall und bezweifelt die vertretene Einzeltäter-These. **Seit sieben Jahren wird Chaussy bereits von der Produktionsfirma Diwafilm** bei seinen Recherchen begleitet.

Die Web-Dokumentation „Das Oktoberfest-Attentat“ bietet einen tiefen Einblick in die Ereignisse und ist Teil **eines multimedialen Projektes des Bayerischen Rundfunks**. Eine Vielzahl von Videos, Fotostrecken, Audiomitschnitten und interaktiven Elementen lassen den Leser die Geschichte aktiv erleben.

Newsgame der BBC



Im Rahmen der britischen Unterhauswahlen im Mai 2015 hat die BBC das Spiel „**Can you build a majority?**“ entwickelt. Was passiert eigentlich, wenn nach der Wahl keine Partei eine Mehrheit erreicht? Dieses Phänomen des „Hung Parliament“ und weitere Fragen zum britischen Wahlsystem werden hier anschaulich erklärt.

Dem Trend der **Serious Games** (im Speziellen: News Games) folgend, dient dieses Spiel also der Wissensvermittlung. Der Nutzer erhält ein Gefühl dafür, welche Mehrheitsverhältnisse und Koalitionen möglich sind.

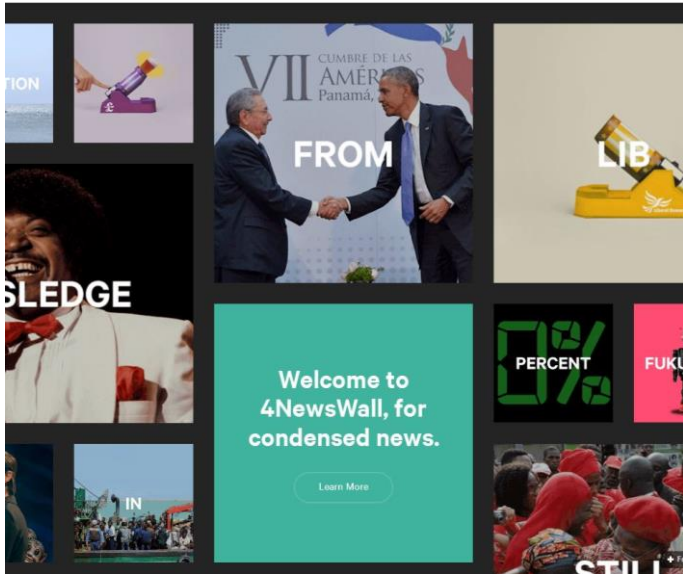
Neben den **interaktiven Grafiken** erhalten die Nutzer auch ausführliche Texterklärungen.

4Newswall

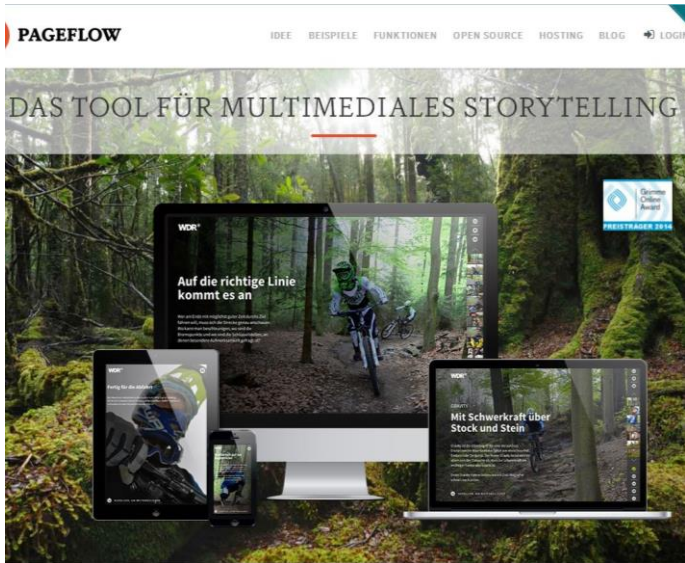
Mit der **mosaikartigen Nachrichtenübersicht** möchte die 4NewsWall die Nachrichten der britischen Channel 4 News optisch auf den Punkt bringen.

Im Zentrum stehen **animierte Gifs** mit großen Texten und prägnanten Bildern. Dies folgt dem Trend der Image Boards wie Reddit und 4chan und erlaubt die häppchenweise Nutzung der Inhalte.

Der Dienst beschreibt sich selbst als „**Condensed News**“ – nach dem Klick auf das animierte Bild erhält der Nutzer einen detaillierten, aber trotzdem kurzen, Text zur Meldung.



Pageflow



Multimedia-Reportagen sind eine beliebte Form der journalistischen Darstellung. Die Verschmelzung von Texten, Fotos, Videos, Audiospuren oder interaktiven Grafiken machen die Reportagen lebendig und sorgen für ein einmaliges Leseerlebnis.

Ein solches bietet beispielsweise die WDR-Reportage „**Pop auf'm Dorf**“, die mit dem Grimme Online Award 2014 ausgezeichnet wurde.

Gute Neuigkeiten gibt es für alle, die gerne selbst eine Multimedia-Reportage erstellen möchten. Der WDR stellt das **Werkzeug „Pageflow“ kostenfrei** im Internet zur Verfügung.

9

Smart TV



20%

der Haushalte besitzen einen Smart TV

—

Der Fernseher wird zum vernetzten
Haushaltsgegenstand.

—

Gesten- und Sprachsteuerung werden zukünftig
normal sein.

—

Zusatzfunktionen bieten mehr als nur Fernsehen.

Apple TV

Im September 2015 ist die **vierte Generation des Apple TV** mit dem Betriebssystem tvOS, App Store und der Spracherkennung Siri auf den Markt gekommen.

Apple TV ist eine **Set-Top-Box**, die mit dem Fernseher verbunden wird und diverse Medieninhalte wie Filme, Serien und Spiele wiedergibt.

Der Nutzer kann auf Basis seiner individuellen Wünsche **Inhalte direkt bei den Anbietern kaufen**, bspw. ein Abo bei Watchever oder Netflix abschließen, Sportangebote kaufen (NBA, NFL, MLB) oder die neusten Serien von HBO genießen. Auch Medienhäuser wie Al Jazeera (AJ+) sind auf dem Gerät verfügbar.

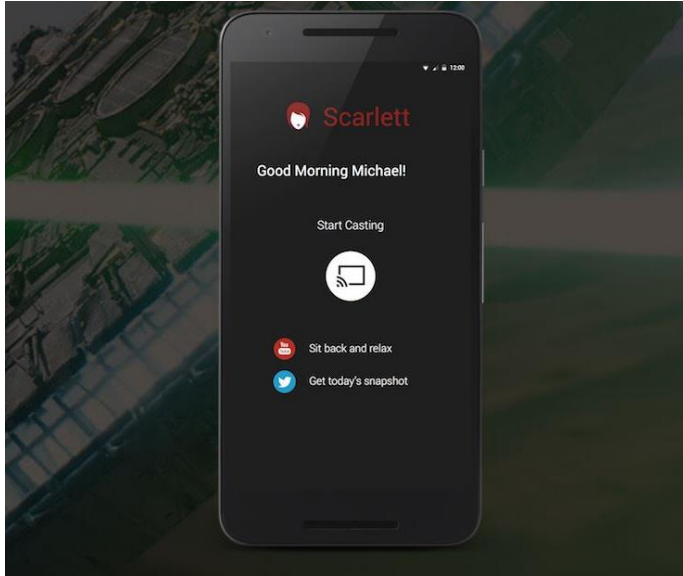


Scarlett

Scarlett ist eine technische Smart-TV-Lösung, die eine **Art virtuelle Assistenz** für den Nutzer ist.

Durch das Erkennen und Verarbeiten der natürlichen menschlichen Sprache über eine Smartphone-App bekommt der Nutzer seine **Bilder, Videos und Apps direkt am Bildschirm** angezeigt.

So kann er sich die gewünschten Inhalte per **Spracheingabe am Smartphone** direkt auf den großen Bildschirm holen.

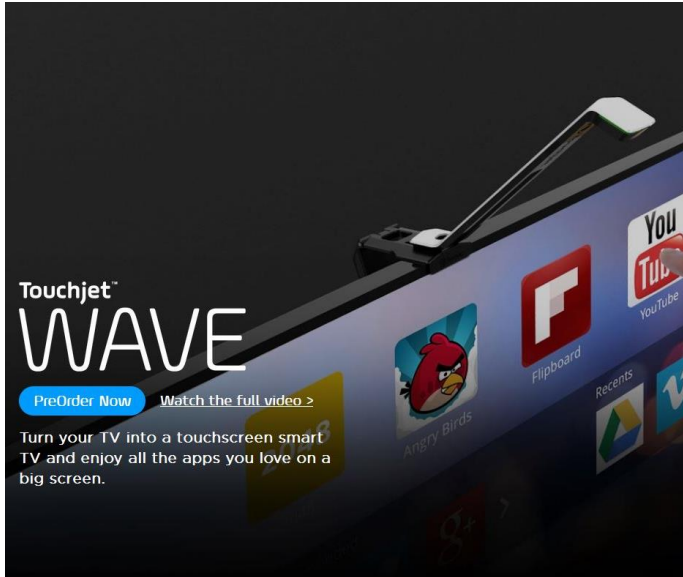


TouchJet WAVE

Das Gerät TouchJet WAVE macht aus herkömmlichen Fernsehern einen Touchscreen. Dazu nutzt die TV-Erweiterung **Infrarot-Technik**, die die Position der Finger auf dem Gerät interpretiert.

Das Gerät wird oben am Fernsehgerät befestigt und dann mit dem HDMI-Port verbunden. Es funktioniert bei **Bildschirmdiagonalen von 20 bis 60 Zoll bis zu einer 4k-Auflösung** und erlaubt Multitouch.

Neben der Touchscreen-Funktionalität erweitert das Gerät den Fernseher auch um SmartTV-Funktionalitäten, so lassen sich **Dateien mit iOS- und Android-Geräten austauschen und per WLAN Streamingdienste nutzen.**



BrightLine

BrightLine hat sich auf **interaktive Werbeformen per Smart-TV** spezialisiert.


Dadurch können die Werbespots um **lokale Informationen, wie Händlerkontaktdaten und Preise, ergänzt** werden. Außerdem kann zu Social-Media-Interaktionen aufgerufen werden.


So kann die **Werbekommunikation** über die reine Zeit der Spotausstrahlung hinaus **verlängert** werden.


The Leader in Interactive Advertising for Connected TV

BrightLine offers the only interactive ad products, ad server, and analytics engine built exclusively for television - a single solution across all OTT TV technologies.

FOR ADVERTISERS **FOR PUBLISHERS**

 **OUR END-TO-END SOLUTION**
The Connected TV revolution is here. We can help you capitalize. [LEARN MORE](#)

 **WATCH A DEMO**
Don't take our word for it, see our ad products in action. [WATCH NOW](#)

 **LET'S GET STARTED**
Getting up and running is easier than you think. [CONTACT US](#)

YoobCast

Mit der Software YoobCast können Nutzer aus **bestehendem Webvideomaterial**, bspw. von YouTube, **lineare Internetfernseher** für **Smart-TV-Geräte, Smart Watches und Smartphones erstellen**.

Der Name YoobCast setzt sich aus You (Du) und Noob (Anfänger) zusammen.

Für die reine YouTube-Basisversion ist das Programm in der **kostenlosen Softwarelizenz GPL3** verfügbar und kann deshalb von privaten und kommerziellen Nutzern genutzt werden.



Synchronized Web Television Broadcasting Platform

Includes the tools needed to create and manage the channel's programming schedule. Control the times/days for each video to run 'on-the-air' and grab the embed code to include the WebTV Player in any website.



Synchronized Smartwatch Programming

YoobCast features extensions to serve programming. Create dynamic Smartwatch apps that display what's including video thumbnail image and metadata.



KipstR



Den meisten wird es schon einmal passiert sein: Man liegt gemütlich auf dem Sofa oder im Bett, **schaut einen Film im Fernsehen und schläft ein.**

Wäre es nicht wunderbar, wenn das Programm **automatisch aufgezeichnet** würde und man es am nächsten Tag zu Ende schauen könnte? Genau das kann das neue Armband „KipstR“, das Virgin Media in Zusammenarbeit mit zwei technikbegeisterten Jugendlichen entwickelt hat.

Mithilfe eines **Pulsoximeters** wird ermittelt, ob der Träger eingeschlafen ist. Ist dies der Fall, übermittelt „KipstR“ ein **Signal an die TiVo-Box**, die das Programm dann sofort aufnimmt.

Netflix Socks

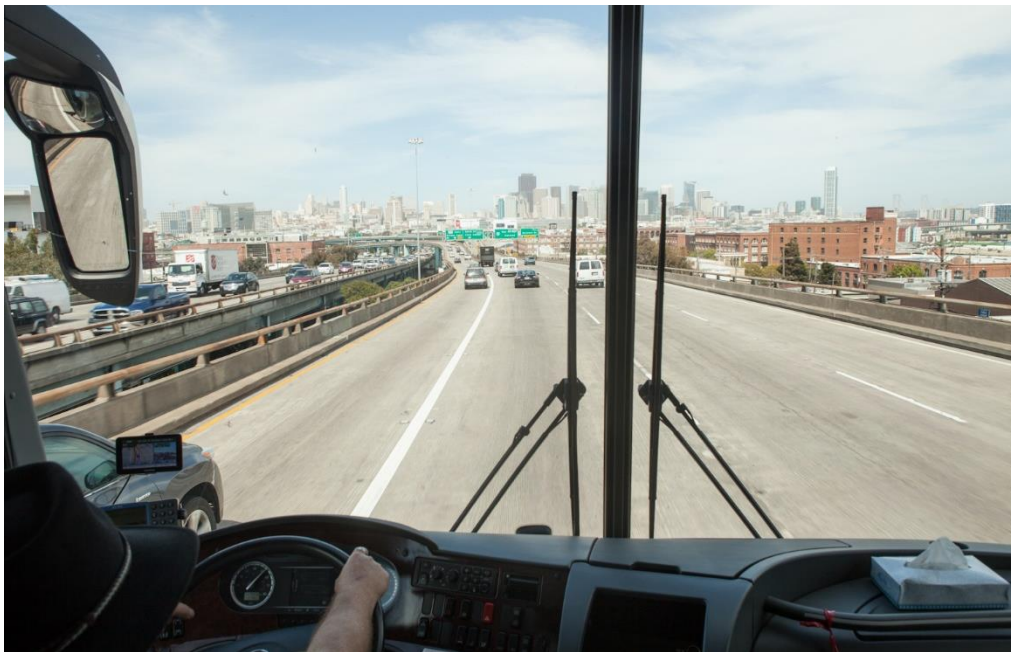


Serien können einen ganz schön fesseln. Dann wird oftmals bis zum Einschlafen geschaut. Fatal ist jedoch, wenn man die **Augen genau bei einer Schlüsselszene wieder öffnet**. Netflix-Fans können mit den Netflix Socks nun vorbeugen.

Die **Socken erkennen** anhand fehlender Bewegungen, wann der **Zuschauer eingeschlafen** ist. Ein Lämpchen signalisiert, dass ein Pause-Signal an Netflix geschickt wird. Für eine genauere Messung kann ein Pulssensor eingebaut werden.

Die Socken werden als **DIY-Kit** angeboten: Interessenten üben sich sowohl im Stricken als auch im Zusammenbau der notwendigen Technologie.

Kontakt



Das InnoLab der Hamburg Media School

Ideen für Medien, Marketing und Management

Trendbüro und Ideenschmiede

Das InnoLab kommt dort ins Spiel, wo es um die mediale Zukunft geht, um die digitalen Trends von morgen und übermorgen und um die Frage, wie damit konkret umzugehen ist.

Beratungsagentur

Mit unseren Beratungsprojekten, Erkundungsreisen, Workshops und Keynotes helfen wir Unternehmen, radikale Visionen zu entwickeln und Wandel auf den Weg zu bringen.

Forschungslabor

Durch unsere Forschung und Publikationen helfen wir, Grundlagen- und Anwendungswissen für unsere Kunden zu generieren und in die wissenschaftliche Community zu tragen.



Dichtes Programm, nachhaltige Wirkung

Workshops, Unternehmensbesuche, Coachings und ein spannendes Rahmenprogramm.

Trends und Innovation aus erster Hand

Branchenspezialisten, Gründer und kreative Köpfe geben exklusive Insights bei geleiteten Unternehmensbesuchen. Hohe Umsetzungsorientierung durch individuelles Mentoring und Projektbegleitung.

„Culture Clash“ inklusive

Indien, China, Russland, Korea, Japan, Dubai... Nur wer richtig eintaucht, versteht, wie Medien rund um den Globus funktionieren.

Innovation Field Trips

Next trip November 2016: Online Marketing rockt New York City!

Alle Infos gibt es [hier](#)!



Beratung

Passgenaue Beratung mit studentischem Dreh...

Über 140 Projekte seit 2005

Digitalstrategien, journalistische Konzepte und Businesspläne. Eventplanungen, Produktneuentwicklungen, Kundenevents, Forschungsprojekte und Change Management. In den Bereichen Medien, Marketing und Management haben wir inzwischen alles durch.

Mitten in den jungen Zielgruppen

Durch unsere Studiengänge Journalismus, Management, Film und Digital Media verjüngen wir uns ständig selbst. Und unsere Kunden profitieren von den Studierenden als Experten in den Zielgruppen oder als hoch motivierte Mitarbeiter in den Projekten.

Referenzen

Axel Springer, Gruner+Jahr, ZDF, DIE ZEIT, Bauer Verlag, Google, UNICEF, Handelsblatt, Pinterest, XING, TELEKOM, Studio Hamburg, UFA, Frankfurter Allgemeine Zeitung, NDR, betahaus Hamburg, Ganske Verlagsgruppe, Hinz&Kunzt, SPIEGEL Verlag, Sky, RTL Nord.

Keynotes

Kommen Sie mit uns auf die Reise in die Zukunft
– fundiert, maßgeschneidert, inspirierend



Medientrends 2017: Was können wir wissen, was sollen wir tun?
Digitale Transformation: Erfolge, Barrieren, Perspektiven.
Zukunft des Fernsehens – Fernsehen der Zukunft.

Kontakt

Ansprechpartner

Univ.-Prof. Dr. Armin Rott
Wissenschaftliche Leitung

HMS Hamburg Media School GmbH
Finkenau 35
22081 Hamburg
Telefon: + 49 40 413468-33
E-Mail: a.rott@hamburgmediaschool.com
Internet: www.hamburgmediaschool.com

Jil Sörensen
Wissenschaftliche Mitarbeiterin

HMS Hamburg Media School GmbH
Finkenau 35
22081 Hamburg
Telefon: + 49 40 413468-72
E-Mail: j.soerensen@hamburgmediaschool.com
Internet: www.hamburgmediaschool.com

Möchten Sie immer mit aktuellen Neuigkeiten aus dem HMS InnoLab versorgt werden?

Dann melden Sie sich [hier](#) für unseren **Newsletter** an.

Quellen

Bitkom (2015): Jeder Fünfte hat Interesse an einer Virtual-Reality-Brille, abgerufen am 10.02.2016 unter <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-Fuenfte-hat-Interesse-an-einer-Virtual-Reality-Brille.html>

Engel, B., & Breunig, C. (2015): Massenkommunikation 2015: Mediennutzung im Vergleich. *Media Perspektiven*, 7-8, 310-322.

Facebook (2015): Facebook Q4-15 and Full Year 2015 Earnings Conference Call, abgerufen am 10.02.2016 unter <http://investor.fb.com/results.cfm>

Medienanstalten (2015): Digitalisierungsbericht. Digitale Weiten, analoge Inseln – Die Vermessung der Medienwelt, abgerufen am 16.12.2015 unter http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/Digitalisierungsbericht/2015/Digitalisierungsbericht_2015_deutsch.pdf

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2014): JIM-Studie 2014. Jugend, Information, (Multi-)Media, Stuttgart.

Periscope (2015): Periscope, by the numbers, abgerufen am 10.02.2016 unter <https://medium.com/@periscope/periscope-by-the-numbers-6b23dc6a1704#.swp29iws3>

ProSiebenSat.1 (2015): Rede Thomas Ebeling Vorsitzender des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media AG anlässlich der ordentlichen Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2014, abgerufen am 10.02.2016 unter http://www.prosiebensat1.com/uploads/2015/11/01/2015_rede_hv_te_d.pdf

Welt (2016): "Ich persönlich bin kein Hardcore-Gucker“, abgerufen am 10.02.2016 unter <http://www.welt.de/kultur/medien/article151949498/Ich-persoendlich-bin-kein-Hardcore-Gucker.html>