

TP Vision beteiligt sich am europäischen Forschungsprojekt zur Verbesserung der Social-Media-Erfahrung auf Second Screens

- Das Forschungsprojekt SAM (Socialising Around Media) führt Second Screen-Szenarien und Content Syndication-Technologien zusammen.
- Neun europäische Partner haben es sich zum Ziel gesetzt, offene Standards und Protokolle rund um die Nutzung sozialer Medien auf Second Screens zu entwickeln.
- TP Vision, Hersteller der Philips Fernseher, ist der exklusive TV-Partner bei diesem Projekt.

Hamburg, 6. November 2013 – Neun europäische Partner, zu denen auch TP Vision, der Hersteller von Philips Fernsehern, gehört, haben das Forschungsprojekt Socialising Around Media (SAM) ins Leben gerufen, das mit drei Mio. Euro von der Europäischen Union unterstützt wird. Ziel des Projekts ist es, eine Plattform für den Austausch medialer Inhalte für soziale Medien zu entwickeln, um eine bessere Nutzung auf Second Screens zu ermöglichen.

Es fehlen Standards für die Bereitstellung von Social Media-Inhalten

Durch verknüpfte Geräte hat sich die Art und Weise geändert, wie Nutzer mit dem Medium interagieren – von unidirektional und passiv hin zu einer interaktiven Nutzung. Während des Fernsehens möchten Zuschauer zunehmend Kommentare zu einer Sendung platzieren bzw. sie empfehlen oder sie suchen nach dazugehörigen Informationen auf sogenannten Second Screens wie Smartphones, Tablets und Notebooks. Bislang hat sich das Second-Screen-Phänomen auf unstrukturierte Weise entwickelt, ohne allgemeine Standards und gemeinsame Protokolle, die es den Benutzern ermöglichen, Wissenswertes zu den Inhalten des Fernsehprogramms zu finden und auf diese zuzugreifen. Die Benutzer müssen mit Hilfe von allgemeinen Tools wie z. B. Suchmaschinen und sozialen Medien das Internet durchsuchen. Es fehlen zum einen syndizierte Informationen und zum anderen erhalten die Content Provider nur begrenztes Feedback.

SAM vereinfacht die Nutzung von sozialen Medien auf Second Screens

Mit dem Projekt SAM sollen offene und standardisierte Möglichkeiten bereitgestellt werden, Inhalte interaktiv zu kennzeichnen und zu syndizieren. Mit SAM erhalten die Benutzer digitale Inhalte von unterschiedlichen syndizierten Quellen auf ihren angeschlossenen Geräten – Fernseher, Tablets und Smartphones –, als umfassendes Angebot zu dem Inhalt, den sie sich gerade ansehen.

Multidisziplinärer Ansatz von neun europäischen Partnern

Das SAM-Projekt, das vom FP7-ICT-Programm der Europäischen Union mitfinanziert wird, hat eine Laufzeit von drei Jahren bis Oktober 2016. An ihm sind neun europäische Unternehmen aus sieben Ländern beteiligt, einschließlich der Softwareunternehmen TIE Kinetix (Projektleitung), Ascora und Talkamatic, Forschungsorganisationen der technischen Universität Athen, der Universität von Reading und der Universität von Alicante sowie der medienbezogenen Unter-

nehmen Deutsche Welle, BDS und TP Vision. Das Projektkonsortium wird von zwei spanischen Schulen unterstützt, die an den endgültigen Verbrauchertests und der Validierung bei jungen Benutzern beteiligt sind.

Als erstes Ergebnis hat das SAM-Projekt eine Übersicht über seinen Ansatz für die Software-Architektur der geplanten SAM-Plattform dargelegt – bereits drei Wochen nach dem Projektstart (<http://samproject.net/sam-platform-revealed>).

Zitate

„Für TP Vision als Hersteller der Philips Fernseher und Anbieter von Philips Smart TV-Diensten steht die Benutzerfreundlichkeit immer an erster Stelle. Die nahtlose Integration der sozialen Medien und die Bemühungen, Social Media-Anwendungen und Fernsehgenuss zu kombinieren, passen perfekt zu unserer Smart TV-Strategie. Als einziger Fernsehhersteller im SAM-Projekt werden wir unsere technologischen Kenntnisse und unsere benutzerorientierten Ideen einbringen, um einen offenen und standardisierten Ansatz für die Einbindung von sozialen Medien in die Mehrbildschirm-Szenarien im Zusammenhang mit Fernsehern zu schaffen.“

Ward Servaes, Program Manager, TP Vision

„Unser Ziel war schon immer die Entwicklung, Förderung und Nutzung von offenen Standards für Philips Fernseher. SAM passt perfekt in unsere Strategie, vor allem, da es die verbesserte Nutzbarkeit der Smart TV-Dienste zum Ziel hat, die für uns an erster Stelle steht.“

Sam Verstraete, Managing Director Innovation Site Europe, TP Vision

Über TP Vision

TP Vision ist ein fokussiertes Unternehmen in der Welt der visuellen digitalen Unterhaltung. TP Vision entwickelt und produziert ausschließlich TVs der Marke Philips, die es in Europa, Russland, dem Mittleren Osten, Brasilien, Argentinien, Uruguay, Paraguay und ausgewählten Länder des asiatisch-pazifischen Raums vermarktet. Die Kombination der Entwicklungsexpertise von Philips TV und dessen innovativen Erbes mit der operationellen Stärke, Flexibilität und Geschwindigkeit von TPV Technology ist die Grundlage des Unternehmens. So bringt TP Vision hochwertige TVs auf den Markt, die smart und einfach zu bedienen sind und mit einem anspruchsvollen Design überzeugen. Ziel ist es, Produkte zu entwickeln, die Kunden ein überlegenes TV-Erlebnis bieten. TP Vision ist mit Philips TVs weltweit führend im Hospitality TV-Markt. Mit dem Hauptsitz in Amsterdam, Niederlande, ist TP Vision der exklusive Markenlizenznehmer von Philips TV für die oben genannten Länder. An dem TV-Unternehmen halten die Firmen TPV Technology 70 Prozent und Royal Philips (Niederlande) 30 Prozent der Anteile. Bei TP Vision arbeiten fast 2.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an zahlreichen Standorten weltweit.

Kontakt für Medien:

Georg Wilde
Tel: +49 40 75 11 98 310
E-Mail: georg.wilde@tpvision.com

TP Vision Germany GmbH
Steindamm 96
20099 Hamburg