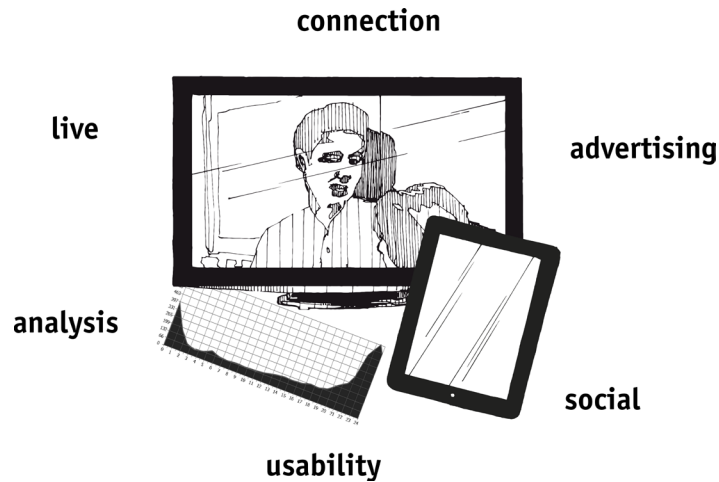


Im Forschungsvorhaben casual.tv werden innovative Lösungen für hybride TV-Anwendungen, konkurrierende Geschäftsmodelle und Usability-Konzepte unter Einbeziehung des Second Screens erforscht, entwickelt und gemeinsam mit überregionalen Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft erprobt sowie umgesetzt. Im Fokus des Projektes stehen dabei die Veränderung des linearen Fernsehens und die Notwendigkeit, das lineare Fernsehprogramm als solches wieder attraktiv zu gestalten und so den Wegschauer wieder zum Zuschauen zu bringen.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden beschäftigt sich das interdisziplinäre Forscherteam mit Problemstellungen aus verschiedenen Bereichen:



Die Forschungsergebnisse sind zielorientiert auf Nutzergruppen ausgerichtet, die das Medium Fernsehen schon heute lediglich als audiovisuelle Unterhaltung zur eigenen aktiven Interaktion mit ihrem Tablet, Smartphone oder Laptop im heimischen Wohnzimmer ansehen.

Gefördert durch:



Impressum

**Herausgeber**  
 Rektor der Hochschule für Technik,  
 Wirtschaft und Kultur Leipzig  
 Karl-Liebknecht-Str. 132  
 04277 Leipzig  
 www.htwk-leipzig.de

**Redaktion**  
 Fakultät Medien,  
 Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch

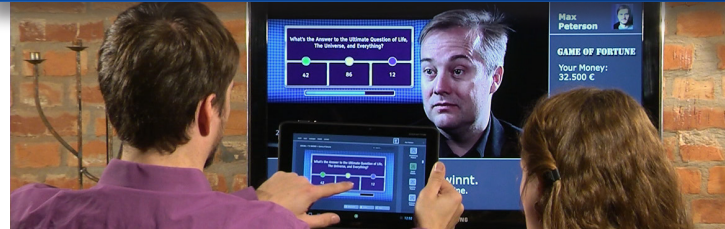
**Redaktionsschluss**  
 27.01.2014



casual.tv

Innovative Lösungen für hybride TV-Anwendungen

Wissen schafft Verbindung



HTWK Leipzig

Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig  
 University of Applied Sciences  
 Postfach 30 11 66  
 04251 Leipzig, Germany

Besucher:  
 Karl-Liebknecht-Straße 132  
 04277 Leipzig

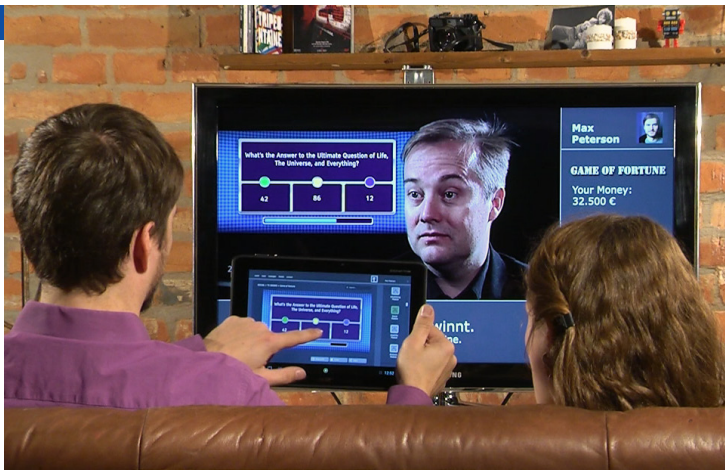


Gefördert durch:



Wissen schafft Verbindung

www.htwk-leipzig.de



## casual.tv als modulare Plattform für hybride Anwendungen

Das Forschungsprojekt casual.tv untersucht die Möglichkeiten des HbbTV-Standards und verwandten Internetdiensten für das vernetzte Wohnzimmer. Dabei stehen verschiedenartige Ansätze im Zentrum des interdisziplinären Vorhabens, welche sich aus Bereichen der Informatik, Medientechnik, Markt- und Medienwirkungsforschung sowie Kommunikationswissenschaft zusammensetzen.

Im Verbund aus Hochschulen und Unternehmen entstehen so belastbare Analysen zum Marktgeschehen, Usabilitystudien und neuartige Interaktionskonzepte für das lineare Fernsehen auf dem First und Second Screen. Die gewonnenen Erkenntnisse werden gemeinsam mit den Projektpartnern zur Marktreife entwickelt und in der modularen Plattform casual.tv zusammengeführt.

### Forschungsprojekt casual.tv

M. Sc. René Welz | Fakultät Medien  
Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig  
Karl-Liebknecht-Str. 145, 04277 Leipzig  
Tel.: 0341/3076-2380  
✉ [rene.welz@htwk-leipzig.de](mailto:rene.welz@htwk-leipzig.de)

## Modulbeschreibung

Nachfolgend werden die sechs Teilmodule des Forschungsvorhabens benannt und kurz zusammengefasst. Detailliertere Informationen zu den Schwerpunkten sind auf der Projektwebseite unter <http://casualtv.de> verfügbar.

### Connection

Im Projekt wird die Verbindung zwischen TV und Second Screen über QR-Codes, die Analyse des Audiosignals und das Auslesen von EANs entwickelt und geprüft werden. Die Vor- und Nachteile der Verbindungsarten werden gegenübergestellt, Handlungsempfehlungen herausgegeben und Best-Case-Szenarien umgesetzt.

Bei der Verbindung zwischen TV und Second Screen steht dabei nicht zwingend die Fernsteuerung des First Screens im Vordergrund, auch der Weg zurück wird bedacht werden. Mit einer Auswahl im Zusatzangebot des Fernseherers, wird das Mobiltelefon Nummern wählen, Termine speichern und E-Mails versenden können.

### Advertising

Es existieren derzeit keine Werbekonzepte für HbbTV, die marktfähig sind. So wird momentan lediglich Bannerwerbung angeboten, die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten als Vorreiter bei der Umsetzung von HbbTV-Angeboten sind hier komplett außen vor. Doch auch für sie ließen sich Andockmöglichkeiten finden, gerade im Bereich der Integration von Bezahlssystemen, etwa für den Ticketkauf.

### Social

Die Social Media Komponente wird zunächst eine Abbildung des State of the Art beinhalten, also die Möglichkeit zur Anbindung diverser sozialer Netzwerke an die Plattform bereitstellen. Dazu wird ein eigenes Login-System integriert, welches auch auf die sozialen Netzwerke zugreifen kann.

Dadurch soll das gemeinsame Fernsehen mit Freunden über HbbTV und Second Screen konzipiert und realisiert werden. Zusätzlich wird der Community gemeinsames Spielen und Chatten, Foto- und Datenaustausch, also die Kommunikation untereinander in Echtzeit ermöglicht.

### Usability

Im Forschungsprojekt werden unterschiedliche Bedienphilosophien einander gegenübergestellt und evaluiert. Für den First Screen sollen unterschiedliche Navigationskonzepte geprüft werden. Auf dem Second Screen wird der Fokus auf Komponenten für die Interaktion mit dem

First Screen gelegt, das prinzipielle Anwendungsdesign für Second Screens wird von verschiedenen Unternehmen und Institutionen regelmäßig evaluiert. Beim Test der Interaktionskomponenten werden unterschiedliche Verbindungsarten geprüft, Gesten zur Übermittlung von Daten an den First Screen mit Button-Lösungen verglichen und Verwaltungsoptionen evaluiert.

### Analysis

Mit Hilfe des Statistiktools können Seherkreis, Zuschauerverhalten, Einschaltquote und viele weitere, auch technische Parameter gemessen, erhoben und dem Sender zur Verfügung gestellt werden, ohne dass dieser über ein eigenes hybrides Angebot verfügen muss. Verfügt der TV-Sender über ein eigenes hybrides Angebot, oder nutzt die im Forschungsprojekt erarbeitete Plattform, können darüber hinaus Erhebungen zum Zuschauerverhalten im hybriden Angebot erstellt werden. Dies dient bspw. zur Ermittlung favorisierter Angebote und lässt zudem Usability-, aber auch gerätespezifische Fehleranalysen im Livebetrieb zu.

### Live

Contentbezogene Zusatzangebote in Echtzeit anzubieten ist die größte Herausforderung an das Forschungsvorhaben. Konzeptuell aber auch technisch. Insbesondere dann, wenn Millionen gleichzeitiger Zugriffe zu erwarten sind und Daten in Echtzeit generiert und akkumuliert, ausgewertet, verarbeitet, gesendet, synchronisiert und visualisiert werden müssen.

