



## PRESSEMITTEILUNG

### **TV Spielfilm startet Live-TV-Angebot**

Der Reichweiten-Marktführer setzt seine Transformation zur multimedialen journalistischen Plattform fort: Im zweiten Quartal dieses Jahres verbindet *TV Spielfilm*, der marktführende Anbieter journalistisch aufbereiteter Programminformationen, seine digitalen Plattformen mit dem Live-Signal von mehr als 70 Fernsehsendern. Konsumenten können dann überall in Deutschland mit nur einem Klick aus dem Electronic Program Guide (EPG) von *TV Spielfilm* das aktuelle Fernsehsignal aufrufen – am Computer, auf Tablets und Smartphones. Dafür hat BurdaNews mit mehr als 70 Fernsehsendern und Rechteinhabern Vereinbarungen abgeschlossen. Der Dienst soll von der redaktionellen Qualität und von der marktführenden Position von *TV Spielfilm* unter den Anbietern digitaler Programminformationen profitieren.

#### **Der Konsument im Mittelpunkt**

Burkhard Graßmann, Vorsitzender der BurdaNews-Geschäftsführung: „Die Marke *TV Spielfilm* steht seit 25 Jahren für innovative Konzepte – ob als Zeitschrift oder digital. Mit dem Live-TV-Angebot entwickeln wir unsere Marke *TV Spielfilm* zu einer multimedialen Plattform, die dank der journalistischen Qualität des EPG und der mit Abstand größten digitalen Markenreichweite deutliche Vorteile gegenüber möglichen Wettbewerbern aufweist. *TV Spielfilm live* vereint unsere technologische Expertise und hochwertige Inhalte mit konsequenter Konsumentenorientierung zu einem einzigartigen Paid-Service-Angebot.“

Co-Geschäftsführer Andreas Mayer: „Unser Projekt ist eine Antwort auf den Wandel der Mediennutzungsgewohnheiten: Immer mehr Menschen rufen Bewegtbildinhalte über den Computer oder mobile Endgeräte auf. Der Markt für das sogenannte OTT (Over the Top Television) wächst – und daran wollen wir teilhaben. Dafür haben wir eine neue Einheit im Bereich von *TV Spielfilm* Managing Director Andreas Mauch installiert, aus der wir alles von der Produkttechnologie bis zum Online-Marketing entwickeln.“

Die möglichen Nutzungssituationen des Angebots von *TV Spielfilm live* sind vielfältig – zuhause, im Büro und unterwegs: das Fußballspiel im Biergarten oder die Lieblingsserie am Badensee. Haushalte können ein zusätzliches TV-Signal empfangen, falls Uneinigkeit über die Programmauswahl am klassischen Fernsehgerät herrscht, so denn überhaupt noch eines vorhanden ist. Konsumenten, die ohnehin nur noch über das Internet fernsehen, weil sie kein TV-Gerät besitzen, finden bei *TV Spielfilm live* alle Angebote gebündelt auf einer Plattform.

#### **Freemium-Modell**

Die Funktionalitäten von *TV Spielfilm live* werden in die bestehenden digitalen Angebote von *TV Spielfilm* integriert, in den mobilen Betriebssystemen von Android und iOS muss dafür nur die übliche Aktualisierung der Anwendung vorgenommen werden. Notwendig für den Abruf des Live-Signals ist lediglich ein LAN/WLAN-Netzwerk oder eine mobile Datenverbindung (3G oder 4G). Zum Start sind alle über *TV Spielfilm live* verfügbaren Senderangebote für die Nutzer einen Monat lang kostenfrei. Dies gilt auch nach dem kostenlosen Testmonat für die Angebote von rund 50 Sendern. Mit einem Abonnement zum Preis von 9,99 Euro monatlich bleibt auch das Live-Programm weiterer rund 20 Sender abrufbar. Die Sendersignale werden komplett und unverändert wiedergegeben. Die Redaktion um Chefredakteur Lutz Carstens rezensiert in bewährter Form das aktuelle Fernsehprogramm ebenso wie das Angebot in den Mediatheken und spricht Empfehlungen



aus. Über die Verknüpfung zu sozialen Medien können sich Nutzer mit ihren Netzwerken zum aktuellen Programm austauschen.

### **Der Reichweiten-Marktführer bietet neues Werbe-Inventar**

*TV Spielfilm live* bietet Werbekunden die Möglichkeiten, ihre Zielgruppen aufmerksamkeitsstark über alle Endgeräte hinweg zu erreichen. Mehr als zwölf Millionen Deutsche nutzen die Angebote von *TV Spielfilm plus* regelmäßig – sei es gedruckt oder digital. Der Marktanteil von *TV Spielfilm* unter den sieben größten digitalen Anbietern liegt deutlich über 60 Prozent. Rund sieben Millionen Deutsche nutzen die digitalen Angebote von *TV Spielfilm plus* regelmäßig: Monatlich informieren sich alleine mit den Mobile-Angeboten von *TV Spielfilm plus* 4,31 Millionen Deutsche (vgl. AGOF Mobile Facts 2015-I). Die Website wird von 3,08 Millionen Personen monatlich aufgerufen (vgl. AGOF Internet Facts 2015-IV). Die App wurde bereits 16 Millionen Mal heruntergeladen (eigene Angabe). Zum Auftakt konnte BCN in der Vermarktung mit Opel bereits einen namhaften Werbepartner gewinnen.

### **Presse-Kontakt:**

Hubert Burda Media  
Corporate Communications  
Jonas Grashey  
Head of Brand PR  
[jonas.grashey@burda.com](mailto:jonas.grashey@burda.com)

Hubert Burda Media  
Corporate Communications  
Alice Schwetz  
PR Manager/ Manager Market Communication  
[alice.schwetz@burda.com](mailto:alice.schwetz@burda.com)