

IP-basierte Lösung „My Stream“ erlaubt personalisierte Mediennutzung auf beliebigen Endgeräten

Interview

Mit „My Stream“ hat das Berliner Unternehmen Perfect Stream eine IP-basierte Lösung vorgestellt, bei der personalisierte Datenströme auf beliebigen Endgeräten – auf dem TV-Gerät, PC, Laptop, oder Smartphone oder gar auf einem digitalen Bilderrahmen – dargestellt werden können. „Es handelt sich um einen personalisierten Kanal, in welchem sich der Nutzer diverse eigene Audio- und Videoquellen und Texte mischen und aufbereitet darstellen lassen kann, also etwa ein Mix aus TV, Mails, News, Radio, Facebook, RSS-Feeds etc.“, erläutert Perfect Stream-Chef Christian Borsi im Gespräch mit Digitalmagazin das Konzept.

Digitalmagazin: Herr Borsi, Sie haben auf der Marketingmesse Dmexco die Streaming-Lösung „My Stream“ vorgestellt. Für welche Einsatzzwecke bietet sich das an?

Borsi: Bei „My Stream“ handelt es sich um eine server- und cloudbasierte Technologie, die von TV Next und Perfect Stream konzipiert und auf der Dmexco präsentiert wurde. Es handelt sich um einen persona-



Christian Borsi,
Geschäftsführer
Perfect Stream Technologies

lisierten Kanal, in welchem sich der Nutzer diverse eigene Audio- und Videoquellen und Texte mischen und aufbereitet darstellen lassen kann, also etwa ein Mix aus TV, Mails, News, Radio, Facebook, RSS-Feeds etc. „My Stream“ wurde als Showcase konzipiert und erstmalig zur Dmexco 2011 in Köln vorgestellt. In erster Linie ging es uns darum, technologische Möglichkeiten für den digitalen Markt aufzuzeigen und somit einen positiven Input zu geben. Wir sind Technologietreiber ▶

und -lieferant und arbeiten innovativ sowie proaktiv, was neuartige technologische Lösungen betrifft. Mit „My Stream“ möchten wir Personalisierung und Individualisierung zeigen.

Einsatzbereiche für „My Stream“ sehen wir überall dort, wo unterschiedlichste Quellen genutzt und optimal empfangen werden sollen, möglichst von allen IP-Geräten, die einen Player integriert haben. Angedacht sind die Bereiche Home Entertainment, Web, Mobile und Tablet sowie Digital Signage.

Digitalmagazin: Wie könnte ein konkretes Anwendungsbeispiel aussehen?

Borsi: Wir können zwischen drei verschiedenen Anwendungsbeispielen differenzieren: Mit „My Stream“ hat der Endkonsument auf der Dmexco ein vollständig personalisiertes Medienerlebnis im Bereich Home Entertainment erlebt. „My Stream“ ist ein persönlich konfigurierbarer Kanal für Video, Audio, Texte und Bilder. Die Steuerung auf Anwenderseite übernimmt eine intuitiv bedienbare „App“, die auf Smartphones und Tablets ausgeführt werden kann – und das auf Basis aller gängigen Betriebssysteme wie Android, iOS und Windows. Personalisierte Datenströme können auf beliebigen Endgeräten dargestellt werden. Ein Medienmix aus linearem TV, Social Media, News, Wetter, Börse, Verkehr, Fotos, Videos, Playlists und vielem mehr erscheint so auf dem TV-Gerät, PC, Laptop oder Smartphone – oder sogar auf einem einfacheren Gerät wie einem digitalen Bilderrahmen. Auf der Dmexco haben wir bereits gezeigt, wie Endkonsumenten auch in Zukunft einen Überblick über die verschiedenen Informationskanäle behalten können. Durch die zentrale Funktion des Servers ist eine einzelne Installation von Apps auf jedem Endgerät nicht nötig, relevante Informationen werden individuell aufbereitet und gesendet.

Ein weiterer Anwendungsbereich ist „AD Stream“: ein personalisierter Werbe-, Pre-, Mid- und Postrollserver, der serverseitig mit dem Content verbunden ist; des Weiteren „Any Device“ als Möglichkeit zur individuellen Auspielung von Inhalten auf unterschiedlichste Endgeräte

z. B. für Digital Signage, wo Content sowohl auf High-End-Geräten als auch auf „Dump Devices“ wie digitalen Bilderrahmen ausgespielt werden kann. Für alle Anwendungsbeispiele dient das TV Next-VMS (Video Management System) als Basis zur Verwaltung der Inhalte und als Ausspielplattform; der Perfect Stream-Server ist für das Mixing – Any Source – und die Any Device-Technologie – Personal Stream auf jedem Gerät – zuständig. Unsere Installation auf der Dmexco hat eine Möglichkeit gezeigt, wie man auch zukünftig noch einen guten Überblick über seine ganzen Informationskanäle behalten kann. Schon heute ist dies schwierig genug – und nicht immer sind Endgeräte zur Wiedergabe von Inhalten geeignet. Darüber hinaus müssen sich Konsumenten häufig für jedes einzelne Endgerät eine eigene App installieren, was schnell unübersichtlich werden kann und auch zeitaufwändig ist. Schöner wäre es, wenn das ein Server übernimmt und relevante Informationen für ein beliebiges Endgerät aufbereitet und sendet. Die Steuerung des Servers kann wiederum von jedem Gerät, beispielsweise über einen Browser, gesteuert werden.

Digitalmagazin: Welche Zielgruppen möchten Sie damit ansprechen?

Borsi: Zu unseren Kunden gehören heute Telcos, Provider und CDNs, die ihren Kunden wiederum neue technische Lösungen, auf Basis personalisierter Streaming-Lösungen, anbieten wollen. Zum Teil geben wir ihnen mit unserer Technologie Möglichkeiten an die Hand, neue Businessmodelle und Services zu entwickeln, die über Hosting und Verkauf von Traffic hinausgehen. Ein Beispiel dafür ist Nacamar, die mit unserer „AD Stream“-Lösung die Ausstrahlung ihrer Radiokunden refinanzieren. Des Weiteren gehören zu unseren Kunden auch Content-Anbieter wie TV-Sender, die im Netz weitere Endgeräte erreichen und besondere personalisierte Services anbieten wollen, um sich von Wettbewerbern zu unterscheiden. Für die Zuschauer ist es absolut notwendig, relevante Inhalte und relevante Werbung anzubieten, um heutzutage noch Aufmerksamkeit zu erzeugen. ▶

Digitalmagazin: Was ist konkret unter „personalisierten Datenströmen“ zu verstehen?

Borsi: Das klassische Streaming im Internet arbeitet bis dato nach einem einfachen Sender-Empfänger-Modell: Nutzer können Inhalte zeitunabhängig auswählen und konsumieren – die Interaktion beschränkt sich dabei auf Bedienoptionen wie „Play“ und „Stop“. Die Inhalte bestehen in der Regel aus vorproduzierten Dateien, die serverseitig auf die Nutzer verteilt werden. Die patentierte Streaming-Technologie von Perfect Stream vereint dagegen Interaktivität und die serverseitige personalisierte Mischung von Medien wie Audio, Video, Bild, Animation und Text in Echtzeit. Der Server ist in der Lage, auf die Bandbreite der jeweiligen Verbindung zu reagieren und je nach Player oder Abspielgerät geeignete Codecs anzubieten. Als Alternative zur klaren Abgrenzung zwischen klassischem Streaming und personalisierten Datenströmen sind durchaus auch Mischformen möglich, die wir beispielsweise bereits mit einem Radiosender umgesetzt haben: Entsprechend den unterschiedlichen Zielgruppen erhalten dann die Zuhörer via Internet-Stream andere Inhalte im Vergleich zu den Zuhörern des zugrundeliegenden klassischen UKW-Radios.

Digitalmagazin: Die Inhalte werden bei „My Stream“ serverseitig aufbereitet. Was bedeutet dies mit Blick auf die Clients?

Borsi: Bei der patentierten Technologie von Perfect Stream werden die komplexen Rechenaufgaben vollständig auf den Perfect Stream-Server ausgelagert. Für die Clients bedeutet das, dass sie zum Empfang des personalisierten Streams, bestehend aus Videos, News und Audio, lediglich einen einfachen Audio- bzw. Videoplayer benötigen. In Zukunft wird es sogar möglich sein,

Betriebssysteme zu streamen – aufwändige Installationen und regelmäßige Updates entfallen. Das Prinzip ist nicht neu: Mitte der Neunziger gab es die Network-PCs mit Thin-Clients, die kaum Speicherkapazität benötigten, aber hohe Bandbreiten vorweisen konnten. Damals waren aber die Verbindungen zu teuer und es gab noch keine „Clouds“. Inzwischen stehen uns günstigere und leistungsfähigere Systeme zur Verfügung. Daher trauen wir uns nun an Medien wie Video und Audio.

Digitalmagazin: Ein Ausblick: Wie wird das „digitale Wohnzimmer“ die künftige Medienutzung verändern?

Borsi: In Gesprächen mit unseren Kunden herrschte Einigkeit, dass es sowohl Fernsehen als auch Bücher und Radio noch in 15 Jahren geben wird. Daher planen wir die linearen Sender als Quelle weiterhin ein. Wir sehen aber auch die aktiven Nutzer, die sich ihre Playlists individuell zusammenstellen und bestimmte Videos aus Youtube oder Mediatheken kombinieren. Leistungsfähige Empfehlungsplattformen und -services wie Amazon können die Kunden unterstützen und deren Entscheidung erleichtern. Die Qualität könnte dann vorübergehend im „Matching“ liegen, also der automatisierten Zusammenführung von Kundenpräferenzen und Empfehlungen der Engine. Die Qualität der Inhalte ist dabei der kritische Erfolgsfaktor. Für den Zuschauer wird es keine Rolle spielen, welches Logo eingeblendet wird. Die Sender hätten bis dahin Zeit, sich als Zulieferer für qualitativ hochwertigen Content zu positionieren.

Digitalmagazin: Herr Borsi, vielen Dank für das Gespräch.

www.perfectstream.ag