

Smart-TVs

Markt- und Entwicklungstendenz

Inhaltsverzeichnis



Allgemeine Informationen



Technische Entwicklung



Marktentwicklung



Datenschutz und Personalisierung

Allgemeine Informationen

Definition

- Ein Smart-TV ist ein traditionelles Fernsehgerät mit integriertem Internet und interaktiven "Web 2.0" –Funktionen
- Ermöglicht viele Funktionen
- Mischung aus Computer, Fernsehgerät und Set-Top-Box
- Umwandlung von regulären Fernsehern in Smart TVs möglich

Geschichte

- Anfang: in den frühen 1980er Jahren in Japan
- Ausstattung mit einem LSI-Chip mit Speicher und einem Zeichengenerator
- Patent wurde 1994 veröffentlicht und um das folgende Jahr verlängert
- intelligenteres Fernsehsystem
 - Verbunden über digitales oder analoges Netzwerk mit Datenverarbeitungssystemen
- Wachstumsschub Ende 2000er und Anfang 2010er

Technische Entwicklung

Aktueller Entwicklungsstand

- Leistungsfähiger Prozessor
- Wichtigste Schnittstelle für die Verbindung zum Internet
- zusätzliche Speicherkarte, Triple-Tuner und HDMI-Schnittstelle
- Common Interface (CI)
- Hybrid Broadcast Broadband TV (HbbTV)
- Anbieter: Samsung, LG, Philips, Sony
- Betriebssysteme: Tizen, WebOS, Android TV, Panasonic My Home Screen

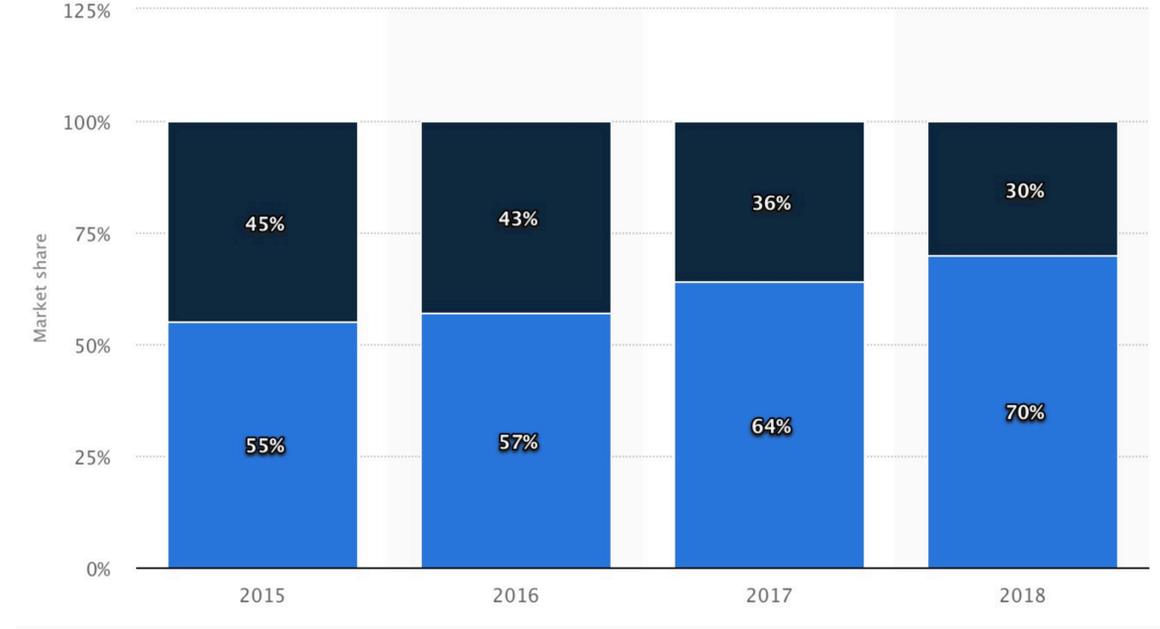
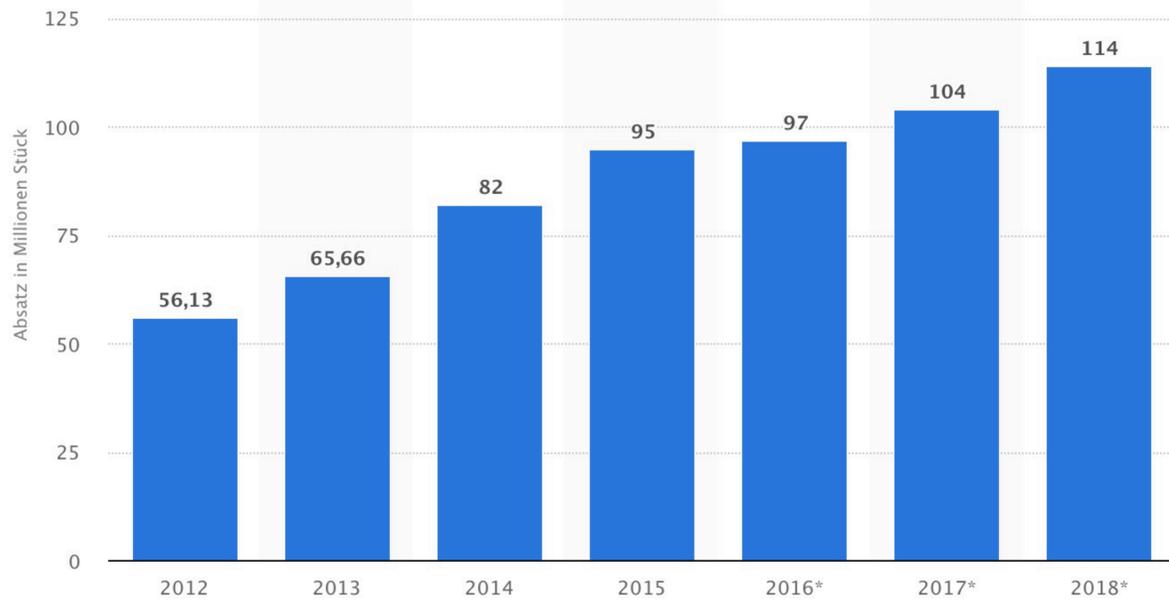
Wie sehen
zukünftige
Entwicklungen der
Smart TVs aus?

Zukünftige Entwicklungen

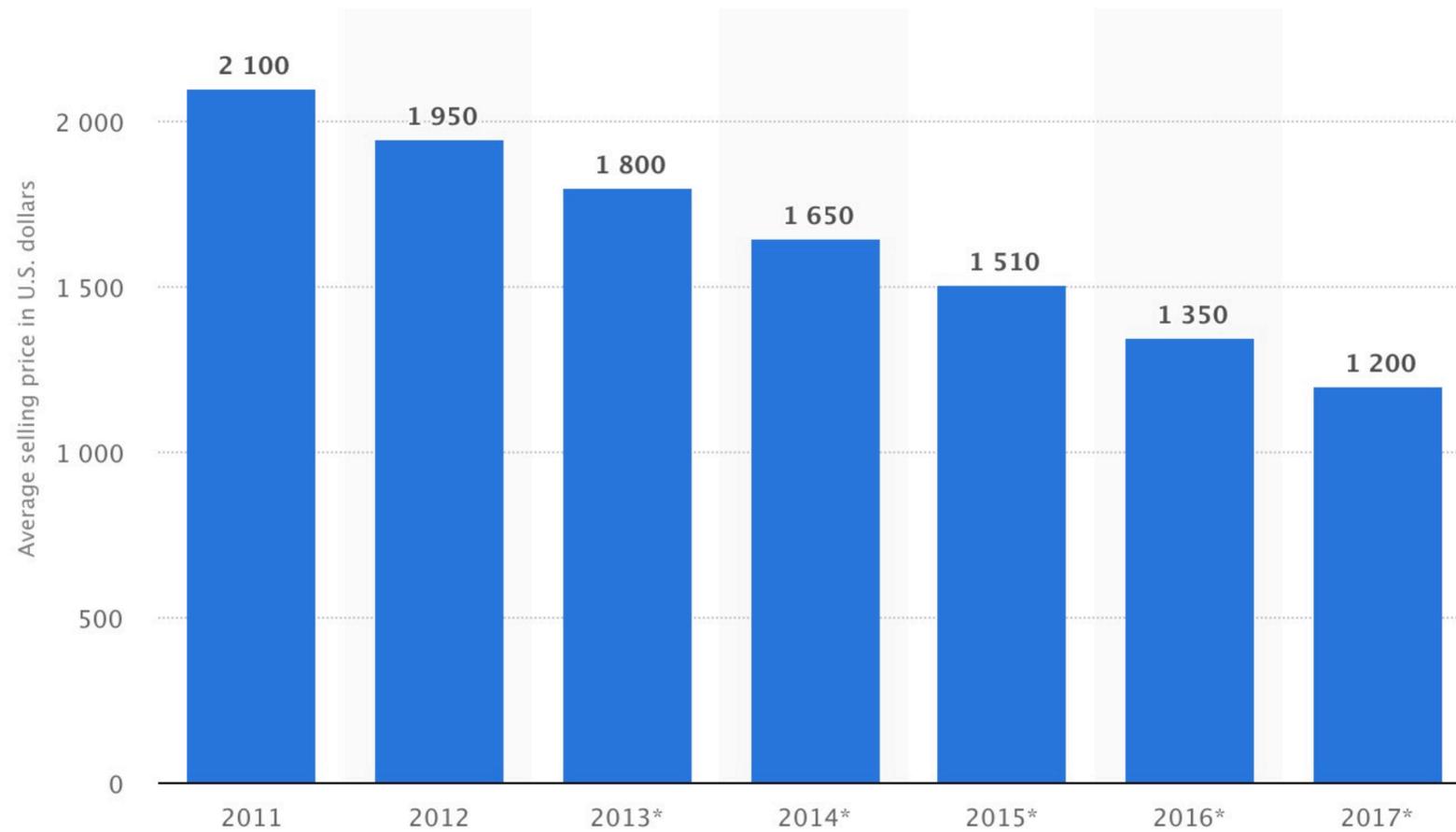
- Erhöhte Sicherheit, einfach zu kontrollieren, On-Demand TV, effektive Schnittstellen, HDR TV, TV-Größe, Sprachintegration, 8K-Fernseher, Fernseher mit Stil
- TV der Zukunft
 - Unsichtbarer Fernseher
 - Rollbares oder klappbares Display
 - Holografischer Fernseher

Marktentwicklung

Verkaufszahlen und Marktanteil



Preisentwicklung



Was könnten
Gründe für die
Senkung der Smart
TV Preise sein?

Datenschutz und Personalisierung

Konflikte

- Intransparenz der Datenverarbeitung
- Unsachgemäße Verwendung von Daten
- Massenüberwachung und gezielte Beobachtung der Zuschauer
- Verlust / Einschränkung der Entscheidungsautonomie
- Tracking und Profilerstellung

Personalisierung

- Automatisches Empfehlungsschema
- Sequential Pattern Mining (SPM)
 - Offline-SPM → häufig geschaltete TV-Programminhalte werden in sequentieller Reihenfolge extrahiert
 - Online-SPM → sequentielle Muster werden durch häufig geschaltete TV-Programminhalte aus der progressiven Datenbank extrahiert
 - Hybrid-SPM → Kombination beider Methoden

Werbemarkt

- Möglich durch intransparente Datenverarbeitung von Benutzern
- Arten: interaktive Werbung, adressierbare Werbung, andere fortschrittliche Werbefunktionen
- Vorteile: exklusives Markenerlebnis, nicht wettbewerbsorientierte Umgebungen, 100% Anzeigefähigkeit, bekannte Werbeformate und Targeting-Kriterien aus der Online-Welt
- Samsung verkauft seit 2015 Werbeflächen im Hauptmenü

Welchen Einfluss
haben Smart TVs
auf unser tägliches
Leben?

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit