

Betty TV GmbH

01.02.2007 - 12:00 Uhr

Per Knopfdruck Mitreden, Mitraten und Gewinnen: Betty startet in Deutschland auf den Sendern der ProSiebenSat.1-Gruppe / Sofameilen und Superpreise: Betty belohnt Zuschauer ab sofort beim Fernsehen

München (ots) -

Betty kommt nach Deutschland. Mit einer neuartigen Fernbedienung kann ab sofort jeder Zuschauer aktiver am Fernsehen teilnehmen - und wird dafür auch noch belohnt. Beim Lieblingsquiz mit raten, über die Kandidaten von Shows abstimmen, Hintergrundinformationen zum laufenden Programm und den Akteuren erhalten, bequem Warenproben bestellen oder von Sonderangeboten profitieren: Betty ermöglicht dem Fernsehpublikum auf einfache Weise zahlreiche Anwendungen auf Knopfdruck. Und Mitmachen lohnt sich: Denn mit Betty können Zuschauer zum einen "Sofameilen" sammeln und diese Währung in reale Prämien tauschen. Darüber hinaus haben sie in regelmäßigen Abständen zusätzlich die Chance auf attraktive "Superpreise", wie etwa ein Treffen mit bekannten Stars hinter den Kulissen oder die Teilnahme an einem exklusiven Show-Event. Erster Kooperationspartner von Betty im deutschen TV-Markt ist die ProSiebenSat.1-Gruppe mit den Sendern Sat.1, ProSieben und kabel eins. Als offizielle Betty-Programmzeitschrift, die Betty-Aktionen ausweist, fungiert die "tv14", Deutschlands auflagenstärkste 14tägliche Fernsehzeitschrift aus der Bauer Verlagsgruppe.

Das Herzstück von Betty ist eine Fernbedienung mit Display, auf dem die Aktionen zum laufenden Programm dargestellt werden. Das Fernsehbild bleibt also bei allen Betty-Aktionen unberührt. Außerdem verfügt Betty im Vergleich zu handelsüblichen Fernbedienungen über vier zusätzliche Auswahl- und Abstimmastasten, die sich intuitiv bedienen lassen. Betty wird im kompletten Set für 39,90 Euro im Handel angeboten, für den Zuschauer fallen danach weder Abo- noch Verbindungsgebühren an. Neben der Fernbedienung gehören ein Betty-Scart-Adapter und ein Betty-Telefon-Adapter zum Set.

Betty-Aktionen

Mitreden, mit raten und mitspielen - mit Betty ist der Zuschauer ab sofort näher dran am Programm. Die TV-begleitenden Aktionen, die auf Betty angeboten werden, sind zu mindestens zwei Dritteln kostenlos und finden zu maximal einem Drittel in einem werblichen Kontext statt. Alle kostenpflichtigen Betty-Aktionen erfordern immer eine explizite Zustimmung des Betty-Zuschauers und können durch einen PIN-Code geschützt werden. Pro Sender werden täglich über 30 Betty-Aktionen angeboten.

Sofameilen und Superpreise

Fernsehen wie bisher und dafür auf einmal belohnt werden - Betty macht's möglich. Bei den Wissens-, Programm- und Ratespielen gewinnen die Betty-Zuschauer mit der richtigen Antwort Sofameilen, die sie auf ihrem Bettykonto sammeln. Die Sofameilen können dann im Rahmen des Bonusprogramms HappyDigits in attraktive Prämien aus dem HappyDigit-Shop umgewandelt werden. 14 Sofameilen entsprechen dabei einem Digit. Darüber hinaus spielt Betty in regelmäßigen Abständen so genannte Superpreise aus. Dabei handelt es sich um einzigartige, nicht käufliche Preise, wie etwa ein Treffen mit dem

Liebblings-Superstar hinter den Kulissen, die Reise zu einer Filmpremiere in Hollywood oder ein exklusiver Besuch in der Boxengasse der Formel 1.

Technischer Hintergrund und Installation

Die Installation von Betty funktioniert ganz einfach. Der Betty-Scart-Adapter wird in die Scart-Buchse des TV-Geräts gesteckt, wo er über eine Codierung im nicht-sichtbaren Bereich des Fernsehbildes Informationen ausliest und per Funk an die Betty-Fernbedienung schickt. Der Rückkanal wird über den Betty-Telefon-Adapter hergestellt, der an die haushaltsübliche Telefonbuchse angeschlossen wird und von dort aus eine entgeltfreie Verbindung zur Betty-Zentrale herstellt. Für den Zuschauer entstehen bei der Teilnahme an Betty-Aktionen somit keine zusätzlichen Gebühren - außer bei kostenpflichtigen Aktionen, auf die Betty aber gesondert hinweist. Die Abrechnung kostenpflichtiger Betty-Aktionen erfolgt im Regelfall über die Festnetz-Telefonrechnung, wobei jede Aktion transparent im Benutzerkonto geführt wird.

Betty baut - anders als alle bisherigen Lösungen für interaktives Fernsehen - auf der bestehenden TV-Infrastruktur auf. Das heißt: Betty funktioniert ohne Set-Top-Box und ist bei analogem wie digitalem TV-Empfang einsetzbar. Dabei spielt es keine Rolle, ob der Zuschauer sein TV-Programm über Kabel, Satellit, Antenne oder das Internet, als Free-TV oder Pay-TV empfängt.

Betty im Handel

Betty gibt es ab sofort Online sowie im Elektrohandel zu kaufen. Über die Kooperation mit Imgram Micro, Deutschlands führendem Großhändler für Informationstechnologie, ist Betty bei Händlern der Verbundgruppen Euronics und EP Electronic Partner und bei Elektro-Großmärkten wie Saturn sowie in den Karstadt-Filialen erhältlich. Im Internet wird die Mitspiel-Fernbedienung über Amazon, Cyberport, den ProSieben-Shop sowie einen eigenen Betty-Online-Shop (www.betty-tv.de) vertrieben.

Betty in der Schweiz

Bereits seit Mitte 2006 läuft Betty TV in der Schweiz im Regelbetrieb und bietet auf den Sendern Schweizer Fernsehen SF1 und SFzwei, RTL, ProSieben, Sat.1, Star TV und Tele Bärn täglich zahlreiche Betty-Aktionen. Wie hoch die Bereitschaft der Betty-Zuschauer zum Mitmachen ist, zeigt eine Analyse der Nutzungsgewohnheiten. Neun von zehn Zuschauern nutzen Betty mehrmals pro Woche, beinahe jeder Zweite sogar mehrmals täglich. Die Response-Quote bei den Betty-Aktionen liegt konstant bei über 30 Prozent.

Betty - Das Unternehmen

Die Idee zu Betty stammt von Matthias Zahn. Der Physiker und Gründer der FAST Unternehmensgruppe stellte bereits mit innovativen Produkten aus den Bereichen Software Security, Video Editing und Personal Video Recorder seinen Erfindungsreichtum mehrfach unter Beweis. In dreijähriger Forschungsarbeit entwickelte Matthias Zahn Betty zur Serienreife und gründete 2003 die Betty TV AG mit Sitz in München. Das Unternehmen ist Teil der Betty Holding AG, die im September 2006 von der Swisscom Fixnet AG, Bern, übernommen wurde. Mit dem Engagement sicherte sich das Schweizer Telekommunikationsunternehmen 100 Prozent der Stimmrechte an der Betty Holding AG.

Wolfram Schmidt, Vorstandsvorsitzender der Betty TV (Deutschland) AG: "Wir wollen mit Betty das Fernsehen für die Betty-Zuschauer noch attraktiver machen, indem wir Ihnen viel Spaß und einen klaren Zusatznutzen bieten und das Ganze noch mit Sofameilen und Superpreisen belohnen. Den TV-Sendern geben wir mit Betty ein einzigartiges Instrument zur Kundenbindung an die Hand. Gleichzeitig bieten wir Ihnen die Möglichkeit, das klassische Werbeprodukt - den TV-Spot - mit Responseelementen aufzuwerten. So wird aus dem Massenmedium TV ein echtes Dialogmedium."

Peter Christmann, Vorstand Sales & Marketing der ProSiebenSat.1 Media AG: "Mit Betty gehen wir einen weiteren Schritt in Richtung TV 2.0. Durch die direkte Interaktion mit dem Fernsehpublikum erhöhen wir die Zuschauerbindung und die Bedeutung unserer Free-TV-Marken. Gleichzeitig vereint das Fernsehen erstmals die Interaktivität des Internets, die 1:1-Ansprache des Direktmarketings und die Reichweite eines Massenmediums in sich. Davon profitiert auch die Werbevermarktung: Mit Betty erschließen wir einen weiteren Weg für eine effiziente und individuelle Verbraucheransprache."

Pressekontakt:

Für weitere Informationen und Bildmaterial zu Betty TV wenden Sie sich bitte an:

Betty TV (Deutschland) AG
Martina Euchenhofer
Rüdesheimer Strasse 11
80686 München
Tel.: 089/540 40 228
m.euchenhofer@betty-tv.de

dot.communications
Holger Neumann
Augustenstr. 52
80333 München
Tel.: 089/53079723
h.neumann@dot-communications.de

Für weitere Informationen zu SevenOne Media wenden Sie sich bitte an:

SevenOne Media GmbH
Andreas Kühner
Betastr. 10 i
85774 Unterföhring
Tel.: 089/9507-4131
andreas.kuehner@sevenonemedia.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011777/100523845> abgerufen werden.