



Swisscom TV 2.0: Mit noch mehr Unterhaltung auf dem Weg zu weiterem Wachstum

Jeden Tag wechseln rund 1'250 Kunden zu Swisscom TV 2.0, davon ein grosser Teil Neukunden. Um Kunden auch in Zukunft vom eigenen TV Produkt zu überzeugen, baut Swisscom ihr Angebot weiter aus: Mit einer neuen TV-Box, die im Frühjahr 2016 auf den Markt kommt, mit ultrascharfen UHD-Inhalten, einem cloudbasierten Gaming-Angebot, noch aktuelleren, neuen TV-Serien und einem neuen Replay Guide. «Wir wollen wie bisher weiterwachsen und UPC Cablecom kommendes Jahr überholen. Mit den neuen Angeboten geben wir den Kunden noch mehr gute Gründe, zu uns zu wechseln», zeigt sich Marc Werner überzeugt.

2006 brachte Swisscom als Neueinsteigerin im TV-Markt das digitale Fernsehen in die Schweiz. Heute nutzen bereits über 1,24 Millionen Kunden Swisscom TV. «Wir sind mit unserem Angebot so erfolgreich, weil wir ein attraktives Produkt entwickelt und dazu kräftig in unsere Infrastruktur investiert haben», so Marc Werner weiter. Das Medium TV entwickelt sich kontinuierlich weiter: Eine zentrale Rolle werden die Bildqualität, neue Angebote über das klassische TV-Programm hinaus, das einfache Entdecken der passenden Inhalte, sowie deren Aktualität spielen. Swisscom bringt in den nächsten Monaten viele Neuerungen in all diesen Bereichen.

Eine neue Box für eine neue Ära der Bildqualität: Ultra High Definition (UHD)

Immer mehr TV-Zuschauer verfügen über UHD-fähige Fernsehgeräte. UHD bietet eine bis zu vier Mal bessere Auflösung als der HD-Standard. Mit der neuen TV-Box werden Kunden von Swisscom TV 2.0 UHD-Inhalte auf ihren Endgeräten geniessen können. Die neue TV-Box wird auch High Dynamic Range (HDR) unterstützen und so brillante Bilder wiedergeben. Trotz mehr Leistung wird sie kleiner und stromsparender als die aktuelle TV-Box sein. Swisscom wird zu Beginn Spielfilme, Dokumentationen und Serien auf Abruf in der hohen Auflösung anbieten. Auch ist geplant, ab der Saison 2016/2017 erste Spiele der Fussball Super League in UHD anzubieten. Zudem beabsichtigen wir, nach Möglichkeit, ausgewählte Spiele grosser Sport-Events wie etwa der Euro2016 auszustrahlen.



Videospiele über die TV-Box

Mit einem Gaming-Angebot baut Swisscom ihr Angebot weiter aus – und macht so einen wichtigen Schritt hin zur umfassenden Entertainment-Plattform. Dank grosser Fortschritte in der Streaming-Technologie können Spiele in äusserst guter Qualität angeboten werden. Kunden werden nur einen zusätzlichen Controller benötigen und können die angebotenen Spiele sofort und ohne Download über ihre TV-Box spielen. Mit Gamefly, dem grössten Game on Demand-Anbieter in den USA, ist ein Partner an Bord, der für eine hohe inhaltliche Qualität und Vielseitigkeit der angebotenen Games bürgt. Das Angebot startet Anfang 2016, Details werden später veröffentlicht.

Hot from the US – und neue Wege, die passenden Inhalte noch einfacher zu entdecken

Bereits morgen, 16. September, werden bei Swisscom TV brandneue Inhalte dazukommen: «Hot from the US» bringt die neuesten US-Serien kurze Zeit nach Erstausstrahlung in die Schweizer Wohnzimmer (die ersten neuen Episoden werden, je nach US-Start, ab dem 24. September verfügbar sein). Ebenfalls neu: Teleclub Play und Canalplay lancieren eine französischsprachige Videoflatrate für Kunden von Swisscom TV 2.0. Play bietet zu Beginn eine Auswahl von 7'500 Titeln, darunter Serien, Filme, Kindersendungen, Dokumentationen sowie exklusiv ein umfassendes Sportarchiv.

Mit über 250 Sendern, sieben Tagen Replay und einem riesigen VoD-Angebot wird es immer schwieriger, die individuell interessanten Inhalte zu finden. Swisscom TV bietet bereits jetzt persönliche Empfehlungen und redaktionelle Tipps. Mit dem neuen Homescreen 2.0, einer umfassenden Erweiterung der aktuellen Benutzeroberfläche können sich Kunden ebenfalls ab morgen einfacher, schneller und intuitiver für die passenden Inhalte entscheiden. Besonders hilfreich ist der neue Replay Guide: Er hilft den Kunden, aus gut 30'000 verfügbaren Replay Sendungen (bei 7 Tagen Replay) die passenden Inhalte zu finden. Bequem unterteilt nach Genre, kann der Kunde gezielt nach Filmen, Serien, Dokus, Unterhaltung und vielem mehr suchen.

Bern, 15. September 2015