



Presse-Information

Wien, 2. Juni 2008

Telekom Austria Unternehmensfernsehen in.tv künftig im 16:9 Format

Umstellung ermöglicht in.tv moderne Bildsprache – Einblenden von zusätzlichen Informationsinhalten im Bildhintergrund über Blue und Green Box Verfahren – Volle Multimedialität durch parallele Einspielung von Grafiken, Tabellen, Flipcharts oder 3D-Animationen – Neues Sendungsformat "Bonusbeitrag" ergänzt optischen Upgrade

Mit der aktuellen Sendung hat in.tv, das Unternehmensfernsehen von Telekom Austria, seinen Look auf das heute gängige Breitbildformat 16:9 umgestellt. „Damit verfügt in.tv künftig über alle produktionstechnischen Gestaltungsmöglichkeiten des modernen Fernsehens“, so Ing. Martin Bredl, Leiter Kommunikation bei Telekom Austria TA AG. Marc Miletich, Geschäftsführer Sonovista (<http://www.sonovista.com>) und Umsetzungspartner bei in.tv, ergänzt: „Der entscheidende Vorteil des breiteren Bildformats ist, dass wir auf Basis des Blue Box- oder Green Box-Verfahrens ab sofort noch mehr Informationen ins Bild bringen können. So entsteht für die Zuseher von in.tv wirkliches Multimedia mit höchster Informationsdichte“.

Die Entwicklung des TV-Designs und die technische Umsetzung des User Interfaces erfolgten durch DMC GROUP. „in.tv ist interaktives Fernsehen, das einfache Bedienung und modernste Sendergestaltung vereint. Unserem Verständnis nach die Basis dafür, dass Format und Inhalte von den MitarbeiterInnen so gut angenommen werden“ meint Ewald Pichler, Geschäftsführer von DMC 01.

Breiteste Akzeptanz bei den MitarbeiterInnen

Das nach einer Pilotsendung im Herbst 2005 im Jänner 2006 regulär auf Sendung gegangene in.tv genießt bei den MitarbeiterInnen von Telekom Austria nach zweieinhalb Jahren Sendebetrieb breite Anerkennung. „Wir haben mit in.tv von Anfang an die Vernetzung der MitarbeiterInnen über Bereichsgrenzen hinweg angestrebt“, erinnert Bredl an die Beweggründe für die Einführung des Unternehmensfernsehens. Dieses Ziel ist voll aufgegangen. Seit dem Start haben nahezu alle MitarbeiterInnen irgendwann in.tv gesehen. Bis heute sind an die 60 Beiträge gedreht und im Intranet von Telekom Austria veröffentlicht worden.

Für die Produktionsleitung von in.tv zeichnet seit Beginn die unternehmenseigene Unit IVS (Interactive Video Services) verantwortlich. Unter der Leitung von Ing. Mag. (FH) Gerald Prangl konnte IVS in den vergangenen Jahren umfangreiches Know How in den Bereichen Medienproduktion und langfristige Medienarchivierung aufbauen.

Noch mehr Mitarbeiter Ö-Töne durch neue Sendeleiste Bonusbeitrag

In Ergänzung zu den optisch aufwendig gestalteten Hauptbeiträgen wurde bei in.tv die Sendeleiste des Bonusbeitrages geschaffen, in denen die MitarbeiterInnen nahezu ungekürzt zu Wort kommen können und keine vorgegebenen Rede- oder Interviewzeiten einhalten müssen.

„Damit gibt es auf in.tv künftig noch mehr Information im doppelten Wortsinn: Einerseits durch die neue Verständlichkeit der multimedialen Darstellung im Hauptprogramm und andererseits durch die ergänzende Sendeleiste des Bonusbeitrages, wo thematisch schwierige



Sachverhalte auch mal ausführlich erklärt werden können“, gibt Miletich Einblick in die beiden Entwicklungslinien des Unternehmensfernsehens.

Im neuen 16:9 Look und mit den Bonusbeiträgen sollte in.tv seine hohe Akzeptanz bei den MitarbeiterInnen – mit bislang durchschnittlich rund 2.000 unique Usern pro Beitrag – künftig weiter ausbauen können.

in.tv Beiträge gehören längst zum Kern des Unternehmenswissens

Die Beiträge des Unternehmensfernsehens, die nach der Erstausstrahlung dauerhaft in einem Sendungs-Archiv zur Verfügung stehen, sind ihrer Funktionalität nach heute mehr als bloß informative „Themeninseln“ im Sinne einer Momentaufnahme auf wichtige Ereignisse, sie sind längst Puzzleteile eines verschränkten Wissensmanagements. Immer wieder werden Beiträge von in.tv zu Schulungszwecken oder für interne und externe Präsentationen eingesetzt.

Beeindruckender Programm-Mix mit Menschen im Mittelpunkt

Das Unternehmensfernsehen von Telekom Austria hat von Anfang an auf Themenvielfalt abgezielt. Neben Vorstandsbotschaften und der Berichterstattung über wichtige Projekte im Unternehmen wurde immer der Vorstellung von MitarbeiterInnen aus den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen breiter Raum gegeben. „Dieser Aspekt von in.tv ist besonders wichtig, weil sich Menschen primär für Menschen interessieren“, weiß Marc Miletich, worauf es beim Unternehmensfernsehen ankommt.

In die gleiche Kerbe zielt auch Martin Bredl: „Durch das Kennenlernen von handelnden Personen verschwinden Vorbehalte und Bereichsgrenzen und tragen so zu einer Kultur der Zusammenarbeit bei, die sich insgesamt in einer starken Loyalität gegenüber dem Unternehmen äußert.“