

Fernsehen wird interaktiv: „Shazam for TV“ bald in Deutschland

In den USA unterstützt Shazam-App ab sofort alle Sendungen auf allen Kanälen / App zur TV-Interaktion bald auch in Europa / Bereits mehr als eine viertel Milliarde Nutzer weltweit

London, 17. September 2012 – [Shazam](#), „Media Engagement“-Spezialist und hierzulande vor allem durch seine App zur Identifizierung von Musiktiteln bekannt geworden, wird seinen Service in Europa und Deutschland massiv ausbauen. Bereits heute erweitert Shazam sein Angebot für Fernsehzuschauer in den USA: Mit der App „Shazam for TV“ liefert das Unternehmen ab sofort Zusatzinformationen zu jeder Sendung, zu jeder Zeit*. Der digitale TV-Kompagnon stellt beispielsweise Details zur Besetzung und den Soundtracks von Serien oder Filmen bereit, zeigt Tweets, Gossip oder Trivia der Celebrities oder auch Fotos an. Über eine direkte Anbindung an Facebook und Twitter lassen sich diese Informationen im persönlichen Netzwerk teilen und diskutieren.

In Westeuropa werden die „Second Screen“-Interaktionsfunktionen von Shazam bereits heute im Rahmen von Werbespots eingesetzt, beispielsweise in Kampagnen von Renault, Toyota, Reebok, Schweppes, Unilever, Microsoft und Pepsi. In den kommenden Monaten werden Nutzer in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien und Spanien Shazam auch dazu nutzen können, Informationen zu ihren Lieblingssendungen abzurufen und sich mit ihren Freunden darüber auszutauschen. Dass sich Letzere dort bewegen ist durchaus wahrscheinlich: die Shazam-App hat vor Kurzem die Schallmauer von mehr als 250 Millionen Nutzern weltweit durchbrochen.

„Mehr als eine viertel Milliarde Shazam-Nutzer bilden eine sehr starke Basis wenn es um den Austausch über oder auch die Interaktion mit Medien geht – egal ob es sich dabei um Musik oder Fernsehen handelt. In den USA haben wir nun unseren Dienst massiv ausgebaut, sodass Menschen sich zu jeder Zeit über jede Sendung unterhalten können“, sagt Andrew Fisher, CEO von Shazam. Ab heute können Fernsehzuschauer in den USA folgende Funktionen nutzen:

- „Featured Music“: Shazam nutzt seine Kompetenz im Musikbereich und seine über 20 Millionen Tracks umfassende Datenbank dazu, Musikstücke in den Sendungen zu identifizieren
- Informationen zur Besetzung: Die Shazam-App sagt dem Nutzer, welche Schauspieler in der betreffenden Sendung zu sehen sind und informiert darüber, wo diese bisher mitgespielt haben
- „Trivia“: Nützliche und unterhaltsame Daten und Fakten sowie kleine Geschichten rund um die Lieblingssendungen werden ebenfalls von Shazam bereitgestellt
- „Celebrity Buzz“: Wer auf Gerüchte zu Stars und Sternchen seiner TV-Shows nicht verzichten will, wird von Shazam nicht enttäuscht – auch diese kommen per App zur Sendung
- „Social Sharing“: Live-Twitter-Feeds zu jeder Sendung und die Möglichkeit, sich via App mit seinen Freunden auszutauschen, machen aus Couch-Potatoes aktive Zuschauer
- Weitere Informationen: Shazam verweist auf weiterführende Informationen, beispielsweise auf die Website der Sendung, Einträge dazu in der Internet Movie Data Base (IMDB) oder Wikipedia

Shazam stellt dabei für jedes Sendeformat die jeweils passende Auswahl an Zusatzinformationen bereit: Bei Sportsendungen werden beispielsweise Statistiken und Terminpläne anstatt der Informationen zur Besetzung angezeigt.



„Im Laufe des letzten Jahres haben wir viel ausprobiert und gelernt was funktioniert – vor allem indem wir maßgeschneiderte interaktive Second-Screen-Anwendungen für unterschiedliche Formate gebaut haben“, so Doug Garland, Chief Revenue Officer von Shazam. „Darunter waren beispielsweise die Olympischen Spiele auf NBC, American Idol, die Grammys und der Super Bowl, aber auch andere Sport-, Film-, Comedy-Formate oder Award-Shows. All diese Erfahrungen sind in den Ausbau unseres Angebots eingeflossen und wir werden auch weiterhin einzigartige Anwendungen für die populären Sendungen unserer Partner erstellen.“

„Studien zeigen, dass 86 Prozent aller Smartphone-Besitzer ihr Gerät auch dann nutzen, wenn sie vor dem TV-Gerät sitzen“, so Andrew Fisher. „Bei unseren bisher durchgeführten Projekten konnten wir auch schon zeigen, dass das Bedürfnis, sich zu Sendungen auszutauschen durchaus besteht: Mehr als eine Million Menschen haben beispielsweise die Schlusszeremonie der Olympischen Spiele bei der NBC-Übertragung getaggt, und etwa ebenso viele das US Open Grand Slam Tennis-Turnier auf CBS. Wir gehen davon aus, dass unser erweitertes TV-Angebot und unsere umfassenden Social Features die Interaktionen weiter erhöhen werden.“

Shazam erweitert nicht nur sein Shazam for TV-Angebot, das Unternehmen baut auch die Social Features für iPhone, iPod Touch, iPad und Android-Geräte aus. Wenn Shazam-Nutzer die „Freunde“-Funktion in ihrer App öffnen, sehen sie, was ihre Freunde taggen und können Tags kommentieren. Wenn Nutzer das möchten, tauchen getaggte Inhalte auch in der persönlichen Facebook-Timeline auf. So können Unterhaltungen zu Musik oder Sendungen auch dort weitergeführt werden. Menschen, die Shazam das erste Mal nutzen, sehen dort eine „Login mit Facebook“-Option. Die betreffenden Facebook-Einstellungen können in der Shazam-App geändert werden. Social Sharing via Twitter und Google+ ist ebenfalls möglich. Diese Funktionen werden in den kommenden Wochen aktiviert werden, zusammen mit der Möglichkeit, Tags mit einem Facebook-„Like“ versehen zu können.

Die [Shazam App](#) steht kostenlos für allen relevante Plattformen zum Download bereit – zum Beispiel im [iTunes App Store](#), bei [Google Play](#), im [Amazon App Store](#), im [Nokia Store](#), im [Windows Phone Marketplace](#) oder in der [BlackBerry App World](#).

* Shazam for TV funktioniert zusammen mit über 160 TV-Kanälen in den USA über Kabel, Satellit und andere Übertragungswege. Lokal ausgestrahlte Sendungen oder lokale Werbung wird von Shazam nicht in jedem Fall unterstützt.

* * *

Über Shazam

Die „Media Engagement“-Spezialisten von Shazam bieten mit ihrer Tagging-App Smartphone-Nutzern eine sehr einfache Möglichkeit, Musik, TV-Shows und Markeninhalte zu entdecken, mehr darüber zu erfahren, Inhalte zu teilen und auch Angebote einzukaufen. In seinem Feld ist das Unternehmen mit mehr als 250 Millionen Nutzern in 200 Ländern weltweit Marktführer. Jede Woche kommen aktuell zwei Millionen weitere Nutzer hinzu. Weitere Informationen zu Shazam stehen auf www.shazam.com bereit. Auf Twitter erfolgen Updates via www.twitter.com/ShazamNews und eine Vernetzung via [Facebook](#) ist ebenfalls möglich. Tägliche Musik-Updates gibt es zudem im [Shazam Blog](#) und via www.twitter.com/Shazam.

Presseanfragen

Michael Waning, Hotwire PR
Tel: +49 (0)89 8099 1113 6
E-Mail: michael.waning@hotwirepr.com

Florian Hohenauer, Hotwire PR
Tel: +49 (0)89 8099 1113 3
E-Mail: florian.hohenauer@hotwirepr.com

The Shazam, Shazam Encore, LyricPlay, and Shazam for TV names and icons are trademarks of Shazam Entertainment Limited