

Produktionen: DVD und Web kombinieren



# DVD-Tool für Online-Verknüpfung

Die Verbindung von On- und Offline-Inhalten wird schon seit längerem praktiziert. Wegen der Limitierungen von CD-ROM und Internet funktioniert sie aber in vielen Fällen nicht wirklich optimal. Die Potsdamer Mediacs AG, bisher als Produzent hochwertiger Video-DVDs bekannt, will mit ihrem Produkt DVNet eine neue Qualität solcher hybriden Anwendungen erreichen.

TEXT: PETER DEHN • BEARBEITUNG: NONKONFORM • BILDER: MEDIACS, ARCHIV

Nach Auffassung der Mediacs AG sollte das im Begriff DVD enthaltene »versatile« nicht auf die schon bekannten Features einer Videoscheibe beschränkt bleiben. Die DVD mit Online-Anbindung, so Vertriebsleiter Bernd Rudolph, vermag die Vorteile beider Medien zu vereinen und dadurch ihre jeweiligen Nachteile – beschränkte Bandbreite im Web, alternde Inhalte auf der DVD – auszugleichen. Dabei können aktuelle Online-Ergänzungen, auf die direkt von einer Entertainment-DVD zugegriffen wird, zweifellos die Kundenbindung erhöhen. Einen Markt sieht Bernd Rudolph aber gerade im Business-to-Business-Bereich.

## DVD und Web sinnvoll verbinden

Beispielhaft nennt er Anwendungen wie etwa Leitfäden zur Wartung, Bedienung oder Konstruktion komplexer Maschinen. Hier lässt sich mit Video-Sequenzen klarer, schneller und verständlicher Information vermitteln als mit anderen Mitteln. So können umfangreiche Videoanteile zusammen kommen. Während diese grundlegenden Informationen längeren Bestand haben, gibt es aber auch Informationen mit kürzeren Halbwertszeiten, etwa Verfügbarkeit und Preise von Ersatzteilen. Kombiniert man Videos von der DVD mit

**DVD und Online: Verschiedene Nutzungstiefen für unterschiedliche Anwendergruppen in der technischen Dokumentation.**



**DVNet: Unternehmenskommunikation und B-to-B-Applikationen im Fokus.**



© Nonkonform GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

Dieser Artikel wurde aus dem Online-Dienst [www.film-tv-video.de](http://www.film-tv-video.de) kopiert. Der Artikel und Ausdrücke davon sind nur für den persönlichen Gebrauch von registrierten Nutzern des Online-Dienstes [www.film-tv-video.de](http://www.film-tv-video.de) bestimmt. Alle Nutzer haben bei der Registrierung den Nutzungsbedingungen von [www.film-tv-video.de](http://www.film-tv-video.de) zugestimmt, die das Kopieren und Weiterverbreiten untersagen.

Zusatzinfos aus dem Web, erreicht man gute Videoqualität, schnelles effektives Arbeiten mit den Medien und kann verschiedenen Anwendergruppen die notwendige Informationsstruktur und –tiefe bieten. Es ist also die Verbindung von Offline-Katalog und Online-Shop, die den Reiz dieser Kombination ausmacht.



**Der Offline-Katalog auf DVD lässt sich mit aktueller Preisliste und Online-Shop verknüpfen.**

»Ganz neue Möglichkeiten« sieht Vertriebsleiter Rudolph auch für das E-Learning. Der Einsatz von Videos erhöhe hier die emotionale Bindung. Das Aufbrechen der Linearität eines Unterrichtsfilmes verstärke die Nachhaltigkeit des Lernerfolges, der durch Wissensabfrage per Internet kontrolliert und zur Auswertung erfasst werden kann. Marc Schnabel, Leiter der Software-Entwicklung ergänzt: »Nun können komplexe Seminare mit Wissensabfrage per Internet durchgeführt werden.«

**E-Learning lässt sich mit DVNet interaktiv und bidirektional realisieren.**



## DVNet: Tool für Hybrid-Applikationen

Um Videos und Daten auf der DVD mit dem Web zu verknüpfen, hat Mediacs eine Windows-Software namens DVNet entwickelt. Die läuft prinzipiell nicht nur auf PCs, sondern könnte auch auf windows-basierte Set-Top-Boxen adaptiert werden und übernimmt die Steuerung der DVD, wobei auch Steuerbefehle aus dem Internet im lokalen Player umgesetzt werden können. Die Software wird auf der DVD mitgeliefert und kann beispielsweise Videoclips von der DVD mit aktuellen Informationen aus dem Internet verknüpfen und darstellen.



**Service-Angebote via Hot Spot aufrufen, mit DVNet auch jeweils aktuell von der DVD aus möglich.**

Prinzipiell funktioniert das so: Die Software nutzt den Timecode der DVD, um Inhalte auf der Silberscheibe anzusteuern. Aus dem Internet wird ein kleines »Action-File« geladen, das mit einer Playlist vergleichbar ist. Es steuert die Navigation durch die DVD und platziert die passenden Links im software-basierten Player. Mit dieser Funktionalität lassen sich unterschiedliche Anwendungen realisieren, wie man sie teilweise auch von interaktiven TV-Angeboten kennt. So können etwa bewegten Objekten oder Personen frei programmierbare und anklickbare Hot Spots zugeordnet werden. Klickt man diese Hot Spots an, dann werden beispielsweise Zusatzinfos zum jeweiligen Objekt oder zur Person angezeigt. Für solche Einsätze müssen allerdings, so

**Zum Unternehmen**

Mediacs sieht sich in einer guten Position, die Verbindung von DVD und Internet auch im Entertainment-Bereich umsetzen und vermarkten zu können, weil das Unternehmen Erfahrung mit »Premium Content« im DVD-Bereich vorzuweisen hat.

Eckwerte beim Umgang mit Entertainment-Inhalten sind aus der Sicht von Tiemo Ehmke Werkzeuge, der Einsatz hochwertiger Tonverfahren und Bonusinhalte. Die Video-DVD sei wegen ihrer Stellung in der Wertschöpfungskette ein Produzenten-Tool. »Weil das Produkt völlig anders aussieht als das ursprüngliche Werk«, bringt es dem Produzenten auch neue Perspektiven der Vermarktung. »DVD-Studios müssen mehr Gewicht auf redaktionelle Kompetenz und Ausstattung legen und um das Produkt eine Welt aufbauen.« Unterstützt werde das auch durch die Möglichkeit der FFA-Förderung, ergänzt Ehmke.

Bei Mediacs entstanden DVDs wie »Crazy«, wovon zusätzlich eine limitierte Sonderedition produziert wurde. Das Grönemeyer-Konzertvideo »Stand der Dinge« war mit 120.000 verkauften Exemplaren im Laden erfolgreich und wurde zudem in den USA mit drei Awards der »DVD Association of America« gewürdigt: für »Bonusmaterial & Special Features«, »Audio Qualität/Präsentation« und »Navigation/Design«. Auch die bei Mediacs produzierten DVDs »Sleepy Hollow« und »American Pie« sind preisgekrönt. Die Mediacs AG verfügt außerdem über einen eigenen Lizenzstock, der jüngst durch 17 Titel von BMG/Universum Film erweitert wurde. Die ersten Veröffentlichungen sind für das Jahresende angekündigt.

schränkt Mediacs-Vertriebsmann Rudolph ein, schon bei der Produktion und Bearbeitung der Videos Konzessionen an diese Nutzungsvariante gemacht werden: Die normalerweise üblichen, schnellen Szenenfolgen begrenzen die Einblendzeiten der Hot Spots erheblich.

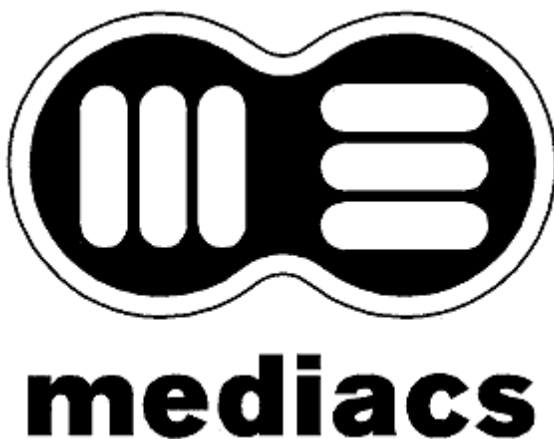
**Bruce Willis mit Hot Spot, der beim Anklicken die Filmographie aus dem Netz abruft.**



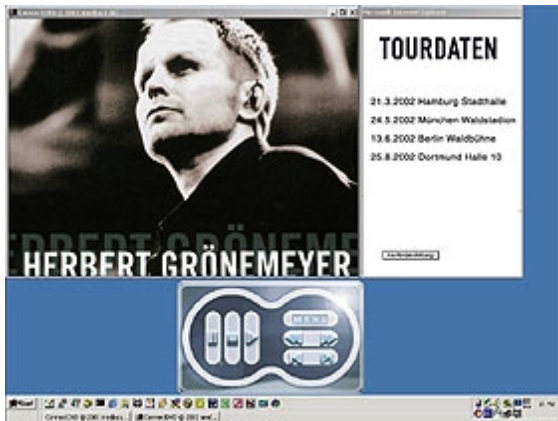
**Neben B2B auch Entertainment im Blick**

Wegen der fehlenden Online-Anbindung von DVD-Videoplayern und anderen UE-Geräten, zielt die Verknüpfung von DVD und Web zunächst klar in Richtung der Nutzung am Computer und somit geht die Präferenz eher in Richtung Business-to-Business. Allerdings sei, so Tiemo Ehmke von Mediacs, die DVD heute überwiegend »ein Kaufmedium und die Käufer sind

**Online-Link auf die Website eines DVD-Kinofilms.**



© Nonkonform GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Dieser Artikel wurde aus dem Online-Dienst [www.film-tv-video.de](http://www.film-tv-video.de) kopiert.



**Zusatznutzen für Musikvideo-DVD: aktuelle Konzerttermine aus dem Netz ermöglichen hohe Kundenbindung.**

kino-affin, technikinteressiert und qualitätsbewusst.« Darin besteht aus Sicht der Potsdamer auch ein klarer Ansatzpunkt für Konzertvideos und Kinofilme mit Online-Marketing-Optionen.

