

M7 startet neue hybride TV-Plattform Alternative in HDTV

Mit der neuen TV-Plattform Diveo will die M7 Group, Anbieter von TV-Entertainment für Kabel- und IP-Netze, jetzt das Fernsehprogramm „unverpassbar“ machen. Dafür verknüpft Diveo die Vorteile des Satelliten mit den Möglichkeiten des Internets, um überall und jederzeit den Zugang zu linearen und non-linearen HDTV-Inhalten zu ermöglichen. Ab sofort stehen im Diveo Online-Shop drei Pakete ab 7,90 Euro zur Auswahl; für den Vertrieb über den Fachhandel hat das Unternehmen Hymes Networks als Distributor gewonnen.

Hinter der neuen Plattform steht eine von der M7 Group entwickelte Technologie. Diveo wird über Satellit (Astra 19,2° Ost) und das Internet verbreitet. Für den Empfang werden die von M7 entwickelte, hybride Diveo-Box, ein Anschluss an die heimische SAT-Anlage sowie ein Internetzugang benötigt. Die Diveo-Box wird mit dem mitgelieferten Lan-Kabel mit dem Internet und über die HDMI-Schnittstelle mit dem Fernsehgerät verbunden. Wenn dann die Diveo-TV-App auf einem mobilen Endgerät installiert ist, können die Kunden lineare und non-lineare TV-Inhalte auf ihrem Fernsehgerät, auf Endgeräten wie Tablets,

Smartphones oder PCs im Heimnetzwerk sowie unterwegs über WLAN oder mobiles Internet anschauen. Zudem kann mit der TV-App Sendungen aufnehmen, Aufzeichnungen auf einer Cloud-Plattform speichern, während eines laufenden Programms neu starten, pausieren, steuern und abrufen sowie auf Mediatheken und eine VoD-Bibliothek zugreifen.

Alternativ lässt sich Diveo auch über ein CI+ Modul für das TV-Gerät nutzen. Für die zahlreichen digitalen Funktionen braucht man die kostenlose Diveo-TV-App, die in Kürze für Samsung-Geräte verfügbar sein wird; Varianten für weitere Hersteller sollen folgen.

Drei Varianten

Zum Marktstart gibt es Diveo in drei Varianten. Das „Erlebnis-Paket“ für 7,90 Euro monatlich bietet über Satellit mehr als 50 HD-Sender, darunter die öffentlich-rechtlichen HD-Programme sowie Privatsender wie RTL HD, Pro 7 Sat.1 HD, Vox HD, RTL II HD, Eurosport 1 HD, Sport 1 HD und Nitro HD. Beim Paket „Entdecker“ für 11,90 Euro kommen drei Premium-Sender hinzu, die frei aus dem Angebot gewählt und monatlich geändert werden können. Das Paket „Vielfalt“ für 16,90 Euro bietet darüber hinaus eine breite Auswahl von mehr als 20 Premium-Sendern, darunter AXN HD, Fox HD, Sony Entertainment TV HD, Universal Channel HD, Syfy HD und Planet HD. In jedem der Pakete sind die Diveo-TV-App und die beschrie-



Oliver Rockstein ist als Executive Vice President (EVP) der M7 Group für die strategische Ausrichtung und Vermarktung der Marke Diveo verantwortlich. Vor seinem Einstieg bei der M7 Group hat Rockstein 14 Jahre lang in verschiedenen internationalen Leitungsfunktionen für die Tele2 Gruppe gearbeitet. Als Geschäftsführer der Tele2 Communication Services GmbH Germany trieb er von 2008 bis 2016 die Konsolidierung und den Umbau des Unternehmens erfolgreich voran.

benen Funktionen enthalten. Kunden mit Satellitenempfang können Diveo ab sofort online bestellen. Zum Start gibt es dort jedes Diveo-Paket bis zum 30. April für Null Euro monatlich; eine 30-tägige Testphase ist inklusive. Die Nutzer können grundsätzlich zwischen den Empfangsmöglichkeiten Diveo-Box oder Diveo CI+ Modul wählen. Die Vertragslaufzeit für Diveo beträgt zwölf Monate.

Die Diveo-Box wird bis zum 30. April für 79 Euro angeboten. Zu allen Paketen gehören auch zu zehn Stunden Speicherplatz in der Cloud. Kunden mit mehr Speicherbedarf kön-

nen weitere Kapazitäten hinzubuchen. Zusätzlich zur Online-Bestellmöglichkeit soll es Diveo auch im Fachhandel geben. „Wir freuen uns über das große Interesse des Fachhandels an Diveo“, sagte Oliver Rockstein, der als Executive Vice President (EVP) der M7 Group die Marke Diveo verantwortet. „Es besteht bereits Einigkeit über Listings bei den meisten der großen Fachhandelspartner. Die Vision von Diveo ist es, SAT-Haushalten die Zukunft des TV-Erlebnisses zu bieten und das Angebot ständig weiterzuentwickeln. Dies geht nicht alleine, sondern nur im Dialog mit den Sendern und Contentanbietern und vor allem im engen Austausch mit dem Handel.“

Pakete für den Fachhandel

Auf der ElectronicPartner Messe in Düsseldorf und dem Euronics Kongress in Leipzig stellte Diveo die ersten Pakete für Handelspartner vor: Die Set-Top-Box Variante umfasst die Diveo-Box und einen zunächst dreimonatigen Diveo-Zugang für 119 Euro (UVP). Sat-TV-Haushalten, die Diveo lieber per Modul aktivieren

möchten, kann der Fachhandel ein Diveo CI+ Modul und einen dreimonatigen Zugang zu Diveo für UVP 79 Euro anbieten. Mit beiden Varianten können die Kunden über 50 Sender in HD-empfangen, die Programme auf TV, Smartphone oder Tablet anschauen, interaktive Funktionen nutzen, Sendungen aufzeichnen und auf eine wachsende Zahl Mediatheken – zu Beginn über 30 – zugreifen. Um Diveo zu aktivieren, muss sich der Kunde registrieren, was nach dem Kauf beim Fachhandel ohne Angabe eines Zahlungsmittels möglich ist. Nach Ablauf der Testphase kann das Abo wahlweise im Handel oder online abgeschlossen werden.

Partnerschaft mit Hymes Networks

Um den Fachhandel intensiv zu betreuen, hat Diveo eine Kooperationsvereinbarung mit Hymes Networks abgeschlossen. Der Distributor ist mit seinem kompetenten Team rund um die Geschäftsführer Markus Häp und Udo Knauf im Consumer Electronics Markt gut vernetzt. „Diveo ist ein in mehrfacher Hinsicht attrak-

tives Produkt für den stationären Fachhandel“, erklärte Udo Knauf. „Es passt einerseits perfekt als Upselling-Produkt zu HD-, Ultra-HD-TV-Geräten und modernen Smart-TVs und ist andererseits relevant für Tablets und Smartphones.“ Um eine intensive Betreuung des Handels sicherzustellen, will Hymes Networks seine Vertriebsressourcen kurzfristig deutlich ausbauen und weitere Spezialisten an Bord nehmen. „Diveo kommt in unseren Augen zum perfekten Zeitpunkt“, betonte Knauf. „Nutzer konsumieren im Schnitt über drei Stunden lineares TV pro Tag, erwarten jedoch im digitalen Zeitalter nahtlose Verfügbarkeit der Inhalte auf allen Endgeräten sowie brillante Bildqualität – und dies jederzeit und überall. Diveo bietet all dies in einer Plattform. Ein großer Vorteil für den Handel ist zudem, dass Diveo einfach zu bedienen ist. Händler können so auch weniger technikaffinen Nutzern zu dieser smarten Lösung raten und sich attraktive Margen und zufriedene Kunden sichern.“

Diveo will den Fachhandel mit breit gefächerten Kommunikations-, Werbe- und PR-Maßnahmen unterstützen. Nach dem Start mit der neuen Marke sollen namhafte Kommunikations- und Mediaagenturen für die rasche Steigerung der Bekanntheit sorgen. Als nächster Branchentermin nach den Veranstaltungen von ElectronicPartner und Euronics steht für Diveo die Telering Jahreshauptveranstaltung in Berlin am 5. Mai 2018 auf dem Programm.



Dem Fachhandel stellt Diveo umfangreiches PoS-Material zur Verfügung.

