

**Robert Fahle**  
**Irina Schulze Isfort**

**Quo vadis, Smart TV?**

1. Einleitung.....	5
2. Vom Internet TV zu hybriden Welten.....	5
3. Hürden durch proprietäre Systeme.....	6
4. Neue Marktteilnehmer aus unterschiedlichen Branchen drängen zu Smart TV & Co.....	6
5. Nutzung steckt noch in den Kinderschuhen.....	7
6. Was bringt Second Screen für Smart TV?.....	7
7. Smart TV auch in der Vermarktung als Teil des Fourscreen-Konzepts.....	8
8. Branded Red Button in der Smart TV-Welt.....	9
9. IP Studie "Werbewirkung im Smart TV".....	9
10. Von Digitaltext bis zum Musik-TV der Zukunft.....	10
11. OTT-Angebote für Satellit und Kabel.....	11
12. Modernes Regelwerk für Smart-TV.....	12
13. Ohne Messung keine Monetarisierung.....	13
14. Perspektiven der „smarten“ TV-Welt.....	13