

ZDF analysiert die Nachrichten der Konkurrenz

Das Programm der Konkurrenz zu beobachten ist alte Tradition im Mediengeschäft und keinesfalls verwerflich, da man ja wissen will, was die anderen so machen und was man selbst anders machen könnte, um sich von der Masse abzuheben. Auch beim Radio werden nicht nur generell das Programm sondern vor allem auch die Nachrichten der Konkurrenz genau beobachtet.



Das ZDF setzt ab sofort eine neuartige Bilderkennungsoftware der Darmstädter Firma iPharro ein, einem Ableger des Fraunhofer-Instituts für Graphische Datenverarbeitung (IGD).

Die Software ermöglicht es, die Nachrichtensendungen aller TV-Sender zu analysieren und deren Inhalte miteinander zu vergleichen. Selbst wenn Untertitel oder Grafiken zum ursprünglichen Videomaterial ergänzt oder einzelne Szenen hinzugefügt oder gelöscht wurden, soll die Software automatisch erkennen, wenn es sich um das gleiche Ursprungsmaterial handelt. Damit hat der Mainzer Sender z.B. die Möglichkeit, genau nachzuverfolgen, wo und exakt wann sein eigenes Material überall gezeigt wird.

Die Computererkennung soll sehr stabil laufen, schneller als in Echtzeit arbeiten und nicht einmal auf eine Tonspur angewiesen sein.

Neben dem ZDF gehört u.a. die Nielsen Media Research zu den Nutzern des Programms. Nielsen wertet damit Fernsehwerbespots aus.

29.11.2007 - Mario Müller/wunschliste.de

Quelle: Hotwirepr/ipharro Media GmbH

- ▶ [Diskussion bei tvforen.de](#)
- ▶ [Nächste Meldung: RTL mit neuer Doku-Soap](#)
- ▶ [aktuelle Schlagzeilen](#)