

04.04.2014 - 13:27 Uhr

**newTV Kongress 2014: Das Fernsehen ist tot - lang lebe das Fernsehen!***Hamburg (ots) -*

Vor rund 160 Teilnehmern sprachen gestern führende Experten von TV-Sendern und Unternehmen beim newTV Kongress im Hamburger Oberhafenkontor über die Transformation der Wertschöpfungsketten im Bereich des digitalen Bewegtbildes. Bei der halbtägigen Konferenz der neuen Initiative der Medien- und Digitalwirtschaft nextMedia.Hamburg stand das Thema "everybody >> everything - the new formula for media success?" im Mittelpunkt.

Trent Wheeler vom US-amerikanischen Medienhaus Tribune Media Services (TMS) gab in seiner Keynote Einblicke in die Herausforderungen und Möglichkeiten für einen klassischen Inhalteproduzenten. Bei den dynamischen Entwicklungen des Marktes und der Vielzahl an Plattformen sei es vor allem entscheidend, die Zielgruppen im Blick zu haben und die Wege zu kennen, über die man sie adressiert, so der Vice President of Product. Denn "die Leute wollen nicht nur zuschauen, sie wollen Teil der Geschichte sein." Ob die Nutzung interaktiver Plattformen in Deutschland schon etabliert ist, stellte Christoph Falke von Axel Springer SE in Frage. Nach Meinung des Leiters GB TV/Radio steht Smart TV noch ganz am Anfang. Hinsichtlich der zentralen Frage des Kongresses empfiehlt er: "Nicht alle müssen alles machen, aber man muss den Mut haben, Neues auszuprobieren." Denn er weiß, dass nur zwei von zehn Formaten, die es on air schaffen, auch in die Fortsetzung gehen. Außerdem ist Falke sich sicher, dass beispielsweise Youtube als Kanal ganz anders funktioniert und man sich bei der Content-Entwicklung von alten Denkansätzen lösen muss, um dort erfolgreich zu sein. Arnd Benninghoff, Chief Digital Officer Digital & Adjacent geht noch einen Schritt weiter und steigt mit der These ein, lineares Fernsehen sei tot. Daher transformiert sich der Medienkonzern, nutzt Erkenntnisse aus dem Silicon Valley und stellt fest, dass Multi Channel Networks die neue Generation der Studios sind. Was die Produkttechnik angeht, habe ProSiebenSat1 noch Aufholbedarf, bereite sich aber aktiv auf den Start von Netflix vor. Die Dynamik und Trends im Markt betrachtend, korrigiert er selbst: "Das Fernsehen lebt".

Einig sind sich alle Experten in dem Punkt, dass nicht alle alles machen müssen! Wer dies aber tut, so Axel Meiling von Mücke Sturm & Company, muss immer konsequent, beherrschbar und strategisch passend agieren. "Neue Technologie schafft neue Wege, um Experimente zu wagen", motiviert Frank Beckmann, Fernsehdirektor beim NDR und fasst damit die vorherrschende Meinung aller Speaker zusammen. Auch in der abschließenden Paneldiskussion diskutierten Ralf Klassen (One TV Mag), Bertram Gugel (Medienexperte), Richard Gutjahr (Journalist & Blogger) und Hannes Jakobsen (Divimove) über den fehlenden Mut in der deutschen Bewegtbildbranche. Dabei seien es die überraschenden Stoffe, die der Zuschauer liebt. Zwar bringen beispielsweise Youtube Channel das Ökosystem mittlerweile durcheinander, aber der Fokus liege immer noch auf linearem Fernsehen. "Der Tsunami findet noch nicht statt und wir haben noch Zeit über neue Angebote nachzudenken", so Klassen. Trotz kontroverser Meinungen in einigen Punkten, bestand in der Runde Konsens darüber, dass nicht etwa Algorithmen den Kampf entscheiden werden, sondern der Content. Gutjahr resümiert: "Das Fernsehen wird wiedergeboren".

Der newTV Kongress 2014 fand in Kooperation mit BITKOM statt. Die diesjährige Veranstaltung wird von multithek und Magine unterstützt.

Über newTV Kongress:

Der newTV Kongress findet seit 2009 jährlich statt. Organisiert wird die halbtägige Konferenz von der newTV Focus Group unter dem Dach der neuen Standortinitiative für die Medien- und Digitalwirtschaft nextMedia.Hamburg. Im Rahmen des Kongresses treffen internationale Experten auf Strategen der führenden deutschen TV-Sender, um über interaktive Formate und das sich verändernde Mediennutzungsverhalten zu diskutieren. Er richtet sich an alle Marktteilnehmer, die sich unmittelbar und in ihrer täglichen Arbeit auf das Thema digitales Bewegtbild fokussieren. Egal ob technologische Innovationen, neue interaktive Content-Formate, Geschäftsmodelle im Wandel oder sich verändernde Nutzungsgewohnheiten - im Fokus des Kongresses stehen Branchenthemen und Praxisbeispiele vor dem Hintergrund des Zusammenwachsens von Content und Technologie. [www.newTV-Kongress.de](http://www.newTV-Kongress.de)

Über nextMedia.Hamburg:

nextMedia.Hamburg ist die neue Hamburger Initiative für die Medien- und Digitalwirtschaft. Sie wird getragen von der Freien und Hansestadt Hamburg, der Hamburgischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH dem Verein Hamburg@work e.V. sowie engagierten Unternehmen. Ziel der Initiative ist es, die Spitzenposition der Medienmetropole Hamburg zu sichern und die Rahmenbedingungen für die hiesigen Unternehmen zu verbessern. Dazu bietet die neue Initiative nextMedia.Hamburg ein breites Leistungsportfolio in den Bereichen Service & Support, Publishing, Networking, Themen-Setting, Hosting und Training. Die Initiative nextMedia.Hamburg und das nextMedia StartHub sind erster Ansprechpartner zu allen Fragen der Digitalen Wirtschaft für Unternehmen, Institutionen und Öffentlichkeit in Hamburg. Weitere Informationen unter [nextMedia-Hamburg.de](http://nextMedia-Hamburg.de)

Bilder vom newTV Kongress 2014 stehen unter folgenden Links zum Download zur Verfügung:

<http://ots.de/pb2ry>

<http://ots.de/xbp84>

Kontakt:

Lisa Schachner

Fon: +49 (0)40 67 94 46-6187

Fax: +49 (0)40 67 94 46-11

Mail: [l.schachner@faktor3.de](mailto:l.schachner@faktor3.de)

FAKTOR 3 AG

Kattunbleiche 35

22041 Hamburg

Web: [www.faktor3.de](http://www.faktor3.de)

Facebook: [www.facebook.com/FAKTOR3](http://www.facebook.com/FAKTOR3)

Twitter: [www.twitter.com/faktor\\_3](http://www.twitter.com/faktor_3)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100055791/100754095> abgerufen werden.