22.03.2017 – 15:37 Uhr

newTV Kongress 2017: Die Zukunft der Bewegtbild-Branche hat begonnen*Hamburg (ots) -*

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
<http://www.presseportal.de/pm/112640/3592710> -

Unter dem Motto "Business Innovation on Screen" diskutierten am Dienstag, den 21. März, beim achten newTV Kongress von nextMedia.Hamburg führende Experten von TV-Anbietern, Produzenten, Unternehmen und Agenturen aus dem In- und Ausland über aktuelle Trends der Bewegtbildbranche. Die ganztägige Konferenz im Albert-Schäfer-Saal der Handelskammer Hamburg besuchten rund 200 Teilnehmer.

Wie sieht das "Fernsehen" der Zukunft aus? Auf welchen Kanälen und mit welchen Inhalten erreiche ich die meisten User? Was wird der neue Trend? Diese Fragen rund um "The Future of Digital Storytelling" stellen sich alle Unternehmen aus der Bewegtbildbranche. Beim newTV Kongress gewährten nationale und internationale Spezialisten Einblick in ihre Arbeit und diskutierten die aktuellsten Fragen und Trends rund um das Thema Bewegtbild.

Unter der Moderation von Kai Flatau (Vorsitzender der newTV Focus Group) und Inka Schneider (NDR) startete die ganztägige Konferenz mit zwei internationalen Keynotes von Chris Mead (Director of Partnerships EMEA bei "Twitch") und Raquel Bubar (Director T Brand Studio bei der "New York Times").

Mead erzählte, dass "Twitch" jeden Tag 10 Millionen aktive User hat, die im Schnitt 106 Minuten auf der riesigen Live-Streaming-Videoplattform verweilen. Und dass die Stars der Szene ("Creators") vor allem drei Dinge von "Twitch" erwarten: "Geld, Ruhm und Liebe", so Mead. "Bei uns herrscht eine 'creator first'-Mentalität: Verwandele Leidenschaft in eine Karriere und ändere das Leben der Menschen." Bei "Twitch" ist der User König.

Auch bei der "New York Times". Bubar, eine Spezialistin für Native Advertising, hat sich mit ihren Kollegen eine neue Form des werblichen "Geschichtenerzählens" für Unternehmen auf die Fahne geschrieben. Dabei hob sie fünf Schlüssel zum Erfolg hervor: "Erzählt eine Geschichte. Seid authentisch. Kennt euer Publikum. Seid ehrlich. Setzt nur auf Bewegtbild, wenn ihr euch sicher seid, dass es die richtige Methode ist." Die New York Times setzt mittlerweile verstärkt auf Virtual Reality. Bubar: "Die VR-App ist unsere erfolgreichste aller Zeiten."

Ein Trend, den auch der dritte internationale Keynote-Speaker, Cyrus Saihan, in seiner Rede über 360°-Videos, Virtual und Augmented Reality, unterstrich. "VR hat das Potenzial, das Internet der Informationen zu einem Internet des Erlebbaren zu verwandeln", erklärte der Head of Digital Partnerships der "BBC". "Die Herausforderung ist, dass VR noch nicht ausgereift ist. Zudem ist die Ausstattung noch sehr teuer."

Einig waren sich alle, dass der Einfluss von e-Sports weiter wachsen wird. "Die Branche erzielt jedes Jahr eine Wachstumsrate in Höhe von 50 Prozent. Das ist ein Milliarden-Markt", verriet Bernhard Mogk von "Turtle Entertainment", dem größten Produzenten der Szene.

Der newTV Kongress, der zu einer ganztägigen Veranstaltung ausgebaut wurde, deckte mit seinem vielseitigen Programm zu den Bereichen Content, Technology und Distribution ein breites Spektrum ab. Von einer Präsentation des Amazon Voice Service "Alexa" durch David Kaiser (Country Manager Germany Amazon) bis zu einer sehr unterhaltsamen Gesprächsrunde mit Teenagern über das Medienkonsumverhalten der "Next Generation", war alles dabei. Die Startup-Session, in der junge Unternehmen ihre Ideen vorstellten, war ein weiteres Highlight: "Scenic", "learnity" und "Quazer" gaben Einblicke in ihre innovativen Geschäftsmodelle.

Während der Mittagspause sorgten die kurzweiligen Workshops von Martin Heller (IntoVR), Sebastian Pfothhauer (Ringier) und Christoph Magnussen (Blackboat) für kreativen Input. Das Abschlusspanel mit Moderator Richard Gutjahr (Journalist und Blogger), Ralf Klassen (The Cone), Daniel Budiman (Rocket Beans) und Anett Göritz (DCI Institute) griff dann die zuvor diskutierten Fäden nochmals auf.

Gutjahr befürchtet einen Abstieg des linearen Fernsehens ähnlich wie in der Musik-Branche. Worauf Budiman entgegnete: "Es gibt gewisse Zyklen. Etwas Neues kommt, jemand hat den Benefit, nutzt die Metriken zuerst und gewinnt dadurch Oberhand. Snapchat ist aktuell da, aber Instagram holt auf. Was das nächste Instagram ist, weiß niemand."

Anett Göritz merkte zum Aufstieg von TV-Formaten auf Netflix, Amazon & Co. an: "Für Produzenten ist das eine Riesen-Chance. Die sagen alle einstimmig: Wenn das mit dem klassischen linearen Fernsehen irgendwann vorbei ist, dann kommen halt Netflix und Sky mit ihren Auftragsbudgets. Für uns ist die Vielfalt der Plattformen und Anbieter ideal. Alle brauchen Geschichten, es wird immer mehr qualitativ hochwertiges Fernsehen benötigt. Das kann eigentlich nur eine Chance bedeuten."

Organisiert wurde der newTV Kongress von der newTV Focus Group von nextMedia.Hamburg mit Unterstützung durch die Handelskammer Hamburg sowie den Partnern Zattoo und epidemic sound. Zusätzlich unterstützte ein Expertenkreis aus Hamburger Unternehmen die Veranstaltung. Sie richtet sich gleichermaßen an Entscheidungsträger, Vermarkter, Werbetreibende

und Produzenten der TV- und Digitalindustrie.

Über den newTV Kongress:

Der newTV Kongress findet seit 2009 jährlich statt. Organisiert wird die ganztägige Konferenz von der newTV Focus Group unter dem Dach der 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

Über nextMedia.Hamburg

nextMedia.Hamburg ist die 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 sowie engagierten Unternehmen und Persönlichkeiten. Ziel der Initiative ist es, die Spitzenposition der Medienmetropole Hamburg zu sichern und die Rahmenbedingungen für die hiesigen Unternehmen zu verbessern. Die Initiative ist der Ansprechpartner zu allen Fragen der digitalen Wirtschaft für Unternehmen, Institutionen und die Öffentlichkeit in Hamburg. Abonnieren Sie jetzt den Newsletter und erhalten Sie regelmäßig aktuelle Informationen aus der Medien- und Digitalbranche. Weitere Informationen unter www.nextMedia-Hamburg.de.

Kontakt:

FAKTOR 3 AG
Kevin Finner
Tel.: 040 / 6794 46 - 6185
K.Finner@faktor3.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100055791/100800479> abgerufen werden.