

Entwurf

TV-REVALUATION

Prognosen, Visionen und Schimären des technischen und geschäftlichen TV-Systems

Experten-Workshop der Bitkom Akademie am 14. November 2006, 10.00 – 18.00 Uhr
in der Bitkom-Geschäftsstelle, Hahnstraße 70
60528 Frankfurt/M

Die Zukunft des Fernsehens wird viel diskutiert, abstrakt oder auch konkret. Meist wird dabei auf partielle Fragestellungen abgestellt, die sich aus einem gerade vorherrschenden In-Thema, wie z.B. IPTV, ableiten oder sie resultieren aus dem Hintergrund der jeweiligen Diskussionsteilnehmer, der Referenten oder des Veranstalters.

Dieser Experten-Workshop der Bitkom Akademie leuchtet den Hintergrund von grundlegenden Fragestellungen aus, vor allem aus dem Bereich der Technik, aber auch aus dem Bereich der Inhalte und Formate sowie den aus dem Produkt „Fernsehen“ ableitbaren Geschäftsmöglichkeiten.

Auf der technischen Seite geht es u.a. um die Übertragungswege, die Frage, wie und wo TV-Konsum in der Wohnung der Zukunft stattfindet, vor allem auch anhand der Sicht auf die zukünftigen Endgeräte. Dabei geht es u.a. um Aspekte der vielfältigen „Boxen“ - Tuner/Receiver, Settopboxen, Decoder, PVR's und Bildschirme - seien sie zunehmend flach und mobil, ganz zu schweigen von den Weiterentwicklungen zu HD und 3D.

Bei den Inhalten und Formaten ist die Bandbreite potenzieller visionärer Statements noch größer. Erwartet wird z.B. ein starker Anstieg von user-generated-content, eine Verkürzung der Wertschöpfungsketten, aber auch eine Veränderung des Programms selbst: Chad Hurley, einer der Firmengründer von „YouTube“, ist davon überzeugt, „dass wir gerade den Übergang zur Clip-Kultur erleben“. Er glaubt, zitiert ihn der „Spiegel“, „dass zunehmend mehr Menschen selbst für halbstündige TV-Serien weder Zeit noch Geduld aufbringen. Wozu noch stundenlange Oscar-Übertragungen verfolgen, wenn die wichtigsten oder lustigsten Momente kurz darauf bei YouTube über den Bildschirm flackern“, on-demand angefordert?

Alles dies wird das Geschäftssystem „TV“ drastisch verändern. Was sind die vermutlichen Schlüsselrends bei den Preisen, die ein Nutzer für ein zunehmend verändertes TV-Produkt zu zahlen hat? Ist die Bereitschaft zu zahlen, größer bei einer obligatorischen oder für einige Jahre vertraglich vereinbarten Flatrate oder bei einem „On-Demand“-Pricing? Und: Wie verändert sich die Werbefinanzierung, wenn die Möglichkeiten, Werbung zu überspringen, zunimmt? Was passiert wenn zwar die riesigen Streuverluste von TV-Werbung durch zielgruppen-orientierte Ansprache (fast) verschwinden, dafür aber dann die verbleibenden Zielgruppen so klein sind, dass die Seh-Quoten drastisch sinken?

Der Workshop wird wiederum sehr stark auf Impuls-Statements abstellen, die durch Stellungnahmen und die Diskussion der Teilnehmer ergänzt werden.

TV-REVALUATION

Prognosen, Visionen und Schimären des technischen und geschäftlichen TV-Systems

Intensivworkshop der Bitkom Akademie am 14. November 2006, 10.00 – 18.00 Uhr
In der Bitkom-Geschäftsstelle, Hahnstraße 70
60528 Frankfurt/M

10.00 Begrüßung

Ekkehart Gerlach, Geschäftsführer, deutsche medienakademie, Köln

Einführung

Prof. Dr. Werner Schwaderlapp, Professor für Management, Europa Fachhochschule Fresenius, Köln

Co-Moderation: *Prof. Dr. Werner Schwaderlapp, und Ekkehart Gerlach*

10.30 Keynote: Digital, flach, interaktiv und/oder klein

Thesen zur Zukunft des Fernsehens

Helmut G. Bauer, Rechtsanwalt, Köln

11.15 Technische Go's und No-Go's

Grundvoraussetzungen für eine neue Fernsehwelt

11.15 Impuls-Statement: Auf dem Weg zu immer neuen Übertragungswegen?

Terrestrik – Sat – Kabel – Funk?

Dirk Hetzer, Abteilungsleiter System Solutions & Engineering, Media&Broadcast, Berlin

11.45 Impuls-Statement: TV im vernetzten Eigenheim der Zukunft

Von Wohnzimmer-Entertainment zu -Hintergrund-Berieselung oder On-Demand-Only?

Dr. Ralf Hintemann, Bereichsleiter, BITKOM e.V., Berlin

12.15 Impuls-Statement: TV-Geräte der Zukunft

Puzzle-Spiel mit Boxen und Bildschirmen

Dr. Ralf Schäfer, Bereichsleiter Image Processing, Fraunhofer Heinrich-Hertz-institut, Berlin

12.45 Gemeinsamer Mittagsimbiss

13.45 Inhalte: Von „Programm“ zu „Content“ *Plain-old-Broadcast oder inhaltliches Neuland in Sicht?*

13.45 Impuls-Statement: Wie sieht der Endverbraucher die Zukunft des Fernsehens ?
Michael Darkow, Geschäftsführer GfK Fernsehforschung, Nürnberg

14.15 Impuls-Statement: Neue Formate verändern die Produktionsabläufe
Konrad Peschen, Projektleiter LfM-Nova GmbH, Düsseldorf, Geschäftsführer vfv, Köln

14.45 Impuls-Statement: User Generated – Clip-Kultur – Interaktiv?
Ibrahim Evsan, Geschäftsführer, sevenload GmbH, Köln

15.15 Kaffeepause

15.30 Finanzierungsalternativen nach dem Zeitalter der Massenwerbung

15.30 Flat, Subscription, On-Demand?
Dr. Berthold Heil, Leiter Geschäftsstrategie T-Systems Media Broadcast, Bonn

16.00 Ende der Breitenwerbung ? Herausforderungen für die Werbeindustrie
Hannelore Grams, VP OgilvyInteractive Worldwide GmbH, Düsseldorf

16.30 Die Zukunft der Verschlüsselung – Privatfernsehen = Bezahlfernsehen?
Jürgen Sewczyk, JP-Consult Medienberatung, Pulheim

17.00 Podiumsdiskussion

18.00 Im Anschluss laden wir Sie herzlich zu Frankfurter Würstchen und Ebbelwoi ein.