



14. September 2012

# 9. SALZBURGER MEDIENTAG



www.medientag-salzburg.at

Johann Konradt, FH Salzburg

## Welche neuen Erlösmodelle sind mit den Entwicklungen rund um Second Screen generierbar?



Viele Berater und Analysten aus der Medienwirtschaft sprechen derzeit mit Vorliebe über „Smart TV“ und „Social TV“. Die potentiellen Zuschauer sollen sich vor, während und nach einer Sendung über das jeweilige Programm und Sendung austauschen können, sodass eine positive Mundpropaganda (im Internet) erzeugt wird und daran mitwirken, dass ein Buzz entsteht. Ein Buzz kommt dann zustande, wenn eine Sendung in erster Linie durch Mundpropaganda erfolgreich viral vermarktet wird. Heute werden vor allem Plattformen wie Twitter oder Facebook genutzt, um Feedback- und Unterhaltungskanäle für Nutzer zu schaffen.

Die sogenannten „Digital Natives“ sehen ihre Smartphones bereits als Fernseher. Nachdem die Musikbranche und die Printmedien im Zuge der Digitalisierung schon eine Revolution hinter sich haben, steht der große Umbruch im TV-Sektor noch bevor bzw. ist, wie das Beispiel USA zeigt, im vollen Gange. Demnach sind die Begriffe Smart TV, Social TV, Google TV und Second Screen Apps erst der Anfang. Zwar sinkt die primäre Aufmerksamkeit für Fernsehhalte, aber die TV-Nutzungsdauer ist mit 223 Minuten täglich noch immer sehr hoch. Wirklich „sozial“ wird das Social TV erst durch die Synchronisierung der TV-Geräte durch neue Programme und Apps mit PC, Laptop, Tablet oder Smartphone.

### Angaben zur Person

Johann Konradt (45) ist seit 2007 als Lehrbeauftragter an der Fachhochschule in Salzburg engagiert. Er studierte Betriebswirtschaft, Wirtschaftsinformatik und Musik und ist seit über 20 Jahren in der Medien- und Kommunikationswirtschaft tätig.

Zu den thematischen Schwerpunkten seiner Dozententätigkeit gehören die Mediaplanung sowie neue Trends in der Medienwirtschaft, insbesondere Entwicklungen aufgrund der Konvergenz von elektronischen Werbeträgern. Als Unternehmerberater betreut und unterstützt der Diplom-Betriebswirt zahlreiche StartUps. Beispielsweise servicehit.com, ein business-orientiertes Empfehlungsnetzwerk für den Dienstleistungsmarkt im deutschsprachigen Raum.

Von 2008 bis 2010 war Johann Konradt für den Aufbau eines Wissens- und Lernportals für Ingenieure der Festo-Gruppe engagiert. Die entwickelten Lösungen werden heute beim weltweit führenden Anbieter von pneumatischer und elektrischer Automatisierungstechnik dafür eingesetzt, um namhafte Kunden aus Forschung und Industrie zu schulen.

Davor war Johann Konradt unter anderem als Partner der Agentur A.GE – Generationen-Marketing tätig.