



16. September 2011

# 8. SALZBURGER MEDIENTAG



www.medientag-salzburg.at

Stefan Niemeyer, NCM Salzburg

## Die Fernsehwerbung ist tot, es lebe die Fernsehwerbung. Die Chancen von lokalisierter und personalisierter Werbung im Smart TV



Durch die Massentauglichkeit der neuen Medien hält das Internet Einzug in alle Lebensbereiche des Menschen. Diese Entwicklung hat ebenfalls Auswirkungen auf das bestehende Massenmedium TV. Die stetige Verknüpfung von virtuellen Anwendungen mit dem Fernsehen führt zu einer höheren Interaktion und Personalisierung des Nutzers mit den gesendeten Inhalten. Je direkter die Ansprache der Inhalte, je direkter muss auch die Werbung den Nutzer ansprechen, um nicht in ein unpersönliches Massenmedium zu verfallen.

Die Herausforderung der TV-Werbung der Zukunft besteht also darin, den Grad der Personalisierung und Regionalität im höchstmöglichen Level zu halten. Die direkte Ansprache des Individuums durch die Erfassung von Raum- und Zeitdaten ermöglicht Werbeformen nicht mehr klassisch nach definierten Zielgruppen auszurichten, sondern nach Individualität.

Die Werbung der Zukunft im Fernsehen entwickelt sich so von der Massenansprache zur individualisierten Bedürfniserfassung. Der gefühlte „Störungsgrad“ des Fernsehnutzers verringert sich und die Relevanz und Akzeptanz steigert sich. Die Erzeugung und von Resonanz auf die direkte Werbeformen führt ebenso zu einer höheren Interaktion und Handlungsaufforderung.

### Angaben zur Person

Stefan Niemeyer ist verantwortlich für Digital Strategie und Konzeption bei der Agentur ncm – Net Communication Management in Salzburg. Fokus seiner Arbeit sind Projekte im Online-Marketing und Social-Media-Marketing für Hotels und Tourismusunternehmen. Als Trainer und Referent bietet Stefan Niemeyer Seminare und Workshops zum E-Marketing und E-Tourismus an.

Als gelernter Hotelfachmann sammelt Stefan Niemeyer seit 1995 Erfahrungen in der Privat- und Kettenhotellerie, u.a. im Romantik Hotel Schloss Rheinfels und als Geschäftsführer der Spaltheholz Hotelkompetenz in Frankfurt.

Das Studium Angewandte Kulturwissenschaften (Schwerpunkt: BWL, Kulturgeographie und Tourismusmanagement) an der Leuphana-Universität Lüneburg brachte den gebürtigen Schaumburger zum Thema Marketing und Kommunikation.

Bereits während des Studiums war Stefan Niemeyer in Stadtmarketing-Projekte eingebunden. Der Schwerpunkt der Arbeiten lag in der touristischen Vermarktung einer Destination und das Einbinden der Hotellerie in das Stadt- und Regionalmarketing.

Die Weiterbildung als Mediengestalter und Grafik-Designer erfolgte parallel in Agenturen in Hamburg und Frankfurt.