

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

➤ Einleitung

- mit Bezug auf jüngste Befragung von mehr als 25 TV-Sendern
- mit Bezug auf jüngste Kongresse und Events



➤ Wer verdient zukünftig was ... mit wem?

- Zahlreiche Marktteilnehmer erhoffen sich „neue Verdienstmöglichkeiten“
- gibt es neue Treiber und Erfolgskriterien für neue Erlösmodelle?
- Neue Erlösfelder für TV-Anbieter?

➤ Ein Zwischenfazit & persönliche Thesen

Einleitung » Fragen an Lokale TV-Anbieter in Deutschland, Nationale TV-Programmanbieter

- Was verstehen Sie unter „Second Screen“?
- Nutzen Sie persönlich, zuhause oder im Büro „Smart TV“?
- Was ist für Sie „Social TV“? ... apropos: war TV nicht immer schon etwas „soziales“?
- Erinnern Sie sich noch an den Hype rund um „Business TV“ ... so vor ? 10, 15 Jahre
- Betrachten Sie sich als „Ferseh-Zuschauer“, als „Fernseh-Be-Nutzer“, oder –“Fernseh-Kunde“?

Stichwort: Begriffsbestimmungen rund um „Second Screen“

- hierzu gibt es seitens „Marktteilnehmer“ (noch) unterschiedliche Definitionen und Meinungen
- Beispiel: Statement vom Berliner „Second-Screen-Startup“ Zapitano



Stichwort: Begriffsbestimmungen rund um „Second Screen“

- hierzu gibt es seitens „Marktteilnehmer“ (noch) unterschiedliche Definitionen und Meinungen
- Beispiel: Statement von smartclip.com

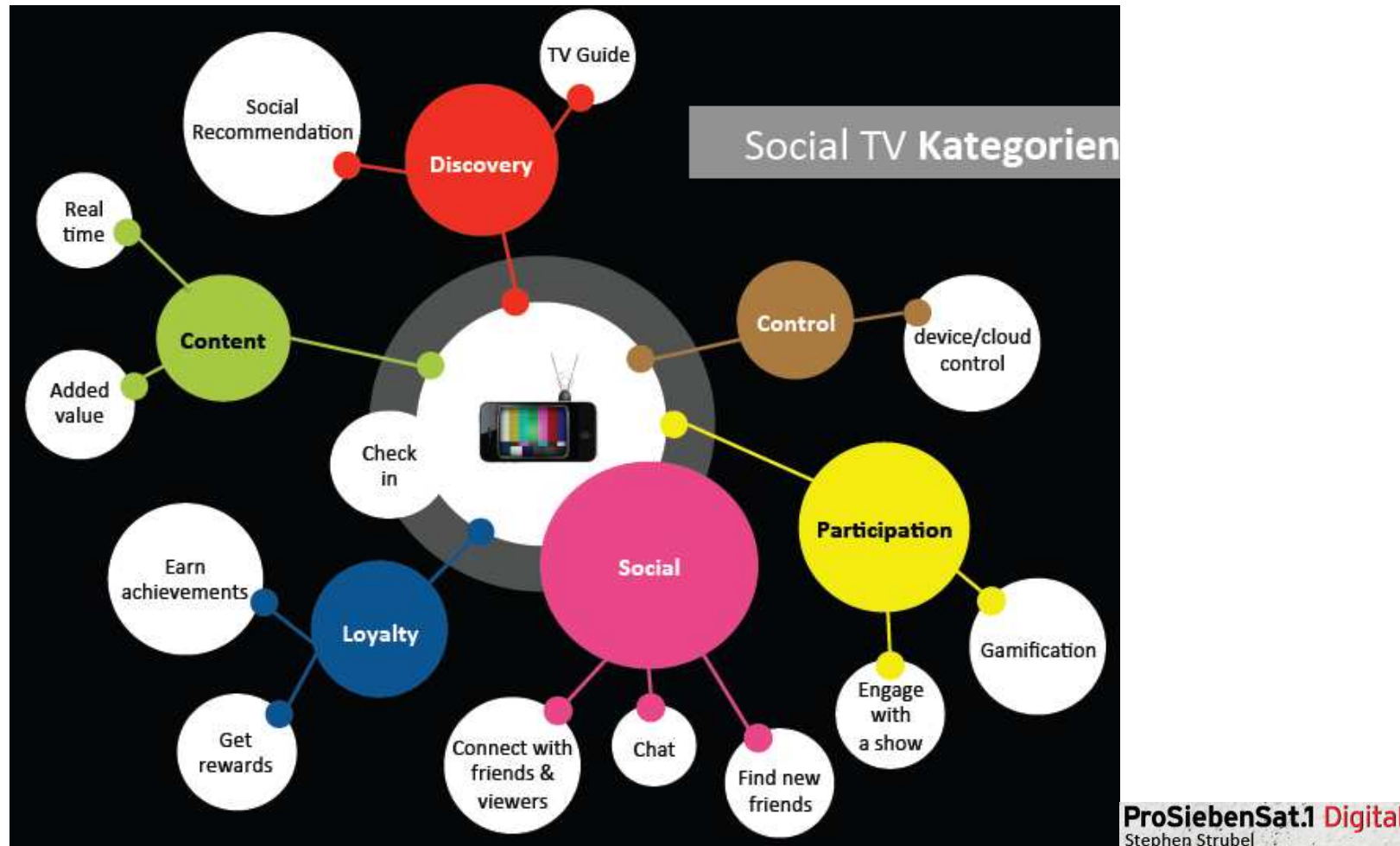
The infographic is divided into two main sections: **CONNECTED TV** and **SECOND SCREEN**.

CONNECTED TV features an icon of a TV with a Wi-Fi symbol above it. Below the title, it defines **CON-NECT-ED TV** [kə'nektɪd ,ti: 'vi:] as devices connected to the Internet (synonym: Hybrid TV), providing access to internet-based services through Smart TVs or internet-capable peripherals like Set-Top-Boxes, Media Players, Blu-ray Players, or game consoles. At the bottom, icons show a TV, a red plus sign, a game console, a Set-Top-Box, and a Media Player.

SECOND SCREEN features an icon of a person sitting at a desk with a TV. Below the title, it defines **SEC-OND SCREEN** [sɛk'ənd skrɛn] as an additional internet-capable device (e.g., Tablet-PC or Smartphone) used in parallel with TV consumption. Viewers can access further information related to the TV content or use other internet services like chat, surfing, or gaming. At the bottom, icons show a person at a desk with a TV, a red plus sign, a laptop, a tablet, a smartphone, and a feature phone.

Stichwort: Begriffsbestimmungen rund um „Social TV“

➤ Beispiel: Statement aus dem Hause ProSieben



Stichwort: Begriffsbestimmungen rund um „Social TV“

- Beispiel: Statement aus dem Hause ProSieben

Wer von Ihnen nutzt bereits Second Screen Apps?



Social TV und Second Screen Apps liegen im Trend



ProSiebenSat.1 Digital
Stephen Strubel

TV-Anbieter haben diesen Trend natürlich bereits für sich entdeckt !

- Pressemitteilungen rund um Second Screen, Smart TV & Co.



Presseinformation

Teleshopping im Internet mit QVC auf Zattoo

Teleshopping-Marktführer QVC präsentiert sein Programm jetzt auch live auf der Internet TV Plattform ZATTOO

Düsseldorf, 22. März 2012. Deutschlands Teleshopping-Marktführer QVC präsentiert sein Programm nun auch täglich live auf der Internet TV Plattform Zattoo. Einen zusätzlichen Mehrwert bietet die Direkt-Verlinkung innerhalb des Live-TV-Programms zu den aktuellen Produkten im Webshop. QVC zeigt seine Themenshows rund um die Einkaufswelten Mode & Accessoires, Beauty & Vitalität, Haushalt & Technik, Schmuck & Uhren, Küche & Genuss sowie Wohnen & Hobby.

TV-Anbieter haben diesen Trend natürlich bereits für sich entdeckt !

☞ siehe, man geht auf Messen und Kongresse und verkündet seine „Innovationsfähigkeit“

☞ Beispiel: DMEXCO 2012 in Köln | <http://www.dmexco.de/Conference.html>

Speakers

  HEIKO GENZLINGER Managing Director & Vice President Yahoo! Deutschland	  FLORIAN HALLER CEO Serviceplan Gruppe	  DONATA HOPFEN Geschäftsführerin Bild Digital	  MARTIN MICHEL Managing Director Sky Media Network
  DR. NICOLE PRÜSSE Chairman Germany, Austria, Switzerland Vivaki	  DR. ANDRÉ SCHNEIDER Head of Product Strategy Samsung Electronics	  CHRISTIAN SEIFERT Chairman of the executive board DFL Deutsche Fußball Liga	

TV-Anbieter haben diesen Trend natürlich bereits für sich entdeckt !

☞ siehe, man geht auf Messen und Kongresse und verkündet seine „Innovationsfähigkeit“

☞ Beispiel: DMEXCO 2012 in Köln | <http://www.dmexco.de/Conference.html>



3.00 pm - 3.40 pm
Panel

SMART TV - THE BIG MERGER: THE FUTURE OF TV IS THE TABLET

Arnd Benninghoff | Conrad Fritsch | Jean-Pierre Fumagalli | Marc Nabinger |
Henrik Rutenbeck | Susanne Wallraff

Germany, Checkmark, Factory icon

SMART TV - THE BIG MERGER: THE FUTURE OF TV IS THE TABLET

SmartTV – just another buzzword or real business with a huge impact on the consumer and the whole industry? Different studies state that 8 in 10 TVs will be smart devices by 2014. Already, 25% of the German population owns such a device. Still, less than 20% of them are accessing the Internet with it. Why? Tablets are stealing broadcasters the linear watching time. They cross TV borders and the question remains as to whether tablets are going to become the new black. So, how are tablets changing the linear world of TV? Will people continue watching TV and use their tablets parallel to this? What kind of advertising opportunities can the coexistence of TV and tablet provide to marketers and brands? Which new trends are coming up on the (social) app TV market that might challenge or strengthen the traditional TV business? There are many questions to answer for the leading experts of brands, broadcasters and SmartTV advertising visioners. Join in!

TV-Anbieter haben diesen Trend natürlich bereits für sich entdeckt !

☞ Beispiel: IFA 2012



Ein Zwischenfazit

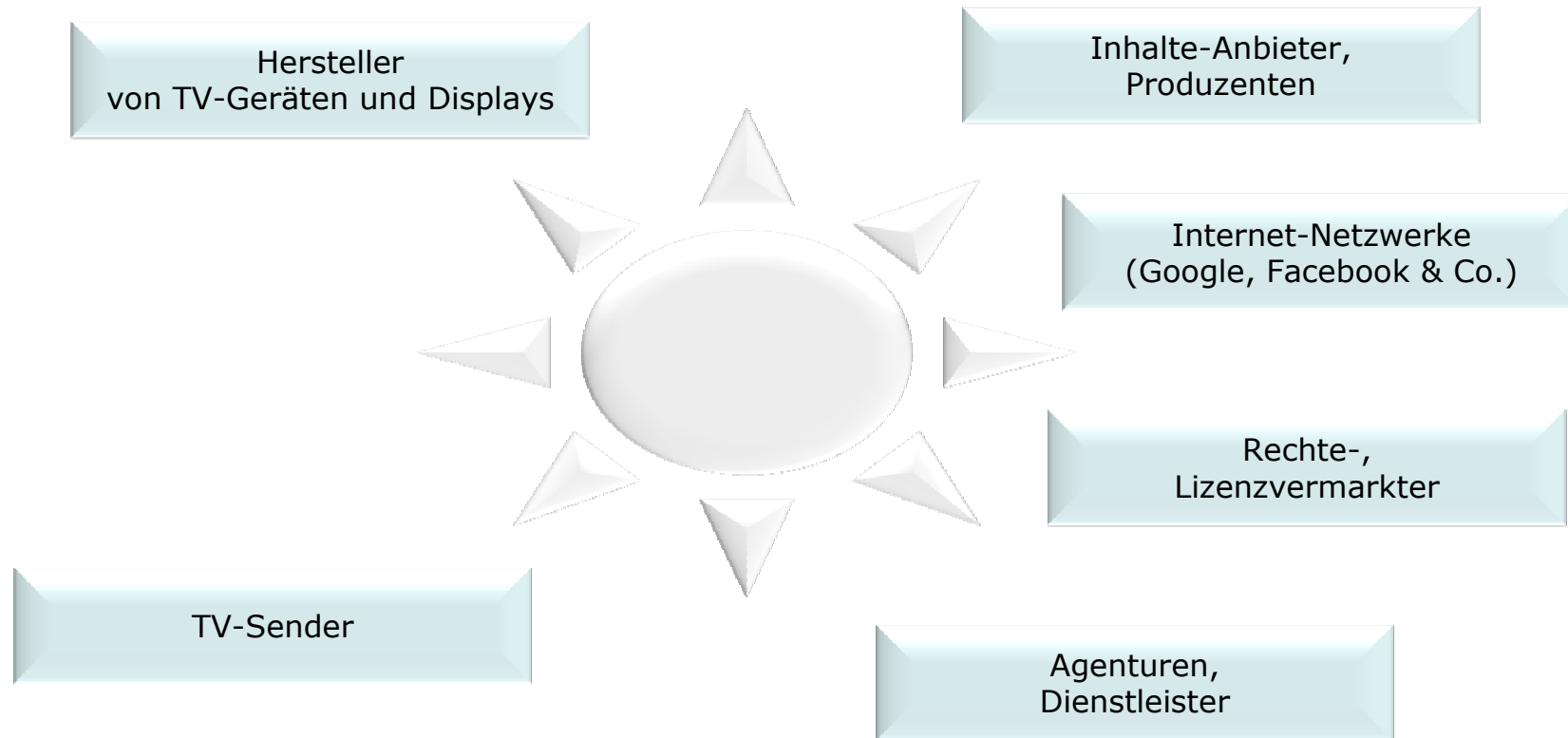
- ☞ „SmartTV“, „Second Screen“ & Co., sind keine „**BUZZ-Words**“

- ☞ **im Vergleich zu früheren Jahren** mit zahlreichen Kongressen / Messen / Events rund um technologische Entwicklungen wie beispielsweise „IPTV“, erlebt man zahlreiche Vertreter von Medienhäusern, TV-Herstellern, Mediaagenturen, usw. viel entspannter ob „schneller Revolutionen“

- ☞ **interessant: es bestehen ähnliche Fragen, wie vor 2, 3 Jahren, rund um IPTV.**
Beispielsweise:
 - ☞ wer verdient mit wem Geld?
 - ☞ wie erreicht man zukünftig seine bisherigen Nutzer / Kunden?
 - ☞ was sind „neue“, attraktive Inhalte?
 - ☞ wie verändern sich heutige Kundenbedürfnisse?
 - ☞ uva.

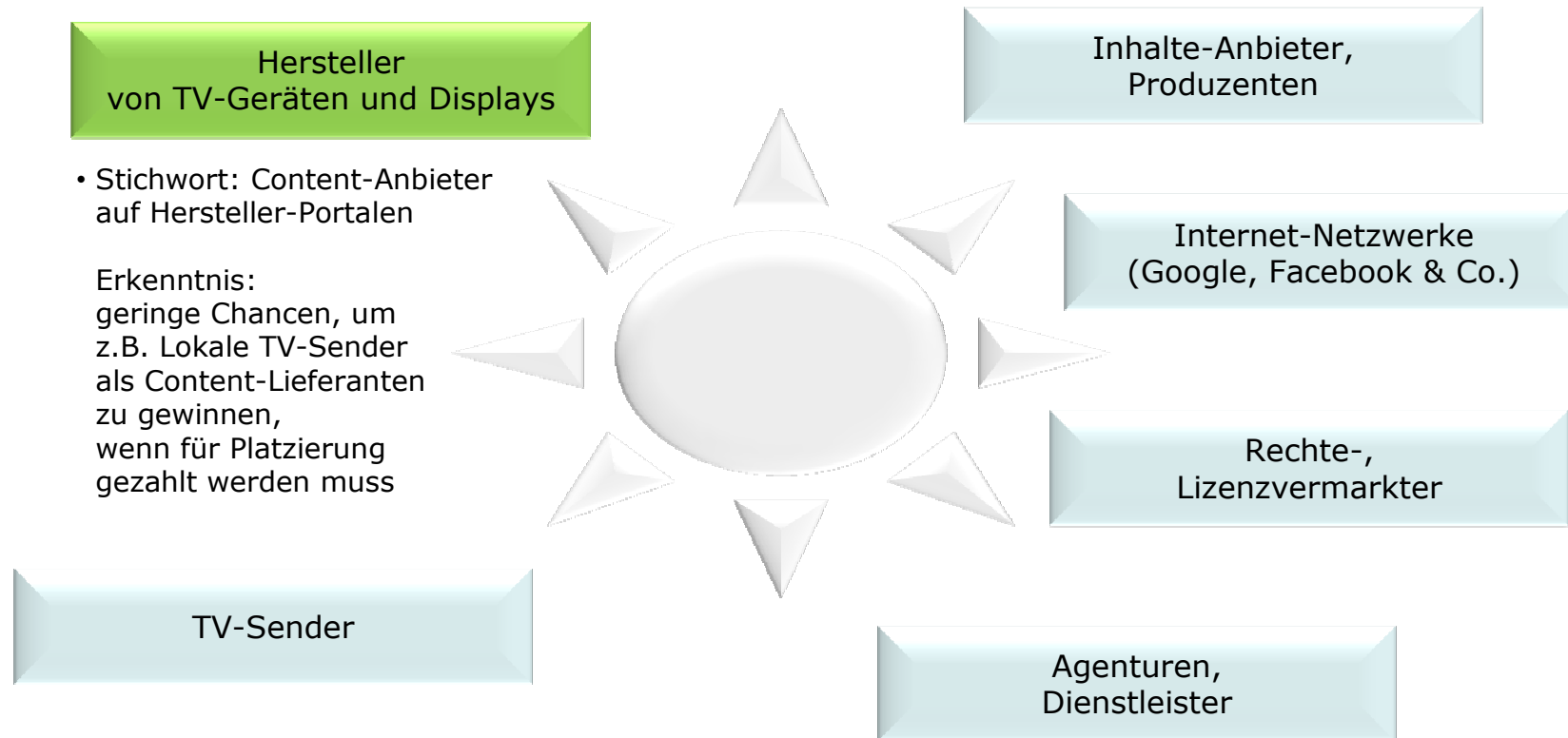
Wer verdient zukünftig was ... mit wem?

- neue Erlösmodelle bzw. -Chancen durch Second Screen-Entwicklungen?



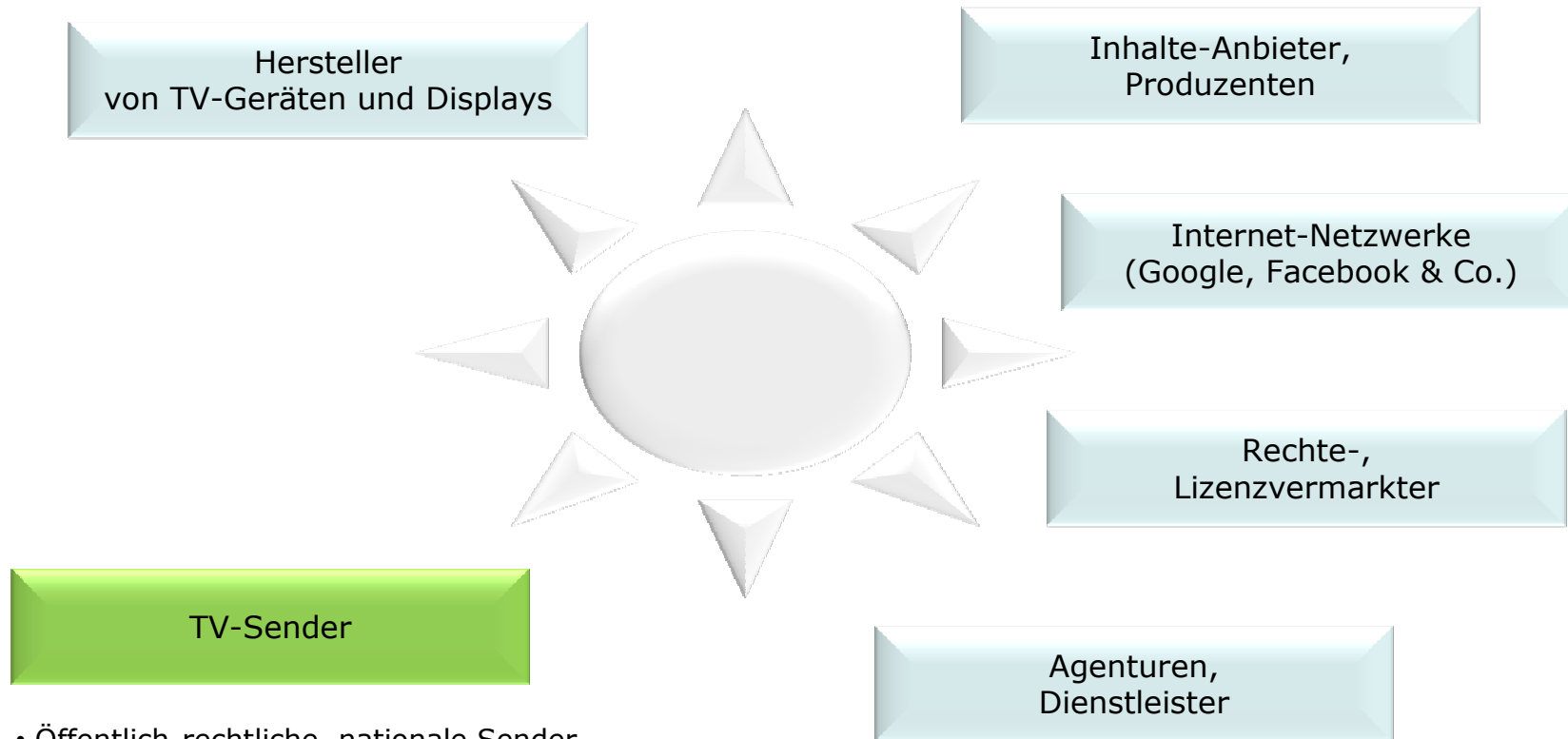
Wer verdient zukünftig was ... mit wem?

„zuerst werden die Schaufeln verkauft, dann erst kann das vermeintliche Gold geschürft werden“



Wer verdient zukünftig was ... mit wem?

➤ Beispiel: TV-Sender. Ich erlebe eine 3 Klassengesellschaft



- Öffentlich-rechtliche, nationale Sender
- Private TV-Sender, national (RTL, P7 usw.)
- Lokale TV-Sender
- sog. Social TV-Sender

Neue Erlösfelder für TV-Anbieter?

➤ neue Projekte, neue Erlösfelder?

The image displays the ProSieben Connect app interface on two devices. The tablet screen shows a video player for 'Germany's Next Topmodel' with a 'Check In' button. Below the video is a poll titled 'Wer hat das schönste Kleid?' with a list of names: 1. Marielle, 2. Anne-Christine, 3. Cindy, 4. Rosemarie-Paris. Below the poll is a social media feed with tweets from @ModelFan, Steffi, and Simone. The smartphone screen shows the 'CONNECT' app interface with a list of tweets and a 'Check In' button.

ProSieben Connect
Q3 2012

ProSiebenSat.1 Digital
Stephen Strubel

Neue Erlösfelder für TV-Anbieter?

- neue Projekte, neue Erlösfelder?



Neue Erlösfelder für TV-Anbieter?

- neue Projekte, neue Erlösfelder?



Presseinformation

QVC startet interaktive Android-App auf Google TV

Düsseldorf, 31. August 2012. QVC, Deutschlands führender Teleshopping-Anbieter, ist ab sofort mit einer interaktiven Android-App auf Google TV vertreten. Google TV ist ein auf Android basierendes Betriebssystem für TV-Endgeräte.

Die QVC-App ist auf Google TV im Play Store, der App-Galerie von Google TV, kostenlos downloadbar. In der App sind die interaktiven Kataloge von QVC in einer Art Regal hinterlegt. Kunden können mit einer speziellen Fernbedienung durch die Kataloge klicken und gelangen mit einem Klick auf der Fernbedienung direkt zum Produkt auf QVC.de. Dort können sie sich z.B. noch das Produktvideo ansehen und das Produkt dann ganz bequem mit der Fernbedienung bestellen. Da die passende Fernbedienung eine Tastatur hat, ist es auch für Neukunden einfach, ein neues Kundenkonto über den Fernseher anzulegen und ihre Erstbestellung aufzugeben.

Neben HbbTV, Smart TV und diversen App-Angeboten ergänzt die interaktive App auf Google TV die Erweiterung der multimedialen Plattformen von QVC Deutschland.

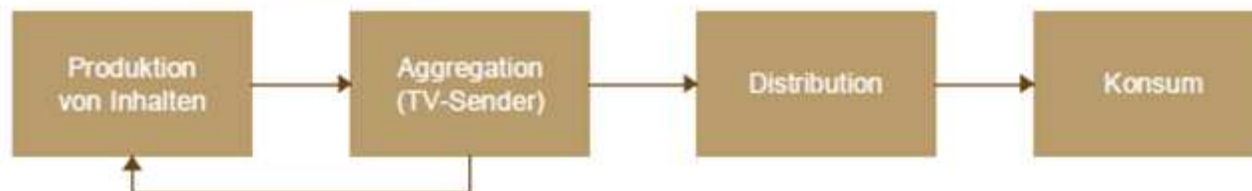
Frage an Lokale TV-Anbieter: Neue Erlösfelder für Ihr Haus?

☞ siehe, diese Finanzierungsfelder **kennen wir bereits aus Zeiten der IPTV-Präsentationen**

Nutzerfinanziert	Werbefinanziert
• Abonnement • Pay-per-View (PPV) • Pay-per-Service (PPS) • Video-on-Demand (VoD) • T-Commerce (Gaming, Shopping, Dating etc.)	• Bannerwerbung • Klassische TV-Werbung • Product Placement • Sponsoring • Interaktive Werbung • Personalisierte Werbung

☞ und **hat sich die Wertschöpfungskette im TV-Bereich bereits so dramatisch verändert?**

Etablierte TV-Wertschöpfungskette



Mögliche TV-Wertschöpfungskette in der Zukunft



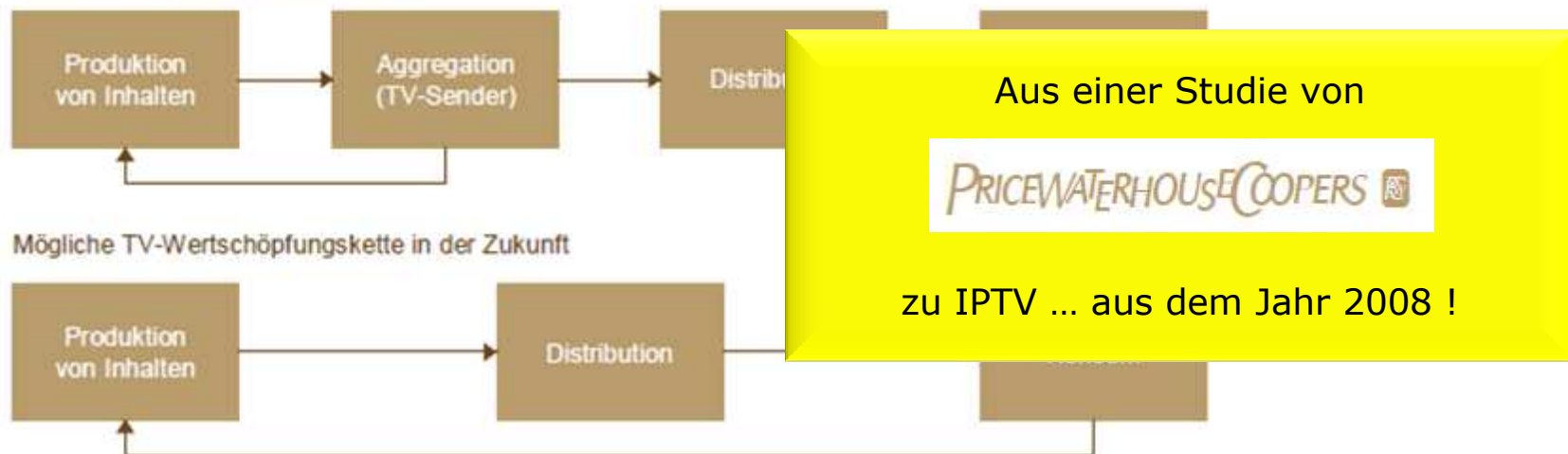
Neue Erlösfelder für TV-Anbieter?

☞ siehe, diese Finanzierungsfelder **kennen wir bereits aus Zeiten der IPTV-Präsentationen**

Nutzerfinanziert	Werbefinanziert
• Abonnement • Pay-per-View (PPV) • Pay-per-Service (PPS) • Video-on-Demand (VoD) • T-Commerce (Gaming, Shopping, Dating etc.)	• Bannerwerbung • Klassische TV-Werbung • Product Placement • Sponsoring • Interaktive Werbung • Personalisierte Werbung

☞ und **hat sich die Wertschöpfungskette im TV-Bereich bereits so dramatisch verändert?**

Etablierte TV-Wertschöpfungskette



Neue Erlösfelder für TV-Anbieter?

☞ und heute ... gut 4 Jahre später ...

Ausblick

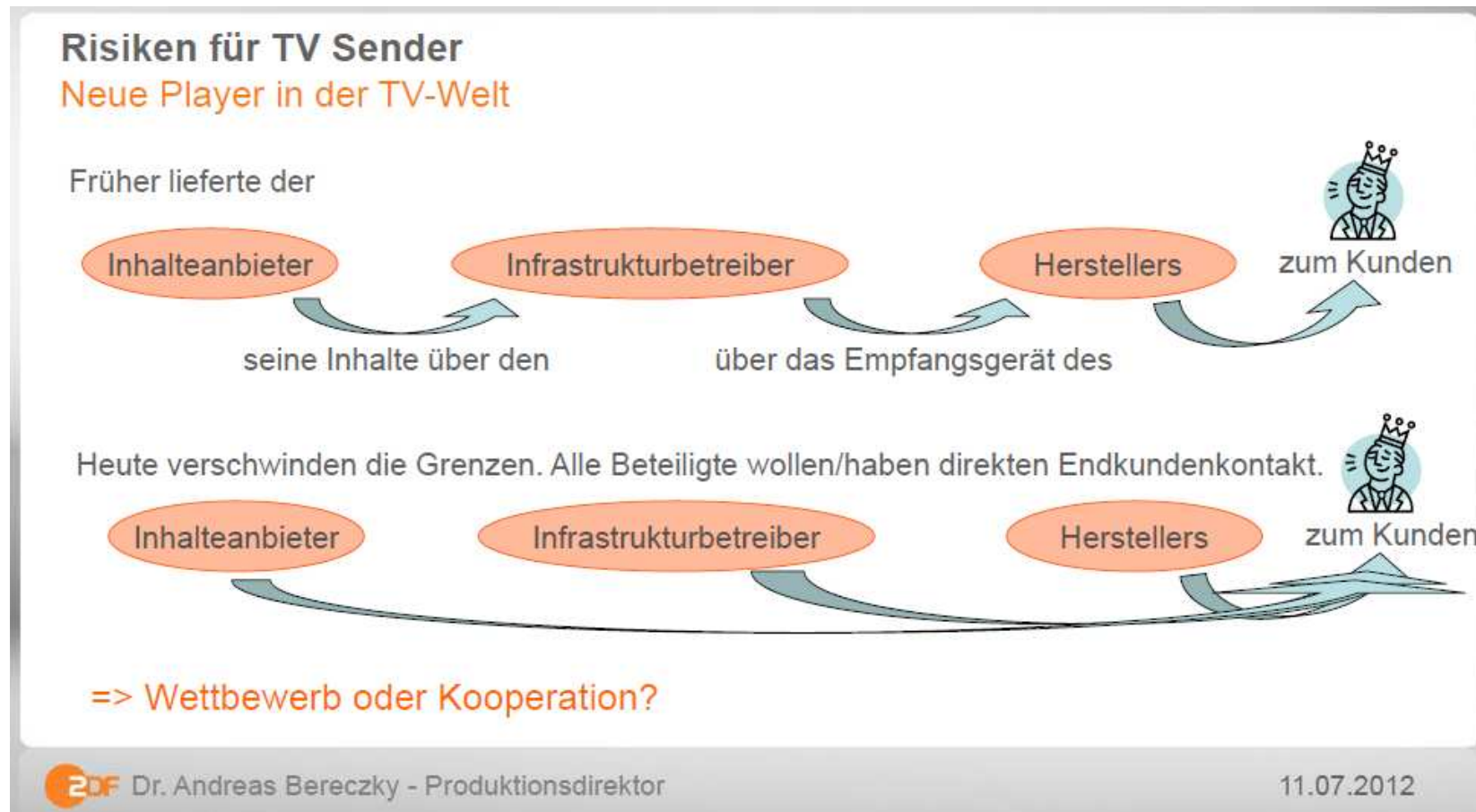


Der Anfang ist gemacht, aber die neuen Geschäftsmodelle warten bereits

- Individuelle Werbung
- Virtuelle Güter
- Paid Content, Paid Services
- Werbung zum Programm
- Product Placement
- Direkter Abverkauf
- Wetten

Neue Erlösfelder für TV-Anbieter?

- die Risiken kennt man ... wo sind jedoch die Chancen rund um Second Screen-Entwicklungen?



Neue Erlösfelder für TV-Anbieter?

- die Risiken kennt man ... wo sind jedoch die Chancen rund um Second Screen-Entwicklungen?

Vorteile und Herausforderungen eines TV-Senders

- + TV Inhalte (bereits vor Ausstrahlung)
- + Metadaten zur Programmbegleitung
- + Rückkanal ins Fernsehen
- + Bewerbung des Angebots im TV
- Keinen Überblick über **alle** Sender
- Nicht die **Agilität** eines Startups

ProSiebenSat.1 Digital
Stephen Strubel

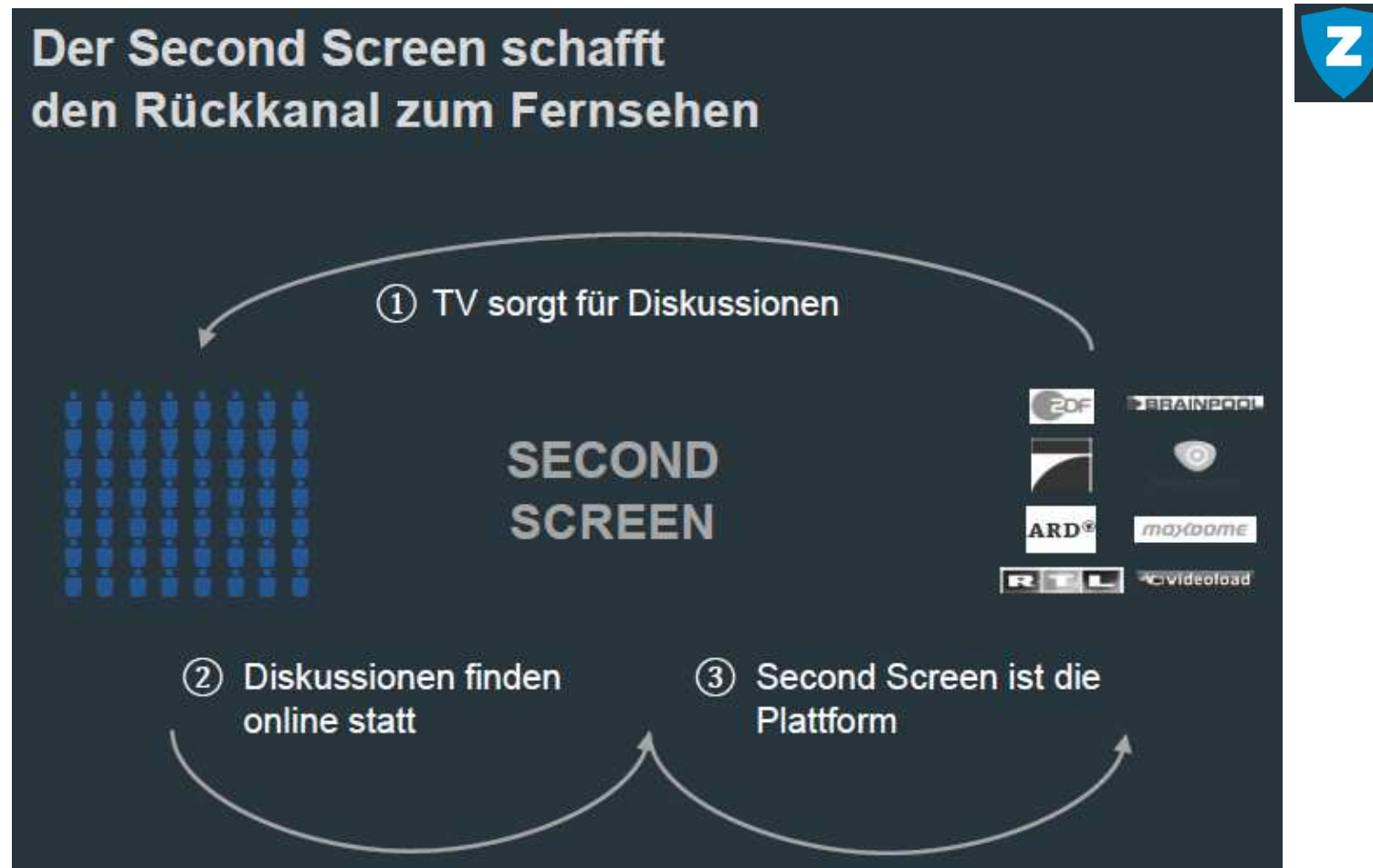
Neue Erlösfelder für TV-Anbieter?

☞ eine Standard-Antwort ...



Neue Erlösfelder für TV-Anbieter?

... ein Grund?



Neue Erlösfelder für TV-Anbieter?

- Ausblick: vielleicht werden aus TV-Anbietern, Second Screen-Portalen ... „Adress- und Daten-Händler“?

1. Get to know your audience

Motto?

Was Facebook, Google & Co. können, können wir (die TV-Sender) natürlich auch ...

NADINE

Ich möchte auch beim Fernsehen meinen Senf dazugeben.

TV NUTZUNG

- Versucht ihr Leben, um spezielle TV Events herum zu planen, um nichts zu verpassen.
- Telefoniert, twittert und chattet während ihrer Lieblingsshows.
- Gemüht es unter ihren Freunden und Familie als Kompetenz rund um das Thema TV zu gelten.

SOCIAL MEDIA

- Sucht aktiv nach Bekanntschaft ähnlichen Interessen.
- Ist an gelegentlichen Spielen und Vordräng mit Freunden und anderen TV Fans interessiert.
- Findet es spannend bei TV Sendungen einzuchecken, um das Erlebnis mit anderen zu teilen.
- Zusammen zu streuen müssen so aktuell wie möglich sein.
- Benötigt Tools um sofort ihre Meinung kundzutun.
- Braucht andere aktive Zuschauer, um in einen Dialog treten zu können.
- Meinungen und Gedanken zu TV Sendungen zu beeinflussen.
- Anerkennung und Belohnung für ihre TV Loyalität.
- Immer über die neuesten Trends informiert zu bleiben.

SOCIAL TV FEATURES

Wie oft haben sie diese Funktionen genutzt?

	Wie oft haben sie diese Funktionen genutzt?	Wie oft haben sie diese Funktionen genutzt?	Wie oft haben sie diese Funktionen genutzt?	Wie oft haben sie diese Funktionen genutzt?	Wie oft haben sie diese Funktionen genutzt?	Wie oft haben sie diese Funktionen genutzt?	Wie oft haben sie diese Funktionen genutzt?	Wie oft haben sie diese Funktionen genutzt?	Wie oft haben sie diese Funktionen genutzt?
Nadine	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Maximilian	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Roswitha	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Leon	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Michelle	○	○	○	○	○	○	○	○	○

LEGENDE

- Begeistert
- Interessiert
- Kein Bedarf

Social Media

TV Nutzung

ProSiebenSat.1 Digital
Stephen Strübel

Ein Zwischenfazit & persönliche Thesen

➤ **Der Mensch steht im Fokus.**

Auch in Zukunft werden Menschen,
die Zuschauer von Fernsehprogrammen,
Sehnsucht nach Gemeinschaft und sozialen Kontakten haben.

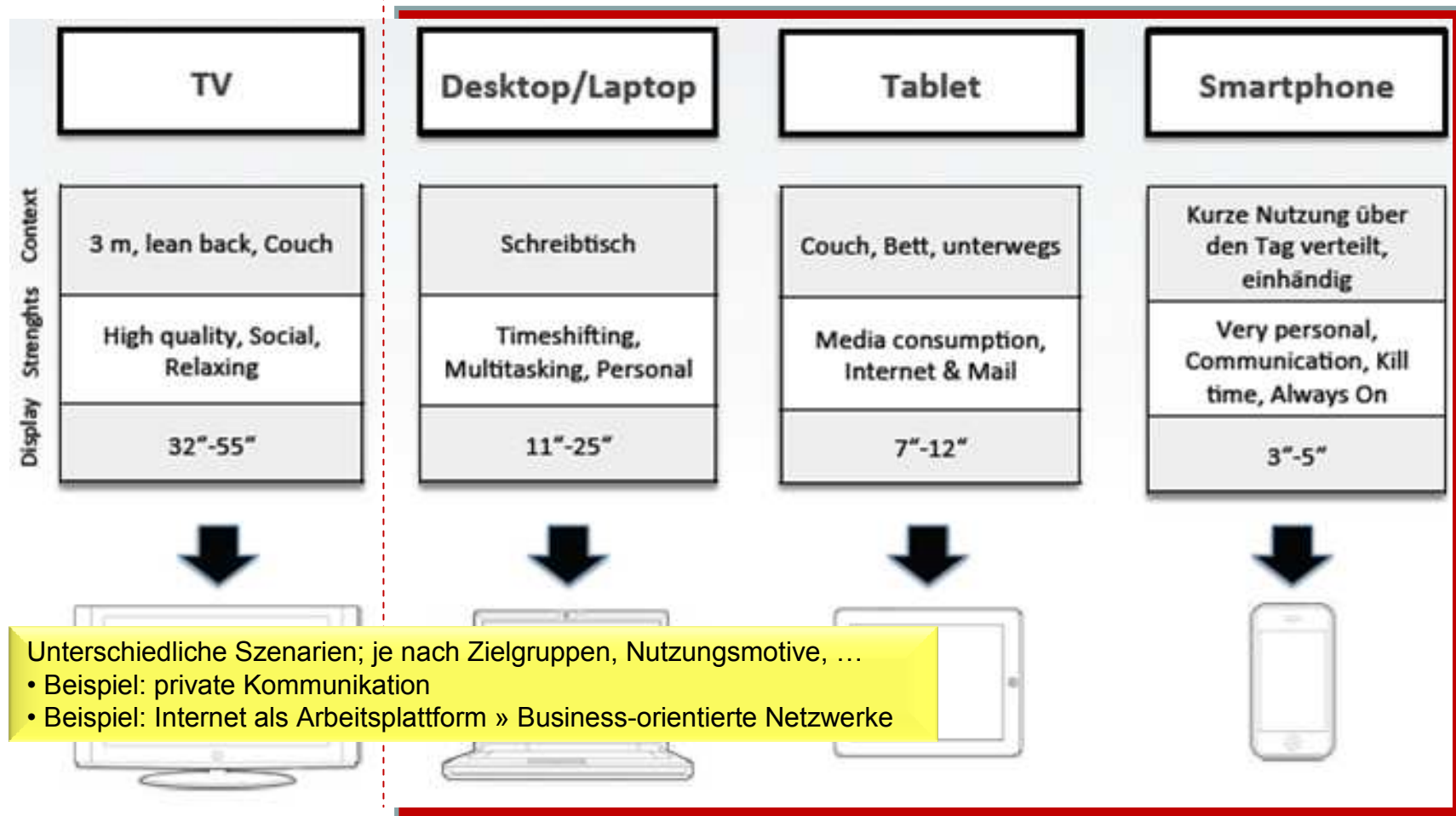


Die Frage bleibt, ob es so viele neue, einzigartige, exklusive Inhalte geben wird,
sodass Menschen Ihre „Seh-Gewohnheiten“ fundamental ändern.

Und wer bedient diese Bedürfnisse?

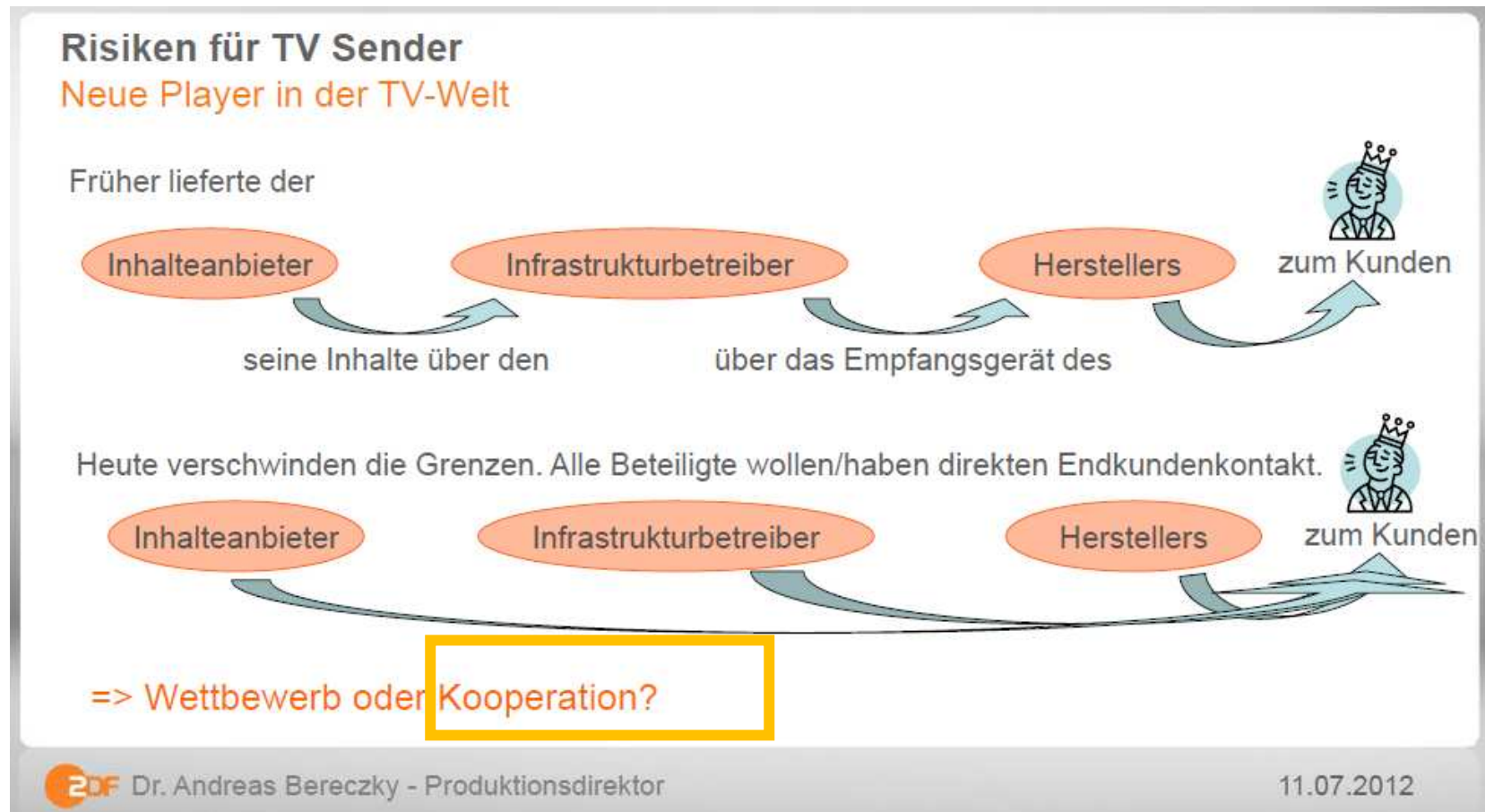
Ein Zwischenfazit & persönliche Thesen

These: Google, Facebook & Co. haben guten Chancen ebenfalls zum „*First Screen*“ zu werden



Ein Zwischenfazit & persönliche Thesen

ist doch keine Frage mehr, oder?



Ein Zwischenfazit & persönliche Thesen

- These: Google & weitere (noch junge, unbekannte) Internet-Player werden zukünftig verstärkt die Wertschöpfungsketten im Bereich der Mediaplanung bestimmen.

Neue Angebots- und Geschäftsmodelle entstehen,

denen klassische, lineare TV-Programm-Anbieter schwer etwas entgegen setzen können.

➤ **Stellen Sie sich bitte vor,**

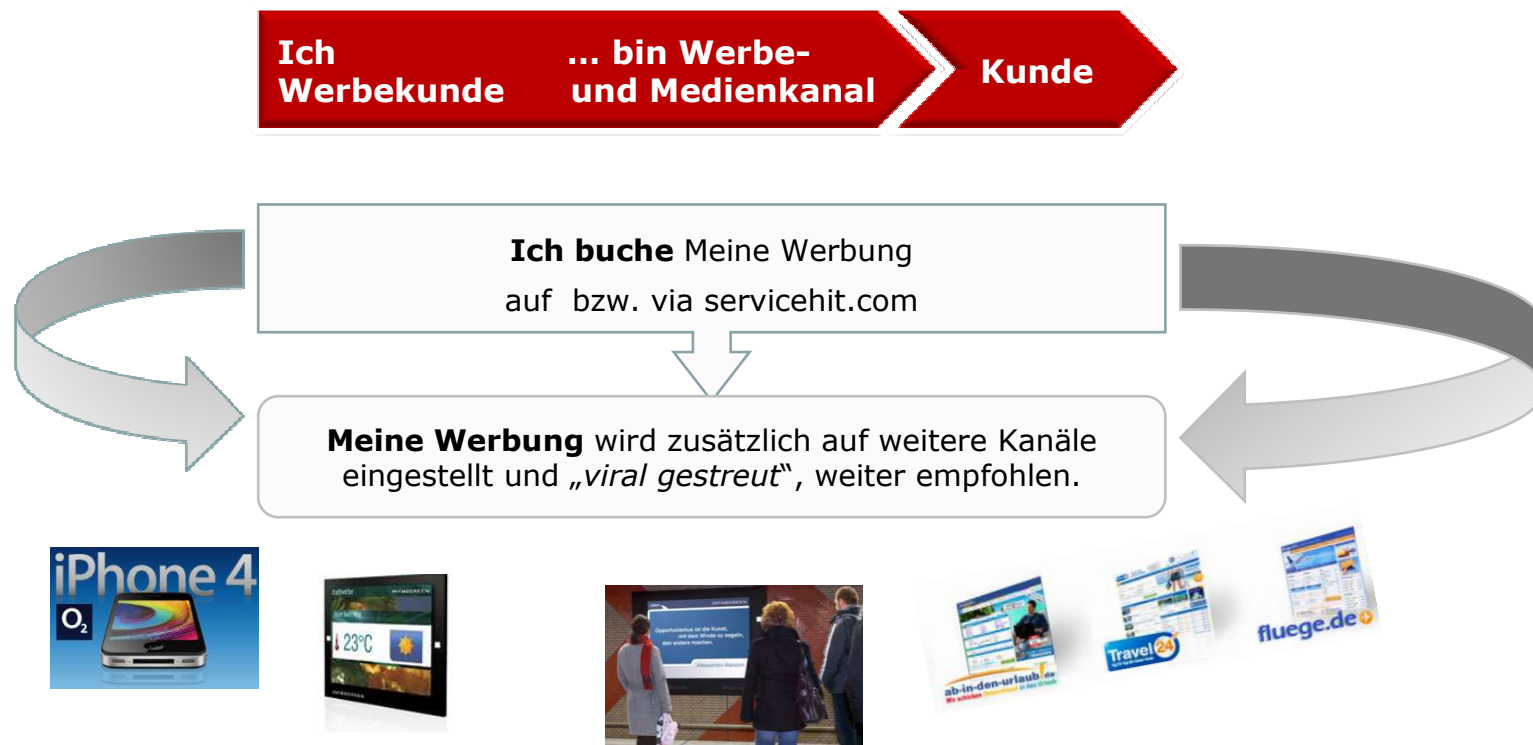
- **das Geschäftsmodell von Google** (Google Adwords) **besetzt den TV-Bildschirm ...**
- **Neue Kundenzielgruppen**, wie z.B. kleinere und mittelständische Unternehmen, möchten zukünftig ebenfalls auf die „Bildschirme“ und dort Werbung schalten, z.B. mit Fokus auf Ihre eigene Region / Stadt
- gibt es dafür bereits in der TV-Branche / Werbebranche ... konkrete Angebote?

Ein Zwischenfazit & persönliche Thesen

- These: Mediakanäle unterschiedlichster Gattungen werden zukünftig viel enger verbunden sein
 - Werbekunden müssen verstärkt durch crossmediale Angebote erreicht bzw. bedient werden
 - insbesondere Lokale TV-Sender erhalten die Chance, ihre in der Region bekannten Kunden an z.B. Internet-Betreiber weiter zu empfehlen; neue Werbeangebote zu formulieren

Ein Zwischenfazit & persönliche Thesen

- These: Medienkanäle unterschiedlichster Gattungen werden zukünftig viel enger miteinander verbunden sein
- Beispiel: Lokale Werbung im „Do-it-Yourself-Modus“ wird Realität





servicehit

... ich empfehle mich

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !

Ich freue mich
auf eine nachfolgende Diskussion mit Ihnen

Kontaktadresse

Johann Konradt

Riedstrasse 25 | D-74321 Bietigheim-Bissingen

Mobile: +49 (0) 179 - 811 4570

Email: jkonradt.lba@fh-salzburg.ac.at