

Die Revolution ist smart.

23.08.2012, 11:20 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *connex campus gmbh*

Presseagentur: *connex campus gmbh*

Die TV-Sender, wie wir sie heute kennen, die RTL's, die SAT1's, aber auch die öffentlichen-rechtlichen Rundfunkanstalten werden in den nächsten Jahren Trauer tragen, wenn sie sich nicht komplett umorientieren.

„Die aktuellen Sendeanstalten, die einfach senden und oftmals nur Inhalte „versenden“ - ohne Rücksicht oder Respekt vor den Menschen, die sich das anschauen müssen, weil es kaum Alternativen gibt, die werden sterben und der Zuschauer wird aufatmen,“ so Heiko Mehnert, Geschäftsführer der connex campus GmbH, einer Marketingunternehmensberatung aus Berlin.

Mit den neuen SmartTV Geräten im Wohnzimmer verschwinden die medialen Grenzen zwischen Internet und „TV-Sende-Soße“ - zum Nachteil der Programme, die ohne Aufforderung gesendet werden und zum Segen für den Zuschauer, denn er kann jetzt immer das sehen, was er will und nicht, was er muss.

Was mit Video on demand begann - also das Bestellen von Videos über zum Beispiel Kabel Deutschland oder T-Home - geht jetzt weiter mit der direkten Verzahnung von Internet und allen anderen Kanälen über ein und dasselbe Endgerät.

Neben der Tatsache, das Mails abgerufen und Google benutzt werden kann, wird insbesondere die Google Tochter YouTube für Inhalte sorgen. Und da alles in HD sichtbar sein wird, ist die Quelle egal - der Zuschauer erkennt keinen Unterschied mehr - was aus dem Internet kommt oder aus dem Kabel oder per Satellit - alles hat die gleiche, hohe Qualität.

Das ist ein Quantensprung. Und das wiederum heißt, dass das Angebot explodieren wird. Und die, die bisher glaubten, einfach senden zu können, müssen sich ernsthaft etwas überlegen, um überhaupt gesehen zu werden.

Hier ist also ein besonderes Marketing gefragt.

Für die öffentlich-rechtlichen Sender heißt das mehr Qualität, mehr Auftrag erfüllen, weniger „Plastikfernsehen“. Für die Privaten kann dies das schnelle „Aus“ bedeuten, wenn es keine Alternativen für die Werbetreibenden gibt, denn diese finanzieren die Programme. Schnöde dazwischen geschaltete Werbespots will man dann auf gar keinen Fall mehr erleben müssen. Auch hier wird ein besonderes Marketing gefordert sein.

Sicherlich wird es den gesponsorten Content geben oder Unternehmen, die ganz individuell zusammengestellte Bouquets für die Zuschauer anbieten. Auch die TV- und Filmproduktionen werden in Zukunft darauf achten, dass sie einen Großteil der Rechte behalten und selbst zum kleinen TV-Sender werden. Es wird Thriller-, Comedy- oder Wissenschaft-Portale geben, oder, oder, oder. Der Zuschauer wird nicht mehr nur die Wahl haben, sondern zum Beispiel über YouTube ganz gezielt seinen Wunsch erfüllen können. Kostenlos.

Rosige Zeiten für den Zuschauer. Der absolute Horror für das Fernsehen von heute, dank SmartTV. Übrigens die nächste Revolution, die über die Endgeräte entschieden wurde. Das iPhone hat es im Mobilfunksegment vorgemacht - heute ist das Smartphone, wie es Apple definiert hat, nicht mehr wegzudenken. Beim SmartTV wird es ähnlich sein. Übrigens: das Apple SmartTV Gerät soll zu Weihnachten 2012 auf dem Markt sein. Wir können gespannt sein.

Portrait

Heiko Mehnert, 48 Jahre, Marketingspezialist und Dozent an der Deutschen Presseakademie für modernes Marketing.

Die connex campus GmbH ist eine Marketingunternehmensberatung, die sich darauf spezialisiert hat, Unternehmen auf ihrem Weg ins erfolgsorientierte Online-Marketing zu begleiten und dabei Markenaufbau und -stärkung nicht aus den Augen zu verlieren, sowie vorhandene klassische Strategien bestens zu integrieren. Dies wird über Einzelmandate, Workshops oder Seminare durchgeführt. Zu den Kunden zählen neben vielen Mittelständlern auch der ADAC Berlin-Brandenburg und hier im Besonderen das Fahrsicherheitszentrum.

Die connex campus GmbH ist eine Tochter der connex Werbeagentur GmbH, die seit 44 Jahren Marketing und Kommunikation für Markenartikler in ganz Deutschland macht. Zu den Kunden zählten u.a. Gillette, Schultheiß, Nikon, Berlin Tourismus Marketing. Bekannt geworden ist die Agentur durch die Entwicklung des Berlin Slogans „Berlin tut gut“. Zur Zeit arbeitet die Agentur für den ADAC, LOTTO Berlin, Ellington Hotel, Exchange, Inlingua und vielen anderen mehr.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Sila Teke unter 030-889 158-21 oder
st@connexcampus.de

News-ID: 657633 • Views: 1032 (Stand: 20.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/657633/Die-Revolution-ist-smart-.html>