



PRESSEMITTEILUNG

3. Dezember 2015

## **TV-Markt im Umbruch! Rund 200 Gäste diskutierten über disruptive Innovationen im Bewegtbildbereich**

Am 26. November 2015 präsentierten die nordmedia, der NDR, das [Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung](#) der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover und die [Hochschule Hannover](#) den zweiten #DISRUPTIVE INNOVATION Kongress im Planet MID. Moderatorin Sarah Liu führte die rund 200 Teilnehmenden durch die Veranstaltung, bei der internationale Speaker zu dem diesjährigen Themenfokus „TV Markt im Umbruch“ referierten.

Eröffnet wurde die Konferenz durch Mike Smith, Digital Strategy Manager bei der BBC, der einen spannenden Einblick in die strategische Ausrichtung des englischen Senders im Hinblick auf die internetbasierten Angebote gab. Friederike Behrends, Senior Strategy Advisor bei Magine Holding, stellte eine Zunahme von Personalisierung, datengestützten Formaten und die Loslösung von linearem Fernsehen hin zu Hybridmodellen in Aussicht. In seiner interaktiven Video-Dokumentation „Polar Sea 360°“ verband Thomas Wallner, Gründer und Geschäftsführer von Depp Inc., eine interaktive Video-Dokumentation, bei der die ZuschauerInnen durch eine immersive Interaktion eingebunden sind. Dr. Andreas Ettenhuber, Vice President im Bereich Format & Brand Research bei der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH, machte deutlich, dass es bei Trends, Erkenntnissen und Mainstreampotential von Formaten immer auf das Timing ankomme. Erfolgsversprecher seien dabei keine Dogmen oder Genres, sondern Konzeptarbeiten.

Das Fernsehen auch mit Smartphones gemacht werden kann, bewies Björn Staschen vom NDR/ARD Newsroom Hamburg anhand der Berichterstattung

über eine Sturmflutübung in Hamburg: Hier bestand das Equipment aus iPhone (inklusive Live-App), Mikrofon und Stativ. Phillip Goewe und Yvonne Olberding präsentierten die noch junge NDR WebVideoUnit, bei der YouTube, Facebook und Whatsapp als Distributions- und Narrationskanal genutzt werden. Geschäftsführer von Vast Media, Matthias Puschmann, stellte digitale Projekte und Content Marketing Kampagnen vor, die von Sendern, TV-Produzenten und VOD Plattformen crossmedial gelauncht wurden, um Markenetablierung und Formatverlängerung zu forcieren. Sky ergänzt das klassische lineare Fernsehen mit VOD-Angeboten, wobei Fernsehen und Internet sich immer weiter verflechten, wie Peter Schulz, Vice President On Demand Programming bei Sky Deutschland, referierte.

Zum Abschluss des Kongresses kamen Mike Smith, Friederike Behrends, Thomas Wallner und Dr. Jan Schulte-Kellinghaus (NDR) zu einer Paneldiskussion zusammen, die von Prof. Egbert van Wyngaarden moderiert wurde und das Thema unter dem Titel „Projekt - Publikum - Plattform. Formatentwicklung im digitalen Zeitalter“ aus differenzierten Perspektiven abschließend zusammenfasste.

#DISRUPTIVE INNOVATION ist eine Veranstaltung der nordmedia in Kooperation mit dem [NDR](#), dem [Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung](#) der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover, sowie der [Hochschule Hannover](#) und findet im Planet MID in Hannover statt.

Weitere Informationen finden Sie hier: [www.nordmedia.de/disrupt](http://www.nordmedia.de/disrupt)

