

BLM-FORUM

Programmplanung im digitalen Wettbewerb

Schemastrategien, Sendergruppen und digitale Markenführung in der neuen TV-Konkurrenz

BLM-Forum in Kooperation mit dem Adolf-Grimme-Institut

Termin: 23. Oktober 2007

Ort: München

Der deutsche TV-Markt tritt in seine dritte Phase ein: Nach dem öffentlich-rechtlichen Monopol und der intensiven, aber überschaubaren Konkurrenz im Dualen System ist der Wettbewerb zukünftig weitgehend entgrenzt. Die etablierten Sender werden durch digitale Nischenangebote und Web-Portale bedrängt, während Inhalteproduzenten ebenfalls den direkten Kontakt zum Zuschauer suchen. Dieser Wandel stellt vor allem die Programmplaner in den etablierten Sendern vor zentrale Herausforderungen. Hier gilt es zunächst, die Programmierung der Sendeflächen im traditionellen Fernsehen im Spannungsfeld von Event- und Serienprogrammierung, Audience-Flow-Strategien und schlüssigen Kostenstrukturen den neuen Verhältnissen anzupassen.

Allerdings scheint die klassische Idee, hochwertige Programme zentral zu platzieren und auf herkömmliche Weise zu bewerben immer weniger tragfähig und zunehmend eine Verschwendung wertvoller Ressourcen. Stattdessen wird die digitale Markenführung im neuen heterogenen und vernetzten Medienensemble zunehmend zur Schlüsselkompetenz. Wie können die Programmstrategen in den TV-Sendern ihr Sendeschema vor diesem Hintergrund angemessen gestalten, und welche neuen Forschungsansätze bestimmen dabei die Arbeit der Planer? Welche Rolle spielen Sendergruppenstrategien, um den drohenden Kontrollverlust der großen Sender aufzufangen? Und nicht zuletzt: Wie können die Programmstrategien der neuen „nomadischen“ Mediennutzung junger Zielgruppen gerecht werden?

Das BLM-Forum in Kooperation mit dem Adolf-Grimme-Institut geht der Frage nach, wie programmplanerische Erfolgsstrategien in diesem neuen Konkurrenzumfeld des Fernsehens aussehen können.

Programm

14.00 Uhr, Begrüßung

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Präsident, BLM, München

Heinz Günter Clobes, Leiter, Adolf-Grimme-Akademie, Marl

14.15 Uhr

Keynote

New Platforms, New Paradigms

Digitale Markenstrategien für das neue Fernsehen

Dan McGolpin, Head of Planning and Scheduling, BBC Three, London

15.15 Uhr

Kaffeepause

15.45 Uhr

Präsentation

Wag the Long Tail

Mit Nischenstrategien dem Zuschauer auf der Spur

Thomas Schultheis, Geschäftsführer, SevenSenses GmbH, ProSiebenSat.1

Media AG, München

16.15 – 17.15 Uhr

Panel

Schemastrategien, Sendergruppen und digitale Markenführung in der neuen TV-Konkurrenz

Andreas Bönte, Leiter Planung und Entwicklung, BR; München

Jan Peter Lacher, Ressortleiter Strategische Programmplanung, RTL

Television, Köln

Jürgen Hörner, Leiter Programmplanung, ProSieben, München

Martin Berthoud, Chef der Hauptabteilung Programmplanung, ZDF, Mainz

Kai Wendelken, Planungschef DAS VIERTE, München

Moderation

Hans-Jürgen Jakobs, Chefredakteur, sueddeutsche.de, München