

# LOKAL-TV-KONGRESS

# 2015

23.-24.09.2015

Potsdam

## PROGRAMM

**23.09.2015**

**Ab 15:00 Uhr** Eintreffen der Teilnehmer

**16:00** Begrüßung

**Dr. Hans Hege**, Direktor mabb

**16:10** **Keynote**  
**Region, Relevanz und rollende Rubel | 10 Thesen über das lokale Fernsehen**  
**Bert Lingnau**, Medienanstalt M-V

**16:30** **Vermarktung**  
**Kurzpräsentation von Goldbach Media**  
**Peter Christmann**

**Kurztalks**

**16:40** **Ist Lokal-TV gut genug für „richtige“ Vermarktung?**  
**Susanne Tockan | Dr. Holger Liljeberg**, Geschäftsführer INFO GmbH

Werbefinanzierung funktioniert über Reichweiten, für die es etablierte Währungen gibt. Fernsehen wird in Deutschland nach dem Fernsehpanel AGF/GfK gemessen. Doch diese etablierte Währung funktioniert bei Lokal-TV nicht. Es gibt Alternativen – doch lässt sich das Problem der fehlenden Werbebudgets so lösen?

**16:50** **Gemeinschaftsmagazine und überregionale Werbeflächen**  
**Susanne Tockan | René Falkner**, Geschäftsführer Sachsen Fernsehen

Größere Reichweite, größere Kunden. Gemeinschaftsformate sollen über den Tellerrand blicken und neue Zielgruppen und zusätzliche Kunden ansprechen. In der Praxis werden aber mögliche Synergien nicht genutzt. Lokal-TV ist oft auch Kleinstaaterei, keiner will sich in die Karten gucken lassen.

**17:00** **Wie vermarktet man Sparten- und Lokal-TV-Kanäle?**  
**Susanne Tockan | Peter Christmann**, Goldbach Media

Professionelle Vermarktungsstrukturen haben vor allem die großen, nationalen Sender – und damit auch die großen Budgets. Das könnte sich ändern lassen, wenn ein paar Voraussetzungen erfüllt sind. Hat Lokal-TV in Deutschland eine vermarktungstaugliche Struktur? Stimmt das Programmumfeld?

**17:15** **Demo**  
**Sender** – Crowdfundingprojekt, Genossenschafts-TV – die Idee, die Inhalte, das multimediale Konzept  
**Philip Banse**, Gründer

# LOKAL-TV-KONGRESS

## 2015

23.-24.09.2015

Potsdam

**17:40**      **Objektiv schönes Fernsehen – Maßstäbe für Lokal-TV**  
**Prof. Dr. Vinzenz Wyss**, Media Quality Assessment GmbH

In der Schweiz können Lokal- und Regionalsender öffentlich gefördert werden – wenn sie gewisse Standards einhalten. Welche sind das? Wie wird das überprüft? Was ist messbare Qualität?

**18:10**      **So geht's nicht weiter! Alternativen zum Existenzkampf**

Kaum ein Lokal-Sender macht Gewinn – die „schwarze Null“ gilt den meisten schon als Erfolg. Über 20 Jahre nach der Erfindung von Lokalfernsehen gibt es noch kein funktionierendes Geschäftsmodell. Daraus müssen Konsequenzen gezogen werden: Soll man die Strukturen des Lokal-TV drastisch verändern – etwa durch Rahmenprogramme mit Lokal-Fenstern oder andere Verbreitungsgebiete? Oder lebt Lokal-TV gerade von der Kleinteiligkeit, von manchen auch Nähe genannt? Die Akzeptanz des Lokal-TV ist Studien zufolge gut – das muss man doch vermarkten können?

**Diskussionsrunde:**

Thomas Böhm, MV1/TV:Schwerin  
Thomas Langheinrich, Präsident LfK  
Michael Sagurna, Präsident SLM  
Klaus-Dieter Böhm, Vorsitzender Bundesverband Lokal-TV  
Bärbel Romanowski-Sühl, Medienrat mabb  
Moderation: Susanne Tockan

**19:00**      **Grillbüffet | Musik | Gespräche**

---

### 24.09.2015

**09:00**      **Journalismus, Qualität und Relevanz**  
**Jochen Fasco**, Direktor TLM

Sehenswert zu sein ist die Grundlage fürs Gesehenwerden! Was leistet Lokal-TV heute schon? Was ist der Anspruch an das Medium? Muss ein Vereinsvorsitzender, muss ein Lokal-Politiker Lokal-TV gucken, um up-to-date zu sein? Das muss der Anspruch sein für das letzte lokale Medium, das noch alle Menschen erreichen kann. Wie wird man unverzichtbar? Wie etabliert man im Sender Qualität und Relevanz?

**09:20**      **Verbreitung – technische Reichweite schaffen**  
**Martin Deitenbeck**, Geschäftsführer SLM

ARD und ZDF machen es sich einfach – überall wo potenzielle Zuschauer sind, dort ist auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk. Das kann sich privat finanziertes Fernsehen nicht leisten, für jeden Verbreitungsweg müssen Kosten und Nutzen abgewogen werden. Was tut Lokal-TV, was fördern die Landesmedienanstalten, welche Ansätze gibt es schon und was fehlt noch?

# LOKAL-TV-KONGRESS

## 2015

23.-24.09.2015

Potsdam

09:45

<p><b>Workshop Erfahrungen mit Lokal-TV via Satellit</b> <b>Veit Olischläger</b>, bmt   <b>Jan Czemper</b>, mabb   <b>Dr. Holger Liljeberg</b>, INFO GmbH</p> <p>Lange Zeit konnten sich nur wenige regionale oder lokale Sender eine Verbreitung über Satellit leisten. Gerade im ländlichen Raum fehlte ihnen dadurch viel Reichweite. Das hat sich in den letzten zwei Jahren geändert, vor allem durch Förderprojekte der Landesmedienanstalten. Dabei gibt es unterschiedliche Konzepte. Inzwischen liegen auch erste Erfahrungen vor, wie gut sie funktionieren. Welche Konzepte gibt es und wie sieht es mit der Nutzung bei Sat und Streaming aus?</p>	<p><b>Workshop Zuschauerbindung durch Zuschauereinbindung</b> <b>Matthias Heigl</b>, Meissen Fernsehen   <b>Brian Schneider</b>, Köln TV</p> <p>In einer modernen Mediengesellschaft gilt: Was in Medien nicht vorkommt, ist nicht passiert. Gerade im Lokalen erwächst daraus oft ein Anspruch an die Sender. Die Vereine, die Feuerwehr, Parteien und viele mehr wünschen sich eine Berichterstattung. Eine riesige Chance für die Redaktionen, selbst wenn nicht jedes Ereignis mit einem kompletten Team begleitet werden kann. Doch auch der einfache Zuschauer kann Content liefern – Sender senden eben nicht mehr nur, sie empfangen auch und können zur lokalen Plattform werden.</p>	<p><b>Workshop Werberichtlinien</b> <b>Torsten Giebel</b>, die medienanstalten   <b>Michael Neugebauer</b>, ems</p> <p>Im ohnehin kleinen lokalen Werbemarkt ist jeder Kunde willkommen. Der klassische Werbespot verliert immer mehr an Bedeutung, Sponsorings und crossmediale Produkte werden immer wichtiger. Vieles geht, nicht alles ist erlaubt und manches schadet auch dem Gesamtprodukt des Senders. Ein Workshop über Formate, Produkte und Werberegeln.</p>
--	--	---

10:30

**Pause mit Präsentation**

**Leipzig School of Media:** Präsentation berufsbegleitender Masterstudiengänge *New Media Journalism*, *Crossmedia Management*, *Corporate Media* und *Mobile Marketing*, Volontärskurs *Crossmedia* Zertifikatskurs *Social Media Manger (PZO)*, Volontärskurs *Crossmedia* als Bestandteil der Volontärsausbildung der Sächsischen Ausbildungs- und Erprobungskanäle (Initiative der Sächsischen Landesmedienanstalt).

**ems – electronic-media-school Babelsberg:** Aus- und Weiterbildungsangebote speziell für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Lokal-TV-Sendern, Infostand.

**E&S GmbH (Manebach):** Präsentation von UHD Equipment für kleine und lokale Sender. ViTex Sendeautomation UHDready. Vierfach-Playout INKA4c enthält Zusatzdienste HbbTV, EPG und Teletext. Bedienkonzept über einfache Windows-Bediensoftware ViTex8 mit Wochenplan und Online-Redaktionssystem RedaSys.

**HMS –** Präsentation Sendeautomation einschließlich der Planungskomponenten für Digital Signage, Addressable TV Workflow (über HbbTV) und Ausblick auf 4K-Playout.

**SKB -** Drehen mit Drohne, Vorführung, Erfahrungsbericht, Anwendungsbeispiel.

# LOKAL-TV-KONGRESS

# 2015

23.-24.09.2015

Potsdam

**M.E.N.** – Virtual Reality ist nicht mehr nur etwas für Gamer, Präsentation, Anwendungsbeispiel.

**VST GmbH:** Beratung, Planung, Realisierung, Schulung und Service für Film, Reportage oder Studioproduktion. Moderne digitale Audio- und Videotechnik sowie Zubehör für die professionelle Videoproduktion.

11:30

<p><b>Workshop Workflow digital</b> <b>Michael Merz</b>, Indarium GmbH</p> <p>Lokal-TV digital – das ist nicht nur ein digitales Rundfunksignal. Ein digitaler Sender produziert ganz anders als früher, verbreitet seine Inhalte auf vielfache Weise, auf zahlreichen Plattformen und unabhängig von Sendezeiten. Metadaten sind das entscheidende Stichwort, wenn man sich nicht im Dschungel von HbbTV, Youtube, Kabel, Satellit, Facebook etc. verirren will. Noch sind Metadaten für die meisten Sender ein Hass-Wort. Dabei könnte alles ganz einfach sein...</p>	<p><b>Workshop Vermarktung für adressable TV, Smartclip-Präsentation</b> <b>Sebastian Busse</b>, Director Business Development, Connected TV, smartclip Holding AG</p> <p>Teil 1 Multiscreen Video-Konsum und Marketing. Herausforderungen für das werbefinanzierte Geschäftsmodell.</p> <p>Teil 2 Addressable TV – mal wieder ein neues Buzz-Word? ...oder eine konkrete Chance für den TV Markt und Lokal-TV Sender im Besonderen.</p>	<p><b>Workshop Sport im Lokal-TV</b> <b>Stephan Rätzel</b>, Oderland TV</p> <p>Sport gehört zu den wichtigsten Themen lokaler Medien – der Heimatverein muss auch ins Heimatfernsehen. In der Praxis scheitern die meisten Sender am Anspruch guter Sportberichterstattung. Zeitlicher Aufwand und Refinanzierung sind schon zuhause nicht in Einklang zu bringen – und dann auch noch das Problem mit den Auswärtsspielen. Kann es trotzdem gehen?</p>
---	--	---

12:15

## Abschlussplenum

**Martin Heine**, Direktor MSA | **Marleen Janew**, Vorsitzende des Medienausschusses Mecklenburg-Vorpommern | **Horst Waschke**, Vorsitzender BFN | **Roman Garthoff**, ems electronic media school | **Mike Langer**, TV Althernburg | Moderation: **Peter Stawowy**

Wie und wovon? Zwei Fragen haben die beiden Tage bestimmt. Wie entwickelt sich Lokal-TV weiter? Und wovon sollen die Sender leben? Der Kongress hat sie aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet, Anregungen gegeben, weitere Fragen aufgeworfen. Antworten müssen Sender, Medienanstalten, Werber und lokale Partner gemeinsam finden. Die ToDo's im Überblick.

13:00

**Get-together und Imbiss**