

Pressemitteilung

newTV Kongress 2019: Gute Zeiten für kreative Bewegtbild-Köpfe

Der newTV Kongress brachte am 28. März zum bereits zehnten Mal führende Experten und Innovationstreiber der Bewegtbild-Branche nach Hamburg. Die Jubiläumsausgabe stand ganz im Zeichen der inhaltlichen und programmatischen Neuausrichtung der Konferenz und thematisierte technologische Innovationen, interaktive Content-Formate sowie das Potential neuer Geschäftsmodelle. Über 300 Teilnehmer besuchten den ganztägigen Kongress, der erstmalig in den erste liebe studios im Oberhafenquartier stattfand.

Hamburg, 29. März 2019 – Wie spiele ich meine Inhalte am besten aus? Welches Potenzial haben Bewegtbild-Trends wie Video-Streaming und eSports? Und wie verändern Streaming-Dienste die Produktionsmärkte? Antworten auf diese und weitere Fragen rund um die Bereiche Content, Technologie und Distribution standen im Fokus des zehnten newTV Kongress. Ein bunter Mix aus Keynotes, Panels, Masterclasses und Deep Dives sorgte für spannende Diskussionen über die zukünftige Entwicklungsrichtung des Bewegtbild-Marktes.

Eindrücke des Kongresses gibt es [hier](#) im Video.



Als Moderatorin führte **Larissa Rieß** (Neo Magazin Royale, jerks., 1Live) durch die Veranstaltung, eröffnet wurde der Kongress von **Jana Schiedek**, Staatsrätin für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg. In ihrer Rede hob sie die Bedeutung des Events hervor: „An praktisch allen Stellen des Mediensystems in Deutschland gibt es tiefgreifende Veränderungen. Grenzen zwischen Genres verschwimmen, Formate entwickeln sich weiter und neue Möglichkeiten der Produktion, Distribution und Verwertung entstehen. Gerade an den Schnittstellen von Inhalten und Technologie tun sich

neue Chancen auf. Deshalb brauchen wir Initiativen wie nextMedia.Hamburg mit Veranstaltungen wie dem newTV Kongress. Sie geben den Akteurinnen und Akteuren in Hamburg und darüber hinaus wichtige Impulse für Innovationen.“

Wichtige Impulse lieferte auch gleich schon die Eröffnungs-Keynote von **Henry Mason**, Managing Director bei TrendWatching. In seinem Vortrag ging der Londoner Trendforscher auf die Vor- und Nachteile des Einsatzes von Künstlicher Intelligenz ein und führte aus, was Konsumenten von neuen Technologien erwarten. „Neue Technologien wie KI sollen fair sein, den Menschen unterstützen und ihre Aufgaben in Perfektion erledigen. Innovationen können nur dann erfolgreich sein, wenn sie den Erwartungen der Nutzer gerecht werden“, konstatierte Mason.

Ihm folgte **Darren Nielson**, Senior Vice President des US-amerikanischen Pay-TV-Senders STARZ, der in seiner Keynote erklärte, wie sich der etablierte Medienriese gegen die zunehmende Konkurrenz von Video-on-Demand- und Streaming-Diensten beweisen will. Wichtig bei der Distributionsstrategie sei laut Nielson die Spezialisierung auf ein Themenfeld. „Unser Fokus liegt ausschließlich auf dem Genre Drama. In diesem Bereich produzieren wir hochwertigen Premium-Content, den wir dann bei verschiedenen Anbietern ausspielen. Distribution first ist hier das Motto“.

Mit der Verteilung von Inhalten beschäftigte sich auch das erste Panel des Tages. Unter dem Motto „Total Video Distribution: Überblick, Benchmark und Player“ diskutierten **Bernd Riefler** (VEED analytics), **Dominik Schilling** (ARD online), **Simon Hunt** (Freeview Play) und **Stephan Zech** (FUNKE) verschiedenste Vertriebswege im Bewegtbild-Markt. Die Panelisten waren sich schnell darüber einig, dass es auch in Zukunft Raum für verschiedene Player auf dem Markt geben wird. Umso wichtiger sei es, dass der Konsument die Übersicht über die Angebote behalte. Eine neutrale Content-Discovery-Gesellschaft ohne inhaltliche Dominanz eines Anbieters stellte sich hier als Idealvorstellung der Beteiligten heraus. **Frank Berning** (Dokyo) und **Holm Münstermann** (Google) setzten in den darauffolgenden Deep Dives ihren inhaltlichen Schwerpunkt auf den Werbemarkt. Während Berning sich in seinem Workshop für eine hohe Qualität von Bewegtbildern in der Werbung einsetzte, referierte Münstermann über die Vorteile der Dynamic Ad Insertions und sprach in diesem Kontext sogar von einer „Revolution des Werbemarktes“.

Parallel zu Münstermanns Vortrag fand eine weitere hochrangig besetzte Diskussionsrunde statt, in der **Dr. Burkhard Nagel** (ARD Aktuell), **Sebastian Pfothenhauer** (Ringier AG) und **Padraic Ryan** (storyful) über die Gefahren und Herausforderungen sprachen, die sich durch Fake-Bilder ergeben. Dabei stellten die Referenten fest, dass die Produktion von Fake-News sich zunehmend professionalisiert habe, sodass die Verifikation von Inhalten mit einem hohen zeitlichen Aufwand verbunden ist. Schritte zur Bild-Verifikation stellte Padraic Ryan dann am Nachmittag in seinem Deep Dive vor: Schon die sorgfältige Prüfung der Kernelemente Quelle, Datum und Ort könne in den meisten Fällen Fakes sichtbar machen.



Nach der Mittagspause galt der Fokus den neuen Bewegtbild-Trends und -technologien. Beim eSports-Panel mit **Reza Abdolali** (blackbird eSports), **Daniel von Busse** (Sport1), **Felix Welling** (VfL Wolfsburg), **Bernhard Mogk** (ESL) und **Stefan Zant** (P7S1Sport) wiesen die Gaming-Experten auf das Potenzial des virtuellen Sports hin. So sei die Reichweite und Community vorhanden, um eSports auch nachhaltig erfolgreich zu etablieren. Nicht umsonst genieße der virtuelle Sport bei den TV-Anbietern schon den gleichen Stellenwert wie die Quotengaranten American Football und Darts. „Die Herausforderung besteht nun darin, die Zuschauerzahlen zu stabilisieren“, so Stefan Zant. Parallel dazu verrieten die **Rocket Beans** im neuen Best Case-Format ihr Erfolgsgeheimnis. „Live-Shows, Events und selbstprogrammierte Tools ermöglichen es uns, ganz eigene, interaktive Formate zu gestalten und so eine enge Bindung zum Publikum aufzubauen“, so Creative Director Anja Räßler.

Das Internet und die Möglichkeiten von Bewegtbildern im Social Web blieben auch in der Folge Thema. So referierten **Thorsten Trompeter** (Beiersdorf) und **Christian Bartsch** (BOOM) zunächst über die Möglichkeiten der Nutzung von Apps wie TikTok und Snapchat, ehe **Andreas Briese**, Director Partnerships bei YouTube, aufzeigte, wie die weltweit größte Video-Plattform die Verlässlichkeit der angebotenen Videoinhalte sicherstellen möchte. Dies solle mit einer Kombination aus belastbaren Quellen und weiterführenden Links geschehen, die den Qualität-Journalismus fördern.

Einer, der weiß, wie man mit Webvideos ein Millionenpublikum erreicht, ist **Fynn Kliemann**, der beim newTV Kongress gleich doppelt auftrat. Gemeinsam mit seinem Kollegen Brian vom Kliemannsland beantwortete er im Rahmen einer Q & A-Runde Fragen aus dem Publikum, ehe er an der letzten Diskussionsrunde der diesjährigen Konferenz teilnahm. Gemeinsam mit dem YouTuber diskutierten **Johannes Züll** (Studio Hamburg), **Florian Hager** (funk), **Christian Arvant** und **Siegfried Kamml** (beide Syrreal Entertainment) die Veränderungen im Produktionsmarkt, die sich durch das Aufkommen der Streamingplattformen ergeben. Die Auftragslage bei den Produktionsfirmen sei demnach so gut wie noch nie – die Einnahmequellen würden Produzenten nutzen, um eigene Inhalte abseits des Mainstreams erstellen zu können. Der einhellige Tenor: Zurzeit

sind gute Zeiten für Kreative, die ans Set wollen und gute Zeiten für Autoren, die dringend gesucht werden.

Kabarettist **Till Reiners** sorgte mit einer Stand-up-Show schließlich für den Kongress-Abschluss. Eine Aftershow-Party bot im Anschluss daran zudem noch die Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen, zu vertiefen und den Tag mit Musik von DJs, Drinks und Snacks ausklingen zu lassen.

nextMedia.Hamburg-Leiterin **Nina Klaß** zeigte sich mit der zehnten Auflage des newTV Kongress mehr als zufrieden: „Wir haben es in diesem Jahr geschafft, den newTV Kongress komplett neu aufzusetzen. Wir haben die innovativsten Stories rausgepickt und die Menschen dahinter gezeigt. Es war eine insgesamt sehr erfolgreiche Veranstaltung.“

Unterstützt wurde der newTV Kongress 2019 von **Studio Hamburg**, **vision tools** und **FOODBOOM**. Letztere hatten eine eigene Bühne, auf der verschiedenste Bewegtbild-Formate live auf der Bühne präsentiert wurden. Neben einer Keynote präsentierte FOODBOOM-Gründer **Sebastian Heinz** hier auch den Prototyp, der im Zuge des VR Prototyping Lab von nextMedia.Hamburg erstellt wurde. FOODBOOM zeigte sich zusätzlich für einen Frühstücks- und Abendsnack verantwortlich und verwöhnte die Kongress-Teilnehmer morgens mit einem leckeren Chia Porridge und am Abend mit Hot Dogs und einer mobilen Bar.

Bilder vom newTV Kongress 2019 stehen [hier](#) zur Verfügung.

Fotocredit: Sudheimer Photography/nextMedia.Hamburg

Über den newTV Kongress:

Neben inhaltlichen Highlights und spannenden Formaten bietet der newTV Kongress die Gelegenheit, zum gezielten Austausch mit den wichtigsten Köpfen der Bewegtbild-Szene und Networking unter Experten. Organisiert wird der Kongress von nextMedia.Hamburg mit Unterstützung der newTV Focus Group, einem Panel von Experten der Bewegtbild-Branche.

Der Kongress richtet sich nicht nur an Entscheidungsträger, Vermarkter, Werbetreibende und Produzenten der TV- und Digitalindustrie, sondern adressiert auch Innovatoren, Start-ups und Kreative. Zu den Referenten der letzten Jahre gehören unter anderem Amy Emmerich (Refinery 29), Kai Wiesinger (Schauspieler/Regisseur), Raquel Bubar (T Brand Studio New York Times), Cyrus Saihan (BBC), Jette Nygaard Andersen (MTG), Daniel Budiman (Rocket Beans Entertainment) und Frank Beckmann (NDR).

Wenn Sie als Medienvertreter Interesse haben, an der nächsten Veranstaltung teilzunehmen oder Informationen zu Partnerschafts- und Sponsoring-Modellen benötigen, wenden Sie sich bitte per Mail an Kristin Splieth (k.splieth@faktor3.de).

Über nextMedia.Hamburg:

nextMedia.Hamburg ist die Standortinitiative für die Hamburger Medien- und Digitalbranche. Die Initiative unterstützt eine innovationsorientierte Zusammenarbeit zwischen Medien- und Digitalunternehmen, Hochschulen, ihren Studierenden sowie engagierten Treibern aus Hamburg. Ziel von nextMedia.Hamburg ist es, Hamburgs Spitzenposition als Medienstandort zu sichern und auszubauen. Die Initiative versteht sich als Knotenpunkt in einem starken Netzwerk und wird gemeinsam getragen vom Senat der Freien und Hansestadt Hamburg und der Hamburg Kreativ Gesellschaft. Abonnieren Sie jetzt den Newsletter und erhalten Sie regelmäßig aktuelle Informationen aus der Medien- und Digitalbranche sowie zu unseren Programmen und Events. Weitere Informationen unter www.nextMedia-Hamburg.de

Folgen Sie uns auf Twitter ([@nextMediaHH](https://twitter.com/nextMediaHH)), bei Facebook ([@nextmediahamburg](https://facebook.com/nextmediahamburg)), bei LinkedIn ([@nextmedia.hamburg](https://linkedin.com/company/nextmedia.hamburg)), auf Instagram ([@nextmedia.hh](https://instagram.com/nextmedia.hh)) und XING ([@nextmedia.hamburg](https://xing.com/company/nextmedia.hamburg)).

Kontakt für Rückfragen:

Faktor 3 AG
Kristin Splieth
E-Mail: k.splieth@faktor3.de
Tel.: 040 67 94 46-6144

nextMedia.Hamburg
Bastian Springer
E-Mail: Bastian.Springer@nextmedia-hamburg.de
Tel.: 040 87 97 986 126