



# Lokal-TV im Internet - eine Bestandsaufnahme für Brandenburg

Eine Analyse von Stefanie Rühling.

# Gliederung

- Aufgabe/Hintergrund
- Nutzerverhalten
- Status quo – Bewegtbild
- Status quo – Vermarktung
- Vorschlag zur Optimierung
- Nutzen für Lokal-TV

# Aufgabe/Hintergrund

- Analyse: Was bieten die Lokal-TV-Veranstalter im Internet?
- Wird Usability/Nutzerfreundlichkeit gelebt?
- Treffen die angebotenen Online-Inhalte das Nutzerverhalten?
- Erfüllen die Websites die Erwartungen der Nutzer?

# Nutzerverhalten...

- Wer sind die Nutzer/Zielgruppen?
- Aus welchen Gründen besuchen sie die Websites ihrer lokalen TV-Sender?
- Welche Informationen suchen sie online?
- Welche Inhalte erwarten sie vom Web-Auftritt des TV-Senders ihrer Region?

# ...Nutzerverhalten

- Zielgruppen: Lokal-TV-Zuschauer und Menschen mit lokalem Bezug
- ... suchen Informationen über Beiträge, das Programm, den Sender/das Team, Ereignisse in ihrer Region
- ... nutzen Websites ihrer Lokal-TV-Sender als Ergänzung zur lokalen Tageszeitung oder Online-Angeboten ihrer Region und erwarten Informationen via **Bewegtbild**

# Status quo - Bewegtbild

- Von 29 untersuchten Lokal-TV-Sendern  
... haben 20 eine Website, die technisch  
verfügbar ist und Inhalte bietet.  
... bieten 14 Bewegtbild online  
sowie ein Archiv mit Sendematerial  
... und 2 einen Livestream.

# Status quo - Vermarktung

- Von 29 untersuchten Lokal-TV-Sendern
  - ... vermarkten 14 ihre Website,
  - ... davon 12 aktiv durch Banner-Werbung
  - ... und 2 durch einen Platzhalter.
  - ... 6 Anbieter stellen Mediadaten und/oder Preislisten online zur Verfügung.

# Vorschlag zur Optimierung...

- Online-Auftritte von Lokal-TV-Sendern werden Teil ihres Geschäftsmodells:
- Lokal-TV-Veranstalter konzentrieren sich auf ihr Kernprodukt: **Bewegtbild**.
- Warum? Bewegtbild bietet attraktiven Inhalt für die eigene Website (Mehrwert für User) und andere lokale Website-Betreiber für potenzielle Kooperationen.

# ...Vorschlag zur Optimierung

- Lokal-TV-Sender kooperieren mit lokalen Websites, Tageszeitungen und Radiostationen: beliefern sich mit Inhalten, verlinken auf die Partner-Websites usw.
- Jeder Kooperationspartner konzentriert sich auf die Inhalte, die er ohnehin bringt oder mit geringem Aufwand bringen kann. (TV: Bewegtbild, Zeitung/Online-Portal: Textnachrichten, Wetter, Horoskop usw.)

# Nutzen für Kooperationspartner

- Auf allen Partner-Websites wird mehr Traffic generiert, da die User durch aktuelle und spannende Inhalte zu häufigen Besuchen angeregt werden.
- Websites werden zur Plattform für regionale Werbetreibende durch attraktive Reichweite/hohe Klickzahlen.

# Nutzen für Lokal-TV

- Steigerung der technisch begrenzten TV-Reichweite durch online generierte Reichweite.
- Das Programm erreicht mehr Menschen unabhängig von Zeit und Ort.
- Finanzierung des Senders/Internetauftritts durch Online-Werbeinnahmen.

Vielen Dank...

... für Ihre Aufmerksamkeit!