

Schwerin, den 20. September 2011

Lokal-TV künftig ohne Kabelanschluss empfangbar

9. Lokalfernsehtage in Linstow/Mecklenburg

Die lokalen TV-Veranstalter in Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern setzen künftig auf eine Multi-Plattform-Strategie. Lokal-TV solle auf allen Verbreitungswegen zu sehen sein, so der Direktor der Medienanstalt Berlin-Brandenburg, Dr. Hans Hege, bei der Eröffnung der gemeinsamen Lokal-TV-Tage von Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg. Damit wolle man auch die Wirtschaftlichkeit verbessern und die Zuschauerbasis verbreitern. Durch die Nutzung von Hybrid-TV (Fernsehgeräte mit Rundfunk- und Internetanschluss) und verschiedenen Online-Plattformen können lokale Programme auch ohne Kabelanschluss, den klassischen Verbreitungsweg für das lokale Fernsehen, empfangen und genutzt werden.

Die Lokal-TV-Tage sind ein jährlicher Branchentreff für die Betreiber und Macher von lokalem Fernsehen in Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg. Die 9. Lokal-TV-Tage fanden am 16. und 17. September 2011 in Linstow/Mecklenburg statt. Unter den rund 70 Teilnehmern waren auch Gäste aus anderen Bundesländern, Hersteller von Kamera- und Studioteknik sowie Vertreter aus dem Wirtschaftsministerium und der Staatskanzlei in Potsdam.

Dr. Uwe Hornauer, Direktor der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern, betonte die Rolle der Lokal-TV-Sender in der vielfältigen medialen Welt. Die Programme stellten einen Teil der „lokalen Grundversorgung“ dar, so Hornauer. Da die Finanzierung im lokalen Markt schwierig sei, wolle man die Sender bei der Programmverbreitung unterstützen. Wie das konkret aussehen soll, wurde in Linstow vorgestellt.

Beide Medienanstalten planen gemeinsam ein technisches Projekt mit dem Ziel, die Übertragung von Lokalfernsehen über einen zentralen Server auf alle Verbreitungsplattformen zu ermöglichen. Im ersten Schritt wird die Übertragung auch im digitalen Kabel sicher gestellt. Darüber hinaus soll es schon im nächsten Jahr für die Sender keinen großen Zusatzaufwand mehr bedeuten, neben den Kabelhaushalten auch Internetplattformen, Hybrid-TV-Geräte oder Mobile-Apps zu versorgen. Dadurch werden die Voraussetzungen für eine wirtschaftlich realistische Multi-Plattform-Strategie geschaffen. So sollen neue Zielgruppen erreicht werden, gerade auch jüngere Zuschauer.

Ein weiterer Schwerpunkt war die Vermarktung von Lokal-TV. Klassische Werbespots stellen inzwischen nur noch einen Ausschnitt aus dem Produktportfolio der Sender dar, so ein Ergebnis der Veranstaltung. Moderne Lokal-TV-Sender bieten den lokalen Werbekunden inzwischen eine breite Palette von Produkten und verstehen sich als Agentur für Kommunikationslösungen über verschiedene Medien hinweg. Immer mehr Sender kooperieren dabei auch mit Zeitungen, Anzeigenblättern und Radiosendern.

Darüber hinaus beschlossen die Sender, sich an der Gründung eines Bundesverbandes zu beteiligen, der die Interessen der Lokal-TV-Sender vertreten und einen bundesweiten Informationsaustausch gewährleisten soll.

V.i.S.d.P.: Dr. Uwe Hornauer, Direktor der MMV