

# Gliederung

- 3 Gründe für das Fernsehen
  - YouTube = Kommunikation
  - Fernsehnutzung bleibt konstant
  - Fernsehen als Lean-Back-Medium
- 3 Gefahren für das Fernsehen
  - Die 1 Mrd. Dollar Frage
  - Die 20 Mrd. Euro Herausforderung
  - Das Problem der Mittelsmänner
- 5 Erfolgsfaktoren für Internetshows
  - 5 Minuten Regel
  - Serialität und Community
  - dominanter Showmaster
  - alle Quellen und Kanäle nutzen
  - Qualität

# Videoportale im Internet. Das Fernsehen von Morgen?

# Gliederung

- 3 Gründe für das Fernsehen
  - YouTube = Kommunikation
  - Fernsehnutzung bleibt konstant
  - Fernsehen als Lean-Back-Medium
- 3 Gefahren für das Fernsehen
  - Die 1 Mrd. Dollar Frage
  - Die 20 Mrd. Euro Herausforderung
  - Das Problem der Mittelsmänner
- 5 Erfolgsfaktoren für Internetshows
  - 5 Minuten Regel
  - Serialität und Community
  - dominanter Showmaster
  - alle Quellen und Kanäle nutzen
  - Qualität

# 3 Gründe für das Fernsehen

- YouTube = Kommunikation
- Fernsehnutzung bleibt konstant
- Fernsehen als Lean-Back-Medium

# Watercooler Effekt



Bild von: dpwolf <http://flickr.com/photos/dpwolf/187697574/in/set-72157594196247935>

28. April 2007

Bertram Gugel: [gugelproductions.de](http://gugelproductions.de)

# Kommunikation über TV

Otto Waalkes

Video weiterleiten!

Ähnliche Videos

**3940 Kommentare**  
**+ Emails**  
**+ Blogs**  
**+ IM**

00:32 / 01:11

**Aktionen**

**Bewertung**  
★★★★★ (2203 Bewertungen)

Du musst [eingelogg](#)t sein um Videos bewerten zu können

**Zuschauer:** 1393279  
**Kommentare:** 3939

[Video weiterleiten](#)

[Video zu Favoriten hinzufügen](#)

[Video melden](#)

[Video zur Gruppe hinzufügen](#)

**TV total otto waalkes**

Kategorien:  
[Crazy](#), [Humor](#), [Musik](#)

Videos verlinken

Permanenter Link:  
<http://www.myvideo.de/watch/111993>

**⇒ Hilft dem Fernsehen**

(Baue dieses Video in Deine Website ein! Funktioniert auch in Blogs oder auf Flickr)

# Video-Kommunikation

LOLDARIAN TV



Video Blog # 13



Videoblog #3: 63 days

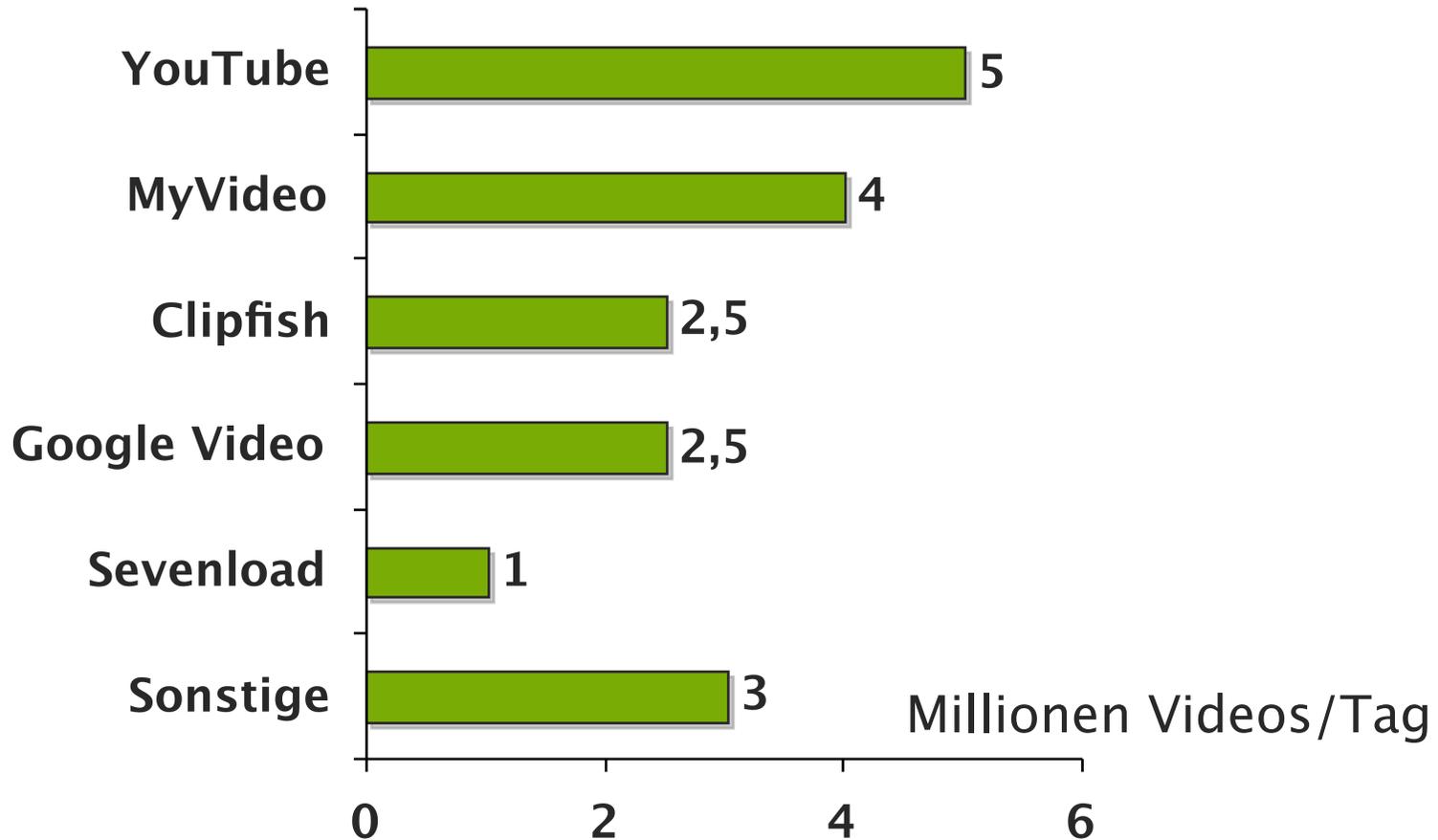


Hali Hicks Video Blog 1



# Fernsehnutzung bleibt konstant

# Videoabspiele nach Plattform

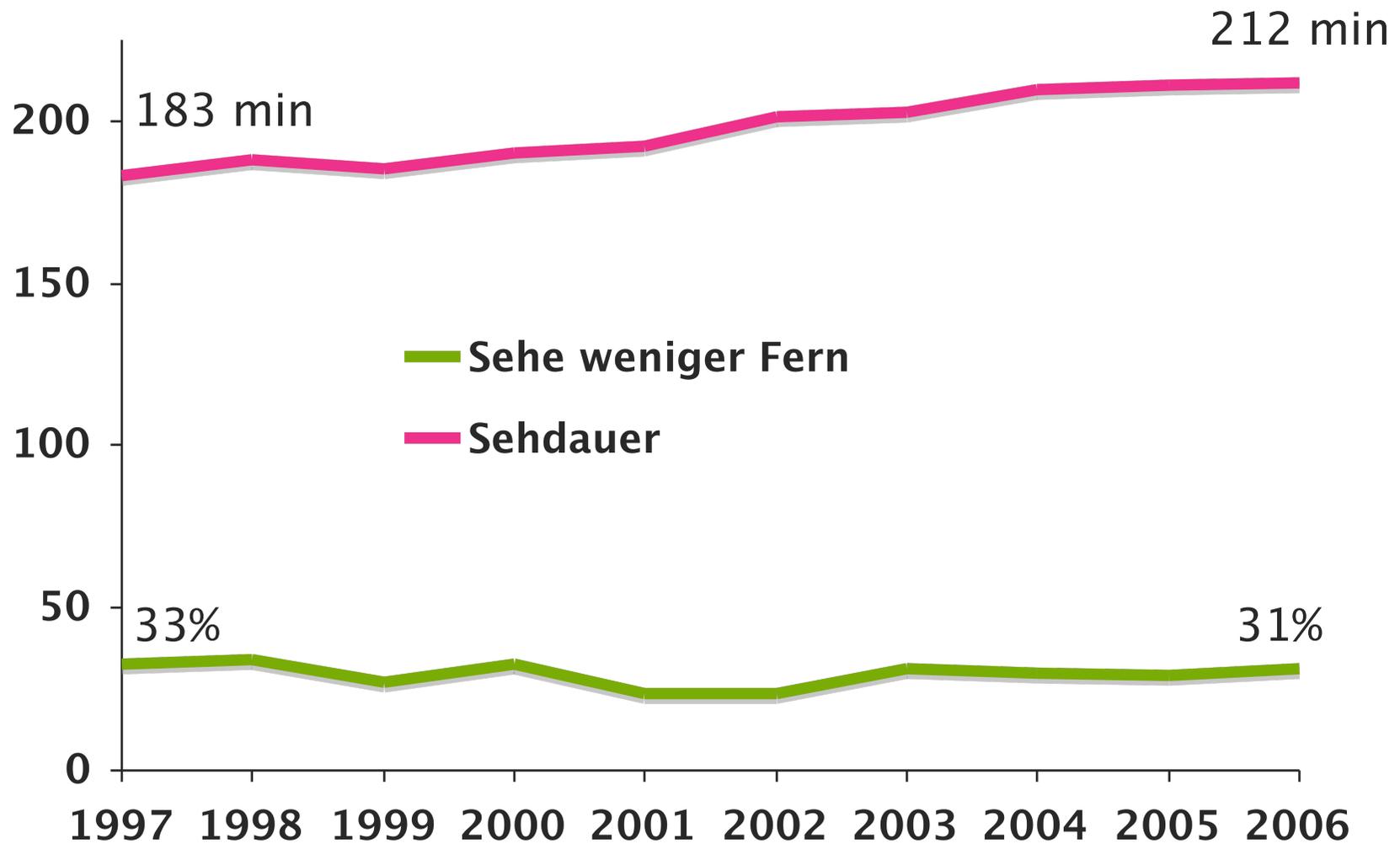


⇒ **18 Millionen Videoabspiele  
in Deutschland / Tag**

# Mit Videos verbrachte Zeit

- 36 Mio. Minuten / Tag
- ø 1 Minute pro Tag und Internetuser
- USA: ø 5 Minuten pro Tag und Internetuser
- **Fernsehnutzung: 212 Minuten/Tag**

# Fernsehen vs. Internet



Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudie und AGF

# Fernsehen als Lean-Back-Medium

# passive, reaktive Konsumtion



Photo von: David Bruce: <http://flickr.com/photos/d4viadruce/334675411/>

28. April 2007

Bertram Gugel: [gugelproductions.de](http://gugelproductions.de)

# Interaktion, Produktion

- Klickverhalten
- Navigation
- Zeitbeschränkung
- Interaktion
- anderes Erlebnis

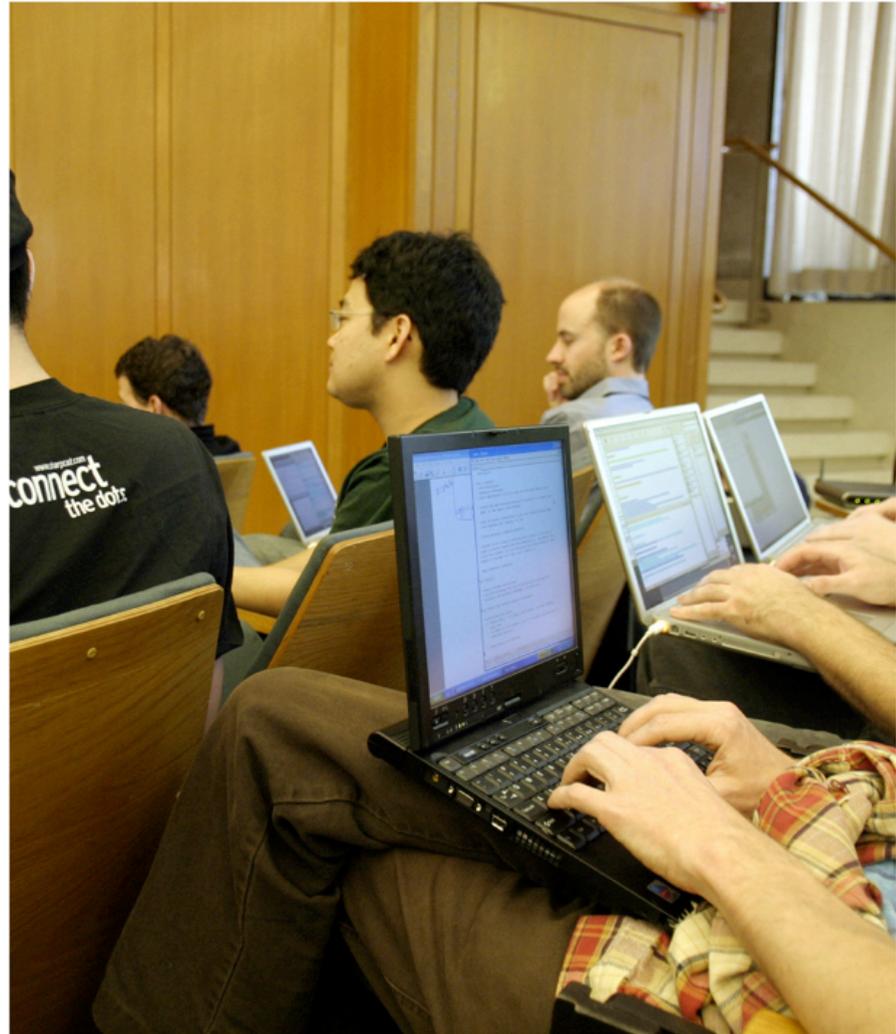
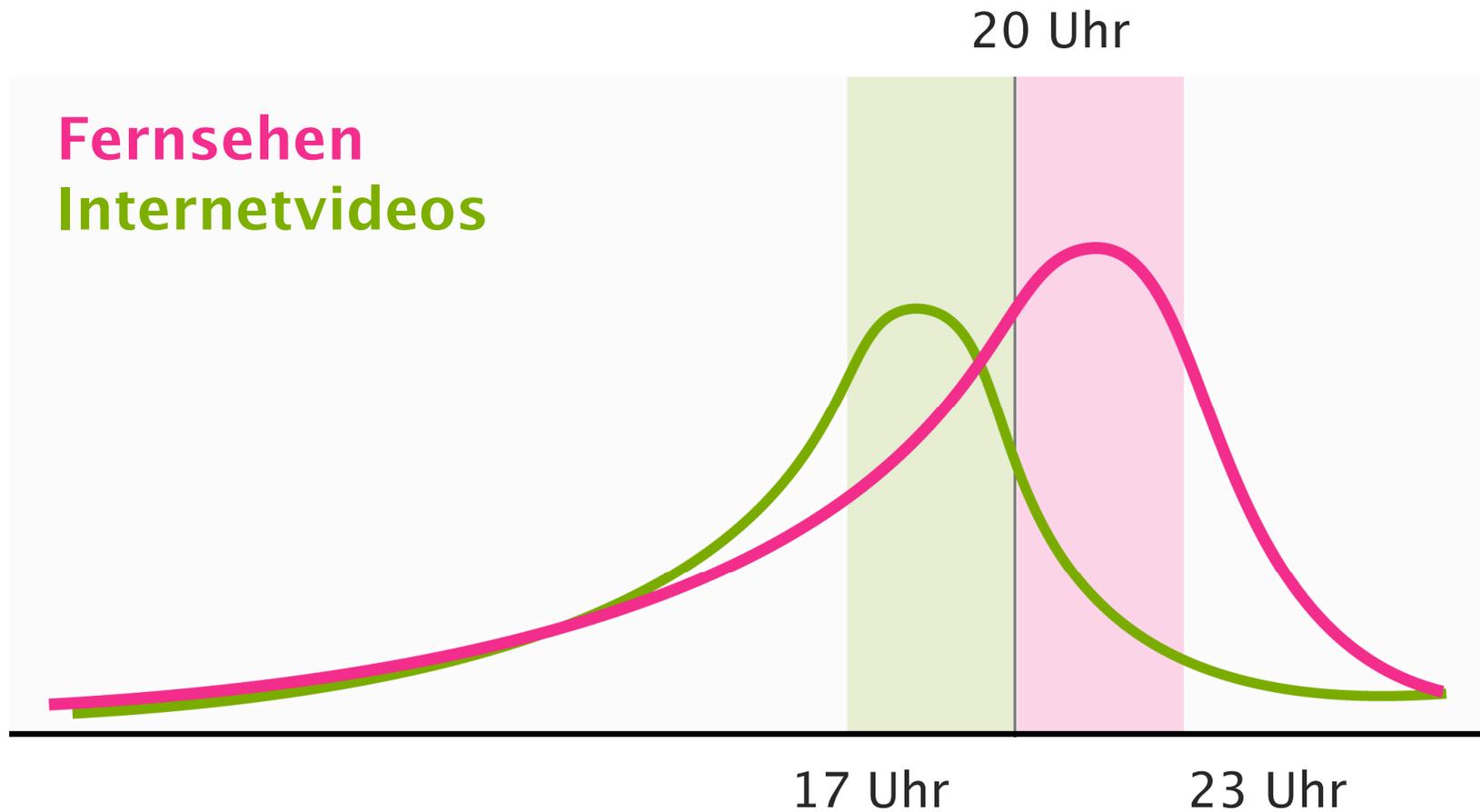


Photo von : psychofish <http://flickr.com/photos/lou/138926410/>

# Verschiedene Primetimes



# Gefahren für das Fernsehen

- Die 1 Milliarde Dollar Frage
- Die 20 Mrd. Euro Herausforderung
- Das Problem der Mittelsmänner

# Die 1 Mrd Dollar Frage

- Warum verklagt Viacom YouTube?
- Copyright?
- Finanzieller Erfolg?
- Bessere Verhandlungsposition?

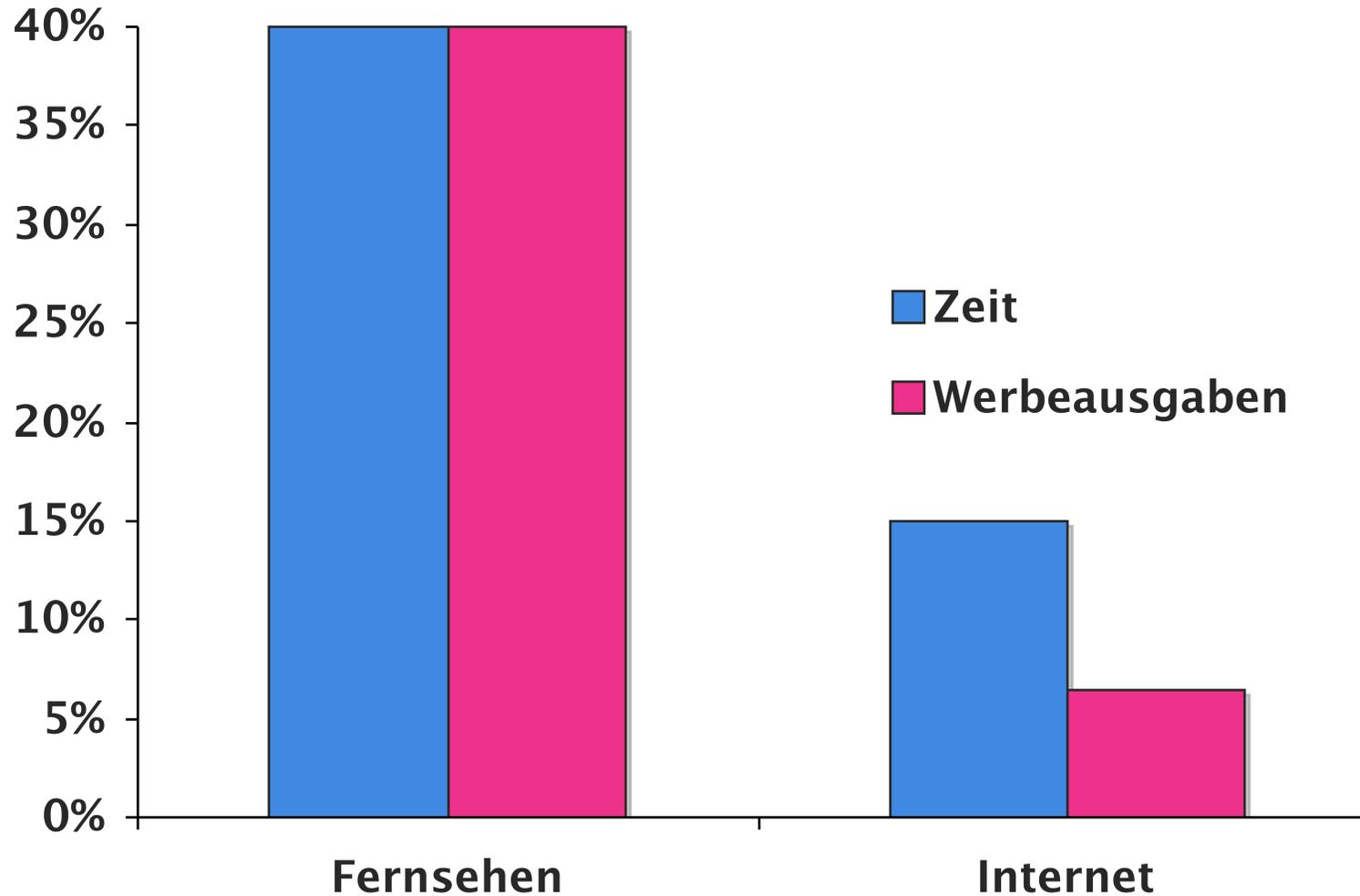
# Nein!

- YouTube = MTV 2.0



- Reality TV, Jackass, Comedy, Teendramen ...

# Die 20 Mrd. Herausforderung



# Rosige Aussichten?

- rasantes Wachstum
- bis zu 80% Markenerinnerung
- 50% bessere Erinnerung als TV
- TKPs bis zu 80 Euro

# Nein!

- zuviel Inventar
  - die Lücke wird nicht geschlossen
  - in der Breite minimale TKPs
- ⇒ **Kannibalisierung / Zwickmühle**

# Das Problem der Mittelsmänner

The image is a collage of three screenshots from early 2007, illustrating the 'problem of middle-class men' through digital media and social networking.

- Top Left:** A screenshot of a YouTube channel for Paris Hilton. The channel name is "ParisHilton's Videos". The video player shows "Volkswagen: Un-pimp Your Ride III" with a timestamp of 00:09 / 00:30. The video features a man in a white turtleneck. The channel navigation includes "Channel", "Videos", "Favorites", "Playlists", and "Groups".
- Bottom Left:** A screenshot of a Myspace profile for "GREEN NANO". The profile features a green iPod Nano. The bio includes: "I LOVE THE GREEN NANO!!", "Männlich", "26 Jahre alt", "Vereinigkte Staaten von Amerika", and "Letzte Anmeldung: 23.04.2007". There are buttons for "send message" and "forward to friend".
- Bottom Right:** A screenshot of a Myspace profile for "DIDDY TV". The profile features a video player for "BadBoyRecords" with a timestamp of 00:07 / 00:51. The video shows two men, one of whom is Diddy. The profile includes a "Subscribe" button and statistics: "Subscribers: 12672", "Channel Views: 434,952", and "UK USERS MUST VISIT: www.youtube.com/pdiddy".

28. April 2007

Bertram Gugel: gugelproductions.de

# Virale Kampagnen

- Dove Evolution

- Ron Hammer

Ron Hammer



dove evolution



This is a video response to [dove film](#)

[Login](#) to rate  
★ ★ ★ ★ ☆  
2167 ratings

[Save to Favorites](#) [Share Video](#) [Flag as Inappropriate](#)  
[Add to Groups](#) [Post Video](#)

Views: **2,939,573** | Comments: **699** | Favorited: **7368** times

Honors: **3** | Links: **5** | Responses: **1**

28. April 2007

Bertram Gugel: [gugelproductions.de](http://gugelproductions.de)

# Horst Schlämmer

Mein dokumentales Leben in Bild und Wort

**NEU!**

Ein Blick vor die Kulissen

Theoriestunde

Anhalter

Ich fahre

Ein Blick vor die Kulissen

Freunde!

Diese dokumentale Reportage war nicht nur von Außenterminen begleitet, sondern auch von Kaffeepausen. Das war das Salz in der Suppe, meine ich.

Start /  
Der Blog /  
Die Filme /  
Horst sein Golf /  
Schlämmer Utensilien /

Sponsored by

# Bud.TV

The screenshot displays the Bud.TV website interface. At the top center is the 'bud.tv' logo. Below it is a large video player showing a scene from 'Afterworld - Episode 11: Call Me Eli', featuring a colorful, stylized face and a document with handwritten text. The video player includes a play button, a progress bar at 00:12, and a volume icon. Surrounding the main video player are several smaller video thumbnails for other content, including 'FINISH FOR NOW', 'HARDLY NEWS', 'Vince Vaughn's WILD WEST COMEDY SHOW', 'SPRING JAM', 'TRUE REWIND', and 'Reports from the 2007'. Below the video player, the title 'Afterworld - Episode 11: Call Me Eli' is displayed in yellow, followed by a brief description: 'Russell's journey takes an unexpected turn when he encounters a strange survivor.' At the bottom, there are interactive options: 'Rate this Video: ☆☆☆☆', 'Add to Favorites', and 'Share Video'.

28. April 2007

Bertram Gugel: [gugelproductions.de](http://gugelproductions.de)

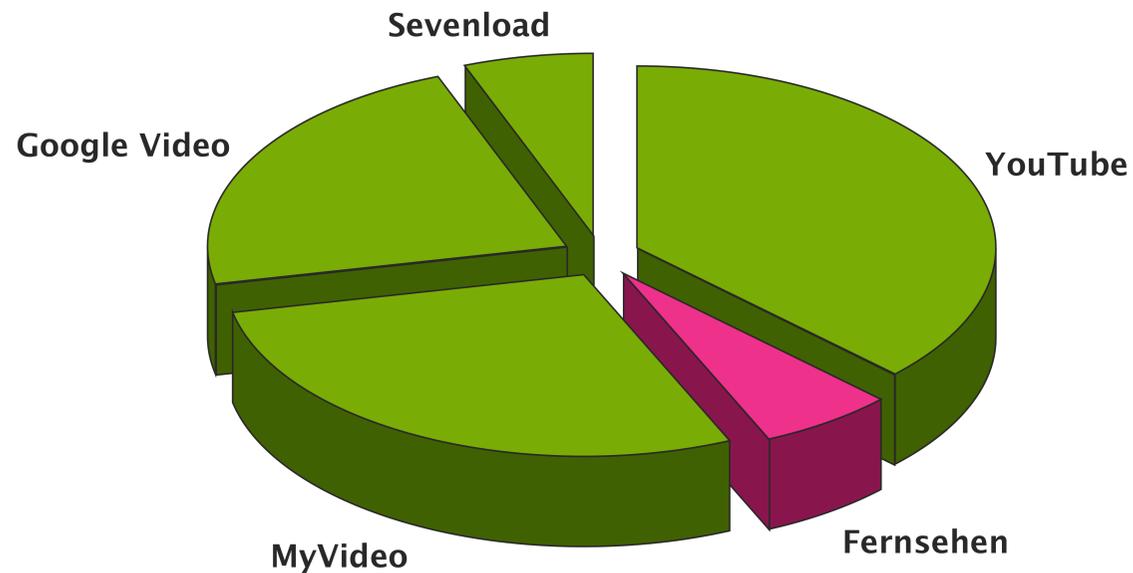
# komfortable Ausgangslage

- gefestigte Position
- wichtige Entscheidungen für die Zukunft
- Chance für die Konkurrenz

# Erfolgsfaktoren für Internetshows

# Effektive Distribution

Walter Moers: Der Bonker



# Erfolgreiche Internetshows

- Rocketboom
  - 200 000 Downloads / Tag
  - \$240 000 Umsatz 2006
- Ehrensenf
  - ca. 30 000 Abspiele / Tag + SpOn
- Ask a Ninja
  - z.T. > 1 Mio. Abspiele pro Episode
  - \$300 000 Werbeinnahmen / Jahr
- Lonelygirl15
  - #1 Channel auf YouTube

# Erfolgsfaktoren

- 5 Minuten Regel
- Serialität und Community
- dominanter Showmaster
- alle Quellen und Kanäle
- Qualität

# 5 Minuten Regel

- Ø Länge der Top-Videos auf
  - Clipfish: 1:30min
  - MyVideo: 1:48min
  - Sevenload: 2:12min
- **Zwänge des Lean-Forward**

# Serialität und Community

- klar definierter Handlungsrahmen
- Community aufbauen, pflegen und nutzen
  - Wikis
  - Blogs
  - Foren

# dominanter Showmaster



28. April 2007

Bertram Gugel: [gugelproductions.de](http://gugelproductions.de)



28. April 2007

Bertram Gugel: [gugelproductions.de](http://gugelproductions.de)

# viele Quellen alle Kanäle

- viele Quellen (YouTube, Revver, MyVideo, Sevenload, **eigene Internetseite, Blog ...**)
- alle Kanäle (Browser, iTunes, iPod, TV, TiVo, DVR ...)

# Qualität

- Handlung (Drehbuch)
- Production Values
- Darsteller / Showmaster

# Fazit Erfolgsfaktoren

- Internetshows haben besondere Anforderungen
- Internetshows sind profitabel
- Fans und Community helfen
- Exklusivität funktioniert nicht

# 11 Punkte

- YouTube = Kommunikation
- Fernsehnutzung bleibt konstant
- Fernsehen als Lean-Back-Medium
- YouTube = MTV 2.0
- Problem der Kannibalisierung
- Problem der Mittelsmänner
- 5 Minuten Regel
- Serialität und Community
- dominanter Showmaster
- alle Quellen und Kanäle nutzen
- Qualität

# Vielen Dank!

Folien unter:  
[www.gugelproductions.de/blog](http://www.gugelproductions.de/blog)