

DLM-Pressemitteilung 06/2019 • Berlin 26.02.2019

„Content als Snack to go“

Zielgruppe Generation Z ist Schwerpunkt des DLM-Symposiums am 28. März in Berlin

Bewegtbild ist überall – Streaming- und On-Demand-Angebote rollen den Markt neu auf. Zugleich verändern sich die Nutzungsgewohnheiten der Zuschauer – insbesondere die Generation Z, also die heute unter 23-Jährigen, erwartet attraktive und für sie relevante Inhalte zu jeder Zeit, an jedem Ort und auf jedem Kanal. Um die jungen Menschen da zu erreichen, wo sie Inhalte konsumieren möchten, müssen klassische Broadcaster ihren Content an allen relevanten Touchpoints anbieten und passend zu Plattform und Device aufbereiten.

Das DLM-Symposium 2019 macht die erfolgreiche mediale Ansprache der Generation Z zum Thema und diskutiert, wo die Herausforderungen für Medien, Marken und Regulierung liegen.

Welche Medieninhalte die Generation Z überzeugen, diskutieren im Rahmen des DLM-Symposiums Nicole Agudo Berbel (ProSiebenSat.1), und Andreas Briese (YouTube) mit Florian Hager (funk) und Melanie Mohr (yeay.com).

Nicole Agudo Berbel, Chief Distribution Officer und EVP Digital Publishing bei ProSiebenSat.1, betont die Bedeutung der breiten Sichtbarkeit klassischer Medienangebote: „Nie wurden Medien so häufig und intensiv genutzt wie heute – auch und gerade von den jungen Zielgruppen. Jedoch hat sich der Medienkonsum der Zuschauer und User geändert: Medien werden auf mehreren Geräten, parallel, mobil und zunehmend on demand genutzt. Und darauf müssen Medienhäuser wie ProSiebenSat.1 mit entsprechenden Angeboten Antworten geben.“

Neben Sichtbarkeit und Nutzungsverhalten sind auch das Wissen über Identität und Interessen des Publikums für Inhaltenanbieter entscheidend. Florian Hager, Programmgeschäftsführer funk, ARD und ZDF, meint dazu: „[...] diese Generation [hat] mehr Auswahl denn je – man muss also auch die inhaltlichen Bedürfnisse kennen, um sie befriedigen zu können. Aufgrund des hohen Einflusses medial vermittelter Werte- und Rollenbilder ist es besonders wichtig, gute Inhalte zur Verfügung zu stellen und die Zielgruppe damit zu erreichen, um Orientierung zu bieten.“

Gesellschafter

Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (brema)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (LPR Hessen)
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Landeszentrale für Medien und Kommunikation
Rheinland-Pfalz (LMK)
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

Diese und weitere Aspekte sind Thema beim DLM-Symposium 2019, das unter dem Motto „Generation Z – Das unbekannte Wesen im neuen Ad-Tech-Kosmos? Was Medien, Marketing und Werbung brauchen, um die neue Zielgruppe zu erreichen“ am 28. März im ddb forum Berlin stattfindet.

Detaillierte Informationen zu Programm und Referenten sowie die Anmeldemöglichkeit sind online unter <https://www.die-medienanstalten.de/veranstaltungen/dlm-symposium-2019/> zu finden. Der Besuch der Veranstaltung ist kostenfrei.

Weitere Informationen über die medienanstalten finden Sie unter: www.die-medienanstalten.de

Kontakt bei Medien-Rückfragen

Franziska Riedel
Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten
Telefon: +49 30 2064690-22
Mail: presse@die-medienanstalten.de

www.die-medienanstalten.de