TV hat die Deutungshoheit und ist der Kitt fÃ¼r die Gesellschaft â€“ BILD

ID: LCG21354 | 22.09.2021 | Kunde: SCREENFORCE | Ressort: Medien Ã-sterreich | Medieninformation

Screenforce-Deutschland-Geschäftsführer Malte Hildebrandt spricht auf den Österreichischen Medientagen 2021 über die toxische Wirkung von sozialen Medien, die Bedeutung von TV für die Gesellschaft sowie die Unverzichtbarkeit für die Werbewirtschaft.

Bilder zur Meldung in der Mediendatenbank: © Screenforce

Wien (LCG) – **Malte Hildebrandt**, Geschäftsführer von Screenforce Deutschland, bekräftigt die Deutungshoheit des Mediums TV am Beispiel der Covid-19-Krise.

> „Menschen haben sich nicht von irgendwem auf sozialen Medien, sondern von fundierten Journalistinnen und Journalisten die Krise erklären lassen. TV hat eine substanzielle Rolle gespielt, um die wichtigen Verhaltensregeln während der Pandemie zu verbreiten", führt Hildebrandt in seine Keynote auf den Österreichischen Medientagen am Erste Campus ein.

Als Gegenbeispiel für verantwortungsvollen Journalismus nennt er den Angriff auf das Kapitol, der unter Präsident **Donald Trump** über soziale Medien organisiert wurde. Hätte das etablierte und reichweitenstarke Medium TV dazu aufgerufen, wäre der Angriff auf die Demokratie vielleicht sogar erfolgreich gewesen. Das Fernsehen hat in seiner Berichterstattung durch saubere Recherche und transparente Arbeit aufgeklärt und eingeordnet.

Auch bei der Flutkatastrophe in Deutschland war das Medium TV wichtig, hat aufgeklärt, deeskaliert und eine immense Welle der Hilfsbereitschaft ausgelöst.

TV übernimmt gesellschaftliche Verantwortung

Er spricht von einem „gesunden" Verhältnis zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern im deutschsprachigen Raum. Die Privaten übernehmen verstärkt gesellschaftsrelevante Aufgaben wie ServusTV und PULS 4 mit Gesundheits-und Sportinitiativen. Auch die viel beachtete und reichweitenstarke Sendung von **Joko** und**Klaas**, die acht Stunden lang eine Krankenschwester begleitete, hat das Thema Pflegenotstand öffentlichkeitswirksam transportiert. Der ORF macht mit Initiativen wie „Mutter Erde" auf brennende Themen unserer Gesellschaft aufmerksam und regen die öffentliche Diskussion an.

> „Wir müssen den Qualitätsjournalismus hochhalten. Er ist der Kitt, der unsere Gesellschaft zusammenhält", betont Hildebrandt.

Die Einstellung von 600 neuen Journalisten bei Axel Springer sieht er als positives Zeichen. Ebenso den neuen TV-Sender von BILD, der den Total-Video-Markt um ein redaktionelles Angebot bereichert.

Total Video ist die Antwort

> „Wir denken konvergent in linearem TV und Sendermediatheken. Total Video ist die Antwort auf die Fragen des Medienkonsums", hält der Screenforce-Deutschland-Geschäftsführer fest.

Er sieht das Wachstum von Netflix und Co. am Zenit angekommen und die Ausgaben der Haushalte für Streamingdienste begrenzt. Dadurch ergeben sich für Broadcaster neue Möglichkeiten, im Streamingsegment mit ihren qualitativ hochwertigen Mediatheken Marktanteile zu gewinnen.

Hypertargeting sei in Anbetracht der Abschaffung der Third-Party-Cookies nicht mehr die Prämisse für erfolgreiche Kampagnen. Das Medium TV bietet Streugewinne, die der werbetreibenden Wirtschaft die Ansprache neuer Kunden ermöglicht.

> „TV bleibt für die Werbewirtschaft unverzichtbar und bietet durch Sonderwerbeformen oder technologische Lösungen wie Adressable TV oder Online-Konvergenz den Zugang zur jungen Zielgruppe", blickt Hildebrandt in die Zukunft.

Über Screenforce

Screenforce ist die multinationale Gattungsinitiative der deutschen, österreichischen und schweizerischen TV-Vermarkter für Fernsehen, Video und Bewegtbild. Die breite Allianz aus zwölf Partnern repräsentiert über 95 Prozent des TV-Werbemarkts in der DACH-Region. Österreich ist durch die Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT) vertreten. Sie repräsentiert ihre Mitglieder: ATV, Goldbach Austria, IP Österreich, ORF, ORF-Enterprise, ProSiebenSat.1 PULS 4 und Servus TV. Mit wegweisenden Insights, aktuellen wissenschaftlichen Studien und inspirierenden Veranstaltungen bietet Screenforce Werbetreibenden und Agenturen brandaktuelle Informationen, um die beste Werbewirkung mit TV, Video und Bewegtbild zu erzielen. Weitere Informationen auf screenforce.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at

(Schluss)