

Blackbox OTT-Angebote – Sky Media Panel diskutiert über die Fragmentierung in der Mediennutzung auf den Medientagen München

- Sky Media als Kongressmitveranstalter auf den Medientagen
- Mit Branchengrößen hochrangig besetztes Panel „Blackbox OTT-Angebote – wer schaut wirklich Netflix, Youtube und Co.?“ am zweiten Messtag
- Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „Ich freue mich auf eine spannende Diskussion mit Branchenkollegen über die neue Medienrealität. Mit unserer plattformübergreifenden Reichweitenmessung Sky360 zeigen wir auf, wie fragmentiert bestimmte Medieninhalte bereits genutzt werden. Mit der Konsequenz, dass bestimmte Zielgruppen übers lineare TV immer schwieriger zu erreichen sind.“

Unterföhring, 25. Oktober 2017 – Unter dem Motto „Media. Trust. Machines. Vertrauen in der neuen Mediengesellschaft“ trifft sich seit gestern (24.-26. Oktober 2017) das Who-is-Who der Medienbranche auf den diesjährigen Medientagen München, um über die medialen Zukunftsfragen zu diskutieren. Der Sky Vermarkter Sky Media ist zum wiederholten Male Veranstalter eines hochrangig besetzten Themenpanels. Am zweiten Messtag findet das Panel zum Thema „Blackbox OTT-Angebote – wer schaut wirklich Netflix, Youtube & Co.“ in der Zeit von 17:30 Uhr bis 18:15 Uhr statt.

Auf dem Panel wird zunächst Oliver Ecke, Managing Director TNS Infratest, in seiner Key Note „Was wir über TV zu wissen glauben und was wir wissen“ einen Einblick in aktuelle Erkenntnisse aus der Zuschauerforschung geben. Ecke wird dabei aufzeigen, wie sich die Nutzung der neuen Medienangebote entwickelt. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei um die bisherige Blackbox der Streamingdienste, die bislang nur wenige Einblicke in die Nutzung ihrer Plattformen gewähren. Im Anschluss wird eine Expertenrunde aus der deutschen Werbe- und Filmwirtschaft darüber debattieren, wie ausgeprägt die Fragmentierung der Mediennutzung bereits ist und welche Relevanz die OTT-Angebote für den Bewegtbildmarkt haben.

Diskutieren werden Thorsten Müller, Head of Media & Digital Central Europe, Reckitt Benckiser, Klaus-Peter Schulz, Geschäftsführer Organisation der Mediaagenturen (OMG) und Willibald Müller, Geschäftsführer Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF). Weitere Teilnehmer sind Quirin Berg, Produzent und Geschäftsführer Wiedemann & Berg Television und Wiedemann & Berg Film und Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media

GmbH. Moderieren wird das Panel Juliane Paperlein, Ressortleitung Medien Horizont.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „Ich freue mich auf eine spannende Diskussion mit Branchenkollegen über die neue Medienrealität. Mit unserer plattformübergreifenden Reichweitenmessung Sky360 zeigen wir auf, wie fragmentiert bestimmte Medieninhalte bereits genutzt werden. Mit der Konsequenz, dass bestimmte Zielgruppen übers lineare TV immer schwieriger zu erreichen sind.“

Weitere Informationen zu den Medientagen sind verfügbar unter:
<http://www.medientage.de>

Über Sky Media:

Sky Media ist einer der führenden Multiscreen- und Digitalvermarkter in Deutschland. Das Tochterunternehmen von Sky Deutschland verantwortet den Werbezeitenverkauf von über 38 exklusiven TV-Sendern – darunter neben allen Bewegtbild-Angeboten von Sky auch 23 Partnerkanäle – und die Vermarktung des mobilen Service Sky Go, des On-Demand-Angebots Sky On Demand sowie der Onlineplattformen skysport.de und sky.de. Mit einem 360-Grad-Angebot über sämtliche Verbreitungswege – TV, Online, Mobile, Out-of-Home – setzt Sky Media im Markt Maßstäbe für die aufmerksamkeitsstarke Inszenierung von Marken und gilt als einer der wichtigsten Treiber für die Vermarktungsmodelle der Zukunft. Mehr Infos unter www.skymedia.de sowie auf Twitter, Facebook und Instagram.

Kontakt für Medien:

Jens Bohl
Business Communications / External Communications
Tel. +49 (0) 89 9958 6869
jens.bohl@sky.de
twitter.com/SkyDeutschland
twitter.com/SkyMediaDE