

25. Januar

2007

CeBIT 2007 (15. bis 21. März):

CeBIT-TV geht an den Start

–1 Pilotphase bis zur CeBIT 2007

–2 Zukünftig 365 Tage Web-TV rund um CeBIT-Themen

Christian Spanik, als erfahrener Fernseh-Autor verfügt er bereits über viele Kenntnisse zum Thema Web-TV, wird im Auftrag der Deutschen Messe das am 23. Januar startende CeBIT-TV redaktionell gestalten. Lesen Sie die Gründe, warum CeBIT-TV, aber auch wie Web-TV über 365 Tage rund um CeBIT-Themen aussehen wird.

Internet-Fernsehen ist ganz ohne Frage einer der wichtigen Entwicklungsmärkte für die nächsten Jahrzehnte und ganz besonders im Bereich von Spartenangeboten ein wichtiges Kommunikationselement für unterschiedlichste Anbieter.

Die CeBIT hat als Leitmesse der ITK-Industrie genau diese Aufgabe: eine Kommunikationsplattform zu sein. Das beginnt bei der Kommunikation der Branche unter- und miteinander, beim Darstellen von Entwicklungen, Services und Leistungen einer der wichtigsten Branchen in Deutschland.

Das geht über die Kommunikation mit dem Handel, der viele dieser Produkte – sei es in Form von konkreter Hardware bis hin zu Services – darstellen und verkaufen will.

Das geht bis zur Kommunikation mit den Menschen, die als Botschafter dieser Branche überall sind und die – wie wir alle wissen – in beeindruckender Zahl jedes Jahr nach Hannover kommen, um sich hier zu informieren.

Fachbesucher sind aber gleichzeitig auch Anwender. Der Arzt, der sich hochkompetent über neue Praxis-Software informiert und in diesem Bereich mit einem großen Kenntnisstand die Messe betritt, ist in anderen Bereichen – die für ihn privat oder auch beruflich wichtig sind – aber vor allem Anwender. Er muss und er will unter dem Dach CeBIT von Produkten und Entwicklungen erfahren: seien es die neusten Technologien in Sachen Telemedizin, die Darstellung von neuen Angeboten im Zusammenhang mit Elektronik und Gesundheit von der Patientenüberwachung oder Patientenpflege bis hin zu neuen Informationstechniken für Patienten in der eigenen Praxis.

Dass er das Dach CeBIT nutzt um auch private Aspekte des digitalen Lebens abzudecken – vom Navigationssystem bis hin zu Produkten des täglichen Gebrauchs wie Flachbild-Fernseher, neue Handys oder digitale Player und den dazugehörigen Softwareangeboten –, liegt auf der Hand.

Zur Zielgruppe der CeBIT und damit auch von CeBIT-TV zählt aber auch der Student, der wissen will, was diese Branche vorantreibt und was sie an Neuem entwickelt hat, der hören möchte, was die Steuermänner der großen und kleinen Player in dieser Branche sagen und wie sie sich die Zukunft vorstellen. Oder eben der engagierte Mitarbeiter oder Anwender. Eine Personengruppe, die oft selbst in einer kleinen Firma wieder Kommunikator und Botschafter der ITK-Branche ist – all diese Menschen machen die Besucherströme der CeBIT aus.

All diese Gruppen sollen mit CeBIT-TV ein Spartenprogramm bekommen, das ihnen und auch der Innovationskraft dieser Branche gerecht wird, denn Innovation findet nicht nur einmal

im Jahr statt, sondern eben deutlich öfter. Und die Kommunikation dieser Entwicklungen während des ganzen Jahres unter der anerkannten, seriösen und neutralen Marke CeBIT soll CeBIT-TV bieten.

Das Angebot wird ein journalistisches sein, und schon in den nächsten Tagen und Wochen wird die Redaktion von CeBIT-TV sich auch mit Ihnen und Ihren Kollegen in Verbindung setzen, um Ihre Meinung und Beobachtungen als Interviewpartner und Know-how-Träger ins Programm zu integrieren.

Für die Kollegen der Medien soll CeBIT-TV auch ein unterstützendes Angebot bei der Suche nach Themen, Gesprächspartnern und Bildern für die Berichterstattung sein.

Weil die genannten Gruppen natürlich unterschiedliche Schwerpunkte haben, wird das Angebot zunächst einmal in drei Kanäle unterteilt.

Create, Trade und Use sind die drei Schlagworte für diese Kanäle:

- ein Kanal für die Branche, also Create.
- ein Kanal für den Handel, Trade.
- und ein Kanal für die Menschen, die aus beruflichen und privaten Gründen ein hohes Interesse an den Entwicklungen dieser Branche haben – die engagierten Anwender: Use.

Um herauszufinden, welche Themen und Informationen diese jeweiligen Zielgruppen besonders interessieren, startet mit dem heutigen Tag die Pilotphase von CeBIT-TV.

Ab dem 23. Januar ist der Kanal für die engagierten Anwender aktiv. In den nächsten Tagen und Wochen werden die ersten Sendungen für Handel und Branche online gehen (www.cebit.de/tv).

Die Pilotphase wird bis zur CeBIT 2007 laufen. Die so gewonnenen Erfahrungen werden dann bis zur CeBIT 2008 in regelmäßig stattfindenden Web-TV-Sendungen umgesetzt.

Das betrifft dann Schwerpunkte der Berichterstattung in den Sendungen, Anzahl der Sendungen und Kanalangebote.

Kurzbeschreibung der Channels:

Create

Der Channel für die Branche soll einerseits erfolgreiche und spannende Projekte, Konzepte und Ideen aus der Branche darstellen und andererseits Branchenpolitik und Branchen-Know-how on demand verfügbar machen. Insofern werden Interviews und Porträts mit Entscheidern und Machern der Branche eine Rolle spielen, aber auch Informations-Veranstaltungen beispielsweise des Bitkom auf diese Weise mit der Kamera begleitet und verfügbar gemacht.

Fördermaßnahmen, beispielsweise im Rahmen der Hightech-Strategie der Bundesregierung und dergleichen, sollen über diesen Weg ebenfalls eine gezielte Öffentlichkeit finden.

Hinweis: CeBIT-TV-Filme über Projekte, die spezielle Zielgruppen betreffen (Telemedizin, Forst- und Waldwirtschaft, Architekten usw.), sollen auch als Stream über Websites oder bei Veranstaltungen für diese Zielgruppen durch deren Organisationen verfügbar gemacht werden können.

Trade

Dieser Channel soll Praxiswissen für den Handel liefern – Unterstützung für mehr Erfolg, Hintergrundinfos zu Aktionen von Herstellern, Basiswissen für Verkauf und Ladenstrategie usw. Das heißt: Vom Verkaufs-Argumente-Leitfaden für bestimmte Produktgruppen über das Thema Marketing- und Ladenstrategie bis hin zu Infos rund um wirtschaftlich relevante Dinge wie Basel 2 wird man hier Wissenswertes finden. Es soll also ein echter Praxis-Channel sein, der es Anbietern und Händlern ermöglicht, während des ganzen Jahres über das Medium bewegtes Bild zu kommunizieren.

Hinweis: CeBIT-TV-Filme in diesem Bereich können auch von Herstellern über deren Website oder bei Veranstaltungen zur Aus- und Fortbildung des Handels eingesetzt werden.

Use

Dieser Channel soll neben praktischer Hilfe für das digitale Leben auch dafür sorgen, dass man selbst als engagierter Anwender oder Botschafter der Branche einen Wissensvorsprung hat. Von der Einkaufsberatung, über die Tipps und Tricks zum Einsatz digitaler Techniken bis hin zur Vorstellung von Berufsbildern, und wie dort IT und TK eingesetzt werden, ist alles dabei. Aber auch Themen wie „Was hat eine Stadt und was haben die Bürger davon, T-City zu werden“ finden hier statt. Oder Geschichten über das „Leben in der Zukunft“ – das heute im Rahmen von Projektstudien (Haus der Zukunft, intelligentes Auto usw.) bereits erforscht wird.

Hinweis: CeBIT-TV-Filme aus diesem Bereich können für interessierte Redaktionen für Heft-CDs oder auch für die Websites verfügbar gemacht werden.

(Zeichen: 7 062 Buchstaben mit Leerzeichen)

Ansprechpartner für die Redaktion:

Ulrich Koch

Tel. 0511 / 89-31019

E-Mail: ulrich.koch@messe.de

Andrea Staude

Tel. 0511 / 89-31015

E-Mail: andrea.staude@messe.de

Weitere Pressetexte und Fotos finden Sie unter: www.cebit.de/presseservice.