



# MEDIA TASTING Game Changer

## PLATTFORMEN IM HAIFISCHBECKEN WER BLEIBT, WER GEHT UNTER?

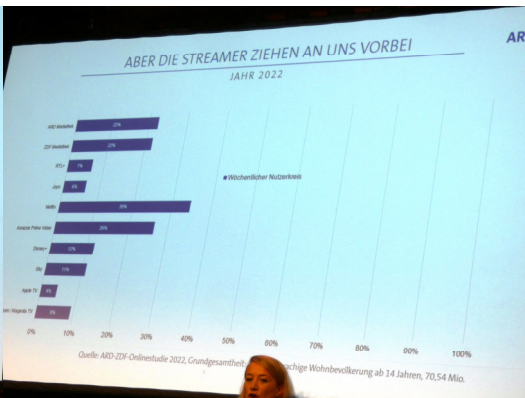
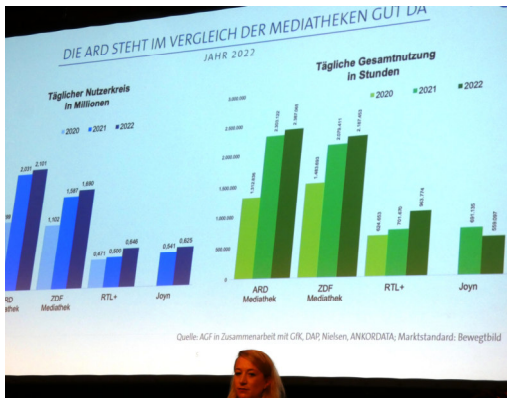
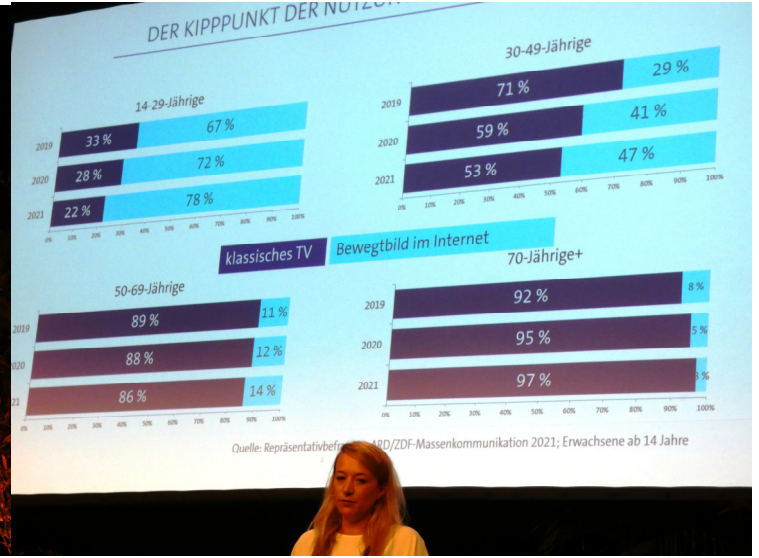
Moderation: Prof. Dr. Boris Kühnle



**Cornelius Schauer**  
VP Platform Business,  
RTL Deutschland &  
Managing Director,  
RTL International



**Michael Keidel**  
VP Ad Sales Affiliate  
Streaming Partnerships CNEE,  
Paramount

### „DER RELEVANTESTE STREAMING-ANBIETER IN DEUTSCHLAND“

Was müssen wir tun, um...

- ...viele Menschen regelmäßig zu erreichen?
- ...in jungen Zielgruppen als relevanter Stakeholder wahrgenommen zu werden?
- ...gesprächswertig und im Relevant Set der Streaming-Anbieter etabliert zu sein?

### Zielgruppen COMMUNITIES OF INTEREST

... ergeben sich aus bestimmten Aspekten:

**Identität**

Die Gruppe teilt Identitätsmerkmale, zum Beispiel Migrationsgeschichte, Sozialisierung, Diskriminierungserfahrung. Daraus ergeben sich geteilte Erfahrungen und Werte.

**Lebenswelt**

Die Gruppe erlebt bestimmte Situationen, darum interessiert sie sich dafür: Eltern, Studierende, Alleinziehende, Rentner, Azubis...

**Fandom**

Die Gruppe teilt eine Leidenschaft für bestimmte Themen, Genres, Phänomene.

# MEDIA TASTING Game Changer

## FAST CHANNELS WAS STECKT HINTER DER WIEDERAUFERSTEHUNG DES LINEAREN FERNSEHENS?

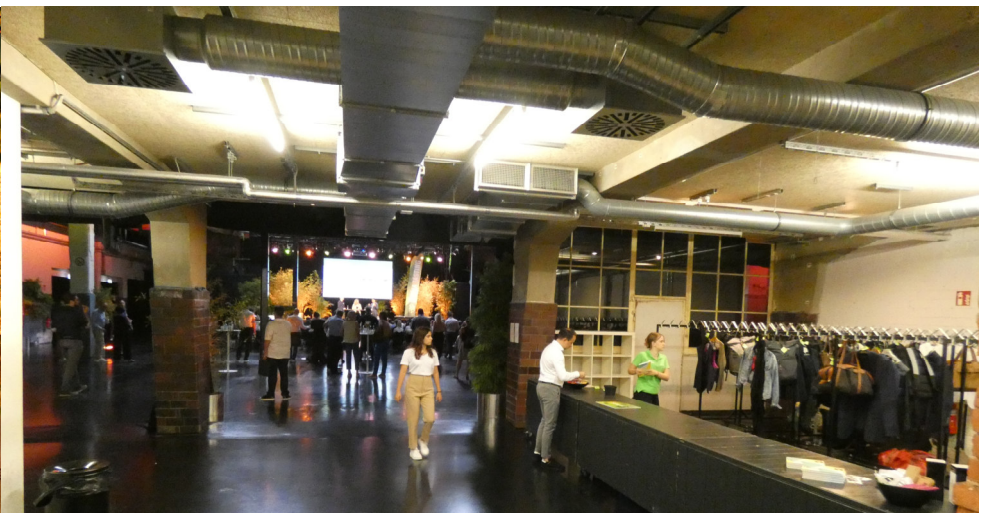
Moderation: Stephan Lenhardt



**Benedikt Frey**  
Country Lead DACH,  
Samsung TV Plus



**Linette Zaulich**  
Director Unscripted,  
ZDF Studios

# Generation Alpha... nur diese zählen

### MEDIUM

- YouTube wichtige Plattform für die Generation Alpha (Unterhaltungsinhalten, zum Lernen, Anleitungen, Musikvideos etc.)
- 1/3 der drei bis vierjährigen nutzt YouTube und 50% der fünf bis 7jährigen
- Netflix, Disney+, DreamWorks TV, On-Demand-Zugriff auf Filme, Serien, Vlogs
- Nutzung von Apps wie TikTok, Instagram und Snapchat
- Fernseher ist nach wie vor das beliebteste Lernmedium
- Klassische Medienformate (v.a. Radio) werden immer unbeliebter

### MEDIENINHALTE

- Vor allem Bewegbild/Kurzvideos (2-5 Minuten)
- 87 Prozent der Sechs- bis Siebenjährigen schauen sich bei Nutzung des Internets Filme, Serien oder Videos an
- Kurzvideos, Filme, Serien, Cartoons

### MEDIENNUTZUNG

- Nutzung von mehreren Medien
- verschiedene Identitäten auf den unterschiedlichen Plattformen haben wird.
- Schnelles Umschalten zwischen verschiedenen Inhalten und Plattformen
- Stimme ist bei der Nutzung von KI-Tool ein zentrales Element
- Konsum vor mehrheitlich hyperpersonalisierten Inhalten
- Konsum vor allem über Tablets und Smartphones (kein Laptop)
- KI, Chatbots und Anwendungen für Deep Learning wie autonomes Fahren oder automatische Sortier- und Erkennungsalgorithmen Teil ihrer Normalität.

### PRÄFERENZEN

- High-Loevn-Technologien
- Medien müssen sich an ihre persönlichen Bedürfnisse und Vorlieben anpassen
- Legen Wert auf ökologische und gesellschaftliche Auswirkungen
- Nutzung von Services, die auf Sie genau zugeschnitten sind.
- Marken müssen eine große Auswahl, Diversität und Authentizität bieten

## Generationen im Überblick

Generation	Years	WhatsApp	Facebook	Instagram
Babyboomer	1946 - 1964	80%	68%	27%
Generation X	1965 - 1979	83%	72%	43%
Generation Y (Millennials)	1980 - 1995	87%	78%	78%
Generation Z	1996 - 2010	94%	91%	61%
Generation Alpha	2011 - 2025	-	-	-

## Das unheimliche Tal, das er zu vermeiden gilt

Prinzipiell gilt:

- je menschenähnlicher ein Roboter gestaltet wird, desto familiärer erscheint er uns

Aber:

- ab einem bestimmten Grad kehrt sich der Effekt um und wir fühlen uns unwohl
- je unheimlicher bewegenden Artefakten (Robotern) ist der Effekt stärker

uncanny valley hypothesis (Mori, 1970) taken from MacDorman & Ishiguro, 2006

## Extreme Verkörperung: Android Science

Wenn alles kombiniert wird:

- + Sprachinteraktion
- + Gestik
- + Mimik und emotionaler Gesichtsausdruck
- + Verständnis natürlicher Sprache
- + Blickrichtungswechsel

Hiroshi Ishiguro:  
 „My next challenge is to create the robot world [...] and realize better society.“ (2017)

Prof. Hiroshi Ishiguro mit Android ERICA  
 (© April 2016, Hiroshi Ishiguro)



## Intelligente Systeme als Power...

### 1 / Bedürfnis und Problem

Heiss, Fotografie Stuttgarter Zeitung, <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.schuhmacherhandwerk-der-lehring-aus-hiroshima.21e95d6c-5c95-4751-ed92-898850073fe3.html>, 2023



Ciao