



marketing & media



WIEDERKEHR
500 Branchenexperten treffen sich in Wien zum European Newspaper Congress. **Seite 10**

NEUARTIG
Publicis entwickelt für T-Mobile auffällige City Light Sonderwerbetafel. **Seite 11**

JUBILÄUM
Der Kurier lud heuer zur 20sten Romy Gala. **Seite 12**

www.eclipping.at
eClipping
@medianet
Medienbeobachtung,
eMeinungsbeobachtung
und Blogmarketing

SHORT



Sabine Pöhacker trotz der Krise und kann gleich drei neue Etats für ihre PR-Agentur communications verbuchen. Neu dabei: IMC FH Krems, der Österreichische Bundesverband für Mediation (ÖBM) sowie das World Public Forum. **Seite 10**



Doris Ragetti, RMS Austria, lud abermals zum „Ramses“, dem Kreativworkshop für heimische Jungtexter. Unterstützt wird der Workshop vom CCA (Creativ Club Austria). Insgesamt fand der Ramses heuer bereits zum achten Mal statt. **Seite 11**



Stefan Klotter macht Karriere bei der Agentur Silberball Bregenz – er rückt in die Geschäftsführung des Unternehmens auf. Bislang zeichnete Klotter ausschließlich für die Kreation bei Silberball verantwortlich. **Seite 12**

„Mit LaLaTV haben wir einen echten Vorsprung“



Rück- und Ausblick

Thomas Buchner und Hannes Eder sorgten vor fast einem Jahr für eine echte Premiere – mit LaLaTV schickte Universal Music Österreichs erstes Vollprogramm fürs Handy on air. In **medianet** ziehen sie eine erste Bilanz. **Seite 8**

Online-Verzicht führt zu Verstopfung des Agenturumsatzes und verursacht Bankfarkte und Mindergeschäfte.

Hast du Worte?

MEDIANET.TV HEUTE



Jörg Haider schlägt Ferrari.

WWW.WO-STEHT IHRE MARKE AT

Mobiles Fernsehen Im neuen Dienst steckt noch viel Potenzial – mit LaLaTV hat sich Universal Music einen Vorsprung vor der Konkurrenz gesichert

LaLaTV feiert ersten Geburtstag

Rückblick: Demnächst feiert mit LaLaTV Österreichs erster Vollprogramm-Sender auch seinen ersten Geburtstag.

DINKO FEJZULI

Wien. Die EM 2008 in Österreich war neben dem Sport auch für andere Branchen ein echtes Highlight. So auch für die heimischen Mobilfunker – denn diese nutzen die Euro und läuteten mit dem Start von DVB-H ein neues Fernseh-Zeitalter ein. Neben etlichen, bekannten TV-Kanälen (ORF, RTL, Pro7, ...) ging auch LaLaTV an den Start.

LaLaTV ist Österreichs erster 24-7 Handy-TV-Sender von Universal Music Media und die beiden Hauptverantwortlichen Hannes Eder (Managing Director Austria & Western Balkans bei Universal Music) und Thomas Buchner (GF TTP Marketing und Business Development GmbH) bestritten damit völlig neue Wege.

LaLaTV als Innovator

Das Programm-Konzept des Senders kurz gefasst: „LaLaTV ist schnell, unterhaltsam, abwechslungsreich, rund um die Uhr, sieben Tage die Woche. Musik, Sport und die ‚Austria News‘ (in Kooperation mit Puls4). Keine Loops – dafür ein komplettes Programm mit 20minütigen, kompakten Infon-Zonen, Cartoons, Gossip, Kurzfilmen, Xtreme Clips inklusive. Und einer echten Neuheit: Mobisoaps – neuartige und speziell auf das Format zugeschnittene Serien“, so Eder und Buchner.

Noch sei, so Eder, mobiles Fernsehen natürlich nicht das große Geschäft und alle würden auf einen Schlüsselmarkt warten (Eder tippt dabei auf Deutschland). Dann würde es aber richtig losgehen. Und genau dafür sei man gewappnet. Denn selbstverständlich sei man nicht davon ausgegangen, dass der österreichische Markt alleine den Aufwand, den man mit LaLaTV derzeit betreibt, rechtfertigen würde: der Export der Kanäle sei das mittelfristige Ziel.

Aber wenn DVB-H in den Key-Märkten Deutschland, Frankreich

oder England losgehe, werde man einen gewaltigen Startvorteil gegenüber anderen haben.

Insgesamt habe man mit dem neuen Medium noch einiges vor, so Buchner. „Mit mobile TV habe ich meinen Fernseher immer in der Tasche“, und genau darin stecke unglaubliches Potenzial, welches es nun gemeinsam mit Partnern und der werbetreibenden Wirtschaft auszuschöpfen gelte.

Das Interesse seitens der Kunden, aber auch der Mediaagenturen sei bereits jetzt riesengroß, so Eder. Und was die Zuseher betrifft, so hat man bereits jetzt etliche Möglichkeiten, mit diesen in direkten Kontakt zu treten. „Bei uns geht beispielsweise ein Gewinnspiel

„Positiv überrascht hat uns das hohe Interesse der werbetreibenden Wirtschaft an Kooperationen.“

HANNES EDER, UNIVERSAL MUSIC

weit über den Modus ‚Antwort A oder Antwort B‘ hinaus“, weiß Eder. Die Fantasien hier seien unendlich – ob der Aufruf eines Uhrenherstellers, seine Uhr möglichst kreativ zu zertrümmern und selbstproduzierte Videos per MMS vom Handy für ein Gewinnspiel einzuschicken oder der Besuch eines Festivals, bei dem jeder Fan sein Handy dabei habe, um möglicherweise Content zu produzieren, der dann ebenfalls auf LaLaTV zu sehen sein könnte.

Die User können mit LaLaTV über das sogenannte LaLaFon in Verbindung treten. Einfach 0660 – LaLaFon (0660 – 525 23 66) ins Handy tippen und schon könne man Inhalte an den Sender schi-



Vorreiter Universal Music: Seit fast einem Jahr hat Österreich mit LaLaTV sein erstes Fernseh-Vollprogramm für mobile Endgeräte.

cken, Videowünsche deponieren oder beispielsweise bei einem Gewinnspiel mitmachen.

Video on Demand ist ebenfalls ein Thema – hier soll auch vieles über die Website www.lalativ.at abgewickelt werden.

Abgestimmt auf die Community bietet man bei Universal Music mit „Gala Homegrown“ neuen, frischen und v.a. österreichischen Bands auf LaLaTV ebenfalls eine Plattform, „um sich zwischen Lady GaGa und Metallica zu präsentieren“, skizziert Eder die neuen Möglichkeiten, die man ebenfalls anbietet.

Die Reichweitenmessung

Noch laufe nicht alles glatt – vor allem, wenn es darum gehe, den Erfolg des neuen Mediums bei der angepeilten Zielgruppe der 16- bis 39-Jährigen auch mit Zahlen zu belegen.

Derzeit gibt es in Österreich rund drei Mio. UMTS-fähige und gut 50.000 DVBH-Handies.

„Eine valide Reichweitenmessung würde uns hier sehr helfen“, so Eder; zusammen mit den Mobilfunkern und der GfK wird an einem Teletest-ähnlichen Messinstrument gearbeitet, das im Q4 zur Verfügung stehen soll. Bezüglich der Programmnutzung stehe naturgemäß das Musikvideo an oberster Stelle, knapp gefolgt von Gossip.

Wesentlich für den Erfolg des Senders sei die Programmierung: „Bei uns hast du ein Metallica Video, gefolgt von einem Extremsport-Beitrag, abgerundet mit einem inhaltlich ebenfalls stimmigen Cartoon“, so Eder über das Konzept innerhalb von zehn Minuten soll der Zuseher mindestens drei Elemente aus dem LaLaUniversum serviert bekommen.

Bei LaLaTV will man aber noch mehr bieten. Als Universal Music-Konzern hat man natürlich auch die Möglichkeit, weltexklusives Material zuerst auf dem eigenen Handy-TV-Sender abzuspielen, noch bevor das Material auf MTV & Co zu sehen ist. Videopremieren, Making of's, aber auch ganze Konzertmitschnitte (immer Sa u. So 20:15 Uhr). Insgesamt befindet man sich in einem fortwährenden Reflexionsprozess, so Eder.

„Nicht eingetreten ist die klassische Werbung, so wie man sie aus dem terrestrischen Fernsehen kennt.“

THOMAS BUCHNER, TTP

ZUR FIXIERUNG VON LANGJÄHRIGEN UND STABILEN KUNDENBEZIEHUNGEN

- LANGANHALTEND
- SOLIDE
- VERLÄSSLICH
- ALLEN HERAUSFORDERUNGEN GEWACHSEN
- GENAU PASSEND UND TROTZDEM FLEXIBEL

MEDIACOM
People First Better Results

Ökonomisch war zwar für heuer die schwarze Null geplant, kommen wird sie eher noch nicht. Dies sei aber nicht wirklich ein Problem, so die beiden. „Mir fehlen am Ende des Jahres ja keine 20 Millionen“, so Eder. Der Konzern stehe voll hinter dem Projekt, so Eder. „Im UMGH Headquarter weiß man, dass wir die ersten und einzigen sind, die so etwas machen.“

Ein großer Vorteil sei, so Eder weiter, dass man bei Universal Music einfach einen „saugellen“ Content habe und LaLaTV auch ein idealer Platz sei, um diesen den Usern zu präsentieren – sprich keine eigenen personalintensiven Units seien für die Content-Erstellung notwendig. Das über die im