

Connected TV als Plattform für Finanzinformationen

Neue Chancen in der Kommunikation. Die Digitalisierung ist im Begriff alle Branchen nachhaltig zu verändern. Auch die Geschäftsmodelle von Banken, Versicherungen und Kapitalanlagegesellschaften stehen auf dem Prüfstand. Nach anfänglicher Dominanz von Ängsten vor disruptiven Veränderungen stehen heute die sich eröffnenden Chancen im Vordergrund.



Autor:
Jörg Birkelbach,
Geschäftsführer
der Finanzplaner
TV GmbH

Treiber sind nicht nur die technischen Möglichkeiten der Digitalisierung, sondern auch und vor allem das veränderte Medienverhalten der Verbraucher. Diesen stehen heute vielfältige Zugangswege zu Informationen und eine bislang nie dagewesene Transparenz und Vergleichbarkeit zur Verfügung. War die Berichterstattung über neue Finanzprodukte, Börsengeschehen und Marktentwicklungen bislang auf traditionelle Medien, wie etwa das klassische, sogenannte lineare TV beschränkt, eröffnet das Internet weitreichende Möglichkeiten der Informationsbeschaffung.

Das Informationsangebot zu Kapitalmarktfragen, Börsengeschehen, Geldanlagen und Altersvorsorge nimmt im traditionellen TV mittlerweile nur noch einen sehr geringen Raum ein und ist primär fokussiert auf Themen, die den Privatanleger – bestenfalls den semiprofessionellen Anleger – interessieren. Für die Zielgruppe der institutionellen Anleger und professionellen Anlageberater gibt es praktisch kein eigenes Format im TV. Dies ist auch nachvollziehbar, denn die Zielgruppe ist für traditionelle Sender zu klein und die Themenauswahl zu speziell.



Die Informationsplattform lässt sich an jedem Ort nutzen

Connected TV eröffnet neue Chancen

Mittlerweile hat das Internet auch den Fernseher erobert. Die Geräte werden größer, schneller und schlauer. Insbesondere durch Plattformen wie Netflix, Sky und Amazon Prime ist das Wissen und die Nutzung der alternativen Möglichkeiten, die das TV-Gerät im Wohnzimmer zusätzlich bietet, rasant gewachsen. Die Verfügbarkeit von Smart TV eröffnet Redaktionen und Informationsanbietern die Möglichkeiten ihr Programm auf moderne TV-Geräte einzuspeisen und über integrierte Smart TV Plattformen, auf denen Mediatheken mittels Apps genutzt werden können, bereitzustellen. Mit Amazon FireTV steht ein einfach zu bedienender Stick zur Verfügung, mit dessen Hilfe auch ältere Geräte Zugang zu Streamingdiensten und TV Apps ermöglicht wird.

Amazon FireTV: 30 Millionen aktive Nutzer

Laut Amazon gibt es knapp 30 Millionen aktive Nutzer beim FireTV. Amazon geht außerdem davon aus, dass die Zahl nun noch steigen wird und will FireTV dieses Jahr massiv ausbauen. Geplant sind viele neue internationale Angebote.

Spartenkanal InvestmentChannel

Diese technische Entwicklung bietet die Chance auch Spartensender mit speziellen Informationsangeboten anzubieten. Eines dieser Informationsangebote ist der InvestmentChannel (<https://investmentchannel.eu>), der sich mit seinem Informationsangebot an die Zielgruppe der Institutionellen Anleger und professionellen Anlageberater richtet und vor kurzem an den Start gegang-

gen ist. Der Sender bündelt die Inhalte verschiedener Spartenkanäle, wie Fondswatch, Alternative Investment TV, smart financeTV und StifterTV unter der Dachmarke InvestmentChannel.

Die Themenauswahl des Senders orientiert sich am Informationsbedarf dieser speziellen Zielgruppe und beinhaltet Produktneuheiten, regulatorische und rechtliche Aspekte, Berichte über Branchenevents, Investmenthäuser und Anlagetrends. Anbieter und Plattformen aus der Insure- und FinTech-Szene werden vorgestellt und neue Geschäftsmodelle kritisch durchleuchtet. Ein regelmäßiges Magazin fasst die wichtigsten Themen aus allen Bereichen zusammen.

Für die Finanzdienstleistungsbranche bietet der InvestmentChannel vielfältige Nutzungsmöglichkeiten und Vorteile:

- Der Kanal ist dazu prädestiniert, um z.B. Produktkampagnen durchzuführen, ohne die sonst üblichen Streuverluste und der Möglichkeit der Messbarkeit, wie oft und wie lange bestimmte Beiträge, aus welchen Regionen, an welchen Wochentagen und zu welcher Uhrzeit angeschaut wurden.
- Die Kosten für die Nutzung sind im Vergleich zu traditionellen Sendern und Formaten sehr gering, sodass der Miteinsatz überschaubar bleibt.
- Plattformen wie der InvestmentChannel bieten die Möglichkeit, bereits vorhandene Videobeiträge einzubringen. Damit rechnet sich die Produktion von Videoinhalten zusätzlich.

• Durch den Einsatz von Bewegtbild lassen sich komplexe Sachverhalte einfacher erklären und mit höherer Emotionalität transportieren. Von diesen Möglichkeiten machen immer mehr Asset-Manager Gebrauch.

• Durch den Einbezug von Themen, die von Interesse für institutionelle Investoren und professionelle Anlageberater sind, ist zudem gewährleistet, dass die richtigen Zuschauer erreicht und angesprochen werden können.

• Der InvestmentChannel fungiert im Prinzip als Fortsetzung und Ergänzung von einschlägigen Branchenformaten, wie Roadshows, Fachtagungen und Kongressen. Im Unterschied zu diesen Formaten bleiben die Inhalte permanent verfügbar und lassen sich in vielfältiger Weise zur Anbahnung von Mandaten nutzen. Die Internettechnologie lässt zudem auch Livestreaming zu, sodass die Teilnehmerzahl an Events, Keynotes und Webinaren gesteigert werden kann.

SecondScreen

Die Programminhalte werden parallel auch im Internet und über Social-Media-Plattformen, wie LinkedIn veröffentlicht. Da die Inhalte des InvestmentChannels auch im Web verfügbar sind, kann die Zielgruppe die Inhalte zusätzlich über Smartphone oder Tablet abrufen. Die Videoinhalte lassen sich problemlos via Social Media-Funktionen teilen, sodass die Reichweite individuell gesteigert werden kann.

Fazit

Für die Gruppe der Institutionellen Anleger und professionellen Anlageberater steht über den InvestmentChannel zukünftig eine Informationsplattform zur Verfügung, die sich an jedem Ort und mit allen internetfähigen Endgeräten nutzen lässt. Connected TV bietet besonders bei Special-Interest Themen großartige Chancen in der Kommunikation und Wissensvermittlung.



Wissensvermittlung auf sämtlichen mobilen Endgeräten