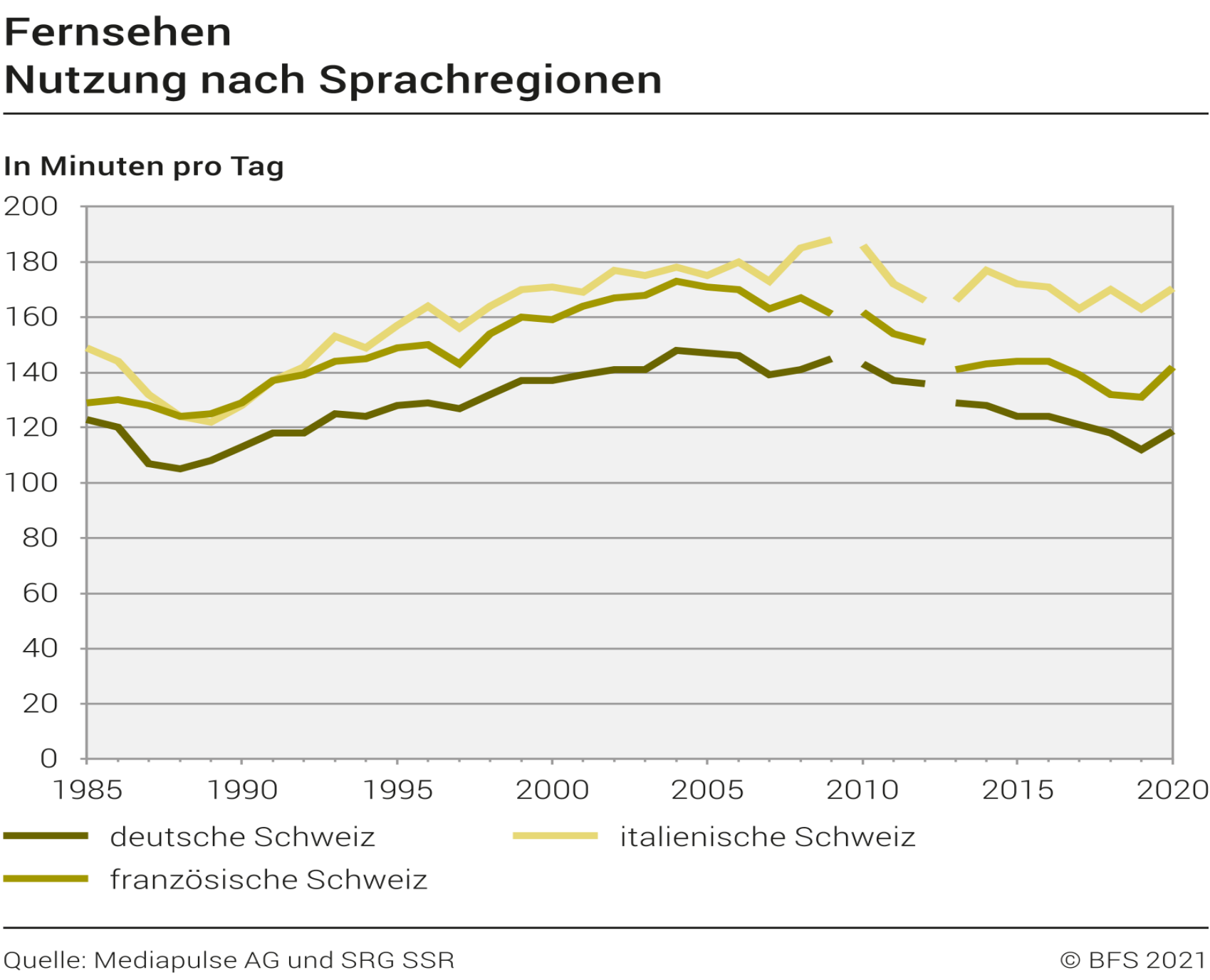


# Vom Einzelerlebnis zur Massenunterhaltung: Wenn aus Gaming Entertainment entsteht

Lucien Stritmatter  
lucien.stritmatter@gmail.com

## Ausgangslage / Quest

- Die Schweiz ist nicht nur das Land in Europa mit der geringsten TV-Nutzungsdauer, sondern gleichzeitig auch jenes mit der grössten Vielfalt an frei nutzbaren Sendern aus dem In- und Ausland.
- In Kombination führen beide Besonderheiten dazu, dass das einheimische Publikum seine begrenzte TV-Nutzungsdauer auf immer mehr Angebote verteilt und die Fragmentierung der TV-Nutzung damit stetig zunimmt.
- Gaming und E-Sports bieten Inhalte, welche sich enormer Beliebtheit erfreuen. Das Zielpublikum befindet sich jedoch eher im digitalen als im klassischen Fernsehmarkt.



### Ziel der Arbeit

- Ausarbeitung von sinnvollen Marketing-Massnahmen zur Steigerung der Bekanntheit für einen Schweizer Gaming-Fernsehsender.
- Eruierung von Merkmalen möglicher Zielgruppen und damit verbundenen Do's & Dont's.
- Erstellung einer Orientierungshilfe verschiedener Massnahmen zur Erleichterung des Markeneintritts.

### Forschungsleitende Fragen

- Wie lässt sich eine mögliche Zielgruppe ansprechen und welche Erwartungen hat sie?
- Welche Kanäle eignen sich zur Ansprache und welche Tonalität ist zu wählen?
- Welche Marketing-Massnahmen sind sinnvoll und gut umsetzbar?

## Methode / Skilltree



## Ergebnisse / Saving the Princess



### Grundlagen

- Der Gaming-Sender muss sich in einem ersten Schritt mit grundlegenden Fragen zur Kommunikationspolitik und zum Zielpublikum befassen.
- Marketingziele müssen klar und eindeutig formuliert und gemessen werden.

### Ansprache

- Das wichtigste Kriterium bei der Ansprache der gewünschten Zielgruppe ist Authentizität.
- Die Schwierigkeit liegt darin, dass in der heutigen Smartphone-Zeit jede Person zu einer potenziellen Zielgruppe gehören kann.
- Die Ansprache kann nicht ganzheitlich zusammengefasst werden, sondern ist abhängig vom angebotenen Inhalt.

### Massnahmen

- In einem ersten Schritt sollten grundlegende Massnahmen wie die Suchmaschinenoptimierung und die Optimierung der eigenen Website im Vordergrund stehen.
- Danach können mittels Social Media Marketing und produktbezogenem Content Marketing die gewünschten Botschaften versendet werden.
- Aufgrund der Reichweite des Fernsehens ist in einem Gegengeschäft ebenfalls Influencer Marketing zu empfehlen. Die Influencer bringen den Content auf das andere Medium und profitieren von dessen Reichweite.

## Diskussion / Credits

### Checkliste zum Markteintritt von GameTV

Die Arbeit liefert detaillierte Empfehlungen für Fragen, die sich der Fernsehsender GameTV zu Beginn stellen muss (z.B. zur Reihenfolge verschiedener Massnahmen) und wichtige Einblicke zur potenziellen Kundschaft.

### Literatur

- Kotler, P., Keller, K. L., & Opresnik, M. O. (2015). Marketing-Management. München, Deutschland: Pearson.
- Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., & Eisenbeiss, M. (2018). Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Wiesbaden, Deutschland: Springer Gabler.