Alle nötigen Lizenzgebühren sind vertraglich geregelt.

medianet
Digitales Donauinselfest
medianet
Ausgabe 2039/2016 / Seite 12 / 10. Juni 2016 / Auflage: 20000
WH Medien GmbH.

Digitales Donauinselfest

Für das Donauinselfestival greift der Sender W24 tief in die digitale Trickkiste und präsentiert neben Livestream auch eine App.

© W24

••• *Von Alexius Baldissera und Gianna Schöneich*

WIEN. Bereits zum zweiten Mal gibt es eine Kooperation zwischen dem Donauinselfest und dem Lokalsender W24. Im Gespräch mit **media**net verrät Michael Kofler (Geschäftsführung W24 Produktion GmbH), welche digitalen Neuheiten die Festivalbesucher heuer erwarten werden.

medianet: *Welche Pläne hat W24 im Zuge der Kooperation mit dem Donauinselfest dieses Jahr?*
Kofler: Wir begleiten das Festival schon seit Anfang des Jahres mit dem Spark Seven Rock the Island Contest. Eine App wird es auch geben. Außerdem haben wir erstmalig einen Promotionstand, wo man seine eigenen Fotos und Videos direkt hochladen kann.

medianet: *Lassen Sie uns noch kurz über die App sprechen …*
Kofler: … die App ist die große Neuigkeit heuer und bietet alle Informationen rund um das Festival. Mit ihr bleibt man auch bei schlechtem WLAN-Empfang unabhängiger. Die App bietet die Möglichkeit, Fotos und Videos vom Festival direkt hochzuladen. Die schönsten Fotos werden von W24 ausgewählt und im TV gezeigt und mit 20 Euro prämiert, Videos sogar mit 50 Euro. Aber *alle* Fotos werden auf W24.at gestellt, außer sie entsprechen nicht unseren Richtlinien – ein wichtiger Schritt, was den User-Generated-Content betrifft.

medianet: *Wer hat die App entwickelt?*
Kofler: WH Interactive und die WH Digital haben die App entwickelt. Wir sind also in unserer Gruppe gut aufgestellt, was die digitalen Dienstleistungen und Contententwicklung angeht. Die Gruppe wird auch immer größer, die Eurocomm-PR, die sich mit der Koordination der Auslandbüros der Stadt Wien beschäftigen, sind ja 2016 neu dazugekommen; sie kümmern sich z.B. um die Pressebetreuung der internationalen Journalisten am Festival.

© Eva Kolety/W24

Michael Kofler
Als Geschäftsführer der W24-Produktion sorgt er auch beim Festival heuer für einen vielfältigen Produktions- und Contentoutput.

medianet: *Sie haben auf der Donauinsel einen eigenen Stand. Was wird den Besuchern dort geboten?*
Kofler: Er ermöglicht W24 mehr Präsenz, und ähnlich wie bei unserem 24 seconds-Format laden wir Besucher ein, uns in 24 Sekunden ihre Geschichte zu erzählen, die natürlich weiter promotet und im TV ausgestrahlt wird.

medianet: *Wie sieht es mit der Live-Übertragung aus?*
Kofler: Wir werden wieder 60 Stunden vom Festival über Gäste, Stars und Highlights von den Bühnen berichten; den Livestream gibt es auf www.W24.at.

medianet: *Welche Möglichkeiten gibt es für Unternehmen?*
Kofler: Im Zuge der 60 Stunden Übertragung können Personen und Unternehmen mit direktem Festivalbezug ihre Angebote sichtbar machen oder ihre Produkte und Dienstleistungen passen in irgendeiner Form zum Festival selbst. Wir können Unternehmen anbieten, dass sie einzelne Tage präsentieren, an denen sie dann öfters im Zuge einer Tagesübertragung vorkommen.

33

Motto 2016
Das Donauinselfest, das dieses Jahr zum 33. Mal über die Bühne gehen wird, findet von 24. bis 26. Juni statt. Das Motto lautet dabei „The best things in life are free" und spiegelt das Konzept des Festivals als größten Open-Air-Event Europas mit freiem Eintritt wider.

medianet: *Die Präsenz beim Spark Seven Rock the Island Contest presented by W24 ist sicherlich ebenfalls förderlich für den Sender.*
Kofler: Bestimmt. Puls 4 war lange Zeit der Mediapartner, ist vor zwei Jahren ausgestiegen. Die Partner sind mit dem Mediawert, seit wir an Bord sind, hochzufrieden – ein gutes Beispiel dafür, dass es sehr wohl funktioniert, wenn ein Lokalsender bei einem lokalen Big-Event vor Ort ist.

medianet: *Was bekommen die Gewinner des Contests?*
Kofler: Neben Auftritten bekommen sie durch die Kooperation eine Plattform, um sich zu präsentieren. Sie sind natürlich präsent in ‚#Pop! Was geht ab in Wien?', moderiert von W24-Musikexperte Peter Schreiber, das seit März am Freitagabend läuft und ein Gefäß für Themen wie Musik, Events und Partys ist. Die Finalisten werden auch zu uns in die Livesendung ‚24 Stunden Wien' eingeladen und wir produzieren ein Video – für unbekannte Bands eine gute Werbemöglichkeit.

medianet: *Und das passt gut zum Profil des Senders.*
Kofler: Wir haben versucht, uns schon mit Eberhard Forchers Austrozone als Fernsehsender zu positionieren, was die österreichische Musik angeht. Es wird uns auch helfen, bei der jüngeren Zielgruppe besser wahrgenommen und insgesamt jünger zu werden. Zusätzlich wird Kommunikation und Austausch mit genau dieser Zielgruppe ermöglicht.

APA DEFACTO
CLIPPING SERVICE A PRODUCT OF APA-DEFACTO