



Fernsehmagazin fürs Bau- und Ausbauhandwerk

Handwerk TV

Die Grundidee von „Handwerk TV“ ist die Optimierung der Information und Kommunikation zwischen Handwerk, Industrie und Endkunden. Ein Resultat davon wäre auch ein besseres Handwerker-Image in der Öffentlichkeit. Das neue TV-Format beschränkt sich auf den Neubau, Ausbau und die Renovierung von Wohnungen und Häusern und damit auf die Bau- und Ausbaugewerke.

Trotz der Fernseh-Vielfalt gibt es derzeit keine TV-Sendung, die sich mit dem Themenblock „Neubau, Ausbau und Renovierung von Wohnungen und Häusern“ beschäftigt – abgesehen von Einzelbeiträgen in Sendungen wie z. B. „ARD Ratgeber Technik“ oder in der 3sat-Ratgeberreihe „tips & trends domizil“. Im Rahmen der sogenannten Sparten-Programme für interessierte Zuschauergruppen ist ein solches Angebot jetzt aber möglich und auch nötig.

.....
Gerd Berger arbeitete lange beim WDR und leitete u. a. „Stern TV“ und „Schreinemakers live“. Anschließend war er Chefredakteur bei „ProSieben“. Berger ist jetzt geschäftsführender Gesellschafter der CMC GmbH, Köln, die Produktionserfahrung von Sendungen für Industriekunden hat sowie über ein eigenes TV Studio verfügt.
.....

Um welche Sendeinhalte geht es?

„Handwerk TV“ wendet sich in erster Linie an den Endkunden. Es bietet aber auch Informationen – z. B. in einem Nachrichtenblock – für den Handwerker. Auf den ersten Blick mögen sich die beiden Zielgruppen widersprechen, in der Praxis der Bau- oder Renovierungsmaßnahme sind die beiden aber Gesprächspartner. Denn zum einen kommt der Kunde mit Produkten oder Ideen, von denen er gehört oder die er gesehen hat, auf den Handwerker zu und erwartet von ihm die entsprechenden Kenntnisse und eine kompetente Beratung. Umgekehrt ist es nützlich, wenn der Kunde auch wichtige Neuerungen im Handwerk kennt.

- „Handwerk TV“ möchte deshalb:
- Infos und Vorschläge für Haus- und Wohnungsbesitzer sowie Mieter geben
 - über Neuheiten informieren
 - praktische Tips und Empfehlungen geben
 - Diskussionsforum für aktuelle Fragen im Handwerk sein
 - Zuschauerfragen beantworten
 - hinter die Kulissen von Herstellungsverfahren blicken

Mit dieser Strategie sollen die Zuschauer auf die Entwicklungen in der Welt des Handwerks neugierig gemacht werden. „Handwerk TV“ ist so auch eine Plattform für die Industrie zur Präsentation neuer Produkte und Ideen.

Ziel: professionelles Fernsehmagazin

„Handwerk TV“ soll ein professionell gemachtes Fernseh-Magazin werden. Die Magazinform – d. h. es werden fünf bis zehn Themen pro Sendung aufgegriffen – eignet sich dabei besonders gut, um möglichst viele Zuschauer anzusprechen. Mit einer monothematischen Sendung würde dies nicht gelingen. Gesendet werden sollte das Magazin im monatlichen Rhythmus, wobei es nach der jeweiligen Erstauss-

strahlung Wiederholungen zu unterschiedlichen Zeiten gibt. Potentielle Sender sind die privaten Regionalsender wie tv.nrw oder auch 9D, ein digitaler Spartenkanal auf Premiere/MediaVision. So erreichen z. B. tv.nrw ca. 4,2 Millionen Kabelhaushalte in NRW (also ca. 12 Mio. Zuschauer) und 9D ca. 2,4 Millionen Premiere-Kunden in Deutschland. Eventuell könnte auch einer der kleineren bundesweiten Sender, wie VOX oder Kabel 1, in Frage kommen. Bei entsprechender Marketing-Unterstützung (z. B. durch die SHK-Verbände oder durch die hinter den Fernsehsendern stehenden Verlage) sollten 10 bis 30 % der technisch erreichbaren Zuschauer die Sendungen sehen. Dies wären pro Sendung zwischen 1 und 3 Millionen Kontakte. Nicht berücksichtigt sind dabei die Vor- und Nachberichterstattung in den Printmedien.

Das „Handwerk TV“ ist für alle drei beteiligten Gruppen nützlich. Der Endkunde bekommt regelmäßige und aktuelle Informationen rund um Haus oder Wohnung. Der Handwerker kann sein Bild in der Öffentlichkeit verbessern und sich als moderner Dienstleister darstellen. Die Industrie erhält eine eigene Plattform zur Präsentation von neuen Trends und Produkten.

info + info + info + info + info +

Auskünfte zum Konzept „Handwerker-TV“ gibt es von Gerd Berger, CMC, Telefon (02 21) 16 0-3 60, Telefax: -3 66, E-Mail: g.berger@cmctv.de