

viva.tv

Projekt	Entwicklung eines Breitbandportals
Auftraggeber	Viva Media AG (pixelpark)
Zeitraum	Herbst 2000 – Herbst 2001
URL	nicht mehr online

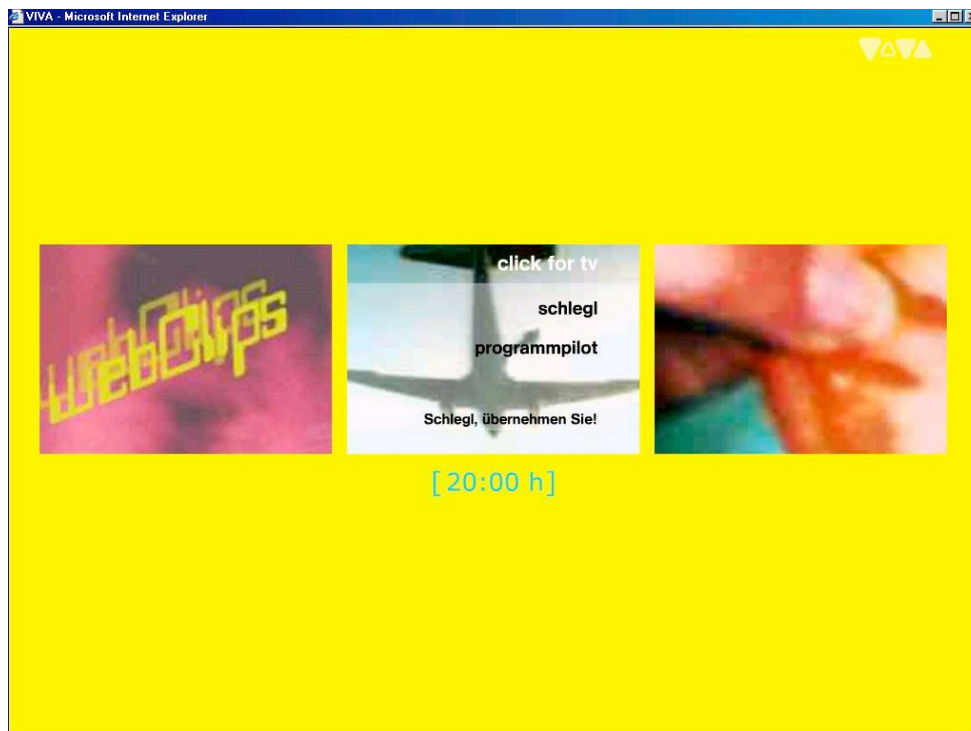


Abb.: Zeitgesteuerte Homepage www.viva.tv

Das Projekt

Im Jahr 2001 geht der Fernsehsender Viva an die Börse und benötigt eine Börsenstory. In der Zeit der großen Internet-Visionen beauftragt CEO in Spe Dieter Gorny ein breitbandiges Internet-Portal, das Maßstäbe für die Zukunft setzen soll. Für den – Originalzitat – „Todesstern viva.tv“ tätigt er die größte Einzelinvestition des Fernsehsenders seit seinem Bestehen.

Projektanforderung, Briefing

Das Internet-Portal des Jugendsenders wird vollständig gerelauncht. Ein Meilenstein, den die Internetwelt noch nicht gesehen hat, soll giga und co. in den Schatten stellen. Die Sprache hat sich der Emotionalität des Fernsehens zu bedienen, die Funktionalität der des Internets entsprechen.

Umsetzung

„Alles wird VIVA!“ Auf dem Portal läuft 24 Stunden – konvergent zum Fernsehprogramm – ein zeitbasiertes Internet-Programm. Zahlreiche Pendanten zu den existenten Fernsehformaten werden konzipiert, die die On-Air-Variante beeinflussen oder flankieren. Dazu gesellen sich eine Reihe eigenständiger Internet-Sendungen, die gemeinsam mit ersteren das Online-Programm formen. Von der Online-Dating-Show bis zur On-Web-Rotation, dem Pendant zur On-Air-Rotation, werden vielfältigste vorher nie gesehene Formate konzipiert.

Das Portal wird sendungsbasiert zu einer Jugend/Lifestyle Plattform ausgebaut, die als Grundstein für den späteren Eintritt in den e-Commerce dient. Die einzelnen Formate werden von einem Magazin und einem eigenständigen Community-Bereich flankiert.

Über drei Standorte hinweg entwickelt Pixelpark in etwa einem Jahr die erste Version des Breitband-Portals. Viva stampft zeitgleich die Unit Viva Digital aus dem Leben, innerhalb der ein eigenständiges Web-Studio entsteht, aus dem live gesendet wird.

Ergebnis

viva.tv wird zum ersten Grimme-Online-Award im Jahr 2001 nominiert. Seiner Zeit weit voraus kämpft die Plattform von Beginn an mit Reichweitenproblemen, aber auch redaktionellen Anlaufschwierigkeiten. Interne Umstrukturierungen, nicht abreiende Probleme mit der Technik und Druck der Investoren zwingen den Fernsehsender später zur Aufgabe der Plattform.

Seit Beginn 2004 ist viva.tv im Pixelpark Showroom in Köln zu sehen. Verblffte Besucher vergeben der Plattform das Attribut „Fernsehen 2010“.

Leistungen:

- Teilnahme am Pitch
- Inhaltliche Beratung des Senders
- Entwicklung der Idee
- Leitung des achtköpfigen Konzeptionsteams
- Konzeption der Investor-Relations-Site www.vivamediaag.de