

24. September 2009
Steigenberger Hotel Hamburg

Media Convergence Summit Hamburg 2009

**Die digitalen Märkte, die neuen Medien- und Konsumwelten, ihre Wirtschaftlichkeit
und ihre Wachstumschancen im Fokus von Medienwirtschaft und Industrie**

Konferenzleitung: Prof. Knut Foeckler, Geschäftsführer newturn GmbH

- 09.45** **Grußworte:**
Dr. Nikolas Hill, *Staatsrat der Behörde für Kultur, Sport und Medien*
Thomas Fuchs, *Direktor der Medienanstalt Hamburg Schleswig-Holstein*
- 10.00** **Kreativität: Eine Begabung? Erlernbares Handwerk oder Geschicklichkeit?**
Ein preisgekrönter Künstler erzählt von seiner Arbeit, von neuen Lernstrategien und –prozessen, von seiner neuen Verantwortung im Kontext digitaler Medienmärkte und davon, dass Kreativität kein künstlerisches Privileg ist.
Florian Gallenberger, *Oscarpreisträger 2002 für den besten Kurzfilm „Quiero ser“ und Bundesfilmpreisträger 2009*
- 10.30** **Keynote Session:**
Werbe- und Finanzierungsstrategien im digitalen Mediumfeld
Alle Branchen sind von veränderten Marktstrukturen betroffen. Ob TV oder Print, ob Home Entertainment oder Konsumgüter: Die Digitalisierung und die Konvergenz der Medien beeinflussen wesentlich die traditionellen ökonomischen Strukturen der gesamten Businesswelt. Wie sieht die aktuelle Situation aus in den USA? Welche Konsequenzen ziehen Unternehmensmanagement und Werbewirtschaft aus der sehr individualisierten und fragmentierten Welt des Konsums und der Medien? Learnings aus erster Hand.
Dr. Horst Stipp, *Vice President „Strategic Insights & Innovation“, NBC Universal New York*
- Sind die US-Erfahrungen übertragbar auf deutsche Märkte?**
Gilt weiterhin die These, dass Tendenzen und Entwicklungen aus den USA sich mit einigen Jahren Verspätung auch in Europa etablieren oder folgt die digitalisierte Markt- und Medienwelt neuen Gesetzen?
Katharina Behrends, *Managing Director NBC Universal Germany*
- Anschließend Roundtable-Diskussion zum Thema:**
Digital Creativity – Digital Lifestyle: Wie orientiert sich die Werbeindustrie global und regional im veränderten Mediumfeld? Hat die derzeitige Wirtschaftskrise Einfluss auf die zukünftigen Strukturen der Werbebudgets?
Teilnehmer: , ,
Katharina Behrends, NBC Universal Germany
Oliver Roth, Pilot Mediaagentur München
Dr. Horst Stipp, NBC Universal New York
N.N werbetreibende Industrie HH - tba
Leitung: Prof. Knut Foeckler,
- 11.45** **Coffeebreak**
- 12.15** **Kreativer Fokus auf die digitale Wertschöpfung: Wo liegt die Businesszukunft?**
Filmrechte, Markenrechte, Produkte und sonstige Assets eines Unternehmens müssen in der digitalen Medienwelt neu bewertet werden. Werbefilmproduzenten stehen vor neuen Aufgaben und erproben komplizierte Modelle für One-Content-all-Media. Von der Leinwand über den Bildschirm

auf PC und Handy. Eine kreative Herausforderung für eines der größten europäischen Medienhäuser. Tobias Gerlach analysiert die Märkte und präsentiert realistisch die Chancen und Möglichkeiten der neuen Medienwelten.

Tobias Gerlach, *Unternehmenssprecher und Leiter strategische Planung Bavaria Film*

13.00 Lunchbreak

13.45 Digitaler Hype um nichts oder steht uns die Zukunft noch bevor?

Die digitale Technologie hat Medien, Märkten und Marken bereits nachhaltige Veränderungen gebracht. Prof. Wiegand arbeitet intensiv an technologischen Perspektiven und weiß zu berichten, worauf sich die globalen Player der Weltwirtschaft in technologischer Hinsicht noch einzustellen haben. Ein kompetenter Blick in die Zukunft von einem der Architekten des H.264/AVC Formates, ohne das HDTV, die Blue-ray Disc und Internet- und Mobile-TV gar nicht möglich wären.

Prof. Dr. Thomas Wiegand, *Fraunhofer Heinrich-Hertz- Institut und Technische Universität Berlin*

14.05 Vom Hochglanzunterhalter zum Online-Entertainer

Außergewöhnliche Fotografen und brillante Autoren haben jahrzehntelang das weltweit erfolgreiche Printprodukt der Entertainmentwelt geprägt. Welche unternehmerischen Prozesse definieren den Übergang vom Print- in ein Onlinemedium? Wie wird ein Leser zum Online-Kunden? Was bedeuten vernetzte Lebenswelten für ein Hochglanzprodukt wie den Playboy? Wie ist seine Rolle als begehrter Werbeträger für Lifestyleprodukte betroffen? Interessante Einblicke in die kreativen Umdenkungs- und Gestaltungsprozesse eines globalen Erfolgsproduktes.

Vernon von Klitzing, *Verlagsleiter Playboy Germany*

14.25 Medienmarken in der Digitalisierung:

Der steinige Weg vom Massenmedium zum "digitalen Freund"

Klassische Medienhäuser und Medienmarken stehen vor einschneidenden strukturellen Veränderungen: Die One to One-Kommunikation wird Realität und steigert dramatisch den medialen Wettbewerb, allen voran mit Google. Können klassische Medienmarken in ihren digitalen Angeboten alle Wünsche ihrer Nutzer zu erfüllen? Oder sollten Unternehmen ergänzend in neue digitale Medienmarken investieren? Learnings am Beispiel des Weges von ProSiebenSat.1.

Tobias Oswald, *Geschäftsführer SevenOne Intermedia GmbH*

14.45 Coffeebreak

15.00 Abschlußrunde zum Thema: Digital Creativity - Digital Lifestyle

Wirtschaftlichkeit und Wachstum in einer digitalen Konsum- und Medienwelt

Intro 1: Die Cross-Channel-Strategie von stern.de - Multimediale Präsenz und Wachstum in allen Kanälen

stern.de ist ein Pionier der ersten Stunde im Online-Business und trotz auch in der Krise den neuen Marktbedingungen. Case Study zu einer Unternehmensphilosophie.

Christian Hasselbring, *Geschäftsführer stern.de*

Intro 2: Digitale Märkte: Ist das Business-Potential schon erkannt?

Provokante und herausfordernde Thesen eines Jungmanagers über neue, kreative Herausforderungen an Märkte und Management und über alternative Formen des Marketing. Einführung in die abschließende Paneldiskussion.

Philippe Souidi, *CEO CScout Germany*

15.40 Schlußpanel mit:

- **Tobias Gerlach**, *Unternehmenssprecher und Leiter strategische Planung Bavaria Film*
 - **Christian Hasselbring**, *Geschäftsführer stern.de*
 - **Thomas Henkel**, *Executive Vice President/ Leiter Strategie & Unternehmensentwicklung Gruner & Jahr AG*
 - **Tobias Oswald**, *Managing Director SevenOne Intermedia GmbH*
 - **Philippe Souidi**, *CEO CScout Germany*
 - **Dr. Horst Stipp**, *Vice President "Strategic Insights & Innovation", NBC Universal New York*
- Leitung Prof. Knut Foeckler**, *Geschäftsführer newturn GmbH*

Gegen 17.00 Ende der Konferenz