

EINLADUNG

7. Hamburger Mediensymposium

UND NUN ZUR WERBUNG!

Wie neue Techniken und Akteure
die Finanzierung medialer Inhalte beeinflussen

Montag, 13. Juni 2016
Handelskammer Hamburg



HK Handelskammer
Hamburg



HANS-BREDOW-INSTITUT
für Medienforschung an der Universität Hamburg



**MA
HSH**
Medienanstalt
Hamburg
Schleswig-Holstein



7. Hamburger Mediensymposium

Montag, 13. Juni 2016

Sehr geehrte Damen und Herren,

Werbung ist nach wie vor eine zentrale Finanzierungsquelle für unterhaltende und informierende Inhalte in den Medien. Mit traditioneller Werbung im Fernsehen, Hörfunk und online werden noch immer hohe Umsätze erzielt. Doch neue Techniken verändern den Markt, das Machtgefüge der Akteure wandelt sich.

Das Hamburger Mediensymposium greift drei aktuelle Fragestellungen zum Thema Werbung auf. In Teil eins fragen wir: Wohin wandern die Budgets, welche neuen Werbeformen und -techniken entwickeln sich und welche Folgen können diese aus Sicht der Medienregulierung haben?

In seinem zweiten Teil wendet sich das Symposium unter anderem Problemen zwischen Mediaagenturen und Medienunternehmen beziehungsweise deren Vermarktern zu. Sitzen die Mediaagenturen strukturell am längeren Hebel und nehmen sie so auch verstärkt Einfluss auf das Medienangebot? Weiß der Gesetzgeber genug, um beurteilen zu können, ob Handlungsbedarf besteht?

Im dritten Teil geht es um Adblocker, die es Internetnutzern ermöglichen, Werbung auf Onlineseiten auszublenzen. Wie funktionieren Adblocker, wie funktioniert



Und nun zur Werbung!

Wie neue Techniken und Akteure die Finanzierung medialer Inhalte beeinflussen

ihr Geschäftsmodell? Wird über den Einsatz von Blockern ein Anreiz geschaffen, Werbung und Inhalt zu vermischen oder Daten als Gegenleistung zu nutzen, um einer Filterung zu entgehen? Gibt es regulatorischen Handlungsbedarf?

Wir würden uns freuen, Sie am 13. Juni 2016 beim 7. Hamburger Mediensymposium „Und nun zur Werbung! Wie neue Techniken und Akteure die Finanzierung medialer Inhalte beeinflussen“ begrüßen zu dürfen.



Thomas Fuchs

Direktor, Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH)

Prof. Dr. Wolfgang Schulz

Direktor, Hans-Bredow-Institut für Medienforschung

Prof. Dr. Hans-Jörg Schmidt-Trenz

Hauptgeschäftsführer, Handelskammer Hamburg

7. Hamburger Mediensymposium

Tagesprogramm

13.00 Uhr

Eintreffen

13.30 Uhr

Begrüßung

Prof. Dr. Hans-Jörg Schmidt-Trenz
Hauptgeschäftsführer, Handelskammer Hamburg

Thomas Fuchs
Direktor, Medienanstalt Hamburg /Schleswig-Holstein (MA HSH);
Kordinator, Fachausschuss „Netze, Technik, Konvergenz“
der medienanstalten



SALE

Begrüßung und kurze Einführung ins Thema

Prof. Dr. Wolfgang Schulz
Direktor, Hans-Bredow-Institut für Medienforschung;
Professor für Medienrecht, Öffentliches Recht
und Rechtslehre, Universität Hamburg

Und nun zur Werbung!

Wie neue Techniken und Akteure die Finanzierung medialer Inhalte beeinflussen

1 AKTUELLE ENTWICKLUNGEN IM BEREICH WERBUNG

13.50 Uhr

Impulsvorträge

Aktuelle Werbetrends: Wohin wandern die Budgets?

Petra Kruse
Geschäftsführerin, pilot Hamburg GmbH & Co. KG

Das nächste Level im TV Werbemarkt: Targeting & Addressable TV

Ralf Bartoleit
Group Chief Special Projects Officer,
ProSiebenSat.1 Media SE



Rechtliche Konsequenzen der neuen Werbeformen

Thomas Fuchs
Direktor, Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH);
Kordinator, Fachausschuss „Netze, Technik, Konvergenz“
der medienanstalten

7. Hamburger Mediensymposium

Tagesprogramm

2

MEDIAAGENTUREN UND ANDERE FRAGEN: MUSS DER GESETZGEBER DEN WERBEMARKT MEHR IN DEN BLICK NEHMEN?

Gesprächsrunde

Klaus-Peter Schulz

Geschäftsführer und Sprecher,
Organisation der Mediaagenturen OMG e.V.

Claus Grewenig

Geschäftsführer, Verband Privater Rundfunk
und Telemedien e.V. (VPRT)

Dr. Silvia Leipelt

Stellvertretende Leiterin Referat Wettbewerbs- und
Verbraucherpolitik, Bundesministerium für Wirtschaft
und Energie

Dr. Wolfgang Kreißig

Leiter Referat Rundfunkpolitik und Medien,
Staatsministerium Baden-Württemberg

Moderation:
Dr. Thorsten Grothe



Und nun zur Werbung!

Wie neue Techniken und Akteure die Finanzierung medialer Inhalte beeinflussen



15.35 Uhr

Kaffeepause



7. Hamburger Mediensymposium

Tagesprogramm

3

WAS BEWIRKEN ADBLOCKER?

16.00 Uhr

Impulsvorträge

Wie funktionieren Adblocker, welches Geschäftsmodell steckt dahinter, wie wird „akzeptable Werbung“ identifiziert?

Torsten Kleinz
freier Journalist

Wie und warum werden Adblocker genutzt:
Ergebnisse aus dem Reuters Institute Digital News Report

Dr. Sascha Hölig
Senior Researcher,
Hans-Bredow-Institut für Medienforschung



Wie Medienunternehmen / Contentproduzenten auf Adblocker reagieren

Oliver von Wersch
Geschäftsführer, G+J Digital Products

Welche rechtlichen und gesellschaftlichen Folgen für die Inhalteproduktion haben Ad-Blocker?

Prof. Dr. Wolfgang Schulz
Direktor, Hans-Bredow-Institut für Medienforschung

Anschließend Diskussion mit dem Publikum
Moderation: Dr. Thorsten Grothe

Und nun zur Werbung!

Wie neue Techniken und Akteure die Finanzierung medialer Inhalte beeinflussen

17.00 Uhr

Wie kann Medienregulierung auf diese strukturellen Veränderungen im Bereich der Finanzierung von Medieninhalten reagieren?

Dr. Carsten Brosda
Staatsrat für Kultur, Medien und Digitales,
Freie und Hansestadt Hamburg

17.30 Uhr

Stehempfang/Ausklang

Merkur-Terrasse auf dem Dach der Handelskammer



Veranstalter

Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH)

Rathausallee 72 – 76, 22846 Norderstedt

Telefon 040 / 36 90 05-0, Telefax 040 / 36 90 05-55

E-Mail info@ma-hsh.de

www.ma-hsh.de

Hans-Bredow-Institut für Medienforschung

Rothenbaumchaussee 36, 20148 Hamburg

Telefon 040 / 45 02 17-0, Telefax 040 / 45 02 17-77

www.hans-bredow-institut.de

Handelskammer Hamburg

Adolphsplatz 1, 20457 Hamburg

Telefon 040 / 36 13 8-138, Telefax 040 / 36 13 8-401

www.hk24.de

Veranstaltungsort

Handelskammer Hamburg

Adolphsplatz 1, 20457 Hamburg

Aufgrund der geringen Anzahl an Parkmöglichkeiten am Veranstaltungsort empfehlen wir die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs. Anfahrtsbeschreibung unter www.hk24.de, Dokument-Suche Nr. 491



Teilnahme

7. Hamburger Mediensymposium

Am 7. Hamburger Mediensymposium von Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH), Hans-Bredow-Institut und Handelskammer Hamburg am 13. Juni 2016 in der Handelskammer Hamburg

- nehme ich gern teil.
 nehme ich teil in Begleitung von

- kann ich leider nicht teilnehmen.

Bitte teilen Sie uns Ihre Antwort bis zum 6. Juni 2016 mit.

Telefon 040/36 90 05-0, Fax 040/36 90 05-55, E-Mail info@ma-hsh.de oder direkt online auf ma-hsh.de:

Mit Ihrer Zusage erklären Sie sich mit der honorarfreien Veröffentlichung von im Rahmen der Veranstaltung entstandenen Film- und Fotoaufnahmen Ihrer Person in Print-, Funk- und Online-Medien einverstanden.

Absender

Name

Organisation

Adresse

Telefon / Fax

E-Mail





Bitte mit
45 Cent
freimachen

Antwort

Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Rathausallee 72 – 76
22846 Norderstedt

7. Hamburger Mediensymposium UND NUN ZUR WERBUNG!

Wie neue Techniken und Akteure
die Finanzierung medialer Inhalte beeinflussen



MA
HSH
Medienanstalt
Hamburg
Schleswig-Holstein



HANS-BREDOW-INSTITUT
für Medienforschung an der Universität Hamburg



HK Handelskammer
Hamburg