



Internationaler Mediendialog Hamburg **International Media Dialogue Hamburg**

Der Kampf um Aufmerksamkeit – Was treibt den Erfolg in digitalen Märkten?

*The digital race for attention –
What are the forces that drive success?*

Montag, 02.06.2008, Hamburger Rathaus
Monday, 2 June, 2008, Hamburg City Hall

Infos und Anmeldung unter:
Information and registration at:
www.mediendialog-hamburg.de

Die Medienwelt verändert sich in atemberaubender Geschwindigkeit. Neue Akteure drängen mit vielfältigen, digitalen Angeboten auf den Markt. Und mit jedem Angebot ändert sich das Nutzungsverhalten der Konsumenten. Nicht alle Innovationen werden sich durchsetzen. In einer konvergenten Medienlandschaft ist nur erfolgreich, wer sein Publikum langfristig bindet. Vor diesem Hintergrund diskutieren die Macher der internationalen Medienwirtschaft ihre Strategien im Kampf um Aufmerksamkeit: was hält die Zukunft fürs Geschäft bereit?

The world of media is changing at a dizzying pace. New players are pushing onto the market with a broad range of digital offerings. Each new offering changes consumers' use behaviour. Not all innovations will survive. In a converging media landscape, success is reserved for those who can retain the loyalty of their audience for the long term. Against this backdrop, the protagonists of the international media industry discuss their strategies in the battle for attention: what does the future hold in store for the business?



Hamburg Media Night

Entspannte Stimmung und zwangloser Austausch mit Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Medien und Politik – die Hamburg Media Night ist der perfekte Ausklang für einen inspirierenden Kongresstag. Am Hamburg-typischen Fleet feiert man nicht nur exquisit und nah am Wasser, hier lassen sich auch bestens begonnene Gespräche vertiefen und neue Kontakte knüpfen. Zur Hamburg Media Night im Nox laden der Senat der Freien und Hansestadt Hamburg sowie die Bauer Verlagsgruppe mit der Zeitschrift TV Movie ein.

A laid-back atmosphere and relaxed chats with public figures from business, politics and the media: the Hamburg Media Night provides the perfect ending to an inspiring conference day. On the banks of one of Hamburg's typical 'Fleet' canals, we invite you to celebrate on the waterfront as you continue conversations started earlier and form new contacts. The Hamburg Media Night at the Nox is hosted by the Senate of the Free and Hanseatic City of Hamburg, and the Bauer publishing group with 'TV Movie' magazine.



9.30 h Registration

10.30 h BEGRÜSSUNG

Welcome address



Ole von Beust,
Erster Bürgermeister der Freien
und Hansestadt Hamburg

10.45 h ERÖFFNUNG

Opening speech



Hartmut Ostrowski,
Vorstandsvorsitzender der
Bertelmann AG, Gütersloh

11.15 h TRIEBFEDER KONVERGENZ – WER LENKT DIE MEDIENLANDSCHAFT DER ZUKUNFT?

Driven by convergence – Who is moving the media industry forward?

Die Produktion und Distribution von Inhalten war lange Zeit das ureigene Geschäft von Verlagshäusern und TV-Sendern. Die digitale Medienkonvergenz bringt neue Akteure ins Spiel. Telekommunikationsdienstleister und private Investorengruppen drängen ebenso auf den Markt wie Privatpersonen, die im User Generated Content ihren Ausdruck suchen. Der Kampf um Aufmerksamkeit ist in vollem Gange. Wie wird sich der Wettstreit entwickeln?

For a long time, content production and distribution was the exclusive domain of publishers and TV broadcasters. The digital convergence of media is bringing new players onto the stage. Telecommunications providers and private investor groups are elbowing in on the market, as are individuals seeking to express themselves through 'user-generated content'. The race for attention is in full swing. Where will it go from here?

PANEL



KEYNOTE:
Dr. Stefan von Holtzbrinck,
CEO und Vorsitzender der Geschäfts-
führung Verlagsgruppe Georg von
Holtzbrinck GmbH, Stuttgart



Fabrice Boé,
Mitglied des Vorstands der
Gruner + Jahr AG, und
Leiter G+J Frankreich, Paris



Lutz Marmor,
Intendant NDR,
Hamburg



Stefano Mazzitelli,
Head of International
Wholesales and
Broadband Services
Telecom Italia, Milan



Geoff Sutton,
General Manager
MSN EMEA, London



MODERATION:
Tom Buhrow,
ARD-aktuell Tagesthemen,
Hamburg

12.45 h Mittagspause/Lunch

14.00 h VOLL IM BILDE – WELCHEN EINFLUSS HABEN DIGITALE VIDEOINHALTE?

The big picture – What is the impact of digital video content?

Videoinhalte im Internet liefern kurze Unterhaltung und schnelle Informationen. Ihre rasante Zunahme zwingt die Medienbranche zu Anpassungen: Verlage müssen nun auch bewegte Bilder in ihr Angebot integrieren, Fernsehsender die interaktive Dynamik des Internets aufgreifen, und das Marketing muss neue Anwendungen entwickeln. Mit welchen Konzepten lässt sich auch künftig mit bewegten Bildern Geld verdienen?

Online video content delivers succinct entertainment and fast information. Its burgeoning growth is forcing the media industry to adjust: publishers now have to integrate video in their offerings and find ways to market new applications, as TV stations pick up on the interactive dynamics of the Internet. What concepts will make it possible to continue earning money with video?

PANEL



Rob Covey,
Managing Editor/Creative
Director National Geographic,
Washington D.C.



**Mathias Müller
von Blumencron,**
Chefredakteur DER
SPIEGEL, Hamburg



Alan Rutherford,
CEO Digitas Global, London



Patrick Walker,
Director of Video
Partnerships EMEA
Google/YouTube,
London



MODERATION:
Julia Jäkel,
Verlagsleiterin Brigitte Gruppe,
Gruner + Jahr AG & Co. KG, Hamburg

15.00 h VOM BESTEN ZWEIER WELTEN – WIE STEuern EUROPÄISCHE VERLAGSHÄUSER IHRE ONLINE-PRÄSENZ?

Best of both worlds – How do European publishers handle their online presence?

Alle europäischen Verlagshäuser haben Strategien entwickelt, um ihre Marken sowohl offline im Print, als auch online im Netz zu positionieren. Doch in den beiden Welten gelten sehr unterschiedliche Gesetze, die ganz eigene Bedingungen an die Markenführung stellen. Zeit für eine Zwischenbilanz: Welche Konsequenzen hat das Online-Geschäft mit sich gebracht?

All of Europe's publishing houses have developed strategies to position their brands, both offline in print and online on the Net. But the two worlds are governed by very different laws, which give rise to their own sets of requirements for brand management. Time to take stock: what are the ramifications of the online business?

PANEL



Kai Diekmann,
Chefredakteur BILD
und Gesamtherausgeber
BILD-Gruppe, Berlin



Manuel Mirat,
CEO Prisacom, Madrid



Mikal Rohde,
CEO Schibsted Søk/
Sesam Search, Oslo



Simon Waldman,
Director of Digital Publishing
Guardian Co. UK, London



Mehmet Ali Yalcindag,
President of the Executive
Committee and CEO Dogan
Yayin Holding A.S., Istanbul



MODERATION:

Dr. Rainer Esser,
CEO Die Zeit, Hamburg

16.15 h Kaffeepause/Coffee break**16.45 h ENDLICH LIVE – HANDY-TV**

Live at last – Mobile TV



Kim Reid,
CEO MIH's Mobile TV Plattform
Naspers Group, Cape Town

17.15 h DIE ZUKUNFT DES FERNSEHENS – PERSPEKTIVEN AUS DEN USA

The Future of Television – Perspectives from the U.S.



Horst Stipp,
Vice President Primary and
Strategic Research NBC
Universal, New York

17.45 h PRÄSENTATION DES NEPTUN CROSSMEDIA AWARD 2008

Presentation of the 2008 Neptun Crossmedia Award

18.15 h ENDE DER KONFERENZ

End of conference

19.30 h HAMBURG MEDIA NIGHT

Nox, Bleichenbrücke 9, 20354 Hamburg

Zum ersten Mal wird der Internationale Mediendialog Hamburg von hochkarätigen Partnerveranstaltungen begleitet: vom 29. Mai bis zum 4. Juni 2008 werden spannende Spezialthemen der Branche unter die Lupe genommen. Das Spektrum reicht von der Prämierung der erfolgreichsten Crossmedia Kampagne mit dem Neptun Crossmedia Award über die Themen Online Video Advertising und Finanzierungsstrategien bis hin zu Medienwandel und Regulierung. **Weiterführende Informationen zu den Veranstaltungen und zur Registrierung finden Sie auf der jeweiligen Website.**

This year, for the first time, the International Media Dialogue Hamburg will be accompanied by top-notch partner events from 29 May to 4 June 2008, with a special focus on exciting topics in the industry – ranging from the Neptun Award presentation for the best crossmedia campaign, to events dealing with anything from online video advertising and financing strategies to media shift and regulation. Please visit the respective website to obtain further information about a given event and to register for it.

Do., 29.5., Bucerius Law School, 14-18 h „Wer hier gewinnt, gewinnt überall.“ Neptun Crossmedia Award Mit dem Neptun Crossmedia Award prämiiert die Initiative Hamburg@work die ideenreichste, wirkungsvollste und wirtschaftlichste Crossmedia-Kampagne des Vorjahres. Ziel ist es, mit der Auszeichnung die Bedeutung medienübergreifender Kommunikation hervorzuheben und auch zukünftig Standards in der crossmedialen Vermarktung zu setzen. Die fünf besten Kampagnen werden im Finale vor über 300 Gästen präsentiert. Der Sieger wird via Live-Voting ermittelt. Informationen unter: www.neptun-award.de 	Fr., 30.5., Kehrvieler Theater, 10-16:15 h Online Video Advertising Forum von COMPUTER BILD und Hamburg@work Die Bewegtbildexplosion im Internet stellt Werbung vor neue Herausforderungen. Video spricht Konsumenten viel prägnanter, emotionaler und gezielter an. Neue Ideen und Mechanismen sind gefordert, um die Potenziale jenseits des klassischen Werbespots auszuschöpfen. Im Online Video Advertising Forum diskutieren Marketing-Entscheider, Media-Planer und Kreative über die besten Strategien, um die Aufmerksamkeit der Clip-Gesellschaft zurück zu erobern. Informationen unter: www.computerbild.de/ova-forum 	Di., 3.6., SIDE Hotel, 10-15:30 h FTD-Konferenz Finance in Media Die Finanzierungs- und Investitionsmöglichkeiten im Mediengeschäft sind immens gestiegen. Diese Entwicklung hat nicht nur Interesse bei Private-Equity-Firmen geweckt. Mit Business Development und Diversifikation reagiert die Branche auf Digitalisierung und Konvergenz. Darüber möchten führende Medienentscheider wie Dr. Marcus Englert, Vorstandsmitglied, ProSiebenSat.1 Group, Achim Twardy, Vorstandsmitglied, Gruner + Jahr, und Götz Mäuser, Partner, Permira, mit Ihnen diskutieren. Information und Anmeldung unter: www.ftd.de/financeinmedia 
Di., 3.6., Bucerius Law School, 15-17:30 h, danach Get Together Kino 2.0 Die Veranstaltung befasst sich mit dem Kino als digitalisierter Abspielstätte. Welche Chancen bietet die Digitalisierung den Kinos, sich in einer multimedialen Welt zu positionieren? Und welche Bedeutung hat dies für den Film? Unter anderem mit Kim Ludolf Koch (rinke medien consult), Prof. Dr. Michel Clement (Universität Hamburg), Dr. Detlef Roßmann (Vorsitzender AG Kino e.V. und Präsident CICAe) und Wolfram Weber (Cinecitta Nürnberg). Moderation: Frank Patalong (Spiegel Online). Informationen unter: www.ffhsh.de 	Mi., 4.6., Gästehaus Universität Hamburg, 9:15-17 h Chancengleichheit für Content auf Netzwerken und Plattformen? Am 4.6.2007 veranstalten das Hans-Bredow-Institut, die Alcatel-Lucent Stiftung und die Medienanstalt Hamburg-Schleswig-Holstein zusammen eine Tagung zum Thema: „Chancengleichheit für Content auf Netzwerken und Plattformen?“ Im Kern geht es um die Frage, inwiefern die Entwicklungen im Bereich von Netzen und Plattformen neue Risiken für den Zugang von Content zum Nutzer und die Servicequalität mit sich bringen. Die Tagung wird dabei sowohl technische Entwicklungen (etwa Next Generation Networks) als auch deren ökonomische und regulatorische Konsequenzen zum Gegenstand haben. Informationen unter: www.hans-bredow-institut.de 	Mi., 4.6., Auditorium Gruner + Jahr, 19 h Herausforderungen der Konvergenz für die Medienregulierung in Europa und den USA Die Veranstaltung behandelt die Auswirkungen von Crossmedialisierung und Internationalisierung sowie der technischen, inhaltlichen und rechtlichen Konvergenz auf das Medienkartellrecht sowie auf die Regulierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Dr. Rösler, Prof. Sjurts, Dr. Wiring und Dr. Meyer-Lindemann diskutieren die Vorkehrungen des deutschen, europäischen und U.S.-amerikanischen Rechts, die den Meinungswettbewerb in sich wandelnden Medienmärkten sichern sollen. Informationen unter: www.dajv.de 

Registration

Online: www.mediendialog-hamburg.de

Fax: +49 (0) 40/67 94 46-11

Post/Mailing address: Faktor 3 AG, Kattunbleiche 35, 22041 Hamburg

Ihre Kontaktdaten/Your contact information:

Unternehmen/Company: _____

Straße/Street: _____ PLZ, Stadt/Postal code, City: _____

Name: _____

Funktion/Position: _____

Telefon/Phone: _____

Fax: _____

Email: _____

Internet: _____

☐ Ja, ich nehme am Kongress teil. Die Teilnahmegebühr beträgt € 350,- (zzgl. 19 % MwSt.).
Yes, I will be attending the congress. The attendance fee is € 350 (plus 19 % VAT).

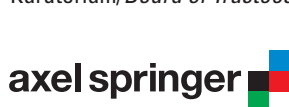
☐ Ja, ich nehme auch an der Hamburg Media Night teil (in der Teilnahmegebühr enthalten).
Yes, I will be attending the Hamburg Media Night as well (included in the attendance fee).

☐ Ja, ich habe die Teilnahmebedingungen zur Kenntnis genommen.
Yes, I have read and agree to the Conditions for Participation.

Veranstalter: Senat der Freien und Hansestadt Hamburg in Kooperation mit der Hamburger Medienwirtschaft

Organiser: Senate of the Free and Hanseatic City of Hamburg, in cooperation with Hamburg's media sector

Kuratorium/Board of Trustees:



Veranstaltungsagentur/Event agency:

Faktor 3 AG
Jens Mayer
Kattunbleiche 35
22041 Hamburg
Tel: 040/67 94 46-73
j.mayer@faktor3.de

Vi.S.d.P.: Behörde für Wirtschaft und Arbeit, Rainer Hanus, Alter Steinweg 4, 20459 Hamburg

Legal notice: State Ministry for Economic and Labour Affairs, Rainer Hanus, Alter Steinweg 4, 20459 Hamburg

Pressekontakt/Press enquiries:

Faktor 3 AG
Frank Schütz
Kattunbleiche 35
22041 Hamburg
Tel: 040/67 94 46-52
f.schuetz@faktor3.de

Teilnahmebedingungen:

Aufgrund der begrenzten Teilnehmerzahl werden die Anmeldungen in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Die Kongressgebühr fällt mit der Anmeldung an. Sie ist sofort nach Erhalt der Rechnung, zzgl. MwSt., ohne Abzug, zu überweisen. Bei Absage der Veranstaltung seitens der Veranstalter wird die Kongressgebühr voll zurückerstattet. Erfolgt eine - wenn auch unverschuldete - Absage des Teilnehmers bis 7 Tage vor der Veranstaltung, so wird für die Stornierung eine Bearbeitungsgebühr von € 50,- zzgl. MwSt. erhoben. Danach fällt die volle Kongressgebühr an. Die Vertretung eines angemeldeten Teilnehmers ist jederzeit möglich. Stornierungen können nur in schriftlicher Form per E-Mail, Fax oder Post an den Veranstalter angenommen werden. Der Veranstalter behält sich Programmänderungen aus dringendem Anlass vor.

Conditions for participation:

Since participation is limited, applications will be processed on a first come, first served basis. The congress fee is payable upon application, and must be transferred immediately upon receipt of the invoice, plus VAT, without deductions. If the event is cancelled by the organisers, the congress fee will be refunded in full. If a participant cancels for whatever reason up until 7 days prior to the event, a cancellation fee of € 50 plus VAT applies. For cancellations after this time, the full congress fee will be charged. A participant may send a stand-in instead, at any time.

Cancellations must be submitted in written form to the organisers by e-mail, fax or regular mail. The organiser reserves the right to make changes to the programme for urgent reasons.