

## Programm Internationaler Mediendialog Hamburg 2008

Die Inhalte der Konferenz werden in folgende Sprachen simultan übersetzt: Deutsch, Englisch

9.30 h Registration

### 10.30 h BEGRÜßUNG



Ole von Beust,  
Erster Bürgermeister der [Freien und Hansestadt Hamburg](#)

### 10.45 h ERÖFFNUNG



Hartmut Ostrowski,  
Vorstandsvorsitzender der [Bertelsmann AG](#), Gütersloh

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

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?

#### KEYNOTE:

PANEL



Dr. Stefan von Holtzbrinck,  
CEO und Vorsitzender der Geschäftsführung [Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH](#), Stuttgart



Fabrice Boé,  
Mitglied des  
Vorstands der  
[Gruner + Jahr  
AG](#), und Leiter  
G+J Frankreich,  
Paris



Carlos Lambarri  
Gomez,  
Geschäftsführer  
[HanseNet](#),  
Hamburg



Lutz Marmor,  
Intendant [NDR](#),  
Hamburg



Geoff Sutton,  
General Manager  
[MSN EMEA](#),  
London



MODERATION:  
Tom Buhrow,  
[ARD-aktuell](#)  
Tagesthemen,  
Hamburg

12.45 h Mittagspause

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

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?

FILM ZUR EINLEITUNG – SPIEGEL TV

PANEL



Rob Covey,  
Managing  
Editor/Creative  
Director [National Geographic](#),  
Washington D.C



Mathias Müller  
von Blumencron,  
Chefredakteur  
[DER SPIEGEL](#),  
Hamburg



Howard Geisler,  
Senior Vice  
President and  
Global  
Relationship  
Leader, [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?

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?

PANEL







Kai Diekmann,  
Chefredakteur BILD  
und  
Gesamtherausgeber  
[BILD-Gruppe](#),  
[Berlin](#)



Tomasz  
Jozefacki,  
Head of  
Internet  
Division, [Agora SA](#), Warsaw



José Antonio  
Ferrís,  
Head of  
Strategy and  
Business  
Development  
[Prisacom](#),

				Madrid
		Mikal Rohde, Vice President, <a href="#">Schibsted Group</a> , Oslo		Simon Waldman, Director of Digital Publishing, <a href="#">Guardian Co.</a> <a href="#">UK</a> , London
				Mustafa Gözalan, Dogan TV Board Member <a href="#">Dogan Yayin Holding A.S.</a> , Istanbul
		MODERATION: Dr. Rainer Esser, CEO <a href="#">Die Zeit</a> , Hamburg		

16.15 h Kaffepause

16.45 h ENDLICH LIVE – HANDY-TV



Kim Reid,  
CEO MIH's [Mobile TV Plattform](#)  
[Naspers Group](#), Cape Town

17.15 h DIE ZUKUNFT DES FERNSEHENS – PERSPEKTIVEN AUS DEN USA



Horst Stipp,  
Vice President Primary and  
Strategic Research [NBC](#)  
Universal, New York

17.45 h PRÄSENTATION DES NEPTUN CROSSMEDIA AWARD 2008



Am 29. Mai 2008 prämierte der Veranstalter Hamburg@work mit dem Neptun Crossmedia Award die beste Crossmedia-Kampagne des Vorjahres. Das Plenum votete Heye & Partner Werbeagentur für CASIO Europe GmbH mit der Kampagne „G-SHOCK Tough Test Team“ zur ideenreichsten, wirtschaftlichsten und wirkungsvollsten crossmedialen Kampagne. Erstmals wurde auch der Vodafone MediaSolutions! Sonderpreis verliehen. Nach einer kurzen Einführung ins Thema präsentieren die Gewinner ihre Kampagne

18.15 h ENDE DER KONFERENZ

19.30 h HAMBURG MEDIA NIGHT