



**Eine Konferenz
des Ministers für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-
Westfalen und der Landesanstalt für Medien NRW**

The Show Must Go Online, Still!

Perspektiven des Onlinefernsehens zwischen Boom und Medienkrise

**Mittwoch, 27. Mai 2009, 10.00 – 17.00 Uhr
Stadttor Düsseldorf, Etage 11 West**

Weiterhin bestimmt Onlinefernsehen weltweit die Debatte um die Zukunft der audiovisuellen Medien. Während traditionelle Medienkanäle stagnieren oder auch krisenbedingt rückläufig sind, verzeichnen Online-Video wie auch Online-Video-Werbung nach wie vor kräftiges Wachstum. Technologisch wie kommerziell haben profilierte Plattformen in den USA wie Hulu, Joost oder auch Youtube mittlerweile eine Ebene erreicht, die eine Neujustierung des gesamten Mediensystems nahe legt.

Auch im deutschen Markt mobilisieren sich zunehmend neue Anbieter im Onlinefernsehen, und das über traditionelle Branchengrenzen hinweg. Web-TV wird zunehmend zum strategischen Kerngeschäft für TV- und Online-Medien wie für Verlagshäuser, Werbetreibende und ihre Agenturen. Doch stehen die Anbieter noch vor großen Herausforderungen. Für Produzenten sind neben der kreativen Seite in erster Linie die Vermarktung und die Entwicklung von Geschäftsmodellen von Bedeutung, zumal in der Medienkrise zunehmend weniger Geld im Markt zur Verfügung steht. Darüber hinaus gilt es auf Branchen-Ebene die *Terms of Trade* zu standardisieren. Neben geeigneten Modellen der Werbefinanzierung ist vor allem der Status der „Online-Programmveranstalter“ zu klären, ebenso wie die Verteilung der Verwertungsrechte auf die konkurrierenden Distributionskanäle. Und nicht zuletzt stellt sich die Frage, wie sich Inhalteproduzenten und Autoren in diesem neuen Feld positionieren können. Hier ist vor allem auch die Medienpolitik gefordert, Rahmenbedingungen zu schaffen, die dem neuen Medium gerecht werden, wie auch Qualität und Vielfalt in dem neuen Medium sicherstellen.

Nach der erfolgreichen Veranstaltung zum Thema im Vorjahr widmet sich die Konferenz „The Show Must Go Online, Still!“ den aktuellen Herausforderungen im dynamischen Markt des Onlinefernsehens zwischen Aufbruch und Krise. Internationale Experten und führende Marktakteure skizzieren die ökonomischen bzw. publizistischen Potenziale des neuen Mediums und die relevanten Akteure im deutschen Markt stellen ihre Strategien zur Diskussion.

In Kooperation mit:





Programm

The Show Must Go Online, Still!

Perspektiven des Onlinefernsehens zwischen Boom und Medienkrise

Eine Konferenz des Ministers für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen, der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, in Kooperation mit der Deutschen Telekom AG, The Hollywood Reporter und HMR International

Termin: Mittwoch, 27. Mai 2009
Ort: Stadttor Düsseldorf, Etage 11 West

Moderation: **Arthur Pober**, Medienberater, New York (Vormittag)
Torsten Zarges, kress report, Köln (Nachmittag)

10.00 Uhr, Begrüßung

Andreas Krautscheid, Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes NRW, Düsseldorf
Norbert Schneider, Direktor, Landesanstalt für Medien NRW, Düsseldorf

10.30-11.00 Uhr, Einführung

Breaking New Grounds in Time of Crisis. The Status Quo in Online Television
Arthur Pober, Medienberater, New York

11.00-11.45 Uhr, Q&A

International Perspectives On Online Television
Steve Aranguren, Independent Global Media Consultant, London

11.45-12.15 Uhr, Kaffeepause

12.15-13.00 Uhr, Keynote, anschließend Q&A

3 screens - one company: Bewegtbild bei der Deutschen Telekom
Harald Eisenächer, Mitglied des Segmentvorstands Personal & Social Networking, Products & Innovation, Deutsche Telekom AG, Bonn

13.00-14.00 Uhr, Mittagspause

14.00-14.45 Uhr, Kurzstatements und Panel

Content is King I – Strategien der Rechteinhaber
Frederic Komp, Managing Director, BRAINPOOL Artist & Content Services GmbH, Köln
Peter von Ondarza, Managing Partner, CLA - Content Lizenz Agentur GmbH, Berlin
Antoine Schmidt-Roy, Prokurist/Leiter Online Media, Studio Hamburg Distribution & Marketing GmbH, Hamburg
Frank Winnenbrock, Geschäftsführer, Welt der Wunder GmbH, München

14.45-15.30 Uhr, Kurzstatements und Panel

Content is King II - Trends in der Online-TV-Produktion
Ibrahim Evsan, Geschäftsführer, sevenload GmbH, Köln
Jonas Baur, Head of Development, Grundy UFA TV Produktions GmbH, Potsdam
Georg Ramme, Head of New Business Development and Digital Media, Endemol Deutschland GmbH, Köln

Fortsetzung umseitig





15.30-16.00 Uhr, Kaffeepause

16.00-16.30 Uhr, Keynote

Rethinking the Ad Business. Neue Formate, neue Reichweite, neue Identität

Robert Krause, Geschäftsführender Gesellschafter, This Gun Is For Hire GmbH & Co KG, Hamburg

16.30-17.30 Uhr, Kurzstatements und Panel

Neues Fernsehen, altes Denken? Probleme mit der Werbung im Onlinefernsehen

Frank Bachér, Geschäftsführer Marketing & Sales, InteractiveMedia CCSP GmbH, Darmstadt

Jörg Blumtritt, European Operations Officer, Tremor Media Europe GmbH, München

Paul Mudter, Geschäftsleiter Interactive, IP Deutschland, Köln

