



2014  
22. – 24.10.

KEIN  
SPAZIERGANG  
Wege zur digitalen  
Selbstverständlichkeit

Enter your password

OK Cancel

# MITTWOCH, 22.10.

ZEIT	ERÖFFNUNG
10.00 Uhr	<b>Grußwort</b> <b>Siegfried Schneider</b> , Präsident BLM, Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der Medientage München
	<b>Keynote</b> <b>Timotheus Höttges</b> , Vorstandsvorsitzender Deutsche Telekom
	<b>Interview</b> <b>Ilse Aigner</b> , MdL, Bayerische Staatsministerin für Wirtschaft, Medien, Energie und Technologie
	<b>Keynote: Will Keenan</b> , President of Endemol beyond (USA) <b>Talk: Will Keenan &amp; Marcus Wolter</b> , Geschäftsführer Endemol Deutschland



## 12.30–13.30 Uhr MITTAGSPAUSE

ZEIT	MEDIEN	MEDIEN & GESELLSCHAFT
13.30–14.30 Uhr	<b>ZDF</b> Journalismus in Zeiten des Netzes	<b>Deloitte</b> Media Mobility: Streaming Dienste für daheim und unterwegs
14.30–15.00 Uhr	Die Zukunft des Journalismus – ein Gespräch	<b>Keynote:</b> Trends im Mobile Business
15.00–16.00 Uhr	<b>VPRT</b> Die TV-Agenda: Die nächsten 30 Jahre: Das goldene Bewegtbildzeitalter?	<b>Accenture</b> Digitaler und mobiler Medienkonsum im Ländervergleich: Implikationen für Deutschland
16.00–16.30 Uhr	<b>KAFFEEPAUSE</b>	
16.30–17.30 Uhr	<b>INFRASTRUKTUR-GIPFEL</b> Netzneutralität – Ausweg aus der Wachstumsfalle	<b>Die Clap-Couch</b> <b>Leonardo &amp; Co.</b> „Medienunternehmen – (wieder) interessant für Private Equity“
		<b>Sky Deutschland</b> Ein TV-Lagerfeuer für Deutschland? Drei Generationen diskutieren über die neue goldene Ära des Fernsehens.
		<b>Fox International Channels</b> Die Premium-Serie: Der nächste deutsche Export-Erfolg?
		15.30 Uhr: Alles Fernsehen, oder was? Von „Wetten Dass...?“ bis LeFloid, Y-Titty & Co. Unterhaltungsphänomene in TV und Web
17.30 Uhr	<b>ABENDKEYNOTE</b> <b>TBA</b>	

ZEIT  
17.30 Uhr

**ZEIT**

11.15 - 12.30 Uhr

**FERNSEH-GIPFEL****Diskussion: NextTV – Wer dirigiert den Big-Screen im Wohnzimmer?****Nico Hofmann**, Produzent, Vorsitzender der Geschäftsführung UFA Fiction**Ralf Kleber**, Geschäftsführer Amazon Deutschland (angefragt)**Christoph Krachten**, Präsident Mediakraft Networks**Wolfgang Link**, Vorsitzender der Geschäftsführung ProSiebenSat.1 TV Deutschland**Lutz Marmor**, Vorsitzender ARD, Intendant NDR**Brian Sullivan**, Vorstandsvorsitzender Sky Deutschland

Moderation:

**Klaas Heufer-Umlauf**, Fernsehmoderator, Produzent, Comedian

Klaas Heufer-Umlauf

© Marcus Hoehn



Will Keenan

**ZEIT**

13.30–14.30 Uhr

**MEDIEN & NETZPOLITIK****Institut für Europäisches Medienrecht (EMR)**

Haftung für Inhalte – Recht auf Vergessen? Verantwortlichkeit von Internetdienstleistern in Europa

14.30–15.00 Uhr

Medienpolitik und Wettbewerb – Das Bundeskartellamt im Kreuzverhör

15.00–16.00 Uhr

**vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft**

Stärkung der Gründerszene in der Medienwirtschaft

16.30–17.30 Uhr

**KJM**

Schützen statt sperren: Mit vorinstallierten Jugendschutzprogrammen zu effektivem Jugendmedienschutz

**WERBUNG & MARKETING****Mediengruppe RTL Deutschland**

Herausforderung Multiscreenvermarktung – Neue Chancen, alte Hürden

**Verband d. Zeitschriftenverlage in Bayern (VZB)**

Because impact matters: Was Werbewirkungsforschung leisten kann

**The Nielsen Company**

Marketing-Effektivität und Effizienz im Zeitalter von Real Time

**PricewaterhouseCoopers**

Smart-TV im Spannungsverhältnis zwischen Zuschauerprivatsphäre und den Anforderungen des Online-Marketing

**TECHNIK & INNOVATION****BR / IRT**

Connected TV Trends: verbinden, synchronisieren und profitieren

Over-the-Top Streaming Video Devices: Entertainment im Digitalzeitalter

**Avid Technology**

Erfolgsfaktor Kollaboration – wie TV-Sender durch eine verbesserte Zusammenarbeit effizienter produzieren

**Capgemini**

Cross-Channel – wie transformieren Medienunternehmen ihre kanalübergreifende Geschäftsvision in konkreten Geschäftsnutzen?

# DONNERSTAG, 23.10.

ZEIT	MEDIEN		MEDIEN & GESELLSCHAFT
10.00–11.30 Uhr	<b>BDZV / VBZV</b> <b>PUBLISHING-GIPFEL</b> Qualität in digitalen Zeiten		10.30 Uhr: Information Overload oder Vorsprung durch Technik? Zum Verhältnis von Mensch und Maschine
11.30–12.30 Uhr	<b>ARD-Generalsekretariat</b> Roboter oder Redakteur. Zur Zukunft des Journalismus.	<b>goetzpartners</b> Big Business durch Big Data – Wie Publisher ihre Daten für neue Erlöse nutzen können	<b>Siemens Österreich</b> What makes people pay? – Successful Strategies in OTT Video Business
12.30–13.30 Uhr	<b>MITTAGSPAUSE</b>		
13.30–14.30 Uhr	<b>Solon Management Consulting</b> Online Video vs. Linear TV: Wie schnell geht's? Wer profitiert?	<b>VZB</b> The Last Mile to the Consumer – Käuferforschung am Point-of-Sale	<b>Sky Deutschland</b> Frauen in Männerdomänen – anerkannte Expertinnen oder nur Alibi-Funktion?
14.30–15.00 Uhr	Keynote: Web-TV und der Video-Advertising Markt: Insights & Trends	TBA	Qwant, DuckDuckGo und Co.: Können alternative Suchmaschinen anonymes und sicheres Surfen garantieren?
15.00–16.00 Uhr	TBA	<b>BDZV / VBZV</b> Recruiting/Employer Branding: Wie bekomme ich die jungen Digitalen für mein Unternehmen?	<b>Bayerischer Rundfunk</b> B5 Medienforum: Die verlinkte Generation. Wie suchen junge Leute nach Information und was bieten die Medien an?
16.00–16.30 Uhr	<b>KAFFEEPAUSE</b>		<b>Die Clap-Couch</b>
16.30–17.30 Uhr	<b>Zattoo</b> Muss es denn immer das Abomodell sein? Mehr Freemium für mehr Reichweite!	<b>KPMG</b> Mobile Payments im Fokus von Kundenbindung und flexiblen Prozessen	<b>Verband Dt. Filmproduzenten</b> Auswirkungen der Auftragsvergabe von ARD und ZDF auf die Produktionslandschaft
ZEIT	ABENDKEYNOTE		
17.30 Uhr	<b>TBA</b>		



MEDIEN & NETZPOLITIK	RADIO & AUDIO	WERBUNG & MARKETING	TECHNIK & INNOVATION
<p>10.30 Uhr: <b>Bird &amp; Bird</b> Wie viel Vielfaltssicherung braucht der Rundfunk (noch)?</p>	<p>10.30 Uhr: <b>VBL</b> All Business is local? Lokaler Rundfunk 2020</p>	<p>10.30 Uhr: Die Vermessung des Kunden: Daten als Heiliger Marketing-Gral?</p>	<p>10.00 Uhr: <b>KabelKiosk</b> FernsehVisionen: Bestimmen Sie die TV-Trends von Morgen mit – Experten stellen sich Ihrer Live-TED-Abstimmung</p>
<p><b>die medienanstalten / GVK</b> Smart TV – vom anonymen Zuschauer zum gläsernen Nutzer?</p>	<p><b>VPRT</b> Smart und im Ohr: Die Radio-Zukunft</p>	<p>Programmatic Advertising: Preisstützer oder Preisstürzer?</p>	<p><b>pmOne</b> Streaming zur Inheldistributi- on: Trend oder Hype?</p>
<p>Tagesschau-App und Drei- Stufentest: Dürfen ARD und ZDF wirklich alles im Internet?</p>	<p><b>BLM</b> Radio-Gipfel: Smart, mobile, social – Das neue Radiozeit- alter</p>	<p><b>PricewaterhouseCoopers</b> Die Zukunft der Werbeeinnah- men: Wem gehört das größte Stück vom Werbekuchen in fünf Jahren?</p>	<p><b>Britisches Generalkonsulat</b> Neueste Trends für Medien- technologie in Großbritannien</p>
<p>Ergebnisse des Runden Tisches Medienpolitik</p>	<p><b>BLM / BVDW</b> Der BLM &amp; BVDW Webradio- monitor 2014 – Wo steht das Internetradio heute?</p>	<p><b>Arbeitsgemeinschaft Fern- sehforschung (AGF)</b> Eine harte Währung braucht der Markt</p>	<p>DVB-T2 – Quo Vadis?</p>
<p><b>Deutsches Digital Institut</b> 15.30 Uhr: Die Sicherung der Meinungsvielfalt im Bereich von Suchmaschinen</p>	<p>Die ma IP Audio – Der Weg zur Konvergenzwährung</p> <p>15.30-16.15 Uhr: <b>BLM</b> Moderation 2.0 – Mehr als nur on air</p>	<p>15.30 Uhr: Media-Daten: Wer macht das Rennen um die Crossmedia- Währung der Zukunft?</p>	<p>15.15-16.15 Uhr: <b>Plazamedia</b> Wie viel TV braucht die Marke? Wie viel Marke braucht das TV?</p>
<p><b>VG Media</b> Die Bedeutung der Leistungs- schutzrechte für die Medien- vielfalt</p>		<p><b>teveo interactive</b> Adressable TV Advertising: Wie HbbTV-Kampagnen die Medien- landschaft herausfordern</p>	<p>Medien im Auto der Zukunft: DAB+, LTE – welche Techno- logien, Dienste und Services machen das Rennen?</p>



Siegfried Schneider



Katharina Berends

# FREITAG, 24.10.



ZEIT	SOCIAL MEDIA	PAID CONTENT	MEDIEN & GESELLSCHAFT
10.00 Uhr	<p>„In ist, wer drin ist?“ Zur Bedeutung von Social Media als Kommunikationstool</p> <p>10.10 Uhr: Social Media Nutzung: Der User – das unbekannte Wesen?</p> <p>11.00 Uhr: Social Media Marketing – Strategien für Twitter</p> <p>11.30 Uhr: Facebook, Twitter &amp; Co. – Wie navigiert man rechtssicher durch's Social Web?</p>	<p>Auf der Überholspur – wie lange noch? Chancen und Herausforderungen fürs Pay-TV</p> <p>10.45 Uhr: So haben wir's geschafft – Learnings und Erfolgsfaktoren von BILD</p> <p>11.15 Uhr: Paid Content: Kurzvorträge</p>	<p><b>BR / Medienwirtschaft</b> Forum Medienmanagement: Vom Medienunternehmen zum Medien-Netzwerk? Erfolgreiche Steuerung in der schönen neuen crossmedialen Welt</p> <p>11.00 Uhr: <b>LMU / Mediennetzwerk Bayern</b> Computational Journalism: Idea, Implications and Perspectives</p>
12.00–13.00 Uhr	<b>MITTAGSPAUSE</b>		
13.00–14.00 Uhr	<p>Social Media Relations: Brauchen wir einen Knigge für den Umgang mit Bloggern &amp; „Social Influencern“?</p> <p>13.45 Uhr: Social Media Revenue – Was bringt das soziale Netz wirklich?</p>	<p><b>Die Clap-Couch</b></p> <p>Wachstumsmarkt Bildung – Geht Paid Content durch die Decke?</p> <p>13.30 Uhr: Die Rechnung zahlt die Crowd – So funktioniert erfolgreiches Crowdfunding</p> <p>Eine Million für Stromberg – und andere Crowdfunding-Erfahrungen</p>	<p><b>In Zusammenarbeit mit Akademie des deutschen Buchhandels</b> Converged Media, messbares Storytelling, linkbuilding Content – Die Corporate Communication der Zukunft</p>
14.00–14.45 Uhr			
14.45–16.00 Uhr	<p><b>Abschlussveranstaltung:</b> <b>CONTENT-GIPFEL:</b> Entzauberter Journalismus? Ein Berufsbild im Wandel</p>		





**BREITBANDNETZAUSBAU**

Private Unternehmen, öffentliches Ziel: Strategien und Wege zum „Breitband für alle“

10.00 Uhr: Medienpolitische Einführung – Vorträge

10.55 Uhr: Keynote: Breitband für alle? – Techniken, Akteure, Geschäftsmodelle

11.30 Uhr: Rahmensetzung und Förderung durch die Öffentliche Hand – Best Practice

**RADIO & AUDIO**

**BLM**  
Radio meets Streaming Music: Konkurrenz, Koexistenz, Kooperation – was ist die richtige Strategie?

11.00 Uhr:  
**European Broadcasting Union (EBU)**  
Smart Radio in Smartphones – warum Radio mobil bleiben wird

**CONTENT MARKETING**

Kommunikation jenseits klassischer Werbung: Kreative Ideen, Trends & Best Practice

10.10 Uhr: Marken in der Contentproduktion

10.30 Uhr: Storytelling – Was gutes Geschichtenerzählen ausmacht

11.30 Uhr: Native Advertising – Ein Streitgespräch

**TECHNIK & INNOVATION**

Wearable Devices: Humbug oder Big Business? Technologien, Trends und Ideen

Breitband als kommunale Daseinsvorsorge – Best Practice

13.30 Uhr: Maßnahmen und Vorhaben der TK-Anbieter – Best Practice

**BLM**  
"Ich verstehe dein Radio nicht" – Wie Jugendliche Audio & Hörfunk nutzen

**BLM**  
13.45 Uhr:  
Das Radio der Zukunft – Technik und Trends

Vorträge:  
Contentmarketing;  
Performance Marketing;  
Location Based Services – What's hot, what's not?

Interview – TBA

3D Drucker – Zukunftstechnologie wird Massenware

Vom Internet der Dinge zum Internet von Allem: Was bringt die totale Vernetzung?



# RAHMENPROGRAMM

DIE NACHT DER MEDIEN · DAS GET TOGETHER DER MEDIENTAGE MÜNCHEN

Mittwoch, 22.10.2014, 19:30 Uhr, Justizpalast



Die Gastgeber der Nacht der Medien laden am Abend des ersten Kongresstages zum glamourösen Get Together der MEDIENTAGE in den atemberaubenden Justizpalast. Eine Eintrittskarte für die Abendveranstaltung kann nur in Kombination mit einem regulären 2- oder 3-Tagesticket zum Preis von 165,- € zzgl. MwSt. erworben werden – und nur, solange der Vorrat reicht!

Und falls Sie noch Gastgeber der Medienparty des Jahres werden möchten, schicken Sie einfach eine E-Mail an:

[beteiligung@medientage.de](mailto:beteiligung@medientage.de)

## APRÈS FAIR

**Donnerstag, 23.10.2014, ab 17:30 Uhr im Foyer des ICM**

Traditionell sind alle MEDIENTAGE-Besucher herzlich eingeladen, gemeinsam den zweiten Kongress- und Messtag bei Drinks, Snacks und Musik ausklingen zu lassen.

## MEDIEN GOLF CUP



**Samstag, 11.10.2014, Golf-Club München-Eichenried**

Zum 17. Mal treffen sich Golfer im Vorfeld der MEDIENTAGE. **Gesonderte Einladung.** Infos: [mgc@medientage.de](mailto:mgc@medientage.de).

## EYES & EARS AWARDS

**Donnerstag, 23.10.2014, 19:00 bis 22:00 Uhr, ICM, Saal 01**



Eyes & Ears of Europe zeichnet im Rahmen der MEDIENTAGE MÜNCHEN zum 16. Mal die besten Produktions-

leistungen des Jahres mit den Internationalen Eyes & Ears Awards aus.

Anmeldung unter: [awards@eefofe.org](mailto:awards@eefofe.org)

## BAYERISCHER PRINTMEDIENPREIS

**Donnerstag, 23.10.2014, Schloss Nymphenburg**



Die Preisträger des Bayerischen Printmedienspreises 2014 werden am 23. Oktober 2014 auf Schloss

Nymphenburg in München feierlich geehrt.

[www.bayerischer-printmedienspreis.de](http://www.bayerischer-printmedienspreis.de)  
**Gesonderte Einladung.**

# WISSENSWERTES

## VERANSTALTUNGSORT · TERMIN

ICM – Internationales Congress Center München, Messegelände, 81823 München

22.–24. Oktober 2014: 9:00–18:00 Uhr

## EINTRITTSPREISE KONGRESS

Reguläre Preise	Studentenpreise
3-Tagesticket: 450,- € .....	45,- €
2-Tagesticket: 385,- € .....	38,50 €
1-Tagesticket: 240,- € .....	24,- €

(bis 27 Jahre mit Ausbildungs-Nachweis)

### Zutritt zur Messe:

Am Mi. 22. und Do. 23.10. ist die Messe nur für Kongressteilnehmer und registrierte Fachbesucher zugänglich. Die Messe-Registrierungsgebühr beträgt EUR 5,- pro Tag. Am Freitag, 24.10., ist die Messe kostenfrei zugänglich.

Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

Anmeldung / Messe-Registrierung unter: [www.medientage.de/anmeldung](http://www.medientage.de/anmeldung)

## VERANSTALTER

Veranstalter der MEDIENTAGE MÜNCHEN ist die Medientage München GmbH.



Medientage München GmbH  
Liebigstraße 39  
80538 München  
Telefon +49 89 68999-0  
Telefax +49 89 68999-199  
[info@medientage.de](mailto:info@medientage.de)  
[www.medientage.de](http://www.medientage.de)



## UNTERSTÜTZUNG

Die MEDIENTAGE MÜNCHEN werden unterstützt vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie und der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM).



Informationen für Aussteller und Sponsoren:

[www.medientage.de/sponsoring](http://www.medientage.de/sponsoring)



[www.facebook.com/medientage.muenchen](https://www.facebook.com/medientage.muenchen)



[http://twitter.com/medientage\\_de](http://twitter.com/medientage_de)  
#mtm14

Aktuelle Informationen und Anmeldung:

[www.medientage.de](http://www.medientage.de)

Titelgestaltung: ROSE PISTOLA

Realisierung: Brandl und Team Werbeagentur