

P R E S S E M I T T E I L U N G

deutsche medienakademie will auf 8. TMT-Predictions Delphi Conference eine Bilanz zu Paid Content ziehen

Am 16. November, 9.30 bis 14 Uhr, veranstaltet die deutsche medienakademie mit Unterstützung von Deloitte die 8. TMT-Predictions Delphi Conference im Bonner Collegium Leoninum. Die Konferenz soll der Aufarbeitung von „Paid Content – Yes or no?“ dienen: „Freies Netz für teuren Content?“

Köln, 21. September 2010

Seitdem das Internet in den Medien wahrgenommen wird, kreist die Diskussion um die Frage, wie denn wohl Geld damit zu verdienen sei. Bei kaum einer Frage sind die Positionen so kontrovers und die Diskussionen so hitzig wie bei der zu „Paid Content“. „Bleibt Paid Content tot“ (Joachim Graf, Herausgeber von ibusiness) oder ist das kostenlose Internet „ein verfluchter Geburtsfehler“ (Kai Diekmann, Chefredakteur BILD)?

Für Technik, also Internet-Zugang und Verbindung, waren die Nutzer von Anfang an bereit, zu zahlen. Das schien plausibel. Content war eher „for free“ – freie Meinungsäußerung, freies Netz und kostenloser Inhalt schienen eng zu korrelieren. Viele Studien beschäftigen sich mit der Frage und kommen, mit ganz wenigen Ausnahmen, doch immer wieder zu einer „Hausnummer“: Bestenfalls 20% wären über alle Kategorien hinweg bereit, für Content zu zahlen.

Es gibt viele Diskussionen und viele Lösungsvorschläge, manche einfach („Exklusiv-Inhalte anbieten“), manche komplex („Neue Wertschöpfungsketten erforderlich“), so dass die deutsche medienakademie am 16. November eine Bilanz ziehen will. Nach einer Übersicht (durch Deloitte und die Londoner Analysten von Screen Digest) werden, wie immer in einem iterativen Delphi-Verfahren, u.a. mit Dr. Marc Mangold (BURDA), Peter Kerckhoff (Deutsche Telekom), Dr. Jürgen Brautmeier (LfM), Konstantin Neven DuMont (DuMont Mediengruppe) und Axel Postinett (Journalist, Handelsblatt) Pro und Contra vertieft und im TED der anwesenden Experten bewertet. Apropos „bezahlen“: Abschließen wird den Vormittag Charles Fränkl, CEO des gerade von der DTAG übernommenen Payment-Anbieters ClickandBuy.

Die Meinung der Teilnehmenden soll dabei nicht zu kurz kommen: Nach dem Test der Thesen im Online-Barometer von Deloitte und dem Streitgespräch auf dem Podium wird das Auditorium der anwesenden Experten die Thesen mit Hilfe des TED bewerten, so dass diese zusammenfassende Bewertung eine gute Grundlage für Einschätzungen und Entscheidungen bieten kann. Schon jetzt kann online abgestimmt werden unter <http://www.deloitte.com/de/expertenbarometer-tmt>.

Weitere Informationen über die Konferenz (Teilnahmegebühr 100 € zzgl. MwSt.) sowie Anmeldung unter http://www.mak-koeln.de/fileadmin/TMT_PaidContent.pdf oder über Marion Angermann (deutsche medienakademie GmbH, Im Media Park 8, 50670 Köln, Telefon: +49 (0) 221 57 43 – 72 00, Fax: +49 (0) 221 57 43 – 72 01, E-Mail: angermann@medienakademie-koeln.de).

**Veröffentlichung honorarfrei, Beleghinweis erbeten
392 Wörter, 2.858 Zeichen mit Leerzeichen**

Weiteres Pressmaterial zu dieser Pressemitteilung:

Sie können im Online-Pressefach schnell und einfach weiteres Bild- und Textmaterial zur kostenfreien Verwendung downloaden:

http://www.pr4you.de/pressefaecher/deutsche_medienakademie

Ansprechpartner für Rückfragen zu dieser Pressemitteilung:

(1) deutsche medienakademie GmbH

Ansprechpartner: Marion Angermann

deutsche medienakademie GmbH
Im MediaPark 8
D-50670 Köln

Telefon: +49 (0) 221 57 43 - 72 00
Fax: +49 (0) 221 57 43 - 72 01
E-Mail: angermann@medienakademie-koeln.de
Internet: <http://www.medienakademie-koeln.de>

(2) PR-Agentur PR4YOU

Ansprechpartner: Marko Homann, Holger Ballwanz

PR-Agentur PR4YOU
Schonensche Straße 43
D-13189 Berlin

Telefon: +49 (0) 30 43 73 43 43
Fax: +49 (0) 30 44 67 73 99
E-Mail: presse@pr4you.de
Internet: <http://www.pr4you.de>

Hintergrundinformationen:

Über die deutsche medienakademie GmbH

Die deutsche medienakademie GmbH aus Köln – ursprünglich gegründet von Wolfgang Clement und der Bertelsmann Stiftung – unterstützt mit Hilfe eines in Deutschland einzigartigen ThinkPools Führungskräfte mit hochqualifiziertem Know-how in den Bereichen IT, Telekommunikation und Neue Medien.

„Wir vermitteln als Center-of-Excellence mit Hilfe eines Netzwerks von rund 1.500 Trainern, Referenten, Dozenten und Coaches – fast alle davon selbst Manager – einzigartige, praxisrelevante und abgewogene Kompetenz“, so der Geschäftsführer Ekkehart Gerlach.

Weitere Informationen über die deutsche medienakademie GmbH sind im Internet unter <http://www.medienakademie-koeln.de> abrufbar.