

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

### **Wie und für wen rechnen sich Neue Medien? Vom Start-Up bis zum Hype-Case**

**Expertenworkshop der Bitkom Akademie am 26. Juni 2007, 13.00 bis 17.00 Uhr in der Geschäftsstelle des BITKOM, Hahnstr. 70, 60528 Frankfurt/M.**

**Köln, 17. April 2007**

Zwar waren die Zeiten für Internet- Start-Up´s schon einmal so günstig wie jetzt, aber noch nie die Möglichkeiten der Verbreitung von Inhalten so einfach - manche sprechen bereits von Blase 2.0.

Mit dem Social Web, den Communities und vielfältigen Interaktionsmöglichkeiten scheint der Zuschauer selbst zum Programmdirektor zu werden. Leanback wird verstärkt von Leanforward abgelöst, Interaktivität ersetzt Passivität - so heißt es allerorten.

Ein vielgenanntes Beispiel dazu ist Web 2.0 als Community Network. Aber:

- Verfügen derartige Modelle wirklich über eine eingebaute Erfolgsgarantie oder sind sie Einzelfälle?
- Kann z.B. ein Experiment "Selbstverwirklichung" auf Dauer hochwertige, professionell selektierte, redigierte und verpackte Inhalte ersetzen?
- Ist z.B. IPTV tatsächlich der kostenoptimierten Verbreitung von Inhalten auf dem Wege des Broadcasting überlegen?
- Wie wirtschaftlich sind die anrollenden neuen Plattformen?
- Ist es möglich, neben der guten alten Werbefinanzierung einen Pay-Markt aufzubauen?
- Letztlich: Könnten wir Neue Medien besser rechnen?

In diesem auf die wesentlichen Einflussfaktoren komprimierten Workshop der Bitkom Akademie sollen Risiken und Wirtschaftlichkeit verschiedener Geschäftsansätze von Experten analysiert und diskutiert werden. Dabei stehen neben Business Cases von Netz- und Plattformanbietern auch Content-Modelle auf dem Programm. Jamba, MySpace und YouTube haben

gezeigt, dass auch bis dato noch unkonventionelle Geschäftsmodelle den Markt im Sturm erobern können.

## **AGENDA**

Moderation: Prof. Dr. Werner Schwaderlapp, Professor für Media Management, Europa Fachhochschule Fresenius, Köln

13.00 Begrüßung

Ekkehart Gerlach, Geschäftsführer, deutsche medienakademie, Köln

13.15 Einführung

Helmut G. Bauer, Rechtsanwalt, Köln, zuvor Geschäftsführer der NRW Medien GmbH, Düsseldorf

14.00 Impuls-Statement: Netz-Alternativen, - Geschäftspotentiale, -Modelle und -Realitäten möglicher Wege zum Kunden

Dr. Bertold Heil, Leiter Geschäftsstrategie, T-Systems Business Services GmbH, Media&Broadcast, Bonn.

Diskussion

14.45 Kaffeepause

15.00 Im Gespräch: Inhalte online, mobil, geclipt - Diversifikationsstrategien und was dahinter steckt

Mirjam Laux, Leiterin Unternehmensentwicklung, SevenOne Intermedia, Unterföhring, befragt von Ekkehart Gerlach

Diskussion

15.45 New Media Business Cases: Best und Worst Practices und die Learnings daraus

Klaus Böhm, Senior Manager, Deloitte, Düsseldorf

16.30 Zusammenfassende Diskussion und Ausblick

17.00 Im Anschluss laden wir zu einem kleinen Imbiss ein

Weitere Informationen zum Workshop erteilt Frau Marion Angermann (Tel.: 0221 57 43 72 12) und sind online unter [www.medienakademie-koeln.de](http://www.medienakademie-koeln.de) in der Rubrik Seminare als auch unter [www.bitkom-akademie.de](http://www.bitkom-akademie.de) abrufbar.

**Abdruck frei, Belegexemplar erbeten**  
**389 Wörter, 2.962 Zeichen mit Leerzeichen**

Presse-Information der PR-Agentur PR4YOU

Weitere Informationen zu dieser Pressemitteilung sind  
im PR-Office abrufbar unter [www.pr4you.de](http://www.pr4you.de)

---



**Ansprechpartner für Rückfragen zu dieser  
Pressemeldung:**

Marion Angermann  
c/o deutsche medienakademie GmbH  
Im MediaPark 6  
50670 Köln

E-Mail: [angermann@medienakademie-koeln.de](mailto:angermann@medienakademie-koeln.de)  
Telefon: +49 221 57 43 - 72 12