



Wachstumsmarkt Web-TV –

Trends, Technologien und Business Modelle für Fach- und Special Interest-Verlage

Strategie-Gipfel am 18. März 2009 im Literaturhaus München

Der Markt des Internet-TV wächst dank hoher Verfügbarkeit breitbandiger Internetzugänge kontinuierlich. Zugleich sind die Produktionskosten drastisch gesunken. Auch für kleine und mittlere Verlage wird Web-TV immer interessanter. Sie haben damit die Möglichkeit, einen weiteren Distributionskanal mit neuen Erlösquellen zu erschließen. Von der Vermittlung von Nachrichten, Produkt- und Fachinformationen bis hin zur Verbreitung von Weiterbildungsinhalten oder Werbung – Verlage können ihre attraktiven Inhalte nun dem Endkunden direkt als Bewegtbild anbieten und so eine hohe Aufmerksamkeit erreichen. Welche Chancen also bietet Web-TV den Verlagen? Welche Inhalte eignen sich und welche Geschäftsmodelle sind wirklich Erfolg versprechend?

Der Strategie-Gipfel zeigt die aktuellen Trends und Entwicklungen im Bereich Web-TV und deren Bedeutung für Fach- und Special Interest-Verlage. Namhafte Referenten geben einen Überblick über die Konzeption und Umsetzung von Internet-TV in redaktioneller, technischer und gestalterischer Hinsicht. Tragfähige Geschäftsmodelle für Verlage werden ebenso vorgestellt wie aktuelle Sendeformate und deren Produktion und Präsentation.

Tagungsprogramm

■ Von der Attention zur Interaction Economy – Status Quo und Marktpotenziale des Web-TV

DR. ANDRÉ WIEGAND, *Geschäftsführer Goldmedia, Consulting & Research*

■ Crossmedial und konvergent –

Vom Printmedium zum Bewegtbild im Netz: Formatentwicklung, Produktion und Präsentation

ANKE STEINBACHER, *Leitung Web-TV Cross-Media, Hubert Burda Media*

■ Wettlauf der Systeme – Technische Möglichkeiten, Kalkulation und Finanzierung des Web-TV

INGO WOLF, *Gründer und Geschäftsführer, Grid-TV*

■ B2B-Webcasts – Wie Kunden und Fachverlage von Web-TV und Business Clips profitieren können

BERND MEIDEL, *Leiter Operations, Vogel Digital Media*

■ Web-TV im Bildungsverlag – Bewegtbildkonzepte zur Wissensvermittlung: Das Pilotprojekt cornelsen.tv

CHRISTOPH STÜKER, *Projektmanager Digitale Medien, Cornelsen Verlag*

■ Vom Nachrichtenformat zum Messefernsehen – Videoplattformen im B2B-Bereich und Möglichkeiten der Refinanzierung

MICHAEL HIMMELSTOB, *Verlagsleiter, Carl Hanser Verlag*

■ Marketing mit Web-TV – Potenziale für Markenkommunikation und Corporate Publishing

ANDREAS VILL, *Geschäftsführer, fischerAppelt, tv media*

■ Mobile-TV über UMTS und Broadcastnetze – Anforderungen an Content und Erlösmodelle

HENRIK RINNERT, *Geschäftsführer, Media Broadcast AT*

MODERATION: SASCHA SCHMIDT, *Medienberater*

ZIELGRUPPE: Fach- und Führungskräfte aus Fach- und Special Interest-Verlagen sowie Medienhäusern, insbesondere aus den Bereichen Online-Redaktion, Marketing, Kommunikation und Produktmanagement.

WANN: 18. März 2009, 09.30 – 17.00 Uhr

WO: Literaturhaus München

WIEVIEL: € 660,- (€ 560,- für Deutsche Fachpresse- und AKEP-Mitglieder). Rabatte sind nicht kumulierbar.

SEMINARNUMMER: 14071

WEITERE INFORMATIONEN zum Programm erteilt Ihnen gerne Jacqueline Hoffmann, Akademie des Deutschen Buchhandels gGmbH
Tel.: (089) 29 19 53 - 56,
E-Mail: jacqueline.hoffmann@buchakademie.de

Fax-Antwort

Ich möchte mich zu dem Strategie-Gipfel anmelden.

Bitte senden Sie mir Ihre Seminarbroschüre »E-Publishing in der Praxis« zu.

Akademie des Deutschen Buchhandels
Salvatorplatz 1, 80333 München
Tel.: (089) 29 19 53 - 0, Fax (089) 29 19 53 - 69
E-Mail: info@buchakademie.de
www.buchakademie.de

Name · Vorname

PLZ · Ort

Firma · Funktion

Telefon · Fax · E-Mail

Straße · Haus-Nr.

Mit freundlicher Unterstützung von:

media-TREFF.de