

Deutscher Medienkongress 2010

+ Kongressmesse Best Media 2010

The Future of Media!

Was wird die Kommunikation von morgen prägen?

19. und 20. Januar 2010, Congress Center Messe Frankfurt

Im Fokus: Werden Social Media und mobiles Internet die Kommunikationslandschaft revolutionieren?

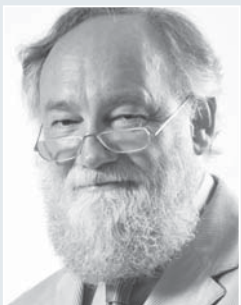
Am Vorabend, 18. Januar 2010:

Verleihung des HORIZONT Award – Männer und Frauen des Jahres 2009*,
Keynote: Andrew Robertson, CEO, BBDO Worldwide New York

(* Auf persönliche Einladung von HORIZONT!)

Jetzt anmelden!
www.deutscher-medienkongress.de

Die Referenten:



Prof. Dr. Peter Kruse
nextpractice



Gerhard Berssenbrügge
Nestlé Deutschland



Thorsten Dirks
E-Plus Gruppe



Thomas Ebeling
ProSiebenSat.1 Media



Christian Nienhaus
WAZ Mediengruppe



Dr. Stefan Groß-Selbeck
XING



Dr. Hermann Bühlbecker
Lambertz-Gruppe



Joachim Hunold
Air Berlin

Prof. Dr. Dr. Franz Josef Radermacher, Club of Rome, Universität Ulm | Andreas Schoo, Bauer Media Group | Prof. Mag. Michael Grabner, Michael Grabner Media
Norman Pearlstine, Bloomberg L.P. | Alison Fennah, EIAA | Thomas Strerath, Ogilvy Group | Susanne Kunz, Procter & Gamble | Uwe Becker, Unilever | Dr. Peter Figge | Ove Saffe, SPIEGEL-Verlag,
manager magazin | Gabriele Handel-Jung, Deutsche Bahn | Anders Sundt Jensen, Daimler | Lothar Korn, AUDI | Dr. Clemens Riedl, StudiVZ | Marco Seiler, Syzygy | Jürgen Blumenkamp,
Group M | Marianne Stroehmann, AOL | Carsten Schmidt, SKY | Christof Baron, Mindshare | Stefan Kolle, Kolle Rebbe | Barbara Lutz, Commerzbank | Ulrich Kramer, Pilot Group
Matthias Ehrlich, United Internet Media | Jan Kühn, EL CARTEL MEDIA | Mark Wächter, BVDW | Ralf Klassen, stern.de | Dr. Silke Springensguth, DuMont Net | Karl Krainer, radio.de
Michael Frank, PLAN.NET | Michael Neidhöfer, Netbiscuits | Dirk Kraus, YOC | Robert Bosch, Axel Springer Media Impact | Waltraut von Mengden, MVG Medien | Frank Bachér, InteractiveMedia
Lutz Kuckuck, Radiozentrale | Arndt Groth, Adconion Media Group | Dr. Tobias Nickel, BMW | Paul Mudter, IP Deutschland | Conrad Fritsch, TAPE.TV | Marcus Weischer, Jost von Brandis
Service-Agentur | Thomas Gries, Coca-Cola | Erwin Linnenbach, REGIOCAST | Matthias Mroczkowski, audimark | Jan Wendt, MMH | Andreas Knorr, WALL | Christian Baudis, Tremor Me-
dia | Claudia Willvonseder, IKEA | Torsten Müller, Carglass | Stefanie Gauger, Otto | Martin Krapf, IP Deutschland | Volker Selle, Publicis | Burkhard von Scheven, Saatchi & Saatchi
Thomas de Buhr, YouTube/Google | Giuseppe Fiordispina, Fiat | Wolfgang Kirschstein, Microsoft Advertising | Ibrahim Evsan, Sevenload | Boris Schramm, Group M | Aleksandar Rustemovski,
RadioCom S.W. GmbH - RPR1.bigFM | Lars Lehne, Google Germany | Bert Peulecke, Heye Group

Partner:



Bloomberg



doing IT better



EVISCO
The Electronic Vision Company

Frankfurter Rundschau
Neues Lesen. Weiter denken.

InteractiveMedia
Deutsche Telekom Gruppe



Jaron
your digital marketing experts

messe frankfurt



SAATCHI & SAATCHI



Mit freundlicher Unterstützung von:



Verband Deutscher
Zeitschriftenverleger

Veranstalter:

HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

the conference group
worldwide business events

Deutscher Medienkongress 2010

Das Programm

Dienstag, 19. Januar 2010

Moderation:

Jürgen Scharrer¹, Chefredakteur, HORIZONT

9.45 – 10.00

Eröffnung des **Deutschen Medienkongresses 2010** durch **Markus Gotta**, Bereichsgeschäftsführer, HORIZONT

10.00 – 10.25 Keynote

Revolution 2.0 – Wie die Netzwerkkultur die Gesellschaft verändert

Prof. Dr. Peter Kruse⁷, CEO, nextpractice GmbH

10.25 – 10.50 International Keynote

The Future of Media: The American Perspective

The Changing American Media Landscape and International Consequences

Norman Pearlstine⁵, Chief Content Officer, Bloomberg L.P.

(Vortrag in englischer Sprache)

10.50 – 11.20

Kommunikations- und Kaffeepause und

Besuch der Kongressmesse Best Media 2010

Part 1: **Wie sehen Entscheider die Zukunft der Kommunikation?**

11.20 – 11.45 Keynote

The Future of Media:

Liegt die Zukunft der Kommunikation in sozialen Netzwerken?

Wie werden sie die Medienwelt von morgen verändern?

Dr. Stefan Groß-Selbeck⁶, CEO, XING AG

11.45 – 12.25 CEO-Runde

The Future of Media – Was wird die Kommunikation von morgen prägen?

Was erwarten Kunden von ihren Partnern aus der Kommunikations- und Medienbranche?

Es diskutieren:

Gerhard Berssenbrügge⁸, Vorsitzender des Vorstands, Nestlé Deutschland AG

Thomas Ebeling⁹, CEO, ProSiebenSat.1 Media AG

Dr. Peter Figge¹⁰, „Agenturmann des Jahres 2008“

Joachim Hunold¹¹, CEO, Air Berlin

12.25 – 12.50 Keynote

Innovatives Marketing: Wie es der Unternehmer Hermann Bühlbecker schafft, die Marke Lambertz im Gespräch zu halten

Dr. Hermann Bühlbecker⁶⁶, Inhaber, Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz GmbH & Co. KG im Gespräch mit **Jürgen Scharrer**¹, Chefredakteur, HORIZONT

12.50 – 14.15

Kommunikations- und Mittagspause und

Besuch der Kongressmesse Best Media 2010

Part 2: **The Future of Media: TV – Wachstumstreiber Digitalisierung**

14.15 – 14.40 Keynote

Herausforderungen des Medienmarktes – 2010 und danach

Thomas Ebeling⁹, Vorstandsvorsitzender, ProSiebenSat.1 Media AG

14.40 – 15.05

Mediaplanung 2010/2011 – What works and why?

Bleibt TV das Leitmedium? Was spricht für TV in der Mediaplanung 2010?

Jürgen Blumenkamp¹², CEO, Group M Germany

15.05 – 15.50 Diskussionsrunde

Das Fernsehen der Zukunft – Der Kampf um das Wohnzimmer hat begonnen!

- Was erwarten die Werbekunden zukünftig von TV?
- Bleibt TV weiterhin Lead-Medium für die Markenkommunikation?
- Was bietet TV 2010-2015 an Innovationen?

- TV goes online: Strategien klassischer Fernsehanbieter im Netz
- Interaktives Fernsehen ITV, Mobile TV, Web-TV, Bewegtbild – die „neuen Hoffnungsträger“
- Wie wird die Zusammenarbeit zwischen den Markt-Playern – TV-Vermarkter, Werbetreibende und Mediaagenturen – 2010-2015 aussehen?

Es diskutieren:

Uwe Becker¹³, Media Director D.A.CH., Unilever Deutschland GmbH und Vorstandsvorsitzender, OWM

Jürgen Blumenkamp¹², CEO, Group M Germany

Jan Kühl¹⁴, Chief Executive Officer, EL CARTEL MEDIA GmbH & Co. KG

Lothar Korn¹⁵, Leiter Marketing-Kommunikation, AUDI AG

Barbara Lutz¹⁶, Leitung Segmentkommunikation Privatkunden, Commerzbank AG

Martin Krapp¹⁷, Geschäftsführer, IP Deutschland GmbH

Jan Wendt¹⁸, Geschäftsführer, MMH MediaManagementHamburg GmbH & Co. KG

15.50 – 16.20

Kommunikations- und Kaffeepause und

Besuch der Kongressmesse Best Media 2010

Part 3: **The Future of Media: Print – Auf dem Weg zu neuen Ufern**

16.20 – 16.45 Keynote

Herausforderungen für Print im digitalen Zeitalter

Andreas Schoo⁶⁷, Geschäftsleitung, Bauer Media Group

16.45 – 17.25 Diskussionsrunde

Print wird digital – Perspektiven von Print im Umfeld neuer Medien

- Wie kann Print im Zeitalter der Digitalisierung dauerhaft bestehen?
- Was müssen Zeitungen und Zeitschriften im Media-Mix zukünftig leisten?
- Wie sehen erfolgversprechende, crossmediale Konzepte und Erlösmodelle zukünftig aus?
- Was erwarten Werbekunden heute und morgen vom Medium Print? Wie werden Printmedien wieder attraktiver?
- Ist antizyklische, abverkaufsorientierte Werbung das Erfolgsrezept für 2010?
- Sind performance-orientierte Abrechnungsmodelle für Print eine Lösung?
- Wie kann Print im Netz und durch Social Networks neue Zielgruppen erschließen?

Es diskutieren:

Christian Nienhaus¹⁹, Geschäftsführer, WAZ Mediengruppe

Ove Saffe²⁰, Geschäftsführer, SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG und manager magazin Verlagsgesellschaft mbH

Susanne Kunz²¹, Media & Communications Director D-A-CH & Global i-Media, Procter & Gamble Germany

Anders Sundt Jensen²², Leiter Marketingkommunikation, Mercedes-Benz Cars, Daimler AG

Gabriele Handel-Jung²³, Leiterin Konzernmarketingservices und Media, Deutsche Bahn AG

Waltraut von Mengden²⁴, Geschäftsführerin, MVG Medien Verlagsgesellschaft mbH & Co.

Volker Selle²⁵, CEO, Publicis Frankfurt

Boris Schramm, Managing Director Print, Radio und Medienkooperationen, Group M

17.25 – 17.45

Wirtschaftspresse auf Talfahrt: Wie wollen Verlage 2010 die Wende packen?

Prof. Mag. Michael Grabner, Michael Grabner Media im Gespräch mit **Jürgen Scharrer**¹, Chefredakteur, HORIZONT

17.45 – 18.30 Guest Speaker

Globalisierung, Weltfinanzkrise, Nachhaltigkeit, Kommunikation: Zur Rolle der Medien.

Prof. Dr. Dr. Franz Josef Radermacher²⁶, Vorstand des Forschungsinstituts für anwendungsorientierte Wissensverarbeitung/n (FAW/n), zugleich Professor für Informatik, Universität Ulm, Präsident des Global Economic Network (GEN), Wien, Vizepräsident des Ökosozialen Forum Europa, Wien sowie Mitglied des Club of Rome

ab ca. 19.30

Media Club Night

Die Veranstalter und Saatchi & Saatchi laden alle Teilnehmer zur Media Club Night in das NuSoul in Frankfurt ein.

Ein würdiger Abschluss für den 1. Kongresstag und der ideale Rahmen, um in geselliger Atmosphäre Gespräche zu vertiefen und neue Kontakte zu knüpfen. Holen Sie sich Inspirationen von den Vorreitern der Werbe- und Medienbranche und lassen Sie den Abend im geselligen Kreis, bei guter Musik und anregenden Gesprächen ausklingen.

SAATCHI & SAATCHI



Die Partner:



Die Adconion Media Group ist das größte unabhängige global agierende Audience Network und bietet effiziente Werbe-Lösungen für klassische Online-Werbung sowie für sämtliche Bewegtbild-Formate.
www.adconion.com



Bloomberg is the leading provider of information for businesses and professionals, and tools which which to analyze, customize and use it. THE BLOOMBERG TELEVISION® 24-hour network reaches more than 200 million homes around the world.
www.bloomberg.com



Die Branche schätzt DAP als zuverlässigen Softwarelieferanten. Zahlreiche Medienunternehmen nutzen von DAP entwickelte Software zur Kampagnenplanung und -optimierung. Und DAP MediaLine® gilt als die innovative Geschäftsprozess-Software für Mediaagenturen.
www.dap-systems.de



EL CARTEL MEDIA ist der TV-Werbezeitenvermarkter des Senders RTL II. Das Unternehmen entwickelt und realisiert maßgeschneiderte, innovative Vermarktungskonzepte um die RTL II-Programmformate sowie mit den Inhalten der Internetpräsenzen rtl2.de, mypikoto.de und thedome.de.
www.elcartelmedia.de



The Electronic Vision Company

Die EVISCO AG ist eine Crossmedia Agentur mit Sitz in München. EVISCO entwickelt innovative Medienformate und bietet Beratung, Konzeption und Umsetzung in klassischen und neuen Medien. Wir betreiben komplette Internet- und Corporate-TV Lösungen auf eigener Infrastruktur. Internationale Klienten vertrauen auf unsere Services.
www.evisco.com



Neues Lesen. Weiter denken.

Die Frankfurter Rundschau ist die aufgabenstärkste Abonnement-Zeitung im Rhein-Main-Gebiet, eine der führenden Qualitätszeitungen in Deutschland und erscheint seit 2007 im modernen und handlichen Tabloid-Format. Mit der Charakterzeitung Frankfurter Rundschau erreichen Sie sowohl die Zielgruppe der Rhein-Main-Taktgeber, als auch die der progressiven Elite.
www.fr-online.de



Deutsche Telekom Gruppe

InteractiveMedia (Deutsche Telekom Gruppe) ist der reichweitenstärkste Qualitätsvermarkter in Deutschland. Führend positioniert bietet InteractiveMedia Premium-Lösungen für Online- und Bewegtbildwerbung, Mobile Advertising sowie in den Bereichen Targeting, Performance Marketing und Marktforschung.
www.interactivemedia.net



IP Deutschland vermarktet die Unterhaltungs- und Informationsmarken der Mediengruppe RTL Deutschland in TV, Teletext, Internet und mobil. Im Mittelpunkt unseres Angebotes stehen unsere vier starken Sendermarken RTL, VOX, SUPER RTL und n-tv - und damit Bewegtbild auf allen Plattformen.
www.ip-deutschland.de

Mittwoch, 20. Januar 2010

Part 4: The Future of Media: Digital Media – Ready for the next digital revolution?

Moderation: **Volker Schütz**², Chefredakteur, HORIZONT

9.00 – 9.10

Begrüßung durch den Moderator

9.10 – 9.35 Impulsreferent

The Future of Media – Where is Social Media Heading?

Alison Fennah⁶³, Executive Director, European Interactive Advertising Association (EIAA) (Vortrag in englischer Sprache)

9.35 – 10.20 Diskussionsrunde

Social Media und Targeting – die großen Wachstumstreiber

- Was sind die digitalen Innovationen 2010-2015?
- Wird Online zum neuen Leitmedium in der Markenkommunikation?
- Wer ist Gewinner, wer Verlierer im digitalen Konsolidierungsprozess?
- Was bedeutet Social Media für die digitale Kommunikation von morgen? Verdrängen Social Media Aktivitäten die klassischen Online Werbeformen?
- Traumpaar Online Marketing und Mobile – wie funktioniert das Zusammenspiel zwischen digitalen Kanälen?
- Targeting und Performance Marketing als die digitalen Hoffnungsträger der Zukunft

Es diskutieren:

Dr. Tobias Nickel²⁷, Leiter BMW Marketingkommunikation, BMW AG
Dr. Clemens Riedl²⁸, Geschäftsführer, StudiVZ
Ulrich Kramer²⁹, Gründer und CEO, Pilot Group
Marco Seiler³⁰, CEO, Syzygy Group
Frank Bachér³², Geschäftsführer Marketing & Sales, InteractiveMedia CCSP GmbH
Matthias Ehrlich³³, Vorstand, United Internet Media AG
Marianne Stroehmann³⁴, Geschäftsführerin Advertising, AOL Deutschland Medien GmbH

10.20 – 10.50

Kommunikations- und Kaffeepause und
Besuch der Kongressmesse Best Media 2010

Part 5: The Future of Media: Mobile – The next big thing

Moderation: **Mark Wächter**³⁹, Chairman/Vorsitzender, Fachgruppe Mobile, BVDW/MMA Germany

10.50 – 11.15 Impulsreferent

Zwischen Wunsch und Wirklichkeit: Wie wird die mobile Internetnutzung Marketing und Kommunikationsverhalten verändern?

Thorsten Dirks³⁵, CEO, E-Plus Gruppe

11.15 – 11.50 Diskussionsrunde

„Mobile“ vor dem Durchbruch? Was sind die Zukunfts- und Vermarktungstrends mobiler Medien?

- Ist Mobile auf dem Weg zum neuen Trendmedium?
- Welchen Einfluss hat Mobile auf die anderen Medien?
- Mobile Web vs. Mobile App – wohin geht der Trend?
- Was muss Mobile leisten, um eine feste Rolle im Media-Mix zu erhalten?
- Kann Mobile traditionelle Medien retten?
- Was bedeutet „Made for Mobile“ für die Strategie von Marken und Medienhäusern?

Es diskutieren:

Thomas Strerath³⁶, CEO, Ogilvy Group Germany
Dr. Silke Springenguth³⁷, Geschäftsführerin, DuMont Net GmbH
Robert Bosch³⁸, Managing Director Sales, Axel Springer Media Impact, Axel Springer AG
Dirk Kraus⁴⁰, CEO, YOC AG
Michael Neidhöfer⁴¹, CEO, Netbiscuits GmbH
Stefanie Gauger⁴², Bereichsleiterin Marken- und Kundenkommunikation, Otto GmbH & Co. KG
Lars Lehne⁶⁸, Country Director Agency, Google Germany GmbH

Part 6: The Future of Media: Bewegtbild und Web-TV – Die neuen digitalen Hoffnungsträger

Moderation: **Klaus Janke**³, Redakteur, HORIZONT

11.50 – 12.10 Impulsreferent

The Advertising Challenge Bewegtbild zwischen Nachfrageboom und Vermarktungsschwierigkeiten

Conrad Fritsch⁴³, CEO, TAPE.TV

12.10 – 12.25 Impulsreferent

Digital changes everything

Bewegtbild zwischen Nachfrageboom und Vermarktungsschwierigkeiten

Wolfgang Kirschstein⁴, Head of Specialist & Creative Solutions, Microsoft Advertising

12.25 – 13.00 Diskussionsrunde

Bewegtbild auf dem Vormarsch! Zukunfts- und Vermarktungstrends

- Welche Möglichkeiten bietet Bewegtbild-Werbung für die Markenkommunikation?
- Wie lassen sich Marken im Netz inszenieren?
- Wie kann man mit bewegten Bildern im Netz den Markenwert steigern und Geld verdienen?
- Welche Werbeformen sind für welche Marken am meisten geeignet?
- Wo liegt die Zukunft dieses „neuen“ Werbetoools?

Es diskutieren:

Michael Frank⁴⁴, Sprecher der Geschäftsführung, PLAN.NET
Burkhard von Scheven⁴⁵, Chief Creative Officer, Saatchi & Saatchi Deutschland
Ralf Klassen⁴⁶, Stellvertretender Chefredakteur und Leiter Digital TV, stern.de
Arndt Groth⁴⁷, President Europe, Adconion Media Group
Carsten Schmidt⁴⁸, Vorstand Sports, Advertising Sales & Internet, SKY Deutschland AG
Paul Mudter⁴⁹, Geschäftsleiter, IP Deutschland GmbH
Christian Baudis⁵⁰, Executive Managing Director Europe, Tremor Media Inc.
Thomas de Buhr⁶⁴, Head of Media Solutions, YouTube/Google Germany GmbH

13.00 – 14.00

Kommunikations- und Mittagspause und
Besuch der Kongressmesse Best Media 2010

Part 7: The Future of Media: Radio – die mobile Revolution eines Klassikers

Moderation: **Klaus Janke**³, Redakteur, HORIZONT

14.00 – 14.25 Impulsreferent

Erfolg auf allen Kanälen – mobil, online und crossmedial! Erwin Linnenbach

Erwin Linnenbach⁵¹, Sprecher der Geschäftsführung, REGIOCAST GmbH & Co. KG

14.25 – 15.00 Diskussionsrunde:

- **Radio meets Digital: Mehr Internet, mehr Radio – die Radiozukunft liegt im Netz**
- Welchen Einfluss haben Web 2.0 und Radio-Communities auf die Werbewirkung des Traditionsmediums Radio?
- Welche Möglichkeiten bietet das (mobile) Internet den Werbetreibenden?
- Wie kann man mehr Hör- und Verkaufsanreize im Radio bieten?
- Welche Chancen bieten sich im Rundfunk durch neue Werbeformen, wie Product Placement und User Generated Content?
- Wie kann sich Radio/Audio im Zeitalter der Medienkonvergenz vom kanalorientierten hin zum crossmedialen Werbepartner positionieren?
- Wie muss die Radiowerbung der Zukunft gestaltet sein, wenn noch mehr Medien um die Aufmerksamkeit des Nutzers rangeln?
- Das Radio der Zukunft

Es diskutieren:

Torsten Müller⁵², Mitglied des Management Teams, Carglass GmbH
Stefan Kolle⁵³, Geschäftsführer Kreation, Kolle Rebbe
Karl Krainer⁵⁴, Geschäftsführer, Radio.de
Lutz Kuckuck⁵⁵, Managing Director, Radiozentrale
Matthias Mroczkowski⁵⁶, Geschäftsführer, Marketing & Vertrieb, audimark gmbh
Aleksander Rustemovski⁶⁹, Leiter New Business, RadioCom S.W. GmbH - RPR1.bigFM

Part 8: The Future of Media: Out-of-Home goes Digital

Moderation: **Volker Schütz**², Chefredakteur, HORIZONT

15.00 – 15.25 Impulsreferent

Digitale Out-of-Home-Medien auf Wachstumskurs

Christof Baron⁵⁷, CEO, Mindshare Deutschland

15.25 – 16.00 Diskussionsrunde:

- **Mit Kreativität und neuen Technologien zu mehr Abverkauf!**
- Die Außenwerbung der Zukunft wird digital – Wie wird dies die Werbung verändern?
- Wann kommt der Durchbruch der neuen Technologien? Oder werden hippe digitale Plakate schon wieder zur Gewohnheit und die Aufmerksamkeit für das neue Medium erlahmen?
- Wie erlösrelevant ist das neue Trendmedium Digital Signage?
- Warum gelingt es trotz sinkender Marktanteile der klassischen Medien nicht, den Marktanteil von Außenwerbung zu steigern?
- Inwieweit erweitern kombinierte Digital-/Mobil-Kampagnen die Möglichkeiten der Außenwerbung?
- Wie kann Out-of-Home als Abverkaufsmittel Nr. 1 in wirtschaftlich schwierigen Zeiten eingesetzt werden? Kann Abverkaufswerbung nicht kreativ sein?

Es diskutieren:

Claudia Willvonseder⁵⁸, Head of Marketing, IKEA Deutschland GmbH & Co. KG
Thomas Gries⁵⁹, Marketing Director, Coca-Cola GmbH
Christof Baron⁵⁷, CEO, Mindshare Deutschland
Bert Peulecke⁶⁰, COO, Heye Group
Marcus Weischer⁶¹, Geschäftsführender Gesellschafter, Jost von Brandis Service-Agentur GmbH
Andreas Knorr⁶², Leiter Marketing, WALL AG
Giuseppe Fiorispina, Head of Brand Marketing Communication, Fiat Group Automobiles Germany AG

16.00 Ausblick

The Future of Media
Ibrahim Evsan⁶⁵, Gründer, sevenload

16.30 Schlusswort und Ende des Deutschen Medienkongresses 2010



Jaron
your digital marketing experts

messe frankfurt

MARQUARD MEDIEN
COSMOPOLITAN - JOY - SHAPE
M&G MEDIEN-VERLAGSGESellschaft MBH & CO.

Microsoft Advertising

netbiscuits
Enabling the mobile experience

RPR1

SAATCHI & SAATCHI

united internet media
The fine arts of digital media

Jaron ist eine der führenden Agenturen für Fragen rund um mehr Effizienz im Online-Marketing: Suchmaschinenoptimierung, Social Media Marketing, Suchmaschinenmarketing, Performance Media oder E-Mail-Marketing. Referenzkunden: ING-DiBa, Allianz, Napster, Berlitz, u. a.
www.jaron.de

Die Messe Frankfurt behauptet sich mit 440 Millionen Euro Umsatz (2008) und weltweit über 1.500 Mitarbeitern als größtes deutsches Messeunternehmen und ist mit 28 Tochtergesellschaften, fünf Niederlassungen und 52 Vertriebspartnern in mehr als 150 Ländern präsent.
www.messefrankfurt.com

Die Marquard Media AG (Verleger und 100%iger Eigentümer Jürg Marquard) Schweiz, ist ein höchst erfolgreiches internationales Medienunternehmen im Print- und Onlinebereich mit dem Fokus auf Premiummarken wie z.B. Joy, Shape, Playboy, Instyle, Cosmopolitan.
www.marquard-media.com

Microsoft Advertising ist das Angebot der Microsoft Corporation für digitales Marketing. Der weltweit tätige Vermarkter bietet Werbekunden und Website-Herausgebern digitale Marketinglösungen, ein umfangreiches Portfolio von etablierten, starken Online-Marken und führende Werbetechnologien.
advertising.microsoft.de

Netbiscuits betreibt die weltweit führende, Web-basierte B2B Software-Plattform für Entwicklung, Betrieb und Vermarktung mobiler Internetsseiten. Kunden sind eBay, Yahoo, MTV, BILD, Spiegel und RTL, sowie internationale Agenturen wie Ogilvy, Razorfish und Isobar.
www.netbiscuits.com

RPR1 ist der erste private landesweite Radiosender in Deutschland und Marktführer in Rheinland-Pfalz. Neben dem Radioangebot stehen im Fokus der Aktivitäten weit über 600 Events im Sendebereich und das Internetportal **www.rpr1.de**

Bei Saatchi & Saatchi Deutschland – der Lovemarks Company – können Sie herausfinden, wie Leidenschaft Markenloyalität jenseits der Vernunft erzeugen kann und warum die Welt der Kommunikation immer digitaler wird.
www.saatchi.de

United Internet Media steht für die konsequente Verknüpfung von Klassik mit digitaler Technologie. United Internet Media ist Partner deutscher und internationaler Werbekunden in den Segmenten Media- und Kreativagenturen sowie aus der werbetreibenden Industrie.
www.unitedinternetmedia.de

Deutscher Medienkongress 2010

Sehr geehrte Damen und Herren,

The Future of Media – Was wird die Kommunikation von morgen prägen?

so laut das Motto des **2. Deutschen Medienkongresses**, der am **19. und 20. Januar 2010** im **Congress Center der Messe Frankfurt** stattfindet. Mehr als 60 Referenten, die Elite der Werbe- und Medienwirtschaft, werden in Frankfurt zwei Tage lang diskutieren und referieren.

Angesichts gigantischer Umwälzungen in der Medienlandschaft stellt sich immer dringender die Frage, welche Marketing- und Mediastrategien zukünftig erfolgversprechend sein werden.

Beim Deutschen Medienkongress 2010 wird erstmals in acht zentralen Kongressmodulen die Zukunftsfähigkeit und -relevanz einzelner Mediengattungen beleuchtet.

Am Vorabend des Kongresses – quasi als Grand Opening des Deutschen Medienkongresses 2010 – wird der traditionelle HORIZONT Award – Männer und Frauen des Jahres – im Schauspielhaus in Frankfurt verliehen.

Eröffnet wird der Kongress dann – zu Beginn eines spannenden Jahres – mit einem Blick in die Zukunft der Kommunikation:

- **Gehören Print und TV zu einer aussterbenden Spezies?**
- **Wird Online zukünftig zum neuen Leitmedium in der Markenkommunikation?**
- **Können Radio und Out-of-Home ihre Stellung als Abverkaufsmidien ausbauen?**
- **Welche neuen Mega-Themen werden Marketing und Werbung zukünftig beeinflussen?**

Im Fokus der Diskussion steht dabei die Frage:

Werden Social Media und mobiles Internet die Kommunikation von morgen revolutionieren?

Auch wenn erste Marktteilnehmer wieder optimistisch in das neue Jahr starten, ist die große Krise in der Medienbranche allerdings nicht vorbei: Verunsicherte Konsumenten, wachsende Kaufzurückhaltung und

eine sich ändernde Mediennutzung stellen das Marketing vor neue Herausforderungen und vor allem die klassischen Medien auf den Prüfstand.

Der Kampf um die kleiner werdenden Mediabudgets wird den Verteilungskampf zwischen den einzelnen Mediengattungen auch 2010 weiter anheizen: Print gegen TV gegen Online gegen Radio – Wer wird den Kampf um die Werbekunden gewinnen? Wer kann die Werbetreibenden von seiner Leistungs- und Innovationskraft am besten überzeugen?

Diese und viele weitere spannende Fragen werden in hochkarätigen Kongresspanels diskutiert.

Erfahren Sie beim **Deutschen Medienkongress 2010**, wie sich die Branche jetzt auf den Aufschwung vorbereitet, wer aus der Krise gestärkt hervorgeht und welche Medien zukünftig die Nase vorn haben werden.

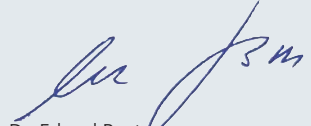
Auf der begleitenden **Kongressmesse Best Media 2010** stellen Dienstleister, Vermarkter und Partner der Werbetreibenden Neuheiten, Produkte und Vermarktungsmodelle der verschiedenen Mediengattungen vor. 2009 nahmen mehr als 800 Teilnehmer am Kongress + HORIZONT Award teil.

Wir sind zuversichtlich, Ihnen in 2010 einen noch spannenderen Kongress – erstmals an zwei Tagen – bieten zu können. Nutzen auch Sie diese hochrelevante Plattform zum Austausch und profitieren Sie vom attraktiven Kongressprogramm und den vielfältigen Kontaktmöglichkeiten.

Wir freuen uns auf Sie!



Markus Gotta
Bereichsgeschäftsführer
HORIZONT



Dr. Erhard Bost
Geschäftsführender Gesellschafter
The Conference Group

+ Kongressmesse Best Media 2010:

Die Networking-Plattform für die gesamte Kommunikations- und Medienbranche

Auf der begleitenden Kongressmesse Best Media 2010 haben Sie als Dienstleister, Vermarkter und Partner der Werbetreibenden die Möglichkeit, Ihre Produkte und Lösungsansätze vorzustellen.

Die Ausstellungsinhalte bewegen sich rund um die Neuheiten aus:

TV • Print • Online • Mobile • Bewegtbild • Radio • Out-of-Home • Mobile Kreativ- und Mediaagenturen • Marktforschung • Consulting

Die Leistungsschau bietet Ihnen somit eine einmalige und hochrelevante Plattform, sich den wichtigsten Mediaentscheidern als kompetenter Partner zu präsentieren.

Sie sind interessiert, als Sponsor oder Aussteller dabei zu sein?

Dann fordern Sie umgehend weitere Informationen an, unter **Telefon: 069/7595-3021**, per E-Mail **nadine.ritscher@conferencegroup.de** oder füllen Sie einfach das unten stehende Formular zur Anmeldung aus und faxen Sie es uns an folgende **Faxnummer: 0 69/7595-3030**.

Kontakt und Anmeldung:

The Conference Group GmbH

Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main
Telefon: 069/7595-3034
Fax: 069/7595-3030
E-Mail: horizont@conferencegroup.de
Internet: www.deutscher-medienkongress.de

Termin und Ort:

19. und 20. Januar 2010 – Congress Center Frankfurt
Messe Frankfurt
Ludwig Erhard Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

Zimmerreservierung:

Die folgenden Hotels halten ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer bereit, auf das Sie bei Bedarf zurückgreifen können. Das Kontingent steht Ihnen bis ca. 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „Deutscher Medienkongress“ oder „HORIZONT Award“ vor.

MARITIM Hotel Frankfurt

Theodor-Heuss-Allee 3
60486 Frankfurt
Telefon: 069/7578-1130
E-Mail: reservierung.fra@maritim.de
EZ: 160,- € inkl. Frühstück

InterContinental Frankfurt

Wilhelm-Leuschner-Strasse 43
60329 Frankfurt
Telefon: 069-2605-2334
E-Mail: FRAHA.reservations@ichotelsgroup.com
EZ: 149,- € inkl. Frühstück/Stadtflügel
EZ: 169,- € inkl. Frühstück/Superiorzimmer

Le Méridien Parkhotel Frankfurt

Wiesenhüttenplatz 28-38
60329 Frankfurt
Telefon: 069/2697-0
E-Mail: reservations.frankfurt@lemeridien.com
EZ: 159,- € inkl. Frühstück

Hilton Frankfurt

Hochstraße 4
60313 Frankfurt
Telefon: 069/1338-000
E-Mail: reservationsteam.frankfurt@hilton.com
EZ: 169,- € exkl. Frühstück

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem entsprechenden Vordruck vor. Die Gebühr für den zweitägigen Kongress beträgt € 790,- zzgl. 19% MwSt. pro Person (bei Anmeldung bis 31. Dezember 2009) und € 990,- zzgl. 19% MwSt. pro Person (Anmeldung ab 1. Januar 2010). Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an dem Kongress teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält Getränke und Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird.

Bei schriftlicher Stornierung bei The Conference Group bis 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,- zzgl. MwSt. pro Person erhoben. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach der Stornierungsfrist wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensplaketten, die vor Beginn ausgehändigt werden.

**JETZT ANMELDEN UND
TEILNAHME SICHERN**

--Fax-Anmeldung: 0 69 / 75 95 - 30 30--

Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns zum **Deutschen Medienkongress 2010** am 19 und 20. Januar 2010 an:

- **Teilnehmerpreis Euro 990,-** (zzgl. 19% MwSt.)

Abonnenten von HORIZONT erhalten einen Rabatt von Euro 100,- auf die Kongressteilnahme. (bitte ankreuzen und Kundennummer angeben!)

Kundennummer:.....

Sonderpreis für Studenten Euro 149,- (zzgl. 19% MwSt.) unabhängig vom Anmelde datum (bitte Studentenausweis beifügen!)

Ich bin Abonnent von HORIZONT und möchte gerne kostenfrei die Best Media 2010 besuchen (bitte ankreuzen und Kundennummer angeben!)

Kundennummer:.....

Ja, ich bin/wir sind interessiert an **Sponsoringmöglichkeiten beim Deutschen Medienkongress 2010**. Bitte senden Sie mir/uns Informationsmaterial zu.

Ja, ich bin/wir sind interessiert an **Ausstellungsmöglichkeiten auf der Kongressmesse Best Media 2010**. Bitte senden Sie mir/uns Informationsmaterial zu.

- 15 %

1. Name / Vorname

Funktion

Firma

Straße / Hausnummer

PLZ / Ort

Telefon

E-Mail-Adresse

2. Name / Vorname

Funktion

Firma

Straße / Hausnummer

PLZ / Ort

Telefon

E-Mail-Adresse

3. Name / Vorname

Funktion

Firma

Straße / Hausnummer

PLZ / Ort

Telefon

E-Mail-Adresse

Ich bin damit einverstanden, dass Sie mich per E-Mail oder Brief über neue Angebote von HORIZONT und The Conference Group informieren.

ja nein

Datum / Unterschrift / Firmenstempel