

## 7. Mediensymposium: Medienbranche im Umbruch Mobile First – Mobile Revolution geht weiter

**Sind alte Geschäftsmodelle gefährdet?  
Paid Content versus deutsche „Huffington Post“**

Mittwoch, 27.11.2013 • 17.00 bis 20.30 Uhr

Rathaus der Landeshauptstadt Stuttgart • Großer Sitzungssaal



## LEITTHEMA

Die Treiber der Internetwirtschaft sind vielfältig. Dazu zählen die Verfügbarkeit vom Breitband im Festnetz und im Mobilfunk, sowie die Nutzerpenetration. Wenn die Mobilfunkprovider in Deutschland das LTE-Netz schnell ausbauen, wird es zu einem rasanten Wachstum auf den Markt für Cloud-Dienstleistungen kommen.

### Digitalisierung – mobile Kommunikation

Augmented Reality und Location Based Service werden das Medienverhalten der Konsumenten grundlegend verändern. Interaktive Plakate verändern den Point of Sale von Unternehmen. Die Akzeptanz, für Inhalte im Netz zu bezahlen, wird steigen. Neben Fernseh- und Videoangeboten sind es vor allem Onlinezeitschriften und -zeitungen.

In Zeiten der Reizüberflutung ist es immer wichtiger eine crossmediale Strategie zu entwickeln. Im Dialog mit dem Kunden gibt es kein „Entweder-oder“, sondern ein „Sowohl-als-auch“, d.h. eine intelligente Kombination von online, print und mobile. Der Inhalt sowie die Vernetzung sind die zentralen Treiber für ein Unternehmen. Innovative Lösungen in der Multi-Kanal-Kommunikation sichern den Erfolg der Unternehmen. Dienstleister und insbesondere Finanzdienstleister haben bereits vor zehn Jahren mit der Digitalisierung der Kommunikation begonnen. Banken und Bausparkassen betreiben eine intelligente Kommunikation auf allen Kanälen.

### Qualitätsjournalismus lässt sich nicht allein über Werbeeinnahmen finanzieren

In Deutschland verlangen immer mehr Verlage für Beiträge Geld von den Nutzern. Je spezialisierter und exklusiver die

Inhalte sind, desto größer ist die Chance, diese auch im Netz verkaufen zu können. So erzielen Wissenschafts- und Fachverlage wie z.B. Springer Science + Business Media bereits mehr als die Hälfte ihrer Einnahmen über digitale Medien und Online-Abonnements.

Der Axel-Springer-Verlag verkauft traditionsreiche Blätter (z.B. Hörzu, Frau im Bild, Berliner Morgenpost) an die Essener Mediengruppe Funke. Somit verabschiedet sich Springer von Programm- und Frauenzeitschriften und Regionalzeitungen, um sich auf das Geschäft im Internet und auf die journalistischen Kernmarken „Bild“ und „Welt“ zu konzentrieren. Springer entwickelt sich weiter zu einer überregionalen Mediengruppe, die die Abhängigkeit vom Printgeschäft reduziert. Mittlerweile erzielt der Online Bereich ein Drittel des Gewinns.

### Ist der Glaubenskrieg bei den Zeitungsverlagen schon entschieden?

Aus Zeitungen muss eine multimediale Unterhaltungswelt aus Nachrichten, Fußball, Filmen, Meinungen, Produkten und Kontakten werden. Eine Welt, die man eigentlich für nichts mehr verlassen muss. Die Geburt der Generation Paid Content. Das Bezahlmodell der New York Times geht auf. Erstmals in der Geschichte der New York Times wird im Jahr 2013 mit ihren Lesern mehr Geld eingenommen als mit Anzeigenerlösen. Die Zahl der Online-Abonnenten steigt kontinuierlich.

## REFERENTEN



### PROF. DR. UWE C. SWOBODA

Leiter des Zentrums für Medienmanagement und Studiengangsleiter BWL/DLM - Medien und Kommunikation an der Dualen Hochschule Stuttgart



### MARKUS STENGLEIN

Chefredakteur Men's Health, Rodale-Motor-Presse GmbH & Co. KG, Hamburg



### DR. MATTHIAS METZ

Vorstandsvorsitzender der Bausparkasse Schwäbisch Hall AG, Schwäbisch Hall



### PETER SOMMER

Geschäftsführer der Elanders Germany GmbH, Waiblingen



### ALEXANDER KRATZER

Geschäftsführer der Stuttgart Internet Regional GmbH, Leiter des SWMH Konzernbereichs Online/Digital SWMH-Verlage, Stuttgart

## PROGRAMM

## Medienbranche im Umbruch

**Mobile First – Mobile Revolution geht weiter****Zero Gravity, Smart Service Terminals, Paid Content versus deutsche „Huffington Post“**

17.00 Uhr	Imbiss
18.00 Uhr	<b>EINFÜHRUNG</b> Prof. Dr. Uwe C. Swoboda, Studiengangsleiter an der DHBW Stuttgart, Leiter des Zentrums für Medienmanagement (ZMM)
18.05 Uhr	<b>GRUSSWORT</b> Jochen Laun, Leiter Referat Medien und Film, Archive und Landesbibliotheken, Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg
18.10 Uhr	<b>BEGRÜSSUNG</b> Dr. Susanne Eisenmann, Bürgermeisterin der Landeshauptstadt Stuttgart
18.15 Uhr	<b>Second Screen, Big Data, Storytelling – die Digitalisierung revolutioniert die Geschäftsmodelle</b> <b>PROF. DR. UWE C. SWOBODA</b> , Studiengangsleiter an der DHBW Stuttgart, Leiter des Zentrums für Medienmanagement (ZMM)
18.35 Uhr	<b>KEYNOTE:</b> <b>Old School goes mobile – Dialogmarketing einer 80-jährigen (Bausparkasse)</b> <b>DR. MATTHIAS METZ</b> , Vorstandsvorsitzender der Bausparkasse Schwäbisch Hall AG, Schwäbisch Hall
19.00 Uhr	<b>Digitale Strategien der SWMH-Verlage – Paid Content und digitale Mehrwertangebote</b> <b>ALEXANDER KRATZER</b> , Geschäftsführer der Stuttgart Internet Regional GmbH, Leiter des SWMH Konzernbereichs Online/Digital SWMH-Verlage, Stuttgart
19.20 Uhr	<b>Crossmediale Strategien – Digitalportfolios sichern den Erfolg von Print</b> <b>MARKUS STENGLEIN</b> , Markus Stenglein, Chefredakteur Men's Health, Rodale-Motor-Presse GmbH & Co. KG, Hamburg
19.40 Uhr	<b>The Future of Print - Wird in 5 Jahren noch gedruckt? Wenn ja, was?</b> <b>PETER SOMMER</b> , Geschäftsführer, Elanders Germany GmbH, Waiblingen
ab 20.00 Uhr	Ausschnitte aus dem Dokumentarfilm „ <b>STARKE FRAUEN IN CHINA – DIE ZWEITE HÄLFTE DES HIMMELS</b> “ ein Film des Zentrums für Medienmanagement
20.10 Uhr	<b>VERLEIHUNG DER MEDIENPREISE</b> für herausragende Leistungen in der Wissenschaft und herausragendes soziales Engagement im Studiengang Medien und Kommunikation, gefördert durch die Loprex GmbH, überreicht durch ein Mitglied der Geschäftsleitung, und <b>DR. GISELA MEISTER-SCHEUFELN</b> , Kanzlerin und Vorstandsmitglied der DHBW
20.20 Uhr	<b>SCHLUSSWORT</b> Prof. Dr. Uwe C. Swoboda, Studiengangsleiter an der DHBW Stuttgart, Leiter des Zentrums für Medienmanagement (ZMM)
ab 20.20 Uhr	Chill-out am Panoramafenster (4. OG), mit Stuttgarter Glühwein in die Mediennacht





VERANSTALTER

## Zentrum für Medienmanagement– Medienkompetenz auf höchstem Niveau.

Sponsor / Kooperationspartner:



Wirtschaftsförderung  
Region Stuttgart



KOMMUNITY  
Der virtuelle Campus der DHBW Stuttgart  
www.dhbw-kommunity.de

STUTTGART



MFG Innovationsagentur  
für IT und Medien

Medienpartner:



LOPREX

STUTTGARTER  
ZEITUNG

Das Zentrum für Medienmanagement (ZMM) ist ein innovatives Lehr- und Forschungszentrum der Fakultät Wirtschaft an der DHBW Stuttgart.

Das ZMM wird aus Qualitätssicherungsmitteln des Studiengangs BWL-DLM / Medien und Kommunikation sowie aus Drittmitteln finanziert.

Das Institut agiert sowohl als interner Dienstleister für diesen Studiengang als auch als Forschungszentrum. Prof. Dr. Uwe C. Swoboda hat das Zentrum gegründet und ist zugleich wissenschaftlicher Leiter.

Das ZMM unterstützt z.B. die Studierenden bei Fragen rund um die Themen Medienmanagement, Eyetracking, empirische Forschung und Kundenzufriedenheitsanalysen.

Es führt umfassende Forschungsprojekte durch. Dabei stehen nationale und internationale Medienprojekte sowie empirische Erhebungen im Vordergrund.

### Zentrum für Medienmanagement (ZMM)

Wissenschaftlicher Leiter:  
Prof. Dr. Uwe C. Swoboda

Paulinenstr. 50, 70178 Stuttgart  
Telefon: 07 11 / 18 49 - 512  
Fax: 07 11 / 66 73 - 45 90  
E-Mail: zmm@dhbw-stuttgart.de

www.dhbw-stuttgart.de/zmm

Link:  
Imagefilm ZMM



Die Forschungstätigkeiten des ZMM sind vielfältig:

- Management von Medien sowie deren bewusste Gestaltung
- Film und Trailerkonzepte für Unternehmen
- Eyetracking-Forschung
- Integrierte Überprüfung der aktuellen Kommunikationskonzepte
- Empirische Untersuchungen der modernen Kommunikationsformen wie z.B. Social Media Angebote
- Werbeeffizienzmessung
- Mobile Commerce
- Usability-Forschung
- Zielgruppenanalysen, Kundenberatung, Markt- und Wettbewerbsanalysen



#### TEILNAHMEGEBÜHR

Inkl. Imbiss und Schreibblock:  
Frühbuchepreis bis 6.11.2013: 80,00 €  
Normalpreis ab 7.11.2013: 100,00 €

#### ANMELDUNG

E-Mail: [mediensymposium@dhbw-stuttgart.de](mailto:mediensymposium@dhbw-stuttgart.de)  
Fax: 07 11 / 18 49 - 523  
Telefon: 07 11 / 18 49 - 5 12 , 07 11 / 66 73 - 45 88  
Internet: [www.medien-symposium.de](http://www.medien-symposium.de)

#### BANKVERBINDUNG

Zur Überweisung der Teilnahmegebühr:  
Community, Förderverein  
Kto. 883 726 009, BLZ 600 907 00  
Südwestbank AG Stuttgart

#### FÜR RÜCKFRAGEN:

[hauk@dhbw-stuttgart.de](mailto:hauk@dhbw-stuttgart.de)  
[kron@dhbw-stuttgart.de](mailto:kron@dhbw-stuttgart.de)

#### DUALE HOCHSCHULE BADEN-WÜRTTEMBERG STUTTART

Baden-Wuerttemberg State University

Studiengang **BWL – Dienstleistungsmanagement /**  
Medien und Kommunikation  
Paulinenstr. 45 • 70178 Stuttgart  
[www.dhbw-stuttgart.de/medienundkommunikation](http://www.dhbw-stuttgart.de/medienundkommunikation)

Studiengangsleiter **MEDIEN UND KOMMUNIKATION**  
Prof. Dr. Uwe C. Swoboda  
E-Mail: [swoboda@dhbw-stuttgart.de](mailto:swoboda@dhbw-stuttgart.de)

Sekretariat:  
Frau Utke, Frau Maier, Frau Düzgün

Telefon: 0711 / 66 73 - 45 88  
0711 / 66 73 - 45 89

E-Mail: [utke@dhbw-stuttgart.de](mailto:utke@dhbw-stuttgart.de)  
[maier@dhbw-stuttgart.de](mailto:maier@dhbw-stuttgart.de)  
[duezguen@dhbw-stuttgart.de](mailto:duezguen@dhbw-stuttgart.de)

#### VERANSTALTUNGSORT:



Rathaus Stuttgart, Marktplatz 1, 70173 Stuttgart