

Veranstalter:

die medienanstalten – ALM GbR
Friedrichstraße 60
10117 Berlin

Konzeption: Medientage München GmbH

Fragen zur Veranstaltung richten Sie bitte an:
info@die-medienanstalten.de

Anmeldelink



www.dlm-symposium.org/de/anmeldung.html

Anmeldung:

Wir bitten Sie um verbindliche Anmeldung unter der oben angeführten URL bis zum 17. März 2017.
Da die Teilnehmerzahl begrenzt ist, wird die Teilnehmerliste bei Erreichen der Kapazitätsgrenze geschlossen.

Die Teilnahme an der Veranstaltung ist kostenfrei.

Wir werden ausschließlich für tagungsbezogene Zwecke eine Teilnehmerliste mit Namen, Funktion und Dienststelle der angemeldeten Teilnehmer erstellen und bei der Veranstaltung auslegen.

Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich ebenfalls einverstanden, dass im Rahmen der Tagung Bildaufnahmen für die Verwendung in der Öffentlichkeitsarbeit gemacht werden sowie die Veranstaltung für Zwecke der Veröffentlichung im Rundfunk und im Internet audiovisuell aufgezeichnet wird.

Foto: © pololia – Fotolia.com
Dieser Flyer wurde klimaneutral auf FSC®-zertifiziertem Recyclingpapier (FSC®-GFA-COC-002344) gedruckt.



Veranstaltungsort:

Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften
Jägerstraße 22/23 (Zugang über Markgrafenstraße)
10117 Berlin
www.bbaw.de

Anfahrt:

S-Bahn Friedrichstraße	S-/Regionalbahn
U-Bahn Hausvogteiplatz	U2
U-Bahn Stadtmitte	U2 / U6
U-Bahn Französische Straße	U6
Bus Unter den Linden / Friedrichstraße	TXL / 100 / 147 / 200

Parkhäuser

Friedrichstadt Passagen	Zufahrt Jägerstraße
Unter den Linden / Staatsoper	Zufahrt Behrenstraße

Werbung ist tot!
Es lebe
die Werbung!

Leitlinien moderner Regulierung für die
Vermarktungsmodelle von morgen

Donnerstag, 23. März 2017
Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften

Worum es geht:

Das Ende der klassischen Werbung sehen etliche Experten schon bald kommen, nicht zuletzt angesichts des weltweiten Siegeszugs von abo-finanzierten Videoplattformen und der nachlassenden Nutzung linearer Programme durch jüngere Zielgruppen. Alles, was stört und den gewünschten Medienkonsum unterbricht, ist passé – so die These – und die Zukunft gehört jenen Markenbotschaften, die selbst zum begehrenswerten Inhalt, zum „unskippable content“ werden.

Das rührt nicht nur an den Grundfesten der immer noch überwiegenden Vermarktungsmodelle klassischer Massenmedien, sondern fordert auch die Regulierung der Zukunft massiv heraus. Wie lässt sich der traditionell hohe Stellenwert des Trennungsgebots zwischen Werbung und Programm mit den Ideen von Content Marketing und Native Advertising vereinbaren? Wie geht die konsequente Nutzung von Addressable TV und anderen Formen der personenindividuellen Werbeansprache, etwa auf dem Smart TV, mit gängigen Datenschutzbestimmungen einher? Was bedeutet Programmatic Advertising für den künftigen Wert von Medienmarken und deren Werbeflächen? Hinzu kommt die unterschiedliche Regulierungstiefe für lineare und nonlineare Angebote, die dazu führt, dass Werbung auf ein und demselben Bildschirm völlig verschiedenen Regeln unterliegt. Und welche Auswirkungen hat die geplante Revision der AVMD-Richtlinie auf den Medienmarkt?

Aus der Perspektive einer modernen, zukunftsfähigen Medienregulierung erörtert das DLM-Symposium 2017, welche neuen Werbemodelle relevant und tragfähig sein werden und wie dafür sinnvolle Leitlinien entwickelt werden können, die dem gesellschaftlich wünschenswerten Ziel einer medialen Angebots- und Anbieter Vielfalt dienen.

Eine Veranstaltung der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM).

Tagesmoderation:

Svenja Teichmann, Geschäftsführerin Crowdmedia

Torsten Zarges, Chefreporter DWDL

10:00 REGISTRIERUNG

- 10:30 Begrüßung
Siegfried Schneider
Vorsitzender Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM)

Keynote mit Q&A

- 10:40 (Neue) Funktion der Werbung in der digitalen Welt
Christof Baron
Geschäftsführender Gesellschafter pilot

Vortrag

- 11:05 Programmatic Advertising: Medien-Geschäftsmodell
Werbung im Sog der Plattformen und Technologieunternehmen
Daniel Knapp
IHS, Mitautor des EMR-Gutachtens zu neuen Geschäftsmodellen der Mediaagenturen

Vortrag

- 11:25 Die Content-Revolution:
Wie Marken zum Programm werden
Jana Kusick
Global Managing Director plista
Daniel Pannrucker
Chief Integration Officer, Dentsu Aegis Network Germany

Diskussion

- 11:45 Schöne neue Werbewelt? Was bedeutet der Wandel für
Werbewirtschaft, Medien, Agenturen und Regulierung?
Conrad Albert
Vorstand External Affairs & Industry Relations und General Counsel,
ProSiebenSat.1 Media SE
Cornelia Holsten
Direktorin Bremische Landesmedienanstalt (brema), stv. DLM-
Vorsitzende, Koordinatorin Fachausschuss Regulierung der DLM
Florian Ruckert
Vorsitzender der Geschäftsführung, Radio Marketing Service (RMS)
Klaus-Peter Schulz
Geschäftsführer/Sprecher, Organisation der Mediaagenturen (OMG)

12:30 MITTAGSPAUSE

Vortrag mit Q&A

- 13:30 AVMD in a Nutshell – Was will Europa an der Medien-
und Werberegulierung ändern?
Prof. Dr. Mark D. Cole
Wissenschaftlicher Direktor EMR

Nachgefragt

- 13:50 Wie verändert die EU-Richtlinie den Rechtsrahmen für
die Medien- und Werberegulierung in Deutschland?
Dr. Tobias Schmid
Direktor der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen
im Gespräch mit:
Dr. Marc Jan Eumann
Staatssekretär für Europa und Medien des Landes Nordrhein-
Westfalen
Prof. Dr. Christoph Fiedler
Geschäftsführer Europa- und Medienpolitik,
Verband Deutscher Zeitschriftenverleger
Annette Kümmler
SVP Governmental Relations & Regulatory Affairs,
ProSieben Sat.1 Media SE

14:30 KAFFEEPAUSE

Vortrag

- 14:45 Guck mal, was mein Smart-TV alles kann... Die ulti-
mativ konvergente Werbemaschine im Wohnzimmer
Michael Enzenauer
Geschäftsführer mediabrandcast und Berater
(Enzenauer Unternehmensberatung)

Zwischenruf

- 15:10 Seid smart mit Euren Daten!
Maja Smoltczyk
Berliner Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit

Diskussion

- 15:20 Wer schützt wen wovor?
Welche Leitplanken Gesellschaft und Medien für die
Vermarktungsmodelle von morgen brauchen
Hans Demmel
Vorstandsvorsitzender VPRT
Dr. Fritz Jaeckel
Staatsminister, Chef der Staatskanzlei des Freistaates Sachsen
Maja Smoltczyk
Berliner Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit
Siegfried Schneider
Vorsitzender Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten

16:15 GET TOGETHER