



15.Österreichische Medientage
Medienmesse
24. bis 26.September 2008

Mediengespräch
Montag, 23.Juni 2008,
Lounge der Wirtschaft, 1010 Wien, Stubenring 8-10

Inhalt:

Die 15. Österreichischen Medientage	Seite 3
Das Programm der 15.Österreichischen Medientage	Seite 8
Ten minutes to become famous	Seite 12
Medienmesse 2008	Seite 14
Die Aussteller der Medienmesse 2008	Seite 17
Facts & Figures	Seite 22

Die Österreichische Medienlandschaft am Scheideweg „Was bleibt – Was kommt?“

Die 15. Österreichischen Medientage

„Die Medienlandschaft befindet sich in einem tiefgreifenden Strukturwandel, wobei niemand weiß, welche Veränderungen nachhaltig und welche nur modisch sind. Klar ist: Bislang hat noch kein neues Medium ein altes verdrängt, sondern lediglich zu neuen Konsum-, Rezeptions- und Produktionsselbstverständnissen geführt. Diesem Phänomen wollen wir bei den Medientagen auf den Grund gehen.“
meinen **Hans-Jürgen Manstein** (Manstein Verlag) und **Oliver Voigt** (Verlagsgruppe NEWS), die Veranstalter der Österreichischen Medientage. „Daraus resultiert auch der Titel: Was bleibt – Was kommt?“

Mittwoch, 24. September 2008:

Der neue Schwerpunkt der Österreichischen Medientage ist die Medienpolitik. Eingeleitet werden die Österreichischen Medientage heuer dementsprechend durch ein Einführungsstatement der Bundesministerin für Medien, **Doris Bures** „Medienpolitik in Österreich im Umfeld der EU“ sowie einer Key Note von Vizekanzler **Mag. Wilhelm Molterer**: „Entwicklung der Medienpolitik in Österreich.“ Eröffnet werden die Österreichischen Medientage zuvor offiziell vom Wiener Bürgermeister **Dr. Michael Häupl** und **KR Brigitte Jank**, Präsidentin der Wirtschaftskammer Wien.

Der erste Vormittag bringt gleich einen ersten Höhepunkt, den intermedialen Gipfel TV/Rundfunk/Print/Online/Plakat. Nach einem Key Note Vortrag von **Dr. Martin Fabel**, dessen Research-Institut A.T.Kearny sich seit Jahren mit Medienkonvergenzen auseinandersetzt, diskutiert eine prominente Runde unter der Leitung von **Prof. Hans Mahr**, Mahrmedia zum Thema „Konvergente Nutzung von Medien –

Vermarktungs- und Businessmodelle“ An dieser Diskussion nimmt unter anderem **Philipp Schindler**, Europachef von Google teil.

Am Nachmittag bittet der Herausgeber von Trend und Profil, **Dr. Christian Rainer** zum international höchst prominent besetzten Mediengipfel: „Medienregulierung und Medienbehörde ante portas. Wie soll die Politik die Medien regulieren?“ Die wichtigsten Medienvertreter aus Österreich und Deutschland werden hier die neuesten Erkenntnisse der deutschsprachigen Medienpolitik diskutieren. „Wir sind sehr glücklich darüber, dass internationale Größen wie der ZDF-Intendant **Markus Schächter**, der neue Pro7-Sat1 Chef **Andreas Bartl** und **Prof. Wolf-Dieter Ring** von BLM für diesen Gipfel gewonnen werden konnten.“ freut sich **Mag. Michael Himmer**, Organisator der Österreichischen Medientage.

Danach stehen die medienrechtlichen und medienpolitischen Konsequenzen der neuesten Technologien im Mittelpunkt: „Die Zuseher am Drücker. Mobile-TV, IP-TV, Peer to Peer TV - Wird die Fernsehwelt revolutioniert?“ Den einleitenden Vortrag dazu hält der ehemalige Bertelsmann-Manager **Werner Lauff**, danach diskutieren die Größen der heimischen und internationalen Kommunikationsindustrie: Die Mobilfunker **Dr. Boris Nemsic** (mobikom austria), **Michael Krammer** (One) und **Berthold Thoma** (Hutchison 3G) treffen unter anderem auf **Klaus Ebert** (Axel Springer Digital TV) und **Carsten Schmidt** (Premiere). Geleitet wird die Runde von **Sebastian Loudon**, dem Chefredakteur des Horizont.

Abgeschlossen wird der erste Tag mit dem Thema „Spartenprogramme – die Fata Morgana schon heute?“ Unter der Leitung von **Dr. Andreas Büchelhofer** (1-2-3 TV) diskutieren die Vertreter der bedeutendsten Spartenkanäle, die in Österreich zu empfangen sind, CNN, NBC oder TW1.

Donnerstag, 25. September 2008:

Der zweite Tag beginnt mit einem weiteren Highlight. Erstmals in Kooperation mit dem VÖZ bittet **Prof. Michael Grabner**, Grabner Media,

zum Printgipfel „Wie Verlage die Herausforderung des digitalen Zeitalters Web 3.0 meistern.“ „**Christian Niehaus**, der neue Chef der WAZ-Gruppe und **Hans-Jürgen Jakobs** von der Süddeutschen diskutieren mit den Spitzen der heimischen Zeitungslandschaft, wodurch dieser Printgipfel seine Bezeichnung wirklich verdient“ meinen Hans-Jörgen Manstein und Oliver Voigt unisono.

Dazu passend erfolgt zu Mittag vor prominentem Publikum erstmals die Verleihung des „Alfred Worm Journalistenpreises“.

Am Nachmittag des zweiten Tages bittet **Mag. Dagmar Lang** vom Manstein Verlag ausgewählte HerausgeberInnen der österreichischen und deutschen Society- und Lifestyle Magazine zur Diskussion „Gute Zeiten für schöne Seiten – Lifestyle und Society im Werbeumfeld“, beispielweise **Peter Lewandowski** von Gala und **Patricia Riekel** von Bunte/Instyle mit der Top-Riege der österreichischen Society und Lifestyle Magazine, **Uschi Fellner** (Madonna), **Euke Frank** (Woman/First), **Karen Müller** (Wienerin) und **Desirée Treichl-Stürgkh** (Flair).

Die weiteren Schwerpunkte des zweiten Nachmittags sind zunächst „Maßstab für die Wahrheit / Medienforschung 2.0 – Messen und Fragen“, eingeleitet durch eine Key Note von **Peter Lammerhuber** (Group M) unter der Moderation von **Thomas Koch** (Crossmedia) Hier werden in einem Treffen alle Aspekte der Marktforschung umfassend beleuchtet, sei es MA, ÖAK oder Tele-Test.

Danach folgt das Thema „Online Boom – Trends in der Online-Werbung“, das mit dem Vortrag des höchst erfolgreichen Online Unternehmers **Andrej Nabergoj** (Noovo) eingeleitet und von **Atha Athanasiadis**, dem Chefredakteur von TV-Media und e-media moderiert wird.

Am Abend des zweiten Tages erfolgt die Verleihung des Staatspreises Werbung durch die Präsidentin der Wirtschaftskammer Wien, **KR Brigitte Jank**. Als Premiere wird in diesem Rahmen auch der Staatspreis für den Werbefilm vergeben, für den die Filmwirtschaft lange gekämpft hat,

wodurch die Verleihung heuer zu einem besonderen Highlight für die Kreativbranche wird.

Freitag, 26. September 2008:

Neu konzipiert ist der Abschlusstag der 15.Österreichischen Medientage, „der neue Freitag“. Erstmals wird damit eine vollkommen neue, junge und mobile Zielgruppe angesprochen. Der neue Freitag ist durchgehend als Seminartag mit den unterschiedlichsten Case Studies konzeptioniert. Demgemäß gibt es am Freitag auch einen neuen Sondereintrittspreis von EUR 50,-.

„Wir erwarten uns vom neuen Freitag eine deutliche inhaltliche und aktionsbezogene Bereicherung der österreichischen Medientage“, so **Mag. Michael Himmer** „schließlich verstehen sich die Medientage aus ihrer Philosophie heraus als Impulsgeber und Zukunftsplattform. Unsere Gesellschaft hat sich bereits mit der digitalen Kommunikation dramatisch verändert, ohne dass wir als Konsumenten es wahrgenommen haben. Wer werden diese Menschen sein, die diese neue digitale Kommunikationswelt designen? Neue Berufsbilder und Jobs mit Zukunftspotenzial entstehen. Auf diesen Schwerpunkt ist ‚der neue Freitag‘ ausgerichtet.“

Unter dem Titel „**mobile marketing und gaming**“ werden von 9 bis 14 Uhr folgende zwei Blackboxes fokussiert:

Blackbox I: Games – Ein neuer Player im Kampf ums Mediabudget

Interaktive Games sind das am schnellsten wachsende New-Media-Business. Im Jahre 2007 wurden erstmals mehr Umsätze mit Games generiert als mit Musik. Das zeigt auf, wie bedeutend diese Sparte ist. Games und Konsolen öffnen sich mittlerweile dem „In-Game-Advertising“. Neue Lead-In-Modelle werden sich durchsetzen.

Der erste Teil „**Massenmedium Game – die Strategien der Hardwarehersteller**“ behandelt das Thema Konsolen mit Vertretern von Sony, Nintendo und Microsoft.

Der zweite Teil „**omnia ludet – eine junge Industrie verändert unsere Mediennutzung**“ beschäftigt sich mit internationalen und heimischen Spieleproduzenten wie Gameduel Big Point und Greentube.

Der dritte Teil „**Gegenwart und Zukunft der Medienmacher mit digitalen Spielen**“ handelt von den Medienhäusern, beispielsweise RTL, Pro7, ORF und ESB.

Blackbox II: Mobile Media – Neue Chancen oder Risiken für Mobile Business

mit Vertretern von Google, Evolaris, mobilkom austria und Seven Senses.

Zukunftsanwendung DVB-H: Anlässlich der Fußball-EM 2008 fand in Österreich die Premiere des DVB-H statt. Das Service soll flächendeckend ausgeweitet werden. DVB-H ist nicht die einzige mobile Revolution. Handies werden zu Multimedia- und Navigationsmaschinen, die Telekomindustrie muss sich nach neuen Erlösen umsehen, Handyhersteller werden immer stärker zu Content-Generatoren, neue Medien-Devices entwickeln sich im mobile Web, das weitaus höhere Zunahmeraten aufweist als das stationäre Web.

Das Programm der 15.Österreichischen Medientage

Programmwurf Stand: 19. Juni 2008

Mittwoch, 24. September 2008

09.30 – 09.45 Uhr	Begrüßung durch Hans-Jürgen Manstein und Oliver Voigt														
10.00 – 10.15 Uhr	Einführungsstatement: Bundesministerin für Medien – Doris Bures Medienpolitik in Österreich im Umfeld der EU.														
10.15 – 10.30 Uhr	Eröffnung durch Präs. KR Brigitte Jank und Bürgermeister Dr. Michael Häupl														
10.30 – 12.00 Uhr	<p>Intermedialer Gipfel – TV/Rundfunk/Print/Online/Plakat Konvergente Nutzung von Medien Vermarktungs- und Businessmodelle Key Note Speaker: Dr. Martin Fabel – A.T.Kearny</p> <p>Moderation: Prof. Hans Mahr / mahrmedia</p> <table> <tr> <td>Mag. Markus Breitenecker</td> <td>SevenOneMedia</td> </tr> <tr> <td>Andreas Fuhlich</td> <td>RMS Hamburg</td> </tr> <tr> <td>Franz Prenner</td> <td>Mediaprint</td> </tr> <tr> <td>Philipp Schindler</td> <td>Google</td> </tr> <tr> <td>Dr. Heinrich Schuster</td> <td>EPAMEDIA</td> </tr> <tr> <td>GD Dr. Anton Wais</td> <td>Österreichische Post</td> </tr> <tr> <td>Walter Zinggl</td> <td>ORF</td> </tr> </table>	Mag. Markus Breitenecker	SevenOneMedia	Andreas Fuhlich	RMS Hamburg	Franz Prenner	Mediaprint	Philipp Schindler	Google	Dr. Heinrich Schuster	EPAMEDIA	GD Dr. Anton Wais	Österreichische Post	Walter Zinggl	ORF
Mag. Markus Breitenecker	SevenOneMedia														
Andreas Fuhlich	RMS Hamburg														
Franz Prenner	Mediaprint														
Philipp Schindler	Google														
Dr. Heinrich Schuster	EPAMEDIA														
GD Dr. Anton Wais	Österreichische Post														
Walter Zinggl	ORF														
12.00 – 13.00 Uhr	Mittagspause														

Donnerstag, 25. September 2008

10.00 – 12.00 Uhr	<p>Printgipfel Wie Verlage die Herausforderung des digitalen Zeitalters Web 3.0 meistern Moderation: Prof. Mag. Ing. Michael Grabner Michael Grabner Media</p> <p>Oscar Bronner VD Wolfgang Fellner Hans-Jürgen Jakobs Christian Nienhaus VD DDr. Horst Pirker Franz Prenner Eugen Russ Oliver Voigt</p> <p>Der Standard OE24 Süddeutsche Zeitung WAZ-Gruppe Styria Medien Mediaprint Vorarlberger Medienhaus Verlagsgruppe NEWS</p>
12.00 – 12.30 Uhr	Verleihung Alfred Worm Journalistenpreis
12.30 – 13.45 Uhr	Mittagspause
13.45 – 15.00 Uhr	<p>Gute Zeiten für schöne Seiten Lifestyle & Society im Werbeumfeld Moderation: Mag. Dagmar Lang – Manstein Verlag</p> <p>Uschi Fellner Euke Frank Peter Lewandowski Godo Kraemer Karen Müller Patricia Riekkel Desirée Treichl-Stürgkh</p> <p>Madonna Woman / First Gala Escada AG Wienerin Bunte/Instyle Flair</p>
15.00 – 15.30 Uhr	Kaffeepause

15.30 – 17.00 Uhr	<p>Maßstab für die Wahrheit Medienforschung 2.0 – Messen und Fragen Key Note: Peter Lammerhuber / Group M</p> <p>Moderation: Thomas Koch – Crossmedia</p> <p>Dr. Wolfgang Bretschko MA Sybille Callagy ÖAK Dr. Eva Dichand Heute KR Karl Javurek Gewista Mag. Gerhard Riedler Tele-Test KR Paul Schauer Omnimedia Stephan Thurm ÖWA</p>
17.00 – 18.00 Uhr	<p>Online-Boom – Trends in der Online-Werbung Key Note: Andrej Nabergoj / Noovo</p> <p>Moderation: Atha Athanasiadis - E-Media + tv-media</p> <p>Mag. Marcela Atria Beyond Interaction Mag. Alexander Mitteräcker Standard at. Dr. Susanne Obermayer Krone.at Karl Pall Google Thomas Prantner ORF ON</p>
18.00 – 19.00 Uhr	<p>Staatspreis Film / Werbung</p> <p>Moderation: N.N. Überreicht durch Frau Präsidentin KR Brigitte Jank</p>
19.00 Uhr	<p>After Business Party</p>

Ten minutes to become famous

Kreativwettbewerb von Stadt Wien, Wirtschaftskammer Wien und der Medienmesse

Die Stadt Wien, die Wirtschaftskammer Wien mit ihrer Netzwerkplattform creativespace.at, einer Initiative zur Vernetzung von klassischen Wirtschaftsunternehmen mit den Creative Industries, und die Medienmesse laden zum Kreativwettbewerb: „Ten minutes to become famous“.

Die Motivation der Stadt Wien für dieses Vorhaben ist hoch: „In wenigen Jahren werden Medien ebenso ein Stärkefeld Wiens sein, wie jetzt schon die Bereiche Life Sciences und IKT. Dort ist Wien bereits an der Spitze Mitteleuropas und bei den Medien werden wir es bald sein. Die Stadt Wien hat dafür eine klare Strategie und mit dem ZIT eine Innovationsagentur, die diese Strategie konsequent umsetzt.“ meint **Dr. Claus Hofer**, Geschäftsführer des ZIT, Zentrum für Innovation und Technologie. „Jetzt geht es darum diese Medienschaffenden noch stärker zu unterstützen und auch darum ihre Leistungen international sichtbar zu machen.“

Die Wirtschaftskammer Wien ist Partner in diesem Engagement. „Immer mehr Unternehmen setzen auf Kooperationen mit Kreativdienstleistern, um gemeinsam innovative, wettbewerbsfähige Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Mit dem Wettbewerb ‚Ten minutes to become famous‘ will die Wirtschaftskammer Wien Kreative und Vordenker aus dem Bereich Multimedia einladen, ihre Projekte und Ideen einem interessierten Fachpublikum zu präsentieren und auf diesem Wege mögliche Kooperationspartner für die Umsetzung zu gewinnen“, betont **KommR Brigitte Jank**, Präsidentin der Wirtschaftskammer Wien und Initiatorin von creativespace.at, der mittlerweile größten Kreativplattform Österreichs.

Alle in Österreich tätigen NewcomerInnen, UnternehmerInnen und KreativdienstleisterInnen sowie alle in Österreich Studierende, die das 18. Lebensjahr vollendet haben, sind eingeladen, ihre Konzepte einzureichen und erhalten die Chance, ihre Ideen auf der Österreichischen Medienmesse am 26. September 2008 vorzustellen.

Sowohl für junge Kreative als auch für interessierte IKT-Unternehmen eine einzigartige Chance, ist Jank überzeugt: „Gerade in Bereichen wie dem Multimediasektor, die einem permanenten Fortschritt und Wandel unterliegen, sind Kreativkooperationen inzwischen unumgänglich. Nur durch das Zusammenwirken von technischem Know-how und kreativen Ideen ist eine nachhaltig erfolgreiche Positionierung in diesem heiß umkämpften Feld möglich. Der Wettbewerb soll das Potenzial am Standort Wien aufzeigen und möglichst viele zukunftssträchtige Kooperationen initiieren, von denen sowohl Kreativdienstleister als auch IKT-Branche profitieren.“

Ausschreiber des Wettbewerbs sind die Stadt Wien mit departure, die Wirtschaftskammer Wien mit creative space und die Medienmesse gemeinsam. Unterlagen für die Teilnahme sowie ein Downloadformular zur Anmeldung finden sich unter www.medienmesse.at im Web.

Eine hochrangig besetzte, unabhängige Fachjury wird aus den eingereichten Ideen die Top 10 auswählen. Die 10 Projekte werden auf der Medienmesse vorgestellt und können von den Einreichern selbst präsentiert werden.

Medienmesse 2008: Gegenwart und Zukunft der Kommunikation

Internationale Fachmesse für Marketing, Werbung, Medien und Kommunikation.

24. bis 26. September 2008, Messe Wien, Halle D

Mit mehr als 8.000 m² Ausstellungsfläche, über 100 Ausstellern, darunter den Key-Playern aus den Bereichen Werbung und Marketing, Medien und New Media, Print, Broadcast und Mobile Entertainment ist die Medienmesse die bedeutendste Plattform der Kommunikationsbranche in Österreich mit internationaler Ausstrahlung. „Durch die große Akzeptanz der heimischen Unternehmen und den Zugewinn prominenter internationaler Aussteller können wir heuer ein Wachstum von über 15 Prozent verzeichnen.“ freut sich **Petra Reifeltshammer**, Leiterin der Medienmesse. „So wird heuer der Mediaprint-Konzern erstmals mit seinem gesamten Portfolio auftreten und es werden CNN und Adobe erstmals als Aussteller vertreten sein.“

Neben dem klassischen Ausstellerportfolio kommen heuer drei neue Bereiche hinzu: Internet, Dialogmarketing und mobile marketing and gaming. Die Internetbranche ist beispielweise mit Hannes Jagerhofers Interacts dabei, das Dialogmarketing wird herausragend durch den Direktmarketingverband Österreich DMVÖ vertreten und der Bereich gaming durch Nintendo.

Besonders glücklich ist man heuer über den geballten Auftritt der Fachhochschulen. Für die Ausbildungsinstitutionen – von der FH Wien (Kommunikation, Marketing und Journalismus) bis zu den einschlägigen Fachhochschulen – ist die Medienmesse Möglichkeit der Präsentation der eigenen Leistungen. Sie sind mit eigenen Ständen präsent. „So wird die Medienmesse 2008 zum Marktplatz und Treffpunkt für den

Branchennachwuchs“, meint **Mag. Michael Himmer**, Organisator der Medienmesse.

Nahezu komplett vertreten sind auch die Plattformen, Interessensvereinigungen, Ausbildungseinrichtungen sowie Fachverbände aus Kommunikation, Marketing und Werbung. „Für uns“, so der Fachverbandsobmann Werbung und Kommunikation Österreich, **Dr. Peter Drössler** und VÖP-Vorsitzender **Mag. Christian Stögmüller**, „ist das eine ideale Möglichkeit, unsere Services zu präsentieren und den Dialog mit unseren Mitgliedern zu forcieren“.

Dialog zwischen Praxis und Vision: Das Medienforum

Das „Medienforum“ hat sich zu einem echten Highlight der Medienmesse entwickelt. Täglich finden im Stundentakt Diskussionen, Präsentationen, Performances oder moderierte Streitgespräche statt. Als Highlight debattiert am ersten Nachmittag der Managementclub unter Leitung von Presse-Chefredakteur **Michael Fleischhacker** mit den Vertretern der österreichischen Medienpolitik über „Mehr Platz für Privat Fernsehen“. Eine überaus spannende und kontroverse Diskussion ist zu erwarten. Davor informiert Schober über die „Ganzheitlichen CRM-Konzepte im Lesemarketing“ und für die Österreichische Post AG hält **Marc Zimmermann** einen Vortrag über „web for me“.

Vertreter der wichtigsten Interessensvereinigungen von IAA bis zum Fachverband Werbung und Marktkommunikation diskutieren über ein „Zuviel Werbeeinschränkungen im Medienbereich“ und über die drohende Flut an Werbeverboten. Media Biz, das Fachmagazin stellt die scheinbar simple Frage „Mein Neffe betreibt einen Radiosender, mein Bruder hat eine Videokamera ... Demokratisierung der Produktionsmittel – Segen oder Fluch für die Medienbranche?“ und fokussiert damit die Debatte um usergenerierten Content und „Self-Messaging“ in den neuen interaktiven Medien.

Zwei wichtige weitere Themenbereiche sind die beiden Panels der Sparte Industrie Wien /Fachvertretung der Audiovisions- und Filmindustrie Wien:

Die kreative Szene Österreichs diskutiert unter Leitung des Moderators **Anthony Guedes** (Film Factory) zum Thema „Werbefilm – Motor der Innovation“, die Verantwortlichen der Politik und Filmwirtschaft zum Thema „Spielfilm – (K)eine Chance für den Filmstandort Wien“ unter der Moderation von **Burkhard Ernst**.

Medienmesse und Highlife

Ein kommunikativer Höhepunkt der Medienmesse und der österreichischen Medientage ist die After Business-Party am 25. September 2008, zu der alle Aussteller ihre Kunden einladen – das Jahresfest der Kommunikation gewissermaßen. Mit mehreren tausend Besuchern wird gerechnet. „Die Medienmesse“, so **Petra Reifeltshammer**, „ist nicht nur bloße Ausstellung, Diskurs- und Diskussionsplattform, sie ist Networking pur: Chance für Newcomer, Kontakte zu schließen und Netzwerke aufzubauen, Gelegenheit für Branchenprofis, einander auszutauschen und neue Querverbindungen zu schaffen, direkter Dialog zwischen Anbietern und Kunden. Das ist gerade in einer sich rasch wandelnden Branche wichtig.“

Die Aussteller der Medienmesse 2008

Die Ausstellerliste ist so prominent wie noch nie, heuer werden einige neue Teilnehmer erwartet, insgesamt mehr als hundert. Die Erwartungshaltungen sind hochgesteckt. Hier die Statements einiger prominenter Aussteller:

"Lange war von der digitalen Revolution die Rede, viel ist darüber geschrieben worden. Jetzt stecken wir urplötzlich mitten drinnen: Die neuen Technologien gewinnen zunehmend an Akzeptanz, das Mediennutzungsverhalten des Publikums verändert sich merkbar und auch die Produktion und Distribution von Medieninhalten verändern sich rapid. Nicht zuletzt deshalb ist es für ein mitten im Wettbewerb stehendes öffentlich-rechtliches Medienunternehmen wie den ORF wichtig, bei der bedeutendsten österreichischen Medienmesse präsent zu sein."

***Pius Strobl**, Leiter Marketing und Kommunikation, ORF*

"CNN und die Sender der Turner Entertainment Group freuen sich auf die Premiere als Aussteller in Wien! Der österreichische Medienmarkt ist sehr wichtig für uns, er ist in vielem auch Vorreiter, wie zum Beispiel im Pay TV Bereich. Wir schätzen Österreich daher als eigenständigen Fernsehmarkt und auch als Tor zu den osteuropäischen Märkten. Der Zeitpunkt, in diesem Jahr zu den Österreichischen Medientagen zu kommen ist perfekt für uns, da wir gerade den Start eines fünften Turner Senders angekündigt haben."

***Jörg Buddenberg**, Marketing Officer D-A-CH, CNN*

"Eine starke Post lebt von einem starken Partner. Wir sind froh, dass wir mit Österreichs Medien- und Kommunikationsbranche einen wichtigen Partner an der Seite haben, mit deren Vertreter wir gemeinsam die kommunikative Zukunft des Landes erfolgreich mitgestalten können. Die Medienmesse, als eine der größten Kommunikationsplattformen dieser Branche gibt uns die Chance, mit unseren Kunden und Partnern in einen Dialog zu treten und Innovationen, Verlässlichkeit und Qualität der Post herauszustreichen."

Dr. Anton Wais, *Generaldirektor der Österreichischen Post AG*

„Wir freuen uns auf die Medientage und die Medienmesse 2008, weil sie eindrucksvolle, lebendige Schauplätze der Medienvielfalt in unserem Land sind. Die gelungene Kombination von Fachtagung und Publikumsmesse bietet uns sowohl die Gelegenheit, unser Medium dem interessierten Fachpublikum zu präsentieren, als auch zum Branchen-Get-Together. Als junges, innovatives Medium legen wir auch besonderen Wert auf den Kontakt mit dem Nachwuchs – sei es, als Journalistenanwärter, sei es als Leser. Hierfür bietet die Medienmesse die optimale Plattform.“

Mag. Karin Sonnleitner, *GF B2B Marketing & Services, Österreich*

„Mit DVB-H beginnt in Österreich ein neues Zeitalter. Die zwei bedeutendsten Medienwelten TV und Mobilkommunikation wachsen zusammen. Da ONE am Start dieser Innovation maßgeblich beteiligt war, ist es für uns eine Selbstverständlichkeit, dass wir auf der Medienmesse 2008, dem Treffpunkt der heimischen Medienszene, präsent sind.“

Michael Krammer, *CEO One*

„Wir sind der größte Anbieter von FH-Studiengängen in den Bereichen Management und Kommunikation. Für unsere Institute Kommunikationsmanagement, Journalismus- und Medienmanagement sowie Marketing- und Salesmanagement ist die Medienmesse eine wunderbare Gelegenheit ihr Studienangebot für Vollzeit- und berufsbegleitend Studierende vorzustellen“

Michael Heritsch, GF der FH Wien-Studiengänge der WKW

„Wir präsentieren unser breites Angebot angefangen von Fernsehen via UMTS-Streaming, über DVB-H sowie über 3Data auf dem Laptop. Weiters gibt es an unserem Stand die neuesten Entwicklungen im Bereich Content, Technologie und Endgeräte zu sehen und auszuprobieren. Weiterer Schwerpunkt ist ‚Mobile Marketing‘: Das Handy ist eines der persönlichsten Tools und ist so selbstverständlich wie Schlüssel und Geldbörse immer mit dabei. Dadurch ist es möglich, eine breite Zielgruppe auch unterwegs zu erreichen und maßgeschneiderte Inhalte zu liefern. Die vielen Möglichkeiten für innovatives und effizientes ‚Mobile Marketing‘ präsentieren wir anhand von Case Studies und Referenzkunden.“

Berthold Thoma, CEO Hutchison 3G

„Die Medienmesse ist der Branchentreffpunkt Österreichs. Der Fachverband Werbung und Marktkommunikation nutzt den Event, um mit europäischer Perspektive mit und für die Branche zu kommunizieren und bietet dabei österreichischen Bildungsinstitutionen eine attraktive Bühne.“

Dr. Peter Drössler, Obmann FV Werbung und Marktkommunikation

„Wir von der Styria Medien AG schätzen die Medienmesse als spannendes Schaufenster einer dynamischen Branche gleich doppelt. Einerseits natürlich, weil sie die ideale Bühne ist, um die Vielfalt und Internationalität unserer Leistungen präsentieren zu können. Diese reichen von Printprodukten über Online- und audiovisuelle Medien bis hin zu Druck wie auch Logistik und erfassen die Märkte Österreich, Slowenien und Kroatien. Andererseits ist die Messe auch ein sehr gut funktionierendes Trendbarometer für Medienmenschen. Wer mithalten will, muss einfach dabei sein!“

Mag. Birgit Hübler, Ltg. Konzernkommunikation, Styria Medien AG

"Wir sind deshalb Aussteller auf der Medienmesse, weil wir dieses intermediale Angebot als Plattform für die Besucher nutzen wollen um die Besonderheiten in der Out of Home-Branche präsentieren zu können."

Hansjörg Hosp, COO Gewista

"Der Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ) ist die Branchenvertretung für die dialogorientierte Kommunikationsbranche. Dialog findet in allen Werbe- und Kommunikationskanälen statt. Unabhängig davon, ob es sich um Plakate, TV-Spots, Inserate, Online-, Suchmaschinen-, Mobile- Marketing-Kampagnen oder Direct Mails handelt. Was zählt, ist der Dialog. Deshalb ist es für uns selbstverständlich bei der Medienmesse - DER Fachmesse im Bereich Gesamtkommunikation - präsent zu sein."

Michael Straberger, DMVÖ-Präsident

"Ob Sender, Produzenten, Netzbetreiber oder Hersteller – über die Tatsache, dass sich die Medienlandschaft im Wandel befindet, besteht Einigkeit. Kennzeichen dieses Wandels sind die zunehmende Digitalisierung, die Ausweitung von Broadcast-Angeboten um Punkt-zu-Punkt-Angebote, die Ergänzung von Free-TV-Inhalten um Pay-TV-Dienste, die Ausdehnung von Kabel und Satellit in Richtung Plattformbetrieb, die Erweiterung der Fernsehlandschaft um Spartenkanäle und eine erkennbare Tendenz in Richtung Interaktivierung von Content. In diesem Kontext bietet sich der Medienmesse Wien eine Chance, sich langfristig zu einer Plattform für branchenübergreifenden Schlagabtausch zu entwickeln. Für MEDIA BIZ Grund genug, auf der Messe präsent zu sein"

Wolfgang Ritzberger, *Chefredakteur MEDIA BIZ*

"Videojournalismus wird die Zukunft der Medienbranche nachhaltig beeinflussen, die kreativen und preislichen Möglichkeiten dieser Produktionsweise sind nahezu unglaublich. News on Video bietet als erste Firma in Österreich nicht nur Produktionen zu VJ-Bedingungen sondern vor allem auch die Ausbildung von Videojournalisten und die Betreuung ganzer VJ-Redaktionen an. Ich kann mir keine bessere Möglichkeit als die Medienmesse vorstellen, um unsere innovativen Konzepte in der Branche und für die Kunden zu kommunizieren."

Martin Wolfram, *Geschäftsführer news on video*

„Der Auftritt auf der Medienmesse bietet unserem jungen und innovativen Unternehmen die Chance, sich der Kommunikationsbranche zu präsentieren. Unkonventionelle Konzeptideen werden präsentiert sowie Ideen und Lösungen kommuniziert. Kommunikation bedeutet auch Vernetzung, was wir mit unserem Auftritt bewirken wollen.“

Hannes Jagerhofer, *GF interACTS GmbH*

Facts & Figures

Das Konzept: 4 Veranstaltungen unter einem Dach

- **15. Österreichische Medientage**
Mit 1.800 Teilnehmern die bedeutendste Fachkongressplattform der Kommunikationsbranche in Österreich.
- **Medienmesse**
Mehr als 100 Aussteller präsentieren auf über 8.000 m² aktuelle Trends und Produkte.
- **Medienforum**
Das best-practice Forum als Herzstück der Medienmesse.
- **After Business Party**
Am Abend des zweiten Messtages verwandelt sich die Messehalle in eine Partyzone.

15. Österreichische Medientage

Ort:

Messezentrum Wien, Halle D (U2 Station Krieau)
Eingang über Foyer D, Trabrennstraße
1020 Wien

Datum:

24. bis 26. September 2008

Eintritt:

Ticket für Mi bis Fr:	EUR 350,-
Ticket für Mi oder Do:	EUR 150,-
Ticket für Fr:	EUR 50,-

(Eintritt für die Medienmesse jeweils inkludiert)

Medienmesse

Internationale Fachmesse für Kommunikation, Werbung und Medien

Ort:

Messezentrum Wien, Halle D (U2 Station Krieau)
Eingang über Foyer D, Trabrennstraße
1020 Wien

Datum:

24. bis 26. September 2008

Öffnungszeiten:

Mi und Do: 09:00 bis 19:00 Uhr
Fr: 09:00 bis 17:00 Uhr

Eintritt für Fachbesucher

Eintagesticket: EUR 10,- (bei Vorregistrierung EUR 5,-)
Dreitagesticket: EUR 20,- (bei Vorregistrierung EUR 10,-)

Vorregistrierung auf www.medienmesse.at

Anmeldegebühr

Für Aussteller EUR 380,-
(beinhaltet Grundeintrag im Ausstellerverzeichnis, Ausstellerausweise, 1
Parkkarte, je nach Standgröße Kongresstickets für die Österreichischen
Medientage)

MitAusstellerpauschale

EUR 630,-

Platzgebühr

EUR 188,-/m²

Dieser Nettopreis beinhaltet die Leerfläche exklusive
Standbegrenzungswände. Mindeststandgröße 12 m²

Besucherzielgruppen

- Entscheidungsträger und Mitarbeiter aus den Unternehmensbereichen Marketing, Medien, Werbung und Kommunikation
- Entscheidungsträger und Mitarbeiter von Werbe-/Promotion- und Eventagenturen
- Nachwuchs der Kommunikationsbranche: spezifische Fachschulen/Lehrgänge
- Ausstellergruppen
- Affiliate Marketing
- Aus- u. Weiterbildung
- Außenwerbung
- Breitband Infrastruktur
- Content
- Dienstleister für Film- und Radioproduktion
- Digitaldrucksysteme u. -dienstleister
- Direct Marketing
- Druck- u. Reprotechnik
- E-Commerce
- Eventagenturen
- Internet
- Ingame-Advertising
- IP-TV
- Logistik
- Media Services
- Medientechnik
- Mobile Communications
- Mobile Games
- Mobile Marketing
- Mobile TV
- Multimedia
- New Media
- Online Werbung
- Programmanbieter
- Research- und Consultingunternehmen
- Suchmaschinen-Marketing
- Telekommunikation
- TV/Radio
- Veranstaltungstechnik
- Verbände und Institutionen
- Verbreitungstechnik
- Verlagsunternehmen
- Werbung u. Promotion

Medienforum

Das best-practice Forum als Herzstück der Medienmesse mit Veranstaltungen im Stundentakt.

After Business Party

Am Abend des zweiten Messtages verwandelt sich die Messehalle in eine Partyzone. Der ideale Treffpunkt zum Networking bei freiem Eintritt.

Donnerstag, 25. September 2008, 19:00 bis 24:00 Uhr

Kontakt:

www.medientage.at

www.medienmesse.at

Leitung Eventmanagement:

Manstein Zeitschriftenverlagsgesellschaft mbH

Eva Maria Kanz

e.kanz@manstein.at

Tel.: +43 (0)1 866 48 - 532

Fax: +43 (0)1 866 48 100

PR und Pressebetreuung:

Multiart PR Agentur GmbH

Peter Wurm

peter.wurm@multiart.at

Tel: +43 (0)1 535 33 45 - 26

Fax: +43 (0)1 533 92 01