

«Reality Check» auf der «Content Summit 01»

Kritische Bestandsaufnahme und optimistischer Blick in die Zukunft der Content-Industrie

Top-Strategen und Entscheider der Content-Industrie aus über 30 Ländern treffen sich vom 7. bis 9. November 2001 in Zürich zur «Content Summit 01». Nach dem kürzlich erfolgten Zusammenschluss der «Interactive Publishing Conference», eine der wichtigsten Fachkonferenzen zum Thema, mit der letztes Jahr erstmalig ausgerichteten Fachmesse «Content Show» der Messe Basel, wird die «Content Summit» ein noch umfangreicheres und informativeres Programm bieten können.

Das Joint Venture der Messe Basel und dem langjährigen Veranstalter der «Interactive Publishing Conference», der Interactive Publishing GmbH, Zürich, stärkt die Zukunft der «Content Summit», einer der bedeutendsten Events der internationalen Content-Industrie. Diese widmet sich vor allem den Herausforderungen eines jungen, entstehenden Marktes, der innerhalb der nächsten Jahre, so prognostizieren Branchenexperten, ein kräftiges Wachstum erfahren wird. Content, digitale Inhalte, thematisch attraktiv und kundenorientiert aufbereitet, wird sich zu einem milliarden-schweren Geschäftsfeld entwickeln. Digitale Inhalte stellen die wichtigsten Schwerpunkte einer informationsbasierten Ökonomie dar. Obwohl, laut Forrester Research, 20% der derzeitigen Content-Unternehmen glauben, das im Jahre 2003 rund 20% ihrer Einnahmen aus Online-Quellen kommen werden, sind dennoch erst die Hälfte dieser Unternehmen Partnerschaften für digitale Rechteverwertung eingegangen.

Die «Content Summit» bietet nicht nur diesem Geschäftsbereich eine Plattform. Renommierte Produzenten und Anbieter interaktiver Inhalte für Online- und digitale Offline-Medien, wie beispielsweise Zeitungs- und Zeitschriften-

verlage, Broadcastinggesellschaften sowie andere Originators und Rechteinhaber, als auch Internet Service Provider und Telecoms – sie alle nutzen die «Content Summit» als einen internationalen Meeting Point zur Präsentation neuer Ideen. Die «Content Summit 01» bietet ein vielfältiges, informatives und spannendes Programm bestehend aus Konferenz, einer Fachmesse, Workshops, Diskussionen, Präsentationen, einem Matchmaking sowie dem «IP Top Award» für den besten interaktiven Content aus Europa.

Notabene: Kreation, Packaging und Vertrieb von Content wird einer der Kernbereiche für die zukünftige Entwicklung des Internet und Europa ist einer der herausforderndsten aber auch lukrativsten Marktplätze für digitale Inhalte mannigfaltiger Art.

Zeit für einen kritischen Blick

Nach der grossen Hektik im Internetgeschäft ist es jetzt Zeit wieder einmal einen intensiven Blick auf die Konzepte der Content-Industrie zu werfen. Alte und neue, verworfene und noch nicht erhörte Strategien und Programme für einträglichere digitale Inhalte sind Gegenstand der meisten Präsentationen auf der «Content Summit». Auch wenn manche Medien-Unternehmen eher verhaltene Geschäfte machen, auch die Investoren lieber zögerlicher operieren als auch schon – kaum jemand zweifelt, dass die Jagd nach der ‚Killerapplikation‘, nach dem Gral der Content-Industrie weiter geht. Alte Fragen stehen noch immer im (virtuellen) Raum und werden erneut auf dem «Content Summit» erörtert: Welche Distributionskanäle, welche Formate eignen sich am besten zur Verteilung meiner Inhalte? Mit welcher Preisgestaltung, mit welchem Marketing soll vorgegangen werden? Antworten, Lösungen und Anregungen finden die Teilnehmer im umfangreichen Konferenzteil der «Content Summit».

Zu den wichtigsten Zukunftsfragen der Branche zählen sicherlich: Welche neuen Inhalte und Erzählformen nutzen die Möglichkeiten, testen die Grenzen der verschiedenen Medien und Kanäle – begeistern die Zielgruppen? Welche Einnahmequellen und Zahlungsarten erschliessen Verlagen und Broadcastern neue Geschäftsbereiche und werden von den Usern akzeptiert? Informationen über diese spannenden Fragen in den «Next Practice»-Debatten.

Immer mehr Menschen sind höchst mobil. Wie können Content-Provider diesen Markt bedienen? Wie reagiert die Werbewelt? Überhaupt: Welche Werbeformen kommen nach dem «Banner»? Und welche funktionieren? Neben der Werbung ändern sich natürlich auch die Inhalte – aber wohin? Attraktiver Content, kreierte mit Leidenschaft, drängelt in alle Verteilkanäle – die Filmindustrie macht es vor. Sie nutzt die Wertschöpfungskette konsequent aus – viele Anbieter digitaler Inhalte haben hier noch Optimierungsbedarf. Auf der «Content Summit» werden die ‚verschiedenen Leben‘ von Inhalten präsentiert und Methoden und Strategien der Wertschöpfung durchleuchtet. Im ‚Reality Check‘ werden Case und Business Studies analysiert und die «IdealInfusion» an jedem der drei Konferenztage sorgt für viel frisches Blut im Content-Cerebrum.

Innovative Print-on-Demand-Lösung in Theorie und Praxis

Neben all den reichen Themen der Content-Industrie wird eine innovative Print-on-Demand-Lösung im praktischen Einsatz das Arbeitsmodell einer kompletten Wertschöpfungskette für Content demonstrieren – digitale Inhalte vom Web auf das holzhaltige Medium Print, aktuelle Updates und Informationen aus der Content-Industrie und von der «Content Summit» liessen wieder zurück auf's Web. Beim

Projekt «Content Summit IN-print» wird das «Content Summit»-Programmheft live ‚on-demand‘ gedruckt – personalisiert für das individuelle Kommunikationsbedürfnis. Der Content-Provider Factiva (Reuters/Dow Jones) liefert täglich neue Inhalte aus seinen zahllosen weltweiten Informationsquellen, der Informationsverarbeitungs-Spezialist Eurospider filtert die Inhalte nach «Content Summit»-spezifischen Themen und ‚The Document Company‘ Xerox bringt diese personalisierten Informationen aus dem Internet mit ausgefeilten Publishing-Tools auf’s Papier. Täglich entstehen so ein aktueller Ausstellungs-Katalog mit Teilnehmerverzeichnis und einem Newsletter mit industrie- und veranstaltungsrelevante Informationen rings um die (tagende) Content-Industrie.

In einer Workshop-Situation produziert «Content Summit IN-print» inmitten der «Content Summit 01»-Ausstellungsfläche und in einem eigenen Workshop am Freitag, 9.11.01 werden die Arbeiten der «IN-print» Lösungen präsentiert. Kritisch wird betrachtet werden ob «Content Summit IN-print» sich den redaktionellen und technischen Anforderungen einer Publikation dieser Art erfolgreich stellt.

**Detaillierte Informationen zum kompletten Programm
finden Sie unter www.contentsummit.com**

Content Summit 01

Der Content Summit ist die einzigartige europäische Plattform für die führenden Akteure der Content-Industrie aus mehr als 30 Ländern.

Die Content Summit verknüpft wegweisende Strategien und «Best Practice / Next Practice»-Präsentationen, die in der Konferenz sowie den Hands-on-Workshops debattiert und evaluiert werden, mit den Dienstleistungen und Produkten der Anbieter von Inhalten und unterstützenden Technologien im Ausstellungsbereich.

Der Marktplatz der Konvergenzen wird nicht nur während des 3-Tage-Events definiert und gestaltet, die gesprächsorientierte und engagierte Atmosphäre verbindet die Teilnehmer auch über den aktuellen Anlass hinaus.

Organisiert von der Interactive Publishing GmbH und der Messe Basel wird sich die Veranstaltung Content Summit 01 vom 7. bis 9. November 2001 in Zürich auf drei Dinge konzentrieren: Zukunftsweisenden Inhalt, hochkarätige Teilnehmer und eine parxisorientierte Umsetzung.

**Diese Pressemitteilung ist auch auf dem Internet
abrufbar: www.contentsummit.com**

PM2d/August 2001

Ansprechpartner für die Medien:

Messe Schweiz, Content Summit 01, Bernd Schuster
Kommunikationsleiter, Postfach, CH-4021 Basel
Tel. +41 61 686 22 73, Fax +41 61 686 21 91
E-Mail: bschuster@messebasel.ch, www.contentsummit.com

In Deutschland:

Matthias Thews – Simone Schubbach
Fink & Fuchs Public Relations AG, Berliner Strasse 164
D-65205 Wiesbaden, Tel. 0611 74 13 10, Fax 0611 74 13 123
E-Mail: matthias.thews@ffpr.de oder simone.schubbach@ffpr.de
www.ffpr.de