

GAMES

i m M e d i e n m a r k t

Business-Strategien im interaktiven Unterhaltungssektor

Online und Mobile Games

Erfolgreiche Geschäftsmodelle für Handy und Internet

Medienkonvergenz

Crossmediale Formate für die Film- und Fernsehbranche

In-Game-Advertising

Spiele als Werbemedium

Digitale Distribution

Der Zukunftsmarkt für die Gaming-Industrie

Finanzierungsmodelle

Gewinnbringende Strategien für Gaming-Unternehmen

Vorsitz: **Stephan Reichart**, Geschäftsführer, Aruba Studios GmbH;
Hauptgeschäftsführer G.A.M.E. Bundesverband e.V.

Mit Beiträgen unter anderem von:



Boris Wasmuth, Geschäftsführer Marketing, **GameDuell**
Thomas Richter, Director of Content Sourcing, **Jamba!**



Marc Wardenga, Head of Games, **SevenOne Intermedia**
André Sonder, New Business Director, **IGA Worldwide**



Renate Grof, Senior Managerin Gamesload, **Deutsche Telekom**
Sven Achter, Principal, **Holtzbrinck Ventures**

Die Games-Branche – eine rasant wachsende Produkt- und Serviceindustrie

Mit zweistelligen Wachstumsraten ist der Spielmarkt zum wachstumsstärksten Segment im Mediengefüge geworden. Allen voran steht die Sparte der Online Games, denn vor allem Internetunternehmer nutzen die Chance Gamingportale im Netz zu gründen, mit denen sie hohe Gewinne erzielen. Auch die großen Medienhäuser verlieren mit den klassischen Medien jährlich Marktanteile an die Branche der interaktiven Unterhaltungsindustrie. Sie haben erkannt, dass die Gamesbranche einen wichtigen Teil in der Wertschöpfungskette der Medien darstellt. Deshalb nutzen sie im Rahmen der zunehmenden Medienkonvergenz den Spiele-Hype, um neue Geschäftsfelder zu erschließen und somit neue Erlösquellen zu eröffnen.

Erfahren Sie auf der 2. EUROFORUM-Konferenz „Games im Medienmarkt“, wo sich erfolgversprechende Business-Potenziale im Entertainment-Sektor befinden. Treffen Sie Experten und diskutieren Sie mit ihnen u.a. darüber

- wo Marktpotenziale für Film, Fernsehen und Telekommunikation entstehen
- wie die Werbewirtschaft und die Spielebranche ineinandergreifen
- wie ein vorfinanziertes Gamesportal gewinnbringend funktioniert
- mit welchen neuen Inhalten und Formaten von Spielen sich die Zielgruppe erweitern lässt

Wen Sie auf dieser Konferenz treffen:

Geschäftsführer und leitende Angestellte

- aus den Bereichen:
- Business Development
 - Marketing
 - Vertrieb
 - Finanzen

- aus folgenden Unternehmen:
- Spiele- und Softwarehersteller
 - Medien
 - TV- und Rundfunk
 - Telekommunikation
 - Markenartikler
 - Multimedia-Agenturen
 - Hardwarehersteller
 - Content Provider
 - Werbeagenturen
 - Netzbetreiber
 - Endgerätehersteller

Teilnehmerstimmen der letzten Konferenz

„Sinnvoll investierte Zeit, die einen sehr guten Überblick geliefert hat.“ C. Haase, ORF-Enterprise GmbH & Co. KG

„Zwei hochspannende Tage mit perfekt ausgewählten Referenten.“ M. Bartl, Kress Verlag GmbH

Programm

DIENSTAG, 10. JUNI 2008

8.30– 9.00

Empfang mit Kaffee und Tee
Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.00– 9.15

Eröffnung der Konferenz durch den Vorsitzenden

Stephan Reichart, Geschäftsführer, Aruba Studios GmbH;
Hauptgeschäftsführer G.A.M.E. Bundesverband e.V.

9.15–9.45

Der Spielmarkt im Überblick – Entwicklungen in Deutschland, Europa und weltweit

- Zahlen, Daten, Fakten. Entwicklungen im deutschen und internationalen Markt. Stärken und Schwächen einzelner Marktbereiche im Vergleich
 - PC, Online, Mobile oder Konsole? Welche Segmente welche Marktchancen bieten
 - Wachstum gegenüber der klassischen Medien-Unterhaltungsbranche – ist die Spielebranche tatsächlich der wichtigste Wachstumsmarkt?
 - Games zwischen Kultur und Wirtschaftsgut – Herausforderungen der Spielebranche in den nächsten Jahren
- Stephan Reichart**

Erweiterung der Zielgruppe durch neue Inhalte

9.45–10.15

Frauen und Gaming

- Computerspiele ein Medium nur für starke Jungs? – Vorurteil oder Fakt?
- Frauen spielen anders – Eine Gegenüberstellung der Interessen beider Geschlechter
- Welche geschlechtsspezifischen Anforderungen sind bei der Gestaltung von Computerspielen zu beachten?
- Mit welchen Inhalten man Frauen, Familien und Senioren besser erreichen kann

Dr. Stefan Blanck, Geschäftsführer, Chromatrix GmbH

10.15–10.45

Diskussion und Fragen an die Referenten

Pause mit Kaffee und Tee [10.45–11.15]

Games im Internet

11.15–11.45

Multiplayer Casual Online Games

- Business-Modelle im Casual Gaming Bereich
- Zielgruppe Marketing
- Internationalität
- Game Design für den Massenmarkt

Boris Wasmuth, Geschäftsführer Marketing, GameDuell GmbH

11.45–12.15

Digitale Distribution als Zukunftsmarkt für die Games-Industrie

- Status quo der digitalen Distribution von Games in Deutschland
- Kundenstruktur und lukrative Zielgruppen
- Erfolgsfaktoren der digitalen Distribution
- Chancen für Publisher

Renate Grof, Senior Managerin Gamesload, Deutsche Telekom AG

12.15–12.45

Diskussion und Fragen an die Referenten

Gemeinsames Mittagessen [12.45–14.15]

Mobile Games

14.15–14.45

Handy Games: Status Quo '08 – Fakten, Trends und kleine Geheimnisse

- Gewinner und Verlierer 2007 – Ein Rückblick auf Mobile Games bei Jamba!
- Was funktioniert: Kategorien und Spiele-Typen
- 3D, Multiplayer, AdVer-Gaming – Was ist Realität, was Zukunft, was Hype?
- Visionen 2008

Thomas Richter, Director Content Sourcing, Jamba! GmbH

14.45–15.15

Rechtliche Fallstricke bei Mobile Games

- Schließung von Verträgen über das Mobile Device
- Wie die eigenen AGBs einbezogen werden können
- Lassen sich die extensiven Informationspflichten auf kleinen Bildschirmen erfüllen?
- Inwieweit kann Werbung in das Spiel integriert werden?

- Was kann mit den Nutzerdaten gemacht werden (z.B. Location Based Services etc.)?
Dr. Matthias Nordmann, Partner/Rechtsanwalt, Kanzlei Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl
Dr. Ulrich Reber, Rechtsanwalt, Kanzlei Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl

15.15– 15.45

Diskussion und Fragen an die Referenten

Pause mit Kaffee und Tee [15.45–16.15]

Finanzierungsmodelle von Spielefirmen

16.15–16.45

Online Games ermöglichen Herstellern und Medien völlig neue und innovative Erlösquellen

- Geschäftsmodelle von Online Games
- Browserbasierende Massive Multiplayer Online Games – Der Zugang von Medien zur jungen Zielgruppe
- Fallbeispiel: TV-Sender integriert Massive Multiplayer Online Games
Heiko Hubertz, CEO, Bigpoint GmbH

16.45–17.15

Der Gamingmarkt aus Perspektive eines mediennahen Venture Capital Fonds

- Stellenwert von Gamingangeboten im Mediennutzungsverhalten verschiedener Zielgruppen
- Produktangebote und Geschäftsmodelle
- Gaming im Kontext Online Social Networks
- Investmentfokus von Holtzbrinck Ventures im Bereich Gaming
Sven Achter, Principal, Holtzbrinck Ventures GmbH

17.15–17.45

Diskussion und Fragen an die Referenten

Ende des ersten Konferenztages [17.45]

Im Anschluss an den ersten Konferenztage lädt EUROFORUM Sie herzlich zu einem gemeinsamen Get together ein. Nutzen Sie die Gelegenheit zu einem informellen Erfahrungsaustausch mit Kollegen und Referenten und lassen Sie den Tag Revue passieren.

MITTWOCH, 11. JUNI 2008

8.30–9.00

Empfang mit Kaffee und Tee

9.00–9.15

Eröffnung des zweiten Konferenztages durch den Vorsitzenden

Stephan Reichart

Medienkonvergenz – Zusammenwachsen der TV-, Film- und Spieleindustrie

9.15–9.45

Crossmediale Formate – Vom TV- zum Spieleproduzenten

- Digitale Senderformate, die sich zur Übersetzung in die digitale Entertainmentwelt eignen
- Games als Erweiterung von TV-Formaten
- Wer entscheidet, welche TV-Produktion sich für eine interaktive Umsetzung eignet?
- Wie funktioniert die Wertschöpfungskette zwischen Online-Portalen, Konsolenprodukt und digitaler Distribution?
Marc Wardenga, Head of Games, SevenOne Intermedia GmbH

9.45–10.15

Schlüsselrends Film 3.0 = Film/Gaming-Convergence

- Entertainment – All in One: Next-Generation Spielkonsolen und HD-Diskformate als Trendsetter (von Gaming 1.0 bis Gaming 3.0)
- Konvergenz-Trends in virtuellen Welten und MMORPs
- Marketing-Trends aus der Gaming- und Film-Branche (Alternate Reality Games und In-Game-Advertising)
- Der Potenzialträger Mobile
- Film und Gaming im Jahr 2012
Nils Hillinger, Senior Trend Analyst, TrendONE a Production Company

10.15–10.45

Diskussion und Fragen an die Referenten

Pause mit Kaffee und Tee [10.45–11.15]

Fortsetzung des Programms S. 5



Games als Werbemedium

11.15–11.45

Marken spielerisch emotionalisieren

- Media-Overkill und Medienfragmentierung: Die veränderte Mediennutzung
- Emotionen und Games: Wie lässt sich die emotionale Prime Time nutzen?
- Produktintegrationen und Adaptionen gängiger Above-the-Line-Formate aus der realen Welt in Games (Print-Anzeigen, Outdoor-Plakate)
- Technologien zur Messung der Werbeleistung

André Sonder, New Business Director, IGA Worldwide Ltd.

11.45–12.15

E-Games als Kommunikationskanal eines großen Markenartiklers

- Gesammelte Erfahrungen im Bereich E-Games
- Aus der Virtualität in die Realität
- Neue Zielgruppen

Cornelia Lenz, Teamleiterin Volkswagen „e-Games/internationale Kooperationen“, Volkswagen AG

12.15–12.30

Diskussion und Fragen an die Referenten

Gemeinsames Mittagessen [12.30–14.00]

Games und Ihre Auswirkungen auf soziales Verhalten

14.00–14.45

Kurzstatement mit anschließender Podiumsdiskussion zum Thema „Computerspiele, ein Teil der heutigen Jugendkultur“

Prof. Maria von Salisch, Professorin für Entwicklungspsychologie, Leuphana Universität Lüneburg

Florian Rehbein, Promotionsstipendiat, Kriminologisches Forschungsinstitut Niedersachsen (KFN)

Olaf Zimmermann, Geschäftsführer, Deutscher Kulturrat e.V.

unter der Moderation von Stephan Reichart

14.45–15.00

Zusammenfassung der Ergebnisse durch den Vorsitzenden und Abschlussdiskussion

Ende der Konferenz [15.00]

INFOLINE

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung?
Wir helfen Ihnen gerne weiter.

Konzeption und Inhalt:

Sophie von Harnier, M.A. (Konferenz-Managerin)

Organisation:

Sandra Ančeva (Senior-Konferenz-Koordinatorin)

E-Mail: sandra.anceva@euroforum.com

Telefon: 02 11/96 86–36 92

SPONSORING UND AUSSTELLUNGEN

Im Rahmen der Veranstaltung besteht die Möglichkeit, dem exklusiven Teilnehmerkreis Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Ihre Fragen zu Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten sowie zur Zielgruppe beantwortet Ihnen gerne:

Dipl.-Kffr. (FH) Nicole Reif (Sales-Managerin)

Telefon: 02 11/96 86–37 26

Fax: 02 11/96 86–47 26

E-Mail: nicole.reif@euroforum.com

WIR ÜBER UNS

Der Name EUROFORUM steht in Europa für hochwertige Kongresse, Seminare und Workshops. Ausgewählte, praxiserfahrene Referenten berichten zu aktuellen Themen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung. Darüber hinaus bieten wir Führungskräften ein erstklassiges Forum für Informations- und Erfahrungsaustausch. Die EUROFORUM Deutschland GmbH ist ein Unternehmen der Informa plc, einem börsennotierten Medienunternehmen für Finanz- und Wirtschaftsinformationen mit Sitz in London.



[Kenn-Nummer]

37VM

10. und 11. Juni 2008, Le Royal Méridien Hamburg

An der Alster 52-56, 20099 Hamburg, Tel.: 040/21 00-0

Bitte ausfüllen und faxen an: 02 11/96 86-40 40

- Ja, ich nehme am 10. und 11. Juni 2008 teil** zum Preis von € 1.899,- zzgl. MwSt. p.P. [P1102869M012]
[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.]
[Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]
- Ich kann nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte die **Tagungsunterlagen** zum Preis von € 299,- zzgl. MwSt.
[Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]
- Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten**.
- Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren** lassen.
[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86-33 33.]

TEILNAHMEBEDINGUNGEN. Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken beträgt € 1.899,- zzgl. MwSt. pro Person und ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

IHRE DATEN. Ihre Daten werden von der EUROFORUM Deutschland GmbH und Partnerunternehmen zur Organisation der Veranstaltung verwendet. Wir werden Sie gerne künftig über unsere Veranstaltungen informieren. Mit Ihrer Unterschrift geben Sie Ihre **Einwilligung**, dass wir Sie auch per Fax, E-Mail oder Telefon kontaktieren sowie Ihre Daten mit anderen Unternehmen (insb. der Informa plc) in Deutschland und international zu Zwecken der Werbung austauschen dürfen. Sollten Sie die Einwilligung nicht in dieser Form geben wollen, so streichen Sie die entsprechende Satzteile oder setzen sich mit uns in Verbindung [Tel.: 02 11/96 86-33 33]. Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden. Sie können der Verwendung Ihrer Daten zu den genannten Zwecken jederzeit widersprechen.

IHRE ZIMMERRESERVIERUNG. Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM-Veranstaltung“ vor.**

IHR TAGUNGSHOTEL. Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt Sie das **Le Royal Méridien Hamburg** herzlich zu einem Umtrunk ein.

Name
Position/Abteilung
E-Mail
Firma
Ansprechpartner im Sekretariat
Anschrift
Telefon
Fax

Datum, Unterschrift

Rechnung an (Name)
Abteilung
Anschrift

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme? Ich selbst oder Name: _____ Position: _____
 Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort: bis 20 21-50 51-100 101-250 251-500 501-1000 1001-5000 über 5000

Anmeldung und Information

per Fax: +49 (0)2 11/9686-4040
 telefonisch: +49 (0)211/9686-3692 [Sandra Ančeva]
 Zentrale: +49 (0)211/9686-3000
 schriftlich: **EUROFORUM Deutschland GmbH**
 Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

per E-Mail: **anmeldung@euroforum.com**
info@euroforum.com
 im Internet: **www.euroforum.de/p1102869**