



29.07.2011 - 19:31 Uhr

IBC2011 Konferenz soll Impulse mit Hauptrednern führender Industrievertreter geben

London (ots/PRNewswire) -

IBC, die weltweit führende Messe für Fachleute, die mit der Inhaltsgestaltung, dem Management und der Ausstrahlung von Broadcast-Medien und Unterhaltung beschäftigt sind, kündigt die interessanteste Konferenz aller Zeiten an. Prägende Persönlichkeiten werden mit stimulierenden Vorträgen Perspektiven und Meilensteine der Industrie aufzeigen.

(Logo: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20110421/ny87427logo>)

Die Liste der Redner schliesst namhafte Persönlichkeiten ein, wie Andrew Barron, COO von Virgin Media UK; Mike Fries, CEO von Liberty Global; William H. Roedy, früherer Chairman und Chief Executive von MTV International; Joanna Shields, Vice President und Managing Director EMEA von Facebook; und Sir Martin Sorrell, CEO von WPP, UK.

Liste der Hauptredner bei der IBC2011:

Luke Johnson, Gründer und Chairman von Risk Capital Partners, William Roedy, früherer Chairman und Chief Executive von MTV Networks International und John Smith, CEO von BBC Worldwide werden die Herausforderungen und Gelegenheiten des momentanen und zukünftigen Broadcast-Geschäfts in The Future of Broadcasting diskutieren: die Ansprache von Problemen, zum Beispiel, wie Sender auf die Verwässerung von Werbeeinnahmen und die Bedrohung durch neue mobile Plattformen und Internet-Ausstrahlung reagieren; ob Sender gezwungen werden ebenso Eigenproduktion anzubieten, da Mitbewerber anfangen, hier zu investieren; welche Form von Partnerschaft mit Mobil- oder Internetbetreibern wäre vorteilhaft für beide Parteien und stellen vernetzte Geräte eine Gelegenheit dar, das Geschäft neu zu beleben, indem es Markensendern ermöglicht wird, Zielgruppen zu erreichen die an Online-Anbieter verloren wurden.

Andrew Barron, COO von Virgin Media, Ferdinand Kayser, CEO von SES Astra und Mike Fries, CEO von Liberty Global, werden einen umfassenden Überblick über die Zukunft von Kabel und Satellit geben: Future Directions in a Hybrid World: Unter anderem wird die Herausforderung angesprochen, die sich durch das Angebot von Internetausstrahlung auf einem Markt ergibt, der traditionell von Kabel- und Satellitenanbietern beherrscht wurde. In dieser Runde wird ebenfalls das Thema angesprochen, ob Bandbreite, kostengünstige Ausstrahlung, HD+ sowie Standards und Sicherheit weiterhin ihren Vorsprung bewahren, oder wird ein hybrides, gemeinschaftliches Connected Home unentbehrlich sein, um zukünftige Zielgruppen einkommenswirksam zu erreichen.

Joanna Shields, Vice President und Managing Director EMEA von Facebook, wird mit ihrer Ansprache über Social Media, dem wohl bedeutendsten Beitrag bei der IBC2011 Konferenz, im Rampenlicht stehen: Ein aufsteigender Star der Industrie, der erst kürzlich von der Zeitschrift "Wired" als der Nr. 1 Digital Power Broker benannt wurde. Shields Ansprache wird die Beziehungen und die Revolution in den Mittelpunkt stellen, die Social Media durch Broadcasting entfacht hat und einen Einblick in die zukünftigen Auswirkungen dieser Paarung geben.

Michael Comishn, Mitbegründer und CEO von Blinkbox, Neil Gaydon, CEO von Pace plc, Romulo Pontual, Executive Vice President und Chief Technology Officer von DIRECTV, Inc. und Hiroshi Yoshioka, Executive Deputy President und Corporate Executive Officer der Sony Corporation werden eine Diskussion führen über Connected TV: Remaking the TV Industry: the battle for the home screen: Traditionelle Broadcasters, Bezahlfernsehen, OTT-Anbieter wie Blinkbox und Netflix, Google TV, Spielkonsolen und Hersteller populärer Unterhaltungselektronik kämpfen alle darum, der Standard-EPG für die Zuschauer zuhause zu werden. Was sind ihre Taktiken? Welche Arten der Partnerschaft könnten geformt werden, da Zielgruppen beim Zugang zu Inhalten sowie beim Anschauen von und der Interaktion mit Inhalten mehr Flexibilität verlangen? Welche Rolle werden kostenlose und kostenpflichtige Angebote spielen? Werden sie sich in Zusammenführung von Diensten und in der Navigation / Entdeckung von Inhalten auszeichnen, technisch innovativ sein und Vertriebsbreite haben oder Zugang zu Rechten von Premium-Inhalten haben? Oder bestimmen Marketingbudget und Markenmacht, wer letztendlich den Sieg davontragen wird?

Bernard Pauchon, Chairman von Broadcast Networks Europe, Richard Feasey, Public Policy Director von Vodafone und Gina Nieri, Director von Mediaset werden ihre Ansichten über den Nutzen eines Arrangement bei den Funkfrequenzen beisteuern, in Radio Spectrum Policy: Can Broadcast and Telecom Worlds Cooperate for the Benefit of the Citizens?: Funkfrequenzen sind knapp in entwickelten Ländern, insbesondere in Europa. Die steigende Nachfrage der grossen Telekom-Betreiber nach zusätzlichen Funkfrequenzen für drahtlose Dienste setzt die herkömmlichen, über den Äther ausstrahlenden Sendeanstalten unter Druck, eine Übereinkunft hinsichtlich der Frequenzen einzugehen, die sie aber dringend für HDTV und andere wichtige Dienste benötigen. Die Digital Agenda der Europäischen Union verschärft die Debatte noch.

Mainardo de Nardis, CEO von OMD Worldwide; Toby Syfret, Chief Analyst bei Enders Analysis; Nick Thexton, Senior VP Research & Development New Initiatives von NDS; Sir Martin Sorrell, Chief Executive der WPP Group; und Fernsehpersönlichkeit Steve Hewlett werden die Runde über The Challenges for Advertiser Funded Broadcasting leiten: Traditionelle Fernsehwerbungsmodelle befinden sich in einer Krise, da immer mehr Medienfragmente über verschiedenen Plattformen in die Haushalte gelangen und dadurch

ein non-linear Fernsehen fördern. Im Mittelpunkt dieser Diskussion steht die Frage, ob die Rezession die Einkünfte permanent geschädigt hat, oder stellt das angeschlossene Fernsehgerät noch eine Chance dar, die Beziehung zum Konsumenten neu zu formulieren. Da Konsumenten die Kontrolle über den Inhalt in einer Zeit der ökonomischen Ungewissheit in die Hand nehmen, können Schleichwerbung, gezielte Werbung oder Multi-Screen-Werbung zu den lebensrettenden Einkünften der kommerziellen Sender beitragen oder ist es unausweichlich, dass Free-TV durch irgendeine Form von Bezahlfernsehen ersetzt werden muss?

Weitere Information über die IBC2011 Conference

Die IBC Conference, eine der interessantesten und originellsten Erlebnisse in dieser Industrie, wird von einem Konferenzkomitee geleitet, dem Schlüsselpersonen von Rundfunk und Medien angehören und wird unterstützt von einem Komitee für Fachbeiträge, bestehend aus führenden Ingenieuren und Technologen. In Zusammenarbeit mit den bedeutendsten Sprechern der Industrie und einigen der kreativsten Denker von führenden Firmen aus aller Welt bietet die IBC eine nicht zu versäumende Konferenz an, die ein echt interaktives Forum für Analyse und Diskussionen bietet.

Mit dieser Konferenz bietet die IBC eine Gelegenheit, Netzwerke mit hunderten von einflussreichen Persönlichkeiten zu bilden, die eine Woche lang an einem Ort sind, um sich kennen zu lernen und Erfahrungen auszutauschen. Einer der grössten Vorteile der Konferenz ist die Chance, mit Vertretern von allen möglichen Arten von Organisationen über Erfahrungen mit gemeinsamen Problemen diskutieren zu können: von kleinen bis zu den weltweit grössten und von den bekanntesten zu regionalen gemeinnützigen - alle Arten von Organisationen sind vertreten, einschliesslich riesiger Regierungsstellen.

Durch Aufteilung in vier sorgsam ausgewählte Themengruppen - Technology Advancements, Content Creation und Innovation, The Business of Broadcasting, und Added Value - , stellt die Konferenz sicher, dass alle Themen, die für die Zukunft der Industrie wichtig sind, angesprochen werden. Die Sessions sind eine Mischung aus Podiumsdiskussionen, Tutorials, Fachbeiträgen, Lehrstunden und Fallstudien. IBC bietet beträchtlich Nachlässe für eine Reihe von Konferenzausweisen an, damit sich die Teilnehmer ein flexibles, massgeschneidertes Programm zusammenstellen können, das sich entweder auf praktische Fähigkeiten oder strategische Diskussionen konzentriert.

Die aktuellen Themen ändern sich von Jahr zu Jahr und reflektieren dadurch die Entwicklung und die Richtung der Industrie, Technologie und der unterstützenden Geschäftsmodelle. Die ausführliche Behandlung von Themen, die heute wirklich bedeutend für die Industrie sind, konzentriert sich in 2011 auf Connected TV und Geräte, 3D, Sport, Werbung und die nächste Generation von Arbeitsabläufen.

Für weitergehende Information über die Hauptredner der IBC2011 Konferenz besuchen Sie bitte <http://www.ibc.org/keynotes>.

Das komplette Programm Konferenz sowie letzte Informationen über die Konferenzsitzungen der IBC2011 sind erhältlich unter <http://www.ibc.org/conferenceprogramme>.

Über IBC

IBC ist die weltweit führende Messe für Fachleute, die mit der Gestaltung, dem Management und der Ausstrahlung von Broadcast-Medien und Unterhaltung beschäftigt sind. Die beispiellose Messe und die Massstäbe setzende Konferenz der Veranstaltung umspannen neueste Entwicklungen in Broadcasting, mobilem TV, IPTV, Digital Signage sowie Entwicklung und Forschung. Teilnahme ist für jeden unentbehrlich, der mehr über diese Industrie und ihre Zukunft erfahren möchte.

IBC2011 Termine Konferenz 8. - 13. September 2011 Messe 9. - 13. September 2011 <http://www.ibc.org>

Kontakt:

Kelly Hyde, Marketing Manager, +44(0)207-832-4104, khyde@ibc.org

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100020049/100701544> abgerufen werden.