

09:00 – 09:40	<b>Empfang</b>
09:40 – 09:45	<b>Begrüßung</b>
09:45 – 10:15	<p><b>Keynote</b></p> <p><a href="#">Joachim Graf</a> [Hightext Verlag/iBusiness] – “Web 2.0, Crash der Konvergenzen”: Eine kritische Sicht des Web 2.0 Markts</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Content Industrien im Umbruch</li> <li>2. Neue Märkte, neue Konkurrenten, verschwindende Zielgruppen, neue Kommunikationsmuster</li> <li>3. Deutsche und internationale Unternehmen im Konflikt</li> </ol>

10:15 – 13:00	<p><b>Panel I: Media Content Management</b></p> <p><a href="#">Genevieve Kunst</a> [Amazon] – “Search inside the book!”: Das digitale Buch bei Amazon</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Verlagswesen und Onlinemarkt – sich ergänzende Strategien</li> <li>2. Klassifikation, Indexierung, Multimedia – Informationsorganisation und Search Technologie bei Amazon</li> <li>3. User-generated Content – Kunden generieren Empfehlungen</li> </ol>
	<p><a href="#">Andy Bell</a> [Bloombox.tv] – “Unmute the Audience”: User-generated Web TV leicht gemacht</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. TV/Radio und das Web – Stärken und Schwächen des Webs</li> <li>2. User-generated Content – Fallstudie mit der Plattform Bloombox.tv</li> </ol>
	<p>Kaffee Pause</p>
	<p><a href="#">Martin Stiksel</a> [Last.fm] – “Jeder Hörer ein Programmdirektor”: Last.fm, “the social music revolution”</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Warum sich Last.fm durchgesetzt hat – Strategien einer Top 10 Onlineplattform</li> <li>2. Wie baut man eine Community? Wie gross sind Gruppen – natürliche Grenzen von Gruppen?</li> <li>3. Social Tagging (Folksonomies) vs. Search Technologie – bessere Information oder bessere Technologie?</li> </ol>
	<p><b>Panel Diskussion und Fragen aus dem Publikum</b></p>
13:00 – 14:30	<b>Networking und Lunch</b>

14:30 – 17:30	<p><b>Panel II: Web Tools – Trends mit Web 2.0</b></p> <p><a href="#">Simon Willison</a> [Yahoo!] – “Im Versuchslabor von Yahoo!”: Web 2.0 bei Yahoo! – Ajax und die Web APIs</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demo von Ajax Techniken bei Yahoo!</li> <li>2. Web 2.0 Applikationen bei Yahoo! – Stärken und Schwächen</li> <li>3. Mashups mit dem Web API Zugriff auf die Yahoo! Services – Flickr, Delicious, Yahoo! Maps und Search</li> </ol> <p><a href="#">Ibrahim Evsan</a> [sevenload] – “Video &amp; Photo-Communities in der Web 2.0 Welt” – von Web 2.0 zu Web 3.0</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nutzerverhalten &amp; Kundenwünsche in einer Video &amp; Photo-Community</li> <li>2. Veränderungen in der Internet Landschaft</li> <li>3. Der freiwillig gläserne Internet-User</li> </ol> <p>Kaffee Pause</p> <p><a href="#">Tom Dyson</a> [Torchbox] – “Flüssige Information”: Text Mining in Social Software – Fallstudie MySpace.com</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fallstudie der weltweit grössten sozialen Webplattform MySpace</li> <li>2. Tom demonstriert seinen MySpace Parser (Python) zur Analyse von sozialen Netzwerken – Gruppenbildung bei MySpace</li> </ol> <p><a href="#">Björn Behrendt</a> [eBay] – “Web 2.0 bei eBay”: das Web API Interface bei eBay</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Web 2.0 und Ecommerce bei eBay</li> <li>2. das Web API Interface bei eBay</li> <li>3. Wie baut man transaktionssichere Plattformen?</li> </ol> <p><b>Panel Diskussion und Fragen aus dem Publikum</b></p>
18:00 – offenes Ende	<p><b>Networking Event: Get Together!</b></p> <p>Teilnehmer und Referenten sind herzlich eingeladen, beim Sektempfang weiter zu diskutieren und Kontakte auszubauen.</p>

## Programm

8. September, 2006 //

09:00 – 09:45	<b>Empfang</b>
09:45 – 10:00	<b>Begrüßung</b>
10:00 – 13:00	<b>Panel III: Media Distribution</b>
	<a href="#">Steve Turnidge</a> [Weedshare] – “Virales Media Marketing”: Peer to Peer Netzwerke als Marketingtool  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Das Weedshare System – Medien als Shareware</li><li>2. Empfehlungen werden belohnt – der Kunde als Mitarbeiter</li><li>3. P2P Systeme im Vergleich</li></ol>
	<a href="#">John Buckman</a> [Magnatune] – “Online Media Licensing 2.0”: Medien im Netz lizenzieren  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Magnatune das Open Source Label – ein neues Businessmodell für den Musikmarkt</li><li>2. DRM – Open Source und DRM, wie vertragen sie sich?</li><li>3. Überblick der Lizenzen – Creative Commons, GPL, MIT ...</li></ol>
	Kaffee Pause
	<a href="#">Ernst Hecht</a> [GEMA] – “DRM (Digital Rights Management)”: DRM und Tariffindung der GEMA im Onlinebereich  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Medien im Netz – zwischen Anarchie und Überwachungsstaat</li><li>2. DRM vs. Open Source – wie verdient man Geld</li><li>3. Tariffindung der GEMA im Onlinemarkt</li></ol>
<a href="#">Matthias Köhler</a> [Oszillation] – “Media Distribution”: Content im Netz vermarkten und verkaufen  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Online Distribution und Ecommerce – Masse oder Klasse – wer determiniert wen?</li><li>2. Distribution mit dem Weed System – P2P im Netz</li><li>3. Podcasting – Einsatzgebiete, Vorteile und Anwendungsgebiete</li></ol>	
	<b>Panel Diskussion und Fragen aus dem Publikum sowie mit Horst Weidenmüller [!K7]</b>
13:00 – 14:30	<b>Networking und Lunch</b>

14:30 – 17:30	<p><b>Panel IV: Media Marketing &amp; Strategy</b></p> <p><a href="#">Werner Starz</a> [Eurosport] – “Web als TV Sender”: Streaming im Netz</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Webauftritt als Wettbewerbsvorteil – Foren, Sportstatistiken, Video, Voting ...</li> <li>2. Eurosport und Fussball WM – ein weltweites Phänomen</li> <li>3. Streaming im Netz – TV und Web ergänzen sich</li> </ol> <p><a href="#">Chris Dumke</a> [Xymmetry] – “Search Engine Optimization”: Wie generieren Sie Traffic auf Ihre Seite</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Die grossen Suchmaschinen – Google, Yahoo!, Ask, MSN</li> <li>2. Länderunterschiede im internationalen Vergleich</li> <li>3. Techniken des Search Marketing – Indexierung, Content Optimierung, Keywords, Meta Information, Organic vs. bezahlte Suche, Klassifizierung</li> </ol> <p>Kaffee Pause</p> <p><a href="#">Umair Haque</a> [Bubblegeneration] – “Web 2.0” – neue Impulse für Medien</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Was ist Web 2.0?</li> <li>2. Wie beeinflusst Web 2.0 Media 2.0?</li> <li>3. User-generated Content</li> </ol> <p><a href="#">Christian Ehl</a> [Hillert] – “Mobile (R)evolution”: die Brücke zur direkten Kundenbindung</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Web als Direktmarketing Medium</li> <li>2. Mobilität als Brücke zur direkten Kundenbeziehung</li> <li>3. Das Web 3.0 – zwischen GPS, RFID, Wireless, Handys und PDAs</li> </ol> <p><b>Panel Diskussion und Fragen aus dem Publikum</b></p>
18:00 – offenes Ende	<p><b>Networking Event: Get Together!</b></p> <p>Teilnehmer und Referenten sind herzlich eingeladen, beim Sektempfang weiter zu diskutieren und Kontakte auszubauen.</p>