

**JETZT ERST  
RECHT LEA  
D AWARDS  
2009 SYMPO  
SIUM**

**1. APRIL 2009  
DEICHTORHALLEN  
HAMBURG**

**JETZT ERST  
RECHT  
KREATIVITÄT  
PRINT  
ONLINE  
SCHEITERN**

**LEAD  
AWARDS  
2009  
SYMPOSIUM**

**1. APRIL 2009**

**EINLASS: 9.45 UHR, BEGINN: 10 UHR  
DEICHTORHALLEN HAMBURG, DEICHTORSTRASSE 1-2,  
20095 HAMBURG**

**WALK UP REGISTRATION – EINE ANMELDUNG IST NICHT  
ERFORDERLICH.**

**DER EINTRITT KOSTET 20,00 EURO, ERMÄSSIGT FÜR  
STUDENTEN UND GRUPPEN 8,00 EURO. DER BETRAG IST  
DIREKT AN DER KASSE ZU ENTRICHTEN.**

## PROGRAMM

### KREATIVITÄT

10:00 – 10:30 Uhr

ARTIST LECTURE DESIGN  
**SIGNALE UND GESTEN**  
DIE KRAFT DES SCHÖNEN  
**MARIO LOMBARDO**  
ARTDIRECTOR UND DESIGNER

10:30 – 11:00 Uhr

ARTIST TALK FOTOGRAFIE  
**SCHAU HIN!**  
DAS GEHEIMNIS GUTER BILDER  
**MARIO TESTINO**  
FOTOGRAF

11:00 – 11:30 Uhr

ARTIST LECTURE MEDIENÄSTHETIK  
**DU BIST DESIGN!**  
DIE FOLGEN DER KOLLEKTIVEN  
NETZÄSTHETIK  
AUF SCHÖPFUNGSPROZESSE  
**LEO FINDEISEN**  
MEDIENPHILOSOPH

11:30 – 11:50 Uhr

TRENDANALYSE FOTOGRAFIE  
**DIE PARTY IST VORBEI**  
IST DER DEUTSCHE BLICK  
IN GEFAHR?  
**INGO TAUBHORN**  
KURATOR HAUS DER PHOTOGRAPHIE

11:50 – 12:00 Uhr

**PAUSE**

### PRINT

12:00 – 12:30 Uhr

FUTURE ROUNDTABLE ZEITUNG  
**HURRA, WIR LEBEN NOCH!**  
STRATEGIEN GEGEN DAS AUSSTRE-  
BEN DER ZEITUNG  
**STEPHAN-ANDREAS CASDORFF**  
CHEFREDAKTEUR TAGESSPIEGEL  
**HANS WERNER KILZ**  
CHEFREDAKTEUR SÜDDEUTSCHE  
ZEITUNG  
**CLAUS STRUNZ**  
CHEFREDAKTEUR HAMBURGER  
ABENDBLATT

12:30 – 13:00 Uhr

TRENDANALYSE ANZEIGEN  
**DAS NEUE FINDET SICH  
IM ALTEN**  
DIE ERFOLGSFAKTOREN FÜHRENDER  
PRINT-WERBUNG  
**DIRK-MARIO BOLTZ**  
MARKENEXPERTE UND ERLEBNIS-  
FORSCHER

13:00 – 13:15 Uhr

**PAUSE**

13:15 – 13:40 Uhr

TRENDANALYSE ZEITSCHRIFT  
**BACK TO REALITY**  
DIE RÜCKKEHR DES ERZÄHLENS  
**BERNHARD PÖRKSEN**  
MEDIENWISSENSCHAFTLER

13:40 – 14:10 Uhr

FUTURE ROUNDTABLE ZEITSCHRIFT  
**NICHTS ALS AUSGABEN?**  
WARUM ZEITSCHRIFTEN IMMER NOCH  
EIN GEWINN SIND  
**CHRISTIANE ARP**  
CHEFREDAKTEURIN VOGUE  
**GABRIELE FISCHER**  
CHEFREDAKTEURIN BRAND EINS  
**ANDREAS PETZOLD**  
CHEFREDAKTEUR STERN

14:10 – 14:20 Uhr

**PAUSE**

### ONLINE

14:20 – 14:40 Uhr

TRENDANALYSE WEBKONZEPTE  
**DIE DIGITALE  
EMANZIPATION**  
ONLINE ODER WIE EIN MEDIUM  
ERWACHSEN WIRD  
**ROBIN MEYER-LUCHT**  
STRATEGIEBERATER, JOURNALIST  
UND GESCHÄFTSFÜHRER DES  
BERLIN INSTITUTE

14:40 – 15:10 Uhr

FUTURE ROUNDTABLE WEBBUSINESS  
**AUS DIE MAUS!**  
WARUM SICH DIE VERLAGE BEI  
IHREN GESCHÄFTEN IM INTERNET  
VERRECHNET HABEN  
**ARNDT GROTH**  
PRESIDENT EUROPE ADCONION  
**MICHAEL MAIER**  
CEO VON BLOGFORM  
**JOCHEN WEGNER**  
CHEFREDAKTEUR FOCUS ONLINE

15:10 – 15:40 Uhr

WRITERS TALK WEBLOG  
**ICH UND DAS NETZ**  
MEHR ALS NUR EIN TAGEBUCH  
**RAINALD GOETZ**  
SCHRIFSTELLER

### SCHEITERN

15:40 – 16:30 Uhr

FUTURE ROUNDTABLE  
WEITERMACHEN  
**SCHEITERN ALS  
CHANCE**  
KANN EINE INSOLVENZ WIRKLICH  
FÜR ETWAS GUT SEIN?  
**HARTWIG ALBERS**  
INSOLVENZVERWALTER  
**PETER KABEL**  
MEDIENINVESTOR  
**DIRK LUDIGS**  
CHEFREDAKTEUR FRONT

16:30 Uhr

**ENDE DER  
VERANSTALTUNG**

JETZT ERST

RECHT

KRE

ATIVITÄT

10:00 – 10:30 Uhr

# MARIO LOMBARDO

ARTDIRECTOR UND DESIGNER

SIGNALE UND GESTEN

DIE KRAFT DES SCHÖNEN



**MARIO LOMBARDO**, Jahrgang 1972, war von 2001 bis Ende 2006 Artdirektor des Popkultur-Magazins SPEX. Er betreut seit 1998 verschiedene Musik-, DVD-, Modelabel und Magazine. Neben seiner Arbeit für SPEX gründete er 2004 das BUREAU Mario Lombardo in Köln.

Seine Arbeiten beschäftigen sich schwerpunktmäßig mit dem Printmedium und bewegen sich im kulturellen Kontext von Kunst, Mode, Musik, Fotografie, Design, Architektur und TV-Design. Er arbeitet stets interdisziplinär

und schafft auf diese Weise Zusammenhänge zwischen Sprache, Raum, Ästhetik, Material und Poesie. Momentan ist er Artdirektor des Magazins Liebling und 2008 mit seinem Büro von Köln nach Berlin gezogen. Mario Lombardo ist Jury-Mitglied diverser Fotografie- und Designpreise und lehrt an verschiedenen Design-Hochschulen (z.B. HfG Offenbach, UdK Berlin, FH Düsseldorf, FH Potsdam, Merz Akademie Stuttgart, HfK Bremen, HS Pforzheim). Seine Arbeiten sind mit über 70 nationalen und internationalen Designpreisen ausgezeichnet worden. 2008 wurde er für seine gesamte bisherige Arbeit zum Visual Leader of the Year gewählt.

**SIGNALE UND GESTEN.** Der verschwenderische Umgang mit Platz, ein großzügiges Layout, das Texten und Fotos Platz zum Atmen lässt, gepaart mit einer zeitgemäßen Zeitschriftengestaltung – für all das steht nicht nur Mario Lombardo, sondern auch die Kraft des Sinnlichen des Mediums Print. Wie aber schafft man Sinnlichkeit? Wie hilft man ihr zu ihrem Recht, ohne dabei Gefahr zu laufen, kitschig oder banal zu sein? Wie sendet man Signale und Codes im Editorial Design? Zwischen Fragilität, Plakativität, Zartheit und der Kraft der Schönheit mit dem Wunsch zu evolutionären Schritten, die alles sein können, nur nicht eins zu eins die Umsetzung des kleinteiligen Internets auf Papier? Mario Lombardo, bekannt sowohl für sein klassisches Layout als auch für seinen spielerischen Umgang mit Typografie, gibt Antworten.

10:30 – 11:00 Uhr  
**MARIO TESTINO**

FOTOGRAF  
**SCHAU HIN!**  
DAS GEHEIMNIS GUTER BILDER



**MARIO TESTINO**, Jahrgang 1954, ist einer der führenden Fotografen unserer Zeit. 1976 zog er von Lima in Peru nach London, bezog eine kleine Wohnung in der Nähe des Trafalgar Square und startete seine Karriere damit, dass er Fotomappen anbot, die inklusive Haar- und Make-Up-Styling gerade einmal 25 Pfund kosteten. Dabei verfolgte er damals schon den Plan, stets mehr sein zu wollen als nur ein Modefotograf. Die oft sehr unaufdringliche Komposition seiner Bilder, etwa von Madonna für Versace,

Kate Moss für Burberry oder die Fotos von Prinzessin Diana für Vanity Fair, hat längst den Status von Kunst erreicht.

**SCHAU HIN!** Die Bildsprache mag sich im Laufe der Zeit ändern. Sie unterwirft sich Moden oder reagiert auf die veränderten Sehgewohnheiten der Betrachter. Eines aber bleibt immer gleich: »Ein gutes Foto ist ein Foto, auf das man länger als eine Sekunde schaut«, wie Henri Cartier-Bresson bereits 1908 lapidar bemerkte. Dass sich daran in den vergangenen hundert Jahren recht wenig geändert hat, beweist die Arbeit von Mario Testino. Wie kaum einem anderen Fotografen gelingt es ihm, die Alltagsfotografie mit der Inszenierung zu verbinden und dabei zu überhöhen. Anhand ausgewählter Bilder wird Mario Testino in seinem Vortrag erläutern, wie sich seine Sehgewohnheiten über die Jahre hinweg verändert haben und was dies für seine Kunst bedeutet hat. Vor allem aber gibt er Antworten auf die alles überstrahlende Frage: Wie erschafft man ein gutes Bild in einer Welt, die wie nie zuvor von Bildern überflutet wird?

11:00 – 11:30 Uhr

# LEO FINDEISEN

MEDIENPHILOSOPH

**DU BIST DESIGN!**

**DIE FOLGEN DER KOLLEKTIVEN NETZ-  
ÄSTHETIK AUF SCHÖPFUNGSPROZESSE**



**LEO FINDEISEN**, Jahrgang 1967, war nach einem Studium der Philosophie seit 2002 langjähriger künstlerisch-wissenschaftlicher Mitarbeiter von Prof. Dr. Peter Sloterdijk am Lehrstuhl für Kulturphilosophie und Medientheorie der Akademie der bildenden Künste Wien. Dort unterrichtet er heute noch Philosophie und Medientheorie; Studierende der freien Kunst genauso wie Bildhauer oder Architekten, im konzeptionellen Umgang mit

Neuen Medien. Findeisen beteiligte sich an der Gründung einiger internationaler Projekte wie SeriousPop und TransformingFreedom, die sich mit den Bedingungen eines geteilten Wissensraums der kommenden europäischen Generation beschäftigen. Er spricht und publiziert international, so auf der São Paulo Biennial (2002), Ars Electronica (2003), Transmediale (2004), dem runme.org-Festival (2004) oder der Documenta Urbana (2007). Findeisen ist in der Jury des Vilém Flusser Theory Awards und im Advisory Board für Digital Communities der Ars Electronica, Linz.

**DU BIST DESIGN!** Nur selten agiert eine Community im Internet tatsächlich global und überlebt dabei gleich mehrere Phasen der technokulturellen Hypes. Leo Findeisen interessiert sich in seiner medienarchäologischen Forschung für das Problem des bleibenden Erfolgs von kollektiven Innovationsträgern. Mit welche Designprinzipien und impliziten Verhaltenscodices sichern sie sich in der flüchtigen Medienumgebung der Gegenwart ihre Existenz? Und welche Rolle spielt dabei das Geld, der Respekt für die Konkurrenz, der Ruhm des Einzelnen, die Projektmotivation der Vorgänger, das Feedback der User im Alltag einer erfolgreichen Community? Warum kann man sich ästhetische Codes nicht mehr kaufen, sondern muss sie selber erschaffen? Und warum weiß jeder Linux-Programmierer tausendmal mehr über Facebook als jeder Verleger? Der Vortrag von Leo Findeisen wird von Markus Zimmermann, Forscher in visuellen Kulturen und Architekt, visuell bereichert.

11:30 – 11:50 Uhr

## INGO TAUBHORN KURATOR HAUS DER PHOTOGRAPHIE DIE PARTY IST VORBEI IST DER DEUTSCHE BLICK IN GEFAHR?



**INGO TAUBHORN**, Jahrgang 1957, ist seit 2006 Kurator des Hauses der Photographie in den Deichtorhallen Hamburg. Er hat von 1980 bis 1985 in Dortmund Visuelle Kommunikation im Fachbereich Fotografie und Film studiert. Ausstellungen und Publikationen im In- und Ausland (u. a. mit den Werkzyklen »Mensch Mann«, »VaterMutterIch« und »Die Kleider meiner Mutter«, zuletzt gezeigt im Museum Ludwig Köln »Das achte Feld« und im Turiner Palazzo Cavour »altre famiglia/other family« und

im Sommer 2009 in der Kopenhagener Kunsthalle Nikolaj »Lost and Found«). Seit 1988 freie kuratorische Tätigkeiten für die »fotogalerie im wedding«, Berlin (Leitung der Galerie); Galerie F.C. Gundlach, Hamburg (wissenschaftliche Mitarbeit); Museum Folkwang, Essen (Projekt Werner Rohde); Pat Hearn Gallery, New York (Projekt Mark Morrisroe); Neue Gesellschaft für Bildende Kunst, Berlin (Projekt Unterbrochene Karrieren). Er ist berufenes Mitglied der Deutschen Fotografischen Akademie. Lehraufträge für Fotografie und Bildmedien an der Hochschule der Künste Bremen und Fachhochschule Bielefeld, sowie Gastdozent an der Universität Witten-Herdecke. Ende 2009 zeigt Ingo Taubhorn im Haus der Photographie die weltweit erste große Retrospektive des amerikanischen Künstlerpaares Lillian Bassman und Paul Himmel.

**DIE PARTY IST VORBEI.** Der moderne Fotograf, behauptet Ingo Taubhorn, bediene sich ungeniert am reichen Zitatenschatz unserer tradierten Bilderwelt. Die Frage, die sich für ihn stellvertretend für die Fotografenjury der LeadAwards 2009 dabei stellt: Inwieweit trägt das Zitat als innovatives Moment? Oder ist das Zitat nicht mehr als ein Ort des Versteckens, etwa vor echten Gefühlen? Und was hat dies mit dem Defizit Impuls gebender deutscher Fotoproduktionen zu tun? Wie in kaum einem anderen Jahr zuvor waren es ausländische Fotografen, die in den deutschen Medien die Sichtweise bestimmten. Ist durch die zunehmend globalisierte Bildsprache der deutsche Blick in Gefahr? Aber vor allem: Wann kommt endlich mal wieder ein neuer Fotograf?



JETZT ERST  
RECHT PRINT

12:00 – 12:30 Uhr

# HURRA, WIR LEBEN NOCH!

STRATEGIEN GEGEN DAS AUSSTERBEN  
DER ZEITUNG

**HANS WERNER KILZ**

CHEFREDAKTEUR SÜDDEUTSCHE ZEITUNG

**STEPHAN-ANDREAS CASDORFF**

CHEFREDAKTEUR TAGESSPIEGEL

**CLAUS STRUNZ**

CHEFREDAKTEUR HAMBURGER ABENDBLATT



**HANS WERNER KILZ**, Jahrgang 1943, ist Chefredakteur der Süddeutschen Zeitung. Nach dem Abitur absolvierte er eine journalistische Ausbildung in Mainz und Düsseldorf und war bis 1970 politischer Redakteur der Mainzer »Allgemeinen Zeitung«. Danach wechselte er als Inlandskorrespondent zum SPIEGEL, war dort erst Stellvertretender Ressortleiter, dann Leiter des Deutschland-Ressorts und schließlich von 1989 bis 1995 Chefredakteur. Seit 1996 ist er Chefredakteur der Süddeutschen Zeitung. Hans Werner Kilz wurde 1986 mit dem Internationalen Publizistik-Preis Klagenfurt ausgezeichnet.

**STEPHAN-ANDREAS CASDORFF**, Jahrgang 1959, ist Chefredakteur des Berliner Tagesspiegel. Nach seinem Volontariat beim Express und dem Kölner Stadt-Anzeiger, arbeitete er ab 1981 erst im Politikressort des Kölner Stadt-Anzeiger, vier Jahre später dann in der Parlamentsredaktion der Kölnischen Rundschau. Ab 1987 war er im Parlamentsbüro der Süddeutschen Zeitung tätig, 1992 wurde er stellvertretender Chefredakteur der Kölnischen Rundschau. Nach einer weiteren Station (1995) als Leiter der Parlamentsredaktion der Stuttgarter Zeitung, wechselte er 1999 schließlich zum Berliner Tagesspiegel, wo er seit 2004 gemeinsam mit Lorenz Maroldt Chefredakteur ist.

**CLAUS STRUNZ**, Jahrgang 1966, ist Chefredakteur beim Hamburger Abendblatt. Nach dem Abitur volontierte er beim Nordbayerischen Kurier. Bevor er bei der Münchner Abendzeitung Redakteur und Ressortleiter »Reportagen/Nachrichten/Modernes Leben« wurde, studierte er Politische Wissenschaften, Neuere Deutsche Literatur und Medienrecht. Er war stellvertretender Chefredakteur der Tageszeitung Die Welt und von 2000 bis 2008 Chefredakteur der Bild am Sonntag. Zudem ist er Moderator der Talkshow »Was erlauben Strunz!?« auf N24.

**HURRA, WIR LEBEN NOCH!** Die gute Nachricht zuerst: Tageszeitungen manifestieren noch immer die Grundfeste des Qualitätsjournalismus. Nur: Wie lange können sie ihn sich noch leisten? In den Vereinigten Staaten von Amerika gibt es heutzutage keine Zeitung mehr, die nicht überschuldet ist. Und auch in Deutschland jagt eine schlechte Meldung die nächste: Der WAZ-Konzern baut 300 Redakteursstellen ab und will nach eigenen Angaben 2009 rund 32 Millionen Euro einsparen, die Finanzkrise lässt sowohl den Stellen- als auch den Anzeigenmarkt massiv schrumpfen, und immer mehr Leser wandern auf der Suche nach Informationen ins Internet ab. Trotzdem behauptete Mathias Döpfner unlängst, er habe sich »noch nie so wohl gefühlt wie jetzt.« Reiner Zweckoptimismus oder gibt es tatsächlich Licht am Ende des Tunnels?

12:30 – 13:00 Uhr

**DIRK-MARIO BOLTZ**  
MARKENEXPERTE UND ERLEBNISFORSCHER  
**DAS NEUE FINDET SICH IM ALTEN**  
DIE ERFOLGSFAKTOREN FÜHRENDER  
PRINT-WERBUNG



**PROF. DR. DIRK-MARIO BOLTZ**, Jahrgang 1963, ist Diplom-Kommunikationswirt, Markenexperte und Erlebnisforscher und Autor mehrerer Bücher: Etwa Marketing by Worldmaking, Effizienz in der Markenführung (Hg.) und Medienheimat. Die Zukunft von Medien und Marken (Hg.). Dirk-Mario Boltz berät Unternehmen und Organisationen bei der Konzeption, Planung und Erfolgskontrolle von Kommunikationsstrategien und enga-

giert sich als Programmgestalter, Moderator und Referent auf einschlägigen Kongressen. Seit 2005 lehrt und forscht er im Fachgebiet Marketing an der FHW Berlin School of Economics. Vor dem Ruf nach Berlin bekleidete er neun Jahre lang eine Professur für Wirtschafts- und Marketing-Kommunikation an der Hochschule Anhalt (FH). Er ist einer der Gründer des »Deutschen Effizienz-Tages« und Mitglied der Deutschen Werbewissenschaftlichen Gesellschaft (DWG), als deren Präsident er sich fünf Jahre aktiv für den Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis eingesetzt hat. Unter dem Titel »Engagement-Marketing« untersucht Dirk-Mario Boltz aktuell die Beteiligung der Kunden im Marketing-Prozess und die Konsequenzen für die Kommunikation.

**DAS NEUE FINDET SICH IM ALTEN.** Was ist ein Marken-Erlebnis und wie kann ich es nachhaltig gestalten? Für Dirk-Mario Boltz ist die Beantwortung dieser Frage der Schlüssel für eine erfolgreiche Marketing-Strategie. Oder anders gefragt: Was macht eine folgenreiche Begegnung von Mensch und Marke überhaupt aus? Für die Anzeigenjury der LeadAwards Academy 2009 hat Dirk-Mario Boltz die Tendenzen des vergangenen Jahres untersucht. Sein Fazit: Die Anzeigen-Werbung setzt auf bewährte Erfolgsrezepte, um die Wahrnehmung der Leser zu gewinnen. Aber reicht das, um die Krise der Print-Werbung zu überwinden?

13:15 – 13:40 Uhr

# BERNHARD PÖRKSEN

MEDIENWISSENSCHAFTLER

BACK TO REALITY

DIE RÜCKKEHR DES ERZÄHLENS



**PROF. BERNHARD PÖRKSEN**, Jahrgang 1969, war sechs Jahre lang als Professor für Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Hamburg tätig und ist heute Professor für Medienwissenschaft an der Universität Tübingen. Er studierte Germanistik, Journalistik und Biologie in Hamburg sowie den USA (Pennsylvania State University) und arbeitet seit 15 Jahren als Journalist und Buchautor. Seine Essays und Kommentare, Reportagen und Interviews erschienen in

vielen Tages- und Wochenzeitungen. Er hat zahlreiche Beiträge in wissenschaftlichen Zeitschriften und Fachbüchern veröffentlicht; seine Bücher über Kybernetik und Konstruktivismus (u. a. »Wahrheit ist die Erfindung eines Lügners« mit Heinz von Foerster) wurden ins Englische, Spanische, Dänische und Italienische übersetzt. 2008 wurde Bernhard Pörksen zum »Professor des Jahres« in der Kategorie Geistes-, Gesellschafts- und Kulturwissenschaften gewählt. Aktuelle Medientrends sind das Thema seiner letzten Bücher – zum Beispiel »Trendbuch Journalismus« (mit Jens Bergmann, 2005), »Medienmenschen« (mit Jens Bergmann, 2007), »Paradoxien des Journalismus« (mit Wiebke Loosen und Armin Scholl, 2008) und »Skandal! Die Macht öffentlicher Empörung« (mit Jens Bergmann, 2009).

**BACK TO REALITY.** Zeitschriften sind moderne Bibeln – Medien der sich permanent wandelnden Sinnstiftung. Und so überrascht es wenig, dass einzelne Magazine auf die Konjunktur- und Strukturkrise mit einer Rückbesinnung auf ihre ureigenste Stärke reagieren und das präzise, unaufgeregte Erzählen wiederentdecken. In kaum einem anderen Zeitschriftenjahrgang wurde so häufig anhand von kleinen Beobachtungen pars pro toto das große Ganze erklärt wie 2008. Die Rückkehr des klassischen Storytellings ist nicht nur die Reaktion auf eine scheinbar aus den Fugen geratene Welt, sondern auch eine klare Abgrenzung gegen den unscharfen, weil kurzlebigen Blick der Online-Medien. Ist dieser Trend zukunftsweisend oder nur eine Momentaufnahme? Bernhard Pörksen, Mitglied der LeadAwards-Zeitschriftjury, gibt Antworten.

13:40 – 14:10 Uhr

## NICHTS ALS AUSGABEN?

WARUM ZEITSCHRIFTEN IMMER NOCH  
EIN GEWINN SIND

**CHRISTIANE ARP**  
CHEFREDAKTEURIN VOGUE

**GABRIELE FISCHER**  
CHEFREDAKTEURIN BRAND EINS

**ANDREAS PETZOLD**  
CHEFREDAKTEUR STERN



**CHRISTIANE ARP**, Jahrgang 1961, ist Chefredakteurin der Vogue. Nach ihrem Modedesign-Studium an der Akademie Mode & Design in Hamburg arbeitete sie unter anderem für Brigitte, Viva, war Leiterin des Mode-Ressorts der Für Sie, Modechefin bei Amica und Ressortleiterin Mode beim stern. Christiane Arp ist seit 2003 Chefredakteurin der Vogue.

**GABRIELE FISCHER**, Jahrgang 1953, ist Gründerin und Chefredakteurin des Wirtschaftsmagazins brand eins. Sie hat Politik und Soziologie studiert und landete nach diversen Umwegen im Wirtschaftsjournalismus. Zehn Jahre arbeitete sie für das Manager Magazin, zuletzt als stellvertretende Chefredakteurin. 1998 entwickelte sie das Tochtermagazin Econy. Im September 1999 gründete sie zusammen mit privaten Inves-

toren und dem ehemaligen Econy-Team das Wirtschaftsmagazin brand eins, das heute in der unabhängigen brand eins Medien AG monatlich in einer Auflage von 95 000 erscheint.

**ANDREAS PETZOLD**, Jahrgang 1955, ist Chefredakteur des stern. Der Absolvent der Deutschen Journalistenschule in München begann seine journalistische Karriere 1980 als Reporter der Abendzeitung in München. Drei Jahre später wechselte Andreas Petzold zu Quick, wo er erst als Reporter, dann als Chefreporter und schließlich als stellvertretender Chefredakteur agierte. Erste Erfahrungen als Chefredakteur sammelte er ab 1997 bei Allegra und Hörzu. Im Jahr 1999 schließlich übernahm Andreas Petzold die Chefredaktion des stern. Zudem ist er Herausgeber von Neon.

**NICHTS ALS AUSGABEN?** Während sich die erfolgreichen Neueinführungen der vergangenen zehn Jahre an einer Hand abzählen lassen (etwa Neon, Landlust, InTouch, TV Digital), suchen die altbewährten Magazine mehr denn je nach zukunftsträchtigen Konzepten, die ihnen langfristig das Überleben sichern. Die Kernfrage: Wie macht man mit weniger Geld bessere Blätter, die trotzdem begeistern? Dabei geht es um nicht weniger als ums nackte Überleben. Denn Hefteinstellungen wie die von Vanity Fair oder Tomorrow waren vermutlich erst der Anfang. Experten rechnen damit, dass in den kommenden zwei Jahren 500 bis 600 Titel vom Markt verschwinden werden. Wie aber hält man Zeitschriften lebendig, obwohl sie längst für tot erklärt werden?

Wer wird sich retten können? Und wenn ja, mit welcher Strategie?

**JETZT ERST  
RECHT ON  
LINE**

14:20 – 14:40 Uhr

**ROBIN MEYER-LUCHT**  
STRATEGIEBERATER, JOURNALIST UND  
GESCHÄFTSFÜHRER DES BERLIN INSTITUTE  
**DIE DIGITALE EMANZIPATION**  
ONLINE ODER WIE EIN MEDIUM ERWACHSEN WIRD



**DR. ROBIN MEYER-LUCHT**, Jahrgang 1973, ist Geschäftsführer des Forschungs- und Beratungsinstituts »Berlin Institute« und Herausgeber des Blogs Carta. Mit dem »Berlin Institute« betreibt er eine klassische Strategieberatung für Medienunternehmen. Anfang November hat Robin Meyer-Lucht das Autoren-Blog Carta gegründet. Das Blog versteht sich als »digitales, dezentrales Op-Ed« an der Schnittstelle zwischen Politik, Ökonomie und Medien.

Zu den Autoren gehören unter anderem Justus Haucap (Monopolkommission der Bundesregierung), Klaus-Peter Schöppner (TNS Emnid), Mercedes Bunz (Tagesspiegel Online/Debug) und Leonard Novy (Bertelsmann Stiftung).

Robin Meyer-Lucht hat in Hamburg, London, Berlin und St. Gallen Wirtschafts-, Medien- und Sozialwissenschaften studiert. Er hat bei Prof. Dr. Peter Glotz am Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement der Universität in St. Gallen promoviert. Vor seiner Tätigkeit als Berater war er beim schweizerischen Verlag Ringier beschäftigt.

**DIE DIGITALE EMANZIPATION.** Das Internet findet als Medium zunehmend zu sich selbst – kreativ und konzeptionell. Innovation und Knappheit sind nur zwei Schlagworte, welche die Entwicklung im Netz beschreiben. Es bildet mehr Eigensinn aus und emanzipiert sich von den klassischen Medien. Zugleich zeigen sich auch die Grenzen der Geschäftsmodelle, die allesamt mit den Fragen einhergehen: Wie entwickelt man Geschäftsfelder an der Schnittstelle zwischen Print und Online? Was für einen Strukturwandel bringt die digitale Medienöffentlichkeit mit sich, und was für medienökonomische und ordnungspolitische Auswirkungen hat das? In seinem Vortrag stellt Robin Meyer-Lucht seine Eindrücke über die diesjährige LeadAwards-Jury in der Kategorie Online vor. Außerdem wird er zentrale Entwicklungstrends der Online-Medienwelt aufzeigen und dabei auf Phänomene wie Aggregation, Vernischung oder »Postjournalismus« hinweisen.

14:40 – 15:10 Uhr

## AUS DIE MAUS!

WARUM SICH DIE VERLAGE BEI  
IHREN GESCHÄFTEN IM INTERNET  
VERRECHNET HABEN

**ARNDT GROTH**

PRESIDENT EUROPE ADCONION

**MICHAEL MAIER**

CEO BLOGFORM

**JOCHEN WEGNER**

CHEFREDAKTEUR FOCUS ONLINE



Fotomitarbeiter: Quelle: Marco Grob

**ARNDT GROTH**, Jahrgang 1964, ist President Europe der Adconion GmbH. Von 2001 bis 2006 baute er als Geschäftsführer der InteractiveMedia CCSP GmbH, einer Tochter der T-Online International AG, einen der größten Online-Vermarkter in Europa auf. 1997 war er Gründungsmitglied des IAB Germany (Internet Advertising Bureau) und Mitglied im Board des IAB Europe. Im Jahre 2003 übernahm er das Amt des Präsidenten des BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.), des führenden Internet-Branchenverbandes in Europa.

**DR. MICHAEL MAIER**, Jahrgang 1958, ist Gründer und CEO von Blogform, einem international tätigen Internet-Medien-Unternehmen. Zuvor war er Fellow am Shorenstein Center for The Press, Politics and Public Policy

der Harvard Kennedy School sowie Gründer und Chefredakteur der Netzzeitung; Chefredakteur von stern, Berliner Zeitung und Die Presse/Wien. Michael Maier ist Autor des Buchs: »Die ersten Tage der Zukunft. Wie wir mit dem Internet unser Denken verändern und die Welt retten können«.

**JOCHEN WEGNER**, Jahrgang 1969, ist Chefredakteur von Focus Online. Zuvor war er stellvertretender Leiter des Ressorts »Forschung & Technik« bei Focus. Wegner ist Gründer des größten deutschsprachigen Online-Forums für Journalisten, jonet.org, und Autor mehrerer Bücher. An der Kölner Journalistenschule absolvierte er eine Ausbildung in Wirtschaftsjournalismus, studierte in Bonn Physik und Philosophie und diplomierte an der dortigen Klinik für Epileptologie über die Chaostheorie des menschlichen Gehirns.

**AUS DIE MAUS!** »You get lousy pennies on the web,« konstatierte Hubert Burda auf seiner »Digital, Life, Design«-Konferenz im Januar 2009 enttäuscht. Jahrelang investierten Verlage Millionen von Euro in der vermeintlichen Hoffnung, online das ganz große Geld verdienen zu können. Erfolgsversprechende Konzepte entwarfen sie allerdings kaum. Im Gegenteil: Oft steckten sie ihr Geld in Minusgeschäfte, waren und sind immer noch weit entfernt von lukrativen Einnahmen wie sie im Netz bisher lediglich Suchmaschinen oder Online-Shopping garantieren. Allein Holtzbrinck machte mit seinem Digitalgeschäft 2008 insgesamt operativ etwa 40 Millionen Euro Verlust. Dabei hatten die wenigsten Aktivitäten des Stuttgarter Verlagshauses im Internet etwas mit Publizistik zu tun. Mit was aber, wenn nicht mit ihrem Kerngeschäft, können Verlage online Geld verdienen, wenn bisher nicht einmal Erfolgsprodukte wie Facebook Gewinne abwerfen?



15:10 – 15:40 Uhr

# RAINALD GOETZ

SCHRIFTSTELLER

## ICH UND DAS NETZ

MEHR ALS NUR EIN TAGEBUCH

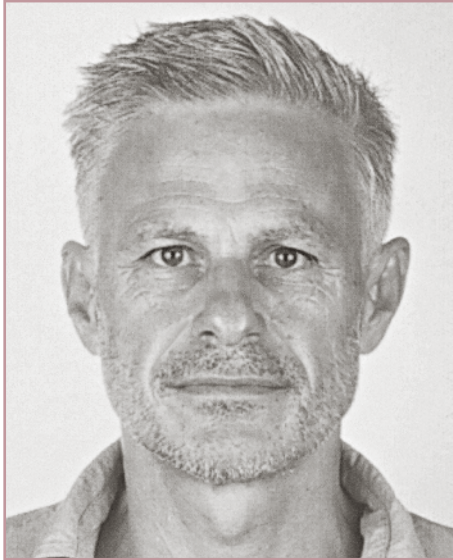


Foto: Suhrkamp Verlag

**RAINALD GOETZ**, Jahrgang 1954, studierte Medizin und Geschichte. 1983 erschien sein erster Roman »Irre«, ein Buch über die Psychiatrie und einen Helden unserer Tage. Weitere Themen, die Rainald Goetz literarisch verarbeitet hat, sind der Deutsche Herbst (»Kontrolliert«) sowie die Techno-Bewegung in Deutschland (»Rave«). Neben anderen Literaturpreisen erhielt er den »Mühlheimer Dramatikerpreis« (1988, 1993, 2000), den »Heinrich-Böll-Preis« (1991) sowie den Preis der »Peter-Suhrkamp-Stiftung« (1995). Rainald Goetz lebt in Berlin.

**ICH UND DAS NETZ.** Rainald Goetz war einer der ersten Schriftsteller, die das Medium Internet für sich und die Literatur entdeckten. Bereits 1998 veröffentlichte er ein Netztagebuch unter dem Titel »Abfall für alle«, das später in Buchform erschien. Von Februar 2007 bis Juni 2008 schrieb er seinen Blog »Klage« auf der Internetseite von Vanity Fair. Für »Klage«, das ebenfalls in Buchform im Suhrkamp Verlag erschien, wurde er im vergangenen Jahr bei den LeadAwards mit dem Preis »Weblog des Jahres« ausgezeichnet. Was bedeutet das Internet für ihn? Und warum wählt er es als Plattform für seine Texte?

**JETZT ERST  
RECHT SCH  
EI  
TERN**

15:40 – 16:30 Uhr

# SCHEITERN ALS CHANCE

KANN EINE INSOLVENZ WIRKLICH  
FÜR ETWAS GUT SEIN?

HARTWIG ALBERS

INSOLVENZVERWALTER

PETER KABEL

MEDIENINVESTOR

DIRK LUDIGS

CHEFREDAKTEUR FRONT



**HARTWIG ALBERS**, Jahrgang 1956, ist Insolvenzverwalter und einer von acht Senior-Partnern der Sozietät Brinkmann & Partner mit 420 Mitarbeitern und 29 Niederlassungen bundesweit. Hartwig Albers wurde bis Ende 2008 in 1.771 eröffneten Verfahren als Insolvenzverwalter bestellt, zuletzt unter anderem im Fall der IDEEA Messe- und Dekorationsbau GmbH mit ihren 170 Mitarbeitern. Seinen Job, sagt Hartwig, habe er »learning by doing« gelernt.

**PROF. PETER KABEL**, Jahrgang 1962, lehrt seit 1996 an der Hochschule für angewandte Wissenschaften in Hamburg. Er ist Gründer mehrerer erfolgreicher Firmen im Bereich Medien, Technologie und Design. Unter anderem der Kabel New Media AG (1992), eine der bedeutendsten börsennotierten

Dienstleister für E-Business-Themen. Im Jahr 2001 erhielt er die Auszeichnung »Entrepreneur of the Year«. Im gleichen Jahr war die Kabel New Media AG gezwungen, Insolvenz zu beantragen. Heute ist Peter Kabel wieder erfolgreich im Internet tätig.

**DIRK LUDIGS**, Jahrgang 1965, war bis zuletzt Chefredakteur des Männer-Lifestyle-Magazins Front. Der Verlag L&E Media GmbH und Co. KG, in dem das Magazin erschien, hat Anfang 2009 Insolvenz angemeldet. Dirk Ludigs ist Absolvent der Henri-Nannen-Schule, war Redakteur bei »liebe sünde« und arbeitete von 1996 bis 2001 als freier TV-Produzent in Kalifornien. Er ist Bestseller-Autor von Ratgebern (»Ran an den Mann«) und war von 2002 bis 2004 Chefredakteur des Magazins Du&Ich. Trotz des Insolvenzantrags geht die Investorensuche bei Front weiter.

**SCHEITERN ALS CHANCE.** Aller Voraussicht nach werden in diesem Jahr so viele Medienunternehmen Insolvenz anmelden wie noch nie seit dem Bestehen der Bundesrepublik Deutschland. Dabei ist es ein fast demokratisches Moment, dass die Finanzkrise alle treffen wird – kleine Internetagenturen genauso wie größere Medienunternehmen. Es gilt das Stereotyp, dass dem Scheitern auch immer eine Chance auf einen Neuanfang innewohnt. Doch ist dem wirklich so? Denn im Gegensatz zur angelsächsischen Kultur, in der die Niederlage auch immer eine Erprobung ist, haftet dem Scheitern hierzulande ein Makel an – ganz gleich ob es selbst- oder fremdverschuldet ist. Und trotzdem: Es gibt Mittel und Wege, Haltung zu bewahren, wenn einem plötzlich der Boden unter den Füßen weg gezogen wird. Vorausgesetzt man nimmt die neuen Chancen wahr. Einer der führenden Insolvenzverwalter Deutschlands und zwei von ihr betroffene Medienschaffende sprechen über die Zwänge, Ängste, aber vor allem über die neu gewonnene Freiheit, die das Scheitern mit sich bringen kann.

MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG VON:

**DER SPIEGEL**

**HUGO BOSS**

*otto group*

hamburgund**design**<sup>o</sup>



Jahr - GRUPPE



Deutscher  
Pressevertrieb  
[www.dpv.de](http://www.dpv.de)

**KOFLER & KOMPANIE**  
INTERNATIONAL CATERER



**GRENDL & HENKE**  
PUBLIC RELATIONS



DAS LEADAWARDS-SYMPOSIUM IST EINE VERANSTALTUNG  
DER LEADACADEMY.

LEADACADEMY FÜR MEDIEN E.V.  
KAISER-WILHELM-STRASSE 89  
20355 HAMBURG  
T. +49(0)40-325 24 2 - 50  
M. [INFO@LEADACADEMY.DE](mailto:INFO@LEADACADEMY.DE)  
[WWW.LEADAWARDS.DE](http://WWW.LEADAWARDS.DE)

