

MÜNCHNER KREIS



Übernationale Vereinigung für Kommunikationsforschung
Supranational Association for Communications Research

Konferenz-Programm

**Media Reloaded –
Mediennutzung im digitalen Zeitalter**

2. April 2009
Sheraton München Arabellapark Hotel, München

Conference Program

**Media Reloaded –
Media Use in the Digital Era**

April 2, 2009
Sheraton München Arabellapark Hotel, Munich

MÜNCHNER KREIS

Kurzportrait

Der MÜNCHNER KREIS will die Wissens- und Informationsgesellschaft durch seine Arbeit aktiv mitgestalten. Als gemeinnützige, übernationale Vereinigung an der Nahtstelle von Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Medien befasst er sich mit Fragen der Technologie, der Gesellschaft, der Ökonomie und der Regulierung im Bereich von Informations- und Kommunikationstechniken sowie der Medien. Er begleitet und fördert die Entwicklung der Informationsgesellschaft in verantwortungsvoller Weise und wirkt an der Verbesserung der Rahmenbedingungen in Deutschland und Europa durch wissenschaftlich qualifizierte Beiträge und sachlichen Dialog konstruktiv mit.

Der MÜNCHNER KREIS veranstaltet Mitgliederkonferenzen, Fachkonferenzen, Kongresse und Gesprächskreise. Die Arbeit ist nicht fachlich spezialisiert, sondern interdisziplinär. Die Arbeitsergebnisse werden publiziert.

MÜNCHNER KREIS

Summary

The mission of the MÜNCHNER KREIS is to take an active part in the formation of the information and knowledge-based society. As a non-profit supranational association working at the interface of public policy, science, business, and the media, it is concerned with issues of technology, societal and business impacts, and regulation of information and communications technologies. The MÜNCHNER KREIS supports the responsible development of the information society and works constructively towards improving conditions in Germany and Europe by making contributions and promoting dialogue grounded in research and practice.

The MÜNCHNER KREIS organizes discussion groups, member conferences, symposia, and congresses. The work of the MÜNCHNER KREIS is interdisciplinary rather than specialized in one field, and its results are published.

Vorwort

Seit dem Aufkommen des Internets unterliegt die Mediennutzung einem fundamentalen Wandel – tradierte Geschäftsmodelle im Mediensektor werden in Frage gestellt und es eröffnen sich immer neue Möglichkeiten der Mediennutzung. Der klassische, einseitige Konsum von vorstrukturierten Medieninhalten gehört zwar noch lange nicht der Vergangenheit an – er wird jedoch immer mehr durch Formen der interaktiven, partizipativen und selbst bestimmten Mediennutzung ergänzt. Und das mit weitreichenden Herausforderungen für die Medienbranche und deren Geschäftsmodelle – aber auch für Politik, Unternehmen und öffentliche Institutionen sowie jeden einzelnen Medienkonsumenten.

Den Nährboden für diesen Wandel bereiten der Breitbandboom im Festnetz- und Mobilfunkbereich, die digitale Aufrüstung und beginnende Vernetzung der Heimelektronik, die rasant wachsende Funktionalität bei den Mobilfunkgeräten und die technische Evolution im Onlinebereich. Informationen und Medieninhalte sind heute in den „Fingerspitzen“ der Konsumenten – wann immer sie wollen, wo immer sie wollen.

Damit sehen sich klassische Medienformen wie zum Beispiel das Fernsehen oder Printmedien mit einem tiefgreifenden Umbruch konfrontiert: Sie sind dazu gezwungen, neue Wege finden, ihre Kunden zu erreichen und am Markt erfolgreich zu sein. Dazu müssen sie vor allem die neuen Freiheiten des Online-Umfelds, wie zum Beispiel in der Werbung und der Interaktion für sich nutzen. Gleiches gilt für die Inhalteanbieter. Selbst Meinungsbildner wie die politischen Parteien stehen vor neuen Herausforderungen, die neue Medienvielfalt für sich zu nutzen, um ihre Botschaften zu transportieren.

Dabei sind die Konsumenten von Botschaften längst zu „Nutzern von Inhalten und Plattformen“ avanciert: Sie greifen zunehmend selbst in die Medienerstellung ein und werden zu Bild-Reportern oder Produzenten eigener Online-Programme und -Serien. Für die Medienunternehmen stellt sich somit die Frage, wie sie diese Kundenenergie positiv nutzen können.

Doch nicht nur die Medienunternehmen, sondern auch die Nutzer selbst sehen sich mit neuen Herausforderungen konfrontiert: Sie reichen vom Umgang mit der neuen Medienvielfalt und der Notwendigkeit des kritischen Filterns von Informationen bis hin zum Datenschutz, Jugendschutz und der digitalen Selbstbestimmung. Die ständige Balance zwischen Segen und Fluch des digitalen Medienzeitalters trifft alle – und stellt gerade auch für die Politik eine ganz besondere Herausforderung dar.

Der MÜNCHNER KREIS präsentiert und diskutiert die vielfältigen Aspekte der Fragestellungen rund um den Wandel in der Mediennutzung und die Implikationen auf die Medienlandschaft, die Politik und die Gesellschaft in seiner Fachkonferenz

Media Reloaded – Mediennutzung im digitalen Zeitalter.

Im Rahmen der Konferenz kommen die großen Protagonisten des Medienmarktes zusammen und diskutieren gemeinsam die Frage, wie die Entwicklung tradierter Geschäftsmodelle einzuschätzen ist und welche neuen Möglichkeiten sich daraus ergeben.

Ein Ausblick auf die nächsten zehn Jahre soll zukünftige Veränderungen beleuchten, die sich bei der Überführung der Prinzipien aus der innovativen Online- in die klassische Medienwelt, beispielsweise in den Bereichen Werbung und Interaktion, ergeben.

Die wichtige Diskussion über die Herausforderungen an Politik und Gesellschaft durch den digitalen Konsumenten – zum einen vor dem Hintergrund der politischen Meinungsbildung und der anstehenden Wahlen, zum anderen vor dem Hintergrund der digitalen Selbstbestimmung – runden das Bild ab.

Die Konferenz hat sich zum Ziel gesetzt, neue Perspektiven für die Medienlandschaft zu eröffnen und gibt allen Teilnehmern die Möglichkeit, brennende Fragen gemeinsam mit anderen Experten zu erörtern sowie neue Kontakte zu knüpfen und alte zu pflegen.

Programm

Donnerstag, 2. April 2009

09.00 **Begrüßung und Einführung**
Prof. Dr. Jörg Eberspächer, Technische Universität München

DIGITALE MEDIEN – MEDIENNUTZUNG IM UMBRUCH

Moderation: Prof. Dr. Jörg Eberspächer, Technische Universität München

09.15 **Digitale Medien – Der Kampf ums Wohnzimmer und darüber hinaus**
Dr. Martin Fabel, A.T. Kearney GmbH, Berlin

09.45 **Mediennutzung im Wandel – Analyse und Aussichten**
Dalia Das, Bertelsmann AG, Gütersloh

10.15 **Neue Kanäle, neue Inhalte: User Generated Content und wie man sich die Energie der Kunden und neue Technologien zunutze machen kann**
Prof. Dr. Thomas Hess, Ludwig Maximilians Universität, München

10.45 K a f f e e p a u s e

ROUNDTABLE:

Broadcast vs. On-Demand - Das Ende des klassischen Medienkonsums?

Moderation: Axel Freyberg, A.T. Kearney GmbH, Berlin

11.15 Teilnehmer:

Robert Amlung, ZDF, Mainz
Barbara Daliri Freyduni, Google Germany GmbH, Hamburg
Andreas Müller-Schubert, Microsoft Deutschland GmbH, Unterschleißheim
Marc Schröder, RTL Interactive GmbH, Köln
Dr. Andreas Siemen, Kabel Deutschland GmbH, Unterföhring

12.30 M i t t a g s p a u s e

NEUE GESCHÄFTSMODELLE - MEDIENLANDSCHAFT IM UMBRUCH

Moderation: Dr. Andreas Bereczky, ZDF, Mainz

- 13.30 **Die Medienlandschaft in 10 Jahren**
Sascha Lobo, adnation Social Media Advertising, Berlin
- 14.00 **Digitale Werbung – Schöne neue Welt!?**
Dr. Peter Figge, Tribal DDB GmbH, Hamburg
- 14.30 **Neue Geschäftsmodelle aus der Konvergenz der Medien -
Transaktions- und Werbeumsätze treiben das Zusammenwachsen der
Medien- und Kommunikationsindustrie**
Jochen Apel, Alcatel-Lucent Deutschland AG, Neu-Isenburg
- 15.00 K a f f e e p a u s e
- 15.30 **Wahlen und Medien: Wird die Entwicklung der digitalen Medien
die Wahlkämpfe in Deutschland verändern?**
Matthias Jung, Forschungsgruppe Wahlen e.V., Mannheim

ROUNDTABLE:

Der digitale Konsument – Herausforderungen für Politik und Gesellschaft

Moderation: Prof. Dr. Arnold Picot, Ludwig Maximilians Universität, München

- 16.00 Teilnehmer:

Marc Jan Eumann, MdL, SPD-Landtagsfraktion NRW, Düsseldorf
Karl Michael Friedrich, Vodafone Group Research & Development, München
Prof. Peter Kabel, Unternehmer, Hamburg
Dr. Clemens Riedl, StudiVZ Limited, Berlin
Rainer Tief, Bayerischer Rundfunk, München
- 17.15 **Schlusswort**
Prof. Dr. Arnold Picot, Ludwig Maximilians Universität, München
- 17.30 **Ende der Fachkonferenz, Empfang im Foyer**

Veranstaltungsinformationen

- Zeit und Ort:** Fachkonferenz am 2. April 2009
Sheraton München Arabellapark Hotel
Konferenzzentrum - Saal „Cuvillies“
Arabellastr. 5, 81925 München
- Veranstalter:** **MÜNCHNER KREIS**
Übernationale Vereinigung für
Kommunikationsforschung e.V.
Tal 16, 80331 München
Telefon +49/89/22 32 38, Fax +49/89/22 54 07
E-Mail: office@muenchner-kreis.de
- Wissenschaftliche
Leitung:** Axel Freyberg
Vice President
A.T. Kearney GmbH
Charlottenstr. 57, 10117 Berlin
Telefon +49/30/2066-3441, Fax +49/30/2066-3934
axel.freyberg@atkearney.com
- Prof. Dr.-Ing. Jörg Eberspächer
Technische Universität München
Lehrstuhl für Kommunikationsnetze
Arcisstr. 21, 80290 München
Telefon +49/89/289-23500, Fax +49/89/289-23523
E-Mail: joerg.eberspaecher@tum.de
- Anmeldung:** **Bis spätestens 20. März 2009**
mit beiliegendem Formular. Bestätigung und
Rechnungsstellung erfolgt nach Anmeldung.
- Anmeldung auch über unsere Internet-Adresse möglich:
www.muenchner-kreis.de
- Teilnehmergebühr:** **€ 290,-** pro Person
Die Teilnehmergebühr ist inklusive Unterlagen, Catering und
dem nach der Veranstaltung erscheinenden Tagungsband.
Dieser wird Ihnen nach Veröffentlichung zugesandt.
Die Gebühr enthält **keine** Mehrwertsteuer.

Zahlung: Erbitten wir sofort nach Erhalt der Rechnung auf das Konto Nr. 2 700 166 bei der HypoVereinsbank AG, München (BLZ 700 202 70).

Aus dem Ausland:
IBAN: DE63 7002 0270 0002 7001 66
SWIFT (BIC): HYVEDEMMXXX

Empfänger: MÜNCHNER KREIS
Name des Teilnehmers sowie Rechnungsnummer sind unbedingt anzugeben!

Stornierung: Die Stornoerklärung bedarf der Schriftform. Bei Stornierung vor Anmeldeschluss (**20.03.2009**) wird eine Bearbeitungsgebühr von € 50,- erhoben. Nach Anmeldeschluss ist die gesamte Teilnehmergebühr fällig. Eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers ist möglich.

Konferenz-Sprache: Deutsch

**Tagungsbüro
Registrierung:** Das Tagungsbüro im Foyer ist geöffnet von 08.00 bis 17.30 Uhr.
Telefon +49/89/9232-4401
Fax +49/89/9232-4501

**Konferenz-
Unterlagen:** Ihre Konferenz-Unterlagen erhalten Sie im Tagungsbüro; ein Versand ist nicht vorgesehen.

**Zimmer-
Reservierung:** Es besteht ein Abrufkontingent bis zum **19. März 2009** unter dem Stichwort „MÜNCHNER KREIS“. Die Zimmerreservierung bitte **direkt** und auf eigene Rechnung beim Hotel vornehmen.

Sheraton München Arabellapark Hotel

Zimmer pro Nacht € 130,00, Frühstücksbuffet € 22,00 pro Person
Arabellastr. 5, 81925 München
Telefon +49/89/93 00 16 397, Fax +49/89/93 00 16 837
www.arabellasheraton.com

Weitere Hotelinformationen: Tourismusamt München
Telefon +49/89/233-96 500, Fax +49/89/233-30 233
E-Mail: tourismus@muenchen.de
www.muenchen.de/tourismus

Anreise:**Anreise mit dem Flugzeug**

Vom Flughafen fahren Sie mit der Linie S1 oder S8 bis Haltestelle „Karlsplatz“ (Stachus), hier steigen Sie um in die U4 und fahren bis zur Endstation „Arbellapark“. Benützen Sie den Ausgang „Busbahnhof/Arbellapark/Rosenkavalierplatz“ und gehen Sie Richtung „Rosenkavalierplatz“. Am Supermarkt *REWE* biegen Sie rechts ein in den Rosenkavalierplatz und gehen in Richtung *Sheraton Grand Hotel* bis zur Arabellastraße. Hier biegen Sie links ein und erreichen nach 50 m das **Sheraton München Arbellapark Hotel**. Das Konferenzzentrum befindet sich an der Rückseite des Hotels.

MVV Einzelfahrkarte € 9,20 / Tageskarte Single Gesamtnetz € 10,-.
Fahrzeit ca. 60 Minuten.

Taxi Fahrpreis ca. € 60,-. Fahrzeit ca. 45 Minuten.

Anreise mit der Bahn

Von München Hauptbahnhof fahren Sie mit der Linie U4 bis zur Endstation „Arbellapark“ - weitere Wegbeschreibung siehe oben.

Weitere Informationen: www.mvv-muenchen.de

Anreise mit dem Auto

Von allen Autobahnzufahrten kommen Sie auf den „Mittleren Ring“. Hier fahren Sie nach Osten bis zum Stadtteil Bogenhausen.

Auf dem Mittleren Ring vom Süden kommend biegen Sie beim HypoVereinsbank Hochhaus rechts in die Denninger Straße ein, dann an der dritten Ampel links in die Arabellastraße.

Vom Norden kommend überqueren Sie die John-F.-Kennedy-Brücke (Isarring), nehmen vor dem Tunnel die Ausfahrt nach „Oberföhring“ und kommen so zum Effnerplatz. Hier biegen Sie links in die Effnerstraße ein, dann gleich rechts in die Engelschalkinger Straße und wieder rechts in die Arabellastraße.

Parkmöglichkeit

Hotel Garage, siehe Plan auf der letzten Seite.

Preface

Since the emergence of the Internet, media use has been subject to a fundamental change – conventional business models in the media sector are questioned and new possibilities for media use are constantly being provided. The classic, one-way consumption of already structured media content does not belong to the past, though – it will be however increasingly complemented with interactive, participative, and self-determined forms of media use. These forms will pose far-reaching challenges for the media industry and its business models – but also for politics, businesses, and governmental institutions as well as for each media consumer.

The breeding ground for this change has been caused by the boom in broadband both in landline and mobile networks, the digital upgrade and the incipient networking of the home electronics, the fast growing functionality of the mobile radio units, and the technical evolution in the online sector. Information and media content is today at the consumers' fingertips – whenever they want it, wherever they want it.

Conventional media such as television or print media are confronted with profound changes. Players are required to find new approaches to reach their customers and to be successful in the market. For this purpose, they have to use to their benefit the freedoms of the online environment, for example in advertisements and interactions. The same is true for the providers of content. Even opinion leaders, such as political parties, are confronted with new challenges using the emerging media variety to convey their messages.

In the process, the consumers of messages have long ago advanced to “content and platform users”: they intervene themselves to a greater degree in the media production and become reader-reporters or producers of their own online programs and series. For the media businesses, the following question arises: How can media firms positively use this customer energy?

Not just the media businesses, but also the users themselves are confronted with new challenges which go from the handling of the recent media variety and the necessity of critical information filters to the protection of data privacy, protection of minors, and the digital self-determination. The constant balance between the blessing and the curse of the digital media era affects all – and constitutes especially for politics a very specific challenge.

The MÜNCHNER KREIS presents and discusses the diverse aspects of the problems surrounding the media use change and the implications for the media landscape, politics, and society in the conference

Media Reloaded – Media Use in the Digital Era.

Within the scope of the conference, the key players of the media market will meet and discuss together the question: How can the development of conventional business models be evaluated and which are the new opportunities that will arise?

The outlook of the next ten years should highlight future changes due to the conversion of the innovative online world with the conventional media world, for example in the sectors of advertisement and interaction.

To complete the picture, the important discussion about the challenges for politics and society through the digital consumers – against the background of political opinion formation and the up-coming elections, on the one hand, and against the background of digital self-determination, on the other – will also be addressed.

The goal of the conference is to open up new perspectives for the media landscape, and give all participants the opportunity to debate these important questions along with other experts as well as to establish new contacts and maintain old ones.

Program

Thursday, April 2, 2009

09.00 **Welcome and Introduction**
Prof. Dr. Jörg Eberspächer, Munich University of Technology

DIGITAL MEDIA – THE RADICAL CHANGE OF MEDIA USE

Chair: Prof. Dr. Jörg Eberspächer, Munich University of Technology

09.15 **Digital Media –The Battle for the Living Room and beyond**
Dr. Martin Fabel, A.T. Kearney GmbH, Berlin

09.45 **Changing Media Consumption – Analysis and Outlook**
Dalia Das, Bertelsmann AG, Gütersloh

10.15 **New Channels, New Contents: User Generated Content and How to
Harness the Customer’s Energy and New Technologies**
Prof. Dr. Thomas Hess, University of Munich

10.45 C o f f e e B r e a k

ROUNDTABLE:

Broadcast vs. On-Demand - The End of the Classic Media Consumption?

Chair: Axel Freyberg, A.T. Kearney GmbH, Berlin

11.15 Participants:

Robert Amlung, ZDF, Mainz
Barbara Daliri Freyduni, Google Germany GmbH, Hamburg
Andreas Müller-Schubert, Microsoft Deutschland GmbH, Unterschleissheim
Marc Schröder, RTL Interactive GmbH, Cologne
Dr. Andreas Siemen, Kabel Deutschland GmbH, Unterföhring

12.30 L u n c h

NEW BUSINESS MODELS – THE RADICAL CHANGE OF THE MEDIA LANDSCAPE

Chair: Dr. Andreas Bereczky, ZDF, Mainz

- 13.30 **The Media Landscape in 10 Years**
Sascha Lobo, adnation Social Media Advertising, Berlin
- 14.00 **Digital Advertising – Brave New World!?**
Dr. Peter Figge, Tribal DDB GmbH, Hamburg
- 14.30 **New Business Models due to the Convergence of Media –
Transactions and Advertising Turnovers Force the Coalescence of
Media and Communications Industry**
Jochen Apel, Alcatel-Lucent Deutschland AG, Neu-Isenburg
- 15.00 C o f f e e B r e a k
- 15.30 **Elections and Media – Will the Development of Digital Media
Change the Election Campaigns in Germany?**
Matthias Jung, Forschungsgruppe Wahlen e.V., Mannheim

ROUNDTABLE:

The Digital Consumer – Challenges for Politics and Society

Chair: Prof. Dr. Arnold Picot, University of Munich

- 16.00 Participants:

Marc Jan Eumann, MdL, SPD-Landtagsfraktion NRW, Düsseldorf
Karl Michael Friedrich, Vodafone Group Research & Development, Munich
Prof. Peter Kabel, Entrepreneur, Hamburg
Dr. Clemens Riedl, StudiVZ Limited, Berlin
Rainer Tief, Bayerischer Rundfunk, Munich
- 17.15 **Closing Remarks**
Prof. Dr. Arnold Picot, University of Munich
- 17.30 **End of Conference, Reception in the Foyer**

General Information

- Date and Place:** Conference on April 2, 2009
Sheraton München Arabellapark Hotel
Conference Centre - Room "Cuvillies"
Arabellastrasse 5, 81925 München
- Organizer:** **MÜNCHNER KREIS**
Supranational Association for
Communications Research
Tal 16, 80331 München
Telephone +49/89/22 32 38, Fax +49/89/22 54 07
E-Mail: office@muenchner-kreis.de
- Chairmen:** Axel Freyberg
Vice President
A.T. Kearney GmbH
Charlottenstr. 57, 10117 Berlin
Telefon +49/30/2066-3441, Fax +49/30/2066-3934
axel.freyberg@atkearney.com
- Prof. Dr.-Ing. Jörg Eberspächer
Technische Universität München
Lehrstuhl für Kommunikationsnetze
Arcisstr. 21, 80290 München
Telephone +49/89/289-23500, Fax +49/89/289-23523
E-Mail: joerg.eberspaecher@tum.de
- Registration:** **Not later than March 20, 2009**
on enclosed form. Confirmation and invoice will be
sent upon receipt of registration.
- Registration also possible via Internet:
www.muenchner-kreis.de
- Participation Fee:** **€ 290,-** per person.
The fee includes participation, catering, conference handouts and the
conference proceedings volume. The book will be dispatched after
publishing.
There is **no** VAT included in the amount.

Payment: Payment comes due directly after receipt of the invoice.
The amount must be transferred to HypoVereinsbank AG, Munich,
Account No. 2 700 166 (Bank Code 700 202 70).

From abroad:
IBAN: DE63 7002 0270 0002 7001 66
SWIFT (BIC): HYVEDEMMXXX

Payee: MÜNCHNER KREIS
Name of Participant and Invoice No. must be stated.
All bank charges must be covered by the sender.

Cancellation: Cancellation needs to be in writing. In case of cancellation before registration deadline (**20.03.2009**) a handling charge of € 50,- comes due. Total payment comes due after that date, but any deputation of the registered person is possible.

Conference Language: German

Conference Office Registration: The conference office (foyer room "Cuvillies") is open from 08:00 until 17:30 h.
Telephone +49/89/9232-4401
Fax +49/89/9232-4501

Conference Documents: You will get your documents at the conference office, they will not be dispatched by mail.

Accommodation: Hotel reservations should be made **directly** by the participants.

A limited number of rooms has been reserved until **March 19, 2009** in the following hotel (under "Group Reservation MÜNCHNER KREIS")

Sheraton München Arabellapark Hotel
Room € 130,-/night, Breakfast Buffet € 22,-
Arabellastrasse 5, 81925 München
Telephone +49/89/93 00 16 397, Fax +49/89/93 00 16 837
www.arabellasheraton.com

Further Hotels via the Tourist Office of Munich,
Telephone +49/89/233-96 500, Fax +49/89/233-30 233
E-Mail: tourismus@muenchen.de
www.muenchen.de/tourismus

Approaching:

Arriving by plane

Via S-train S1 or S8 to stop "Karlsplatz" (Stachus), change to subway station and take subway U4 to final stop "Arabellapark", exit "Busbahnhof/Arabellapark/Rosenkavalierplatz". At the supermarket *REWE* turn right into Rosenkavalierplatz and go into the direction of *Sheraton Grand Hotel* until Arabellastrasse. Then turn left and go about 50 m to the **Sheraton München Arabellapark Hotel**. The conference centre is behind the hotel.

Single ticket € 9,20 / single day ticket "Gesamtnetz" € 10,-

Travel time approx. 60 minutes.

Via taxi, approx. 45 min. (about € 60,-)

Arriving by train

From the main railway station with subway U4 until final stop "Arabellapark". Then same way as by plane.

Further information: www.mvv-muenchen.de

Arriving by car

Via all highways you reach the "Mittlerer Ring".

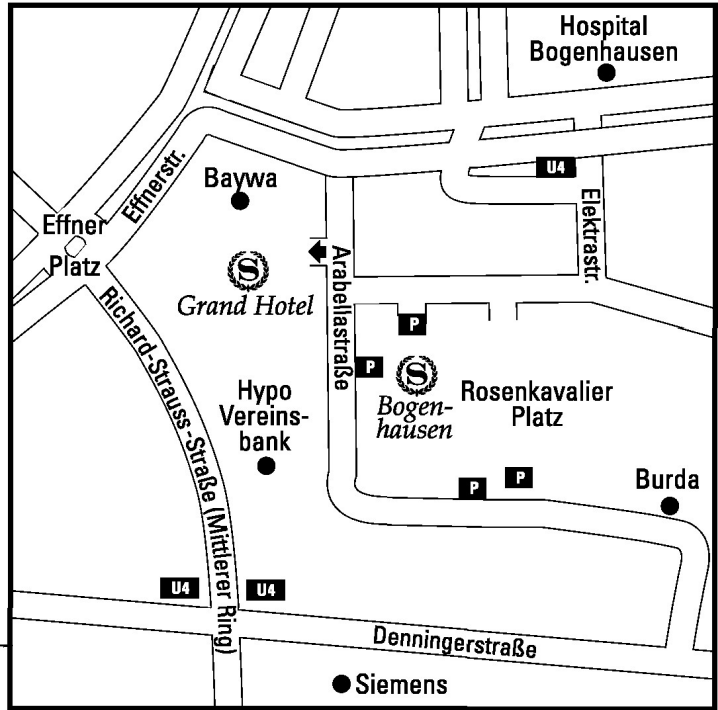
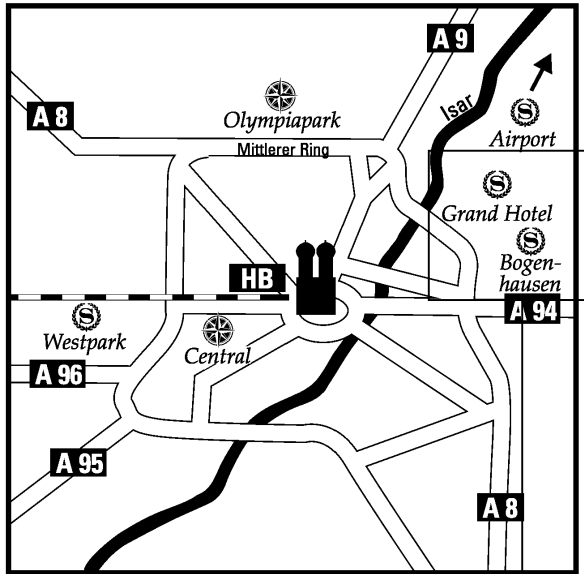
There go eastwards to the Bogenhausen district.

Coming from south turn right into "Denninger Strasse" at the HypoVereinsbank Skyscraper, then turn left at the third traffic light into "Arabellastrasse".

Coming from north cross the John-F.-Kennedy-Bridge (Isarring) and take the exit "Oberföhring" before the tunnel to "Effnerplatz". At the traffic light turn left into "Effnerstrasse" and then immediately right into "Engschalkinger Strasse" and then right into "Arabellastrasse".

Parking Possibility

Hotel Garage, see map, last page.





Bitte zurück an / please return to
 Fax +49/89/225407 oder / or Post:

Anmeldeschluss/Deadline: 20.03.2009

MÜNCHNER KREIS
Tal 16
80331 München

Meine Adresse / My Address:

Herr/Mr. Frau/Ms. Titel/Title _____

Vorname/
 Firstname _____ Name _____

Firma/Firm
 Institution _____

Abteilung/
 Department _____

Straße/
 Street _____ PLZ/Ort
 ZIP/Place _____

Tel. _____ Fax _____

E-Mail _____

Rechnungsanschrift falls abweichend/
 Invoice Address if different _____

Anmeldung / Registration

Fachkonferenz / Conference

Media Reloaded – Mediennutzung im digitalen Zeitalter /

Media Reloaded – Media Use in the Digital Era

2. April 2009, Sheraton München Arabellapark Hotel, Arabellastr. 5, 81925 München

Teilnehmergebühr / Registration Fee (pro Person / per person) **€ 290,-**

Die Teilnehmergebühr enthält keine Mehrwertsteuer und ist nach Erhalt der Rechnung fällig.

The registration fee does not include VAT and comes due after receipt of the invoice.

Teilnahme ist nur nach Zahlungseingang möglich. / Participation possible only on receipt of payment.

Ich bin damit einverstanden, dass Name und Firma/Institution in der Teilnehmerliste erscheinen.

I agree that name and firm/institution will be stated in the list of participants.

Bitte senden Sie eine Einladung auch an folgende Adresse /
 Please send an invitation also to the following address

Ich möchte künftig keine Einladungen mehr / I don't want any further invitations