

15:40 **Performance-Marketing für Medienunternehmen: Wenn Facebook und YouTube Einspeisegbühr verlangen.**

■ **David Lange** Managing Director & Co-Founder, adlicious GmbH, Hamburg

15:55 **Businesscase hinter Social: Wann und wie sich Social finanziell lohnt.**

■ **Jasmina Borgard** Gründerin und Managing Director, HOLYMESH/YT-Tainment GmbH, Köln  
■ **Diana zur Löwen** Youtuberin und Gründerin CoDesign Factory, Köln

16:25 **Medienkritik neu gedacht: von Popkultur bis Thumbnailkritik – Metakanäle boomen.**

■ **Marco Risch** Youtuber, Nerdkultur, München  
■ **Fynn Kröger** Youtuber, Ultralativ, Kiel

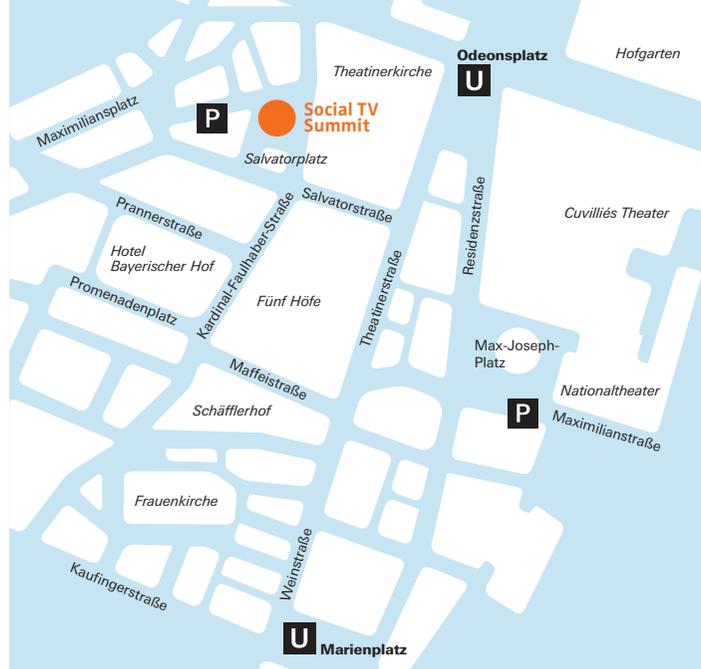
16:45 **Zusammenfassung und Fazit**

■ **Bertram Gugel** gugelproductions

17:00 **Ende der Veranstaltung**

#### Moderation

■ **Geraldine de Bastion** Beraterin und Projektleiterin, Vorstand Digitale Gesellschaft e.V., Berlin  
■ **Michael Praetorius** Publizist, Berater und Unternehmer, NOEO GmbH, München



#### Anfahrt zum Veranstaltungsort

Literaturhaus München, Salvatorplatz 1, 80333 München

#### Mit öffentlichen Verkehrsmitteln zum Literaturhaus

■ **U-Bahn** Linie U4/5 bzw. U3/6, Haltestelle Odeonsplatz  
■ **vom Flughafen** S8, Haltestelle Marienplatz

#### Veranstalter

Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)  
Heinrich-Lübke-Straße 27,  
81737 München

Medientage München GmbH  
Rosenheimer Straße 145e  
81671 München

#### Kontakt

Tanja Nagel, events@blm.de

#### Anmeldung

über [www.medientage.de/deutscher-social-tv-summit/](http://www.medientage.de/deutscher-social-tv-summit/)

**Teilnahmegebühr** 75 Euro /ermäßigt 29 Euro (inkl. MwSt.)



**Online buchbar**

**BLM**

Bayerische  
Landeszentrale für  
neue Medien



**MEDIENTAGE  
MÜNCHEN**

21. Juni 2018  
Literaturhaus München  
#stvs18

# Deutscher Social TV Summit 2018

## Social Reboot: Neue Ansätze von Pay-to-play bis Originals

## 7. Deutscher Social TV Summit „Social Reboot: Neue Ansätze von Pay-to-play bis Originals“

### Sehr geehrte Damen und Herren,

Social Media-Plattformen befinden sich in einem ständigen Umbruch: Neue Algorithmen beschränken die Sichtbarkeit von Medien, immer öfter muss für Reichweite bezahlt werden. Für die Inhalteproduzenten entsteht ein permanenter Handlungsdruck, eigenständig Kontakt mit den Nutzerinnen und Nutzern aufzunehmen. Die Plattformen beauftragen immer häufiger Shows und Formate, die eigens für sie produziert werden, um sich abzuheben. All dies bedingt, dass die Social-Aktivitäten der Sender und Produzenten stärker denn je ihren Wert nachweisen müssen.

Wie wirkt sich der Reboot von Facebook und YouTube auf Sender und Produzenten aus? Was ist nötig, um erfolgreiche Formate zu entwickeln und wie kann man innerhalb eines Formats kreative neue Wege beschreiten? Welchen Regeln folgen die Algorithmen und wie bedient man sie effektiv? Wie generiert man noch organische Reichweite und wann lohnt es sich, für Reichweite zu bezahlen? Mit diesen und weiteren Fragen beschäftigt sich der 7. Deutsche Social TV Summit, der in diesem Jahr mit Unterstützung der Medientage München GmbH und dem MedienNetzwerk Bayern durchgeführt wird.



SIEGFRIED SCHNEIDER  
Präsident der BLM

Donnerstag  
**21. 6. 2018**  
10:30 – 17:00 Uhr  
Literaturhaus München

- 9:30 **Registrierung und Netzwerken**
- 10:30 **Grußwort**  
■ **Siegfried Schneider** Präsident, BLM, München
- 10:40 **Einführung – Social Reboot:  
Neue Ansätze von Pay-to-play bis Originals.**  
■ **Bertram Gugel** gugelproductions, Berlin
- 10:55 **Keynote: The ethics of social design and  
tech platforms**  
■ **James Williams** Design Ethiker, University of Oxford,  
Co-Founder der Time Well Spent Campaign
- 11:25 **Social & Media: das Ende einer schwierigen  
Beziehung? – Neue Wege zum Nutzer**  
■ **Martin Hoffmann** CEO & Founder bei RESI Media UG,  
Berlin  
■ **Fabian Dill** Geschäftsführer, DieProduktMacher GmbH,  
München  
■ **David Streit** freiberuflicher Media Strategist  
und Mitgründer der Kurations-Plattform Shelfd, Berlin
- 12:00 **Mittagspause**
- 13:00 **Augmented Reality für das Fernsehen**  
■ **Tom Orzikowski** COO & Co-Founder,  
eyecandylab GmbH, München
- 13:10 **Rebroadcast, Videochat oder interaktive  
Gameshow? Welche Lücke besetzt Live im Video-  
universum?**  
■ **Marina Schakarian** Redaktionsleitung Web Only,  
ZDF Digital Medienproduktions GmbH, Mainz  
■ **Michael Lämmle** SVP Digital Multichannel Strategy &  
Operations, ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring  
■ **Ivo Hrstic** Chefredakteur Digital und Director Digital,  
Sport1 GmbH, Ismaning
- 13:40 **Gekommen um zu bleiben: Wie das Social Web  
neue Formate formt. – Einführung**  
■ **Fabian Schiffelholz** Social Media Editor,  
ARTE G.E.I.E., Straßburg
- 13:55 **Gekommen um zu bleiben: Wie das Social Web  
neue Formate formt. – Beispiele**  
■ **Explainer: Sara Maria Manzo** Leiterin Video,  
Neue Zürcher Zeitung, Zürich  
■ **Video Essays: Brendan Miller** Digital Development  
Editor, BBC 3, London  
■ **Videoreportagen: Nicole Kohnert** Redakteurin,  
docupty/WDR, und **Nora Nagel**, Online-Redakteurin,  
bildundtonfabrik, Köln
- 14:25 **Von „Skam“ in Norwegen zu „Druck“ in  
Deutschland: Social Storytelling in Echtzeit.  
Wie importiert man eine Social Serie?**  
■ **Alexander Lindh** Drehbuchautor, Autor der  
funk-Serie „Druck“, Berlin
- 14:40 **Kaffeepause**
- 15:10 **Bye, bye organische Reichweite.  
Wann lohnt es sich, Social sein zu lassen?**  
■ **Andreas Rickmann** Head of Social / New Platforms,  
BILD, Berlin  
■ **Lisa Stadler** Head of Audience & Traffic Management,  
der Standard.at, Wien  
■ **Denis Crushell** Vice President EMEA, Tubular Labs,  
London

