

26.10.2001 - 11:09 Uhr

Interview: Thomas Brenzikofer, Chefredakteur "Netzwoche"

Basel (ots) -

"Letztlich wird die Internetindustrie von den Inhalten getragen"

Schon zum achten mal organisiert Norbert Specker die Interactive Publishing, dieses Jahr zusammen mit der Messe Basel unter dem neuen Label Content Summit. Die Content Summit 01 findet vom 7. bis 9. November in Zürich statt.

Thomas Brenzikofer: Herr Specker, Sie stecken mitten in der Vorbereitung für den Content Summit. Wie sieht es aus?

Norbert Specker: Qualitativ erwarte ich einen äusserst spannender Kongress. Nicht zuletzt werden die Ereignisse vom 11. September viel zu debattieren geben.

TB: Wo liegt das Bedürfnis an einer solchen Veranstaltung?

NS: Gerade im momentanen De-Hype zeigt sich immer deutlicher, dass es letztlich die Inhalte sind, welche die Internetindustrie tragen. Internet ohne Inhalte braucht niemand.

TB: Ist Content wirklich King? Warum ist denn niemand bereit für die angebliche Treibkraft der Internetindustrie zu bezahlen?

NS: Das ist eine Frage des Modells. Die Inhaltanbieter müssen vielleicht nochmals über die Bücher und ihre Geschäftsmodelle gründlicher durchdenken. In der jüngsten Vergangenheit, während des Hypes, wurde eindeutig zu wenig Ressourcen in diesen Prozess gesteckt.

TB: Und in welche Richtung geht diesbezüglich die aktuelle Diskussion?

NS: Ein interessanter Ansatz kommt aus Skandinavien. Dort, wie übrigens auch anderswo, wird der Hauptthrust des Traffics von ganz wenigen Inhaltanbieter produziert. In Schweden zum Beispiel produzieren 17 Sites 70 Prozent des Internetverkehrs. Und so haben sich die Betreiber dieser siebzehn Sites zusammengetan und den Telekommunikationsunternehmen vorgerechnet, dass über die Hälfte von deren Online-Einnahmen aufgrund ihres Contents generiert wird. Ziel ist es, die Telekommunikationsunternehmen dazu zu bringen, einen Obulus pro User zu entrichten. Dieser würde von einer unabhängigen Clearingstelle eingefordert und unter den Inhaltanbieter des Pools gemäss ihres Traffic-Volumens aufgeteilt. Macht ein Internetprovider nicht mit, so wird seinen Abonnennten der Zugang zur News-Site verweigert. Mir scheint dies ein interessanter Ansatz zu sein. Allerdings funktioniert er wohl auch nur in einem kleinen, überblickbaren Markt, und überdies profitieren einmal mehr vor allem die Grossen.

TB: Vor einem Jahr war Wireless noch ein grosses Thema. Dieses Jahr ist es rund um die Mobilkommunikation eher ruhig geworden. Wie erklären Sie sich das?

NS: Für Inhaltanbieter ist Wireless als solches kein Thema, sondern einfach ein weiterer Kanal. Die meisten Medienunternehmen haben inzwischen einen hohen Grad an Integration ihrer Inhalte erreicht. Deshalb überlegen Sie sich eher, wann und wie und auf welchem Kanal eine bestimmte Information Sinn macht. Dieser Ansatz ist auch richtig. Denn die Tatsache, dass irgendwann UMTS-Handys da

sein werden, heisst noch lange nicht, dass diese blindlings mit irgendwelchen Inhalten gefüllt werden müssen. Relevanz ist, wie beim Internet, unabdingbar.

Norbert Specker

Geboren am 8.5.1959 in Zürich. Studium der Kunstgeschichte und Publizistik. Danach während vier Jahre Manager einer Dance Company und bei einer Filmproduktion tätig. Gründung der Loco Location, einer Service Company für die Foto- und Filmindustrie. Einstieg ins Audiotextgeschäft, Gründung der Catch Up Communications. 1994 Gründung der Interactive Publishing, eines jährlichen Kongresses für die Medienindustrie zum Thema interaktiven Medien und Internet. 2000 wurde Interactive Publishing das erste Mal in Partnerschaft mit der Messe Basel durchgeführt und in diesem Jahr in das Joint Venture Content Summit integriert.

Norbert Specker ist verheiratet, hat eine Tochter und wohnt in Victoria British Columbia (Ca) und in Zürich.

Das aktualisierte Programm ist im Internet abrufbar unter www.contentsummit.com.

Content Summit 01

The Real-life Portal for the European Content Industry
Ein Management-Treffen der europäischen Contentindustrie

7-9 November 2001

Stadthof 11/Messe Zürich
Zürich, Schweiz

Der Content Summit ist die einzigartige europäische Plattform für die führenden Akteure der Content-Industrie aus mehr als 30 Ländern.

Die Content Summit verknüpft wegweisende Strategien und "Best Practice / Next Practice"-Präsentationen, die in der Konferenz sowie den Hands-on-Workshops debattiert und evaluiert werden, mit den Dienstleistungen und Produkten der Anbieter von Inhalten und unterstützenden Technologien im Ausstellungsbereich.

Der Marktplatz der Konvergenzen wird nicht nur während des 3-Tage-Events definiert und gestaltet, die gesprächsorientierte und engagierte Atmosphäre verbindet die Teilnehmer auch über den aktuellen Anlass hinaus.

Organisiert von der Interactive Publishing GmbH und der Messe Basel wird sich die Veranstaltung Content Summit 01 vom 7. bis 9. November 2001 in Zürich auf drei Dinge konzentrieren: Zukunftsweisenden Inhalt, hochkarätige Teilnehmer und eine paraxisorientierte Umsetzung.

Kontakt:

Ansprechpartner für die Medien:
Content Summit 01
Bernd Schuster, Kommunikationsleiter
MCH Messe Basel AG
Postfach
CH-4021 Basel
Tel. +41 58 206 22 73
Fax +41 58 206 21 91
E-Mail: bschuster@messebasel.ch
Internet: www.contentsummit.com

In Deutschland:

Matthias Thews - Simone Schubbach
Fink & Fuchs Public Relations AG
Berliner Strasse 164
D-65205 Wiesbaden
Tel. +49 611 74 13 10
Fax +49 611 74 13 123
E-Mail: matthias.thews@ffpr.de oder simone.schubbach@ffpr.de

Internet: www.ffpr.de
[008]

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002831/100011784> abgerufen werden.