

23.01.2013 - 07:30 Uhr

Internationale Strategien von Medienunternehmen Going Global: Die Medienbranche auf dem internationalen Parkett - Veranstaltung am 27. Februar 2013

München (ots) -

Bollywood gilt als produktivste Filmindustrie der Welt, das chinesische Twitter-Pendant Sina Weibo mit 400 Millionen Mitgliedern wird seit Anfang des Jahres auf Englisch angeboten, Hongkong hat eine der höchsten Zeitungsleserdichten Asiens und Brasilien hat sich als eines der bevölkerungsreichsten Länder der Welt zu einem beliebten Investitionsziel entwickelt. Wollen Sie wissen, welche Länder die attraktivsten Auslandsmärkte sind? Welche Rahmenbedingungen dort herrschen und welche Regeln vor Ort beachtet werden sollten? Auf der Auftaktveranstaltung der MEDIENTAGE MÜNCHEN dreht sich alles um die Internationalisierungsstrategien von Medienunternehmen.

Alexander von Reibnitz, Geschäftsführer beim VDZ (Verband Deutscher Zeitschriftenverleger) wird auf der Veranstaltung spannende Ergebnisse einer Studie vorstellen, bei der über 400 Verlage zu ihrer internationalen Strategie befragt wurden. 79% der befragten Mittel- und Großverlage sind bereits im Ausland aktiv, wobei sie vor allem zunehmend in den Digitalbereich investieren. Wie auch für Print gelten dabei sowohl Osteuropa als auch die sogenannten BRIC Staaten als die attraktivsten Zukunftsmärkte. Thomas Luzar, Geschäftsführer spin tv, wird über Erfolge und Fallstricke am Medienstandort Peking berichten und Andreas Rudas, Executive Vice President der RTL Group, stellt u.a. erste Erfahrungen mit dem neuen Sender "Big RTL Thrill" in Mumbai vor. Die Keynote zum Thema "Wachstum durch Internationalisierung" hält Annet Aris, Professorin an der INSEAD in Paris.

Infos und Anmeldung unter www.medientage.de/going-global.php

Kontakt:

Medientage München
Anja Kistler
Telefon: 089/68999250
Fax: 089/68999199
anja.kistler@medientage.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010538/100731608> abgerufen werden.