

## Agenda

### 2. Forum Consumer Electronics – Digital Home

#### Digitale Unterhaltungselektronik – neue Wachstumschancen am Standort Deutschland nach dem „Flachbildschirm-Boom“?!

Berlin, Sony Center, Potsdamer Platz am 11. Oktober 2007, 10:00 – 17:30 Uhr

	09:30	Registrierung	
TOP 1	10:00	<b>Begrüßung und Keynote</b> Ministerialrat Dr. Andreas Goerdeler, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie Dr. Mario Tobias, BITKOM e.V.	Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.
TOP 2	10:20	<b>CE „made in Germany“ – Renaissance des Standorts Deutschland?</b> Dr. Uwe Berkermann, IKB Deutsche Industriebank AG	Albrechtstraße 10 10117 Berlin-Mitte +49. 30. 27576-0 Fax +49. 30. 27576-400 bitkom@bitkom.org www.bitkom.org
TOP 3	10:50	<b>CE-Markenwelten und Wachstumschancen: Ändern sich im digitalen Zeitalter die Erwartungen deutscher Konsumenten?</b> Oliver Kaltner, Sony Deutschland GmbH	
	11:25	Kaffeepause	
TOP 4	11:50	<b>Digital Lifestyle aus Sicht des deutschen Kunden: Nutzungs- und Kaufverhalten – Ergebnisse einer aktuellen BITKOM-Marktstudie</b> Michael Schidlack, BITKOM e.V.	<b>Ansprechpartner</b> Michael Schidlack Bereichsleiter Consumer Electronics & Digital Home +49. 30. 27576-232 Fax +49. 30. 27576-51-232 m.schidlack@bitkom.org
TOP 5	12:10	<b>Das Projekt „Service Centric Home“: Easy-to-use-Szenarien für vernetzte Lebens- und Entertainmentwelten</b> Roland Schwaiger, Deutsche Telekom Laboratories	
TOP 6	12:35	<b>Keep it simple, stupid! – die Erfolgsfaktoren für Triple Play</b> Dr. Bernhard Kaiser, Alcatel-Lucent	
	13:00	Mittagessen	
TOP 7	14:00	<b>Wachstumsperspektiven und Geschäftsmodelle für virtuelle Welten und Online Multiplayer Games</b> Dirk Weyel, Frogster Interactive Pictures AG	<b>Präsident</b> Prof. Dr. Dr. h. c. mult. August-Wilhelm Scheer
TOP 8	14:25	<b>Konsumenten verstehen – Analyse von Kundenzufriedenheit und CE-Kaufgewohnheiten als Basis der Entwicklung proaktiver Unternehmensstrategien</b> Sten Franke, Ethority GmbH & Co KG	<b>Hauptgeschäftsführer</b> Dr. Bernhard Rohleder
	14:50	Kaffeepause	
TOP 9	15:30	<b>IPTV reboot – warum wir ein fundamental neues Entertainment-Erlebnis brauchen: Geschäftsmodelle, Lessons Learned und Implikationen für den deutschen CE-Markt</b> Klaus Fuest, Roland Berger Strategy Consultants	
TOP 10	16:00	<b>„Salestainment“: Neue Umsatzimpulse durch IPTV-basierten Vertrieb erklärungsbedürftiger Produkte</b> Christian Gummig, TARGA.TV GmbH	
	16:30	Get together	

# BITKOM CE-Forum am 11. Oktober 2007 in Berlin

## Die Referenten - die Inhalte

■ **Dr. Uwe Berkermann**  
**Branchenanalyst**  
**IKB Deutsche Industriebank AG**

Uwe Berkermann, Jahrgang 1965, studierte Physik und Astronomie an der Universität Bonn, war darauf mehrere Jahre als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Ruhr Universität Bochum in der Elektrotechnik tätig. Nach seiner Promotion in der Elektrotechnik wechselte er 1998 zur AXON Technologie Consult GmbH nach Bremen. Von 2000 bis 2003 war Herr Dr. Berkermann daraufhin bei der IKB Beteiligungsgesellschaft mbH in Düsseldorf beschäftigt und wechselte 2004 zur Konzernmutter IKB Deutsche Industriebank AG. Dort ist er heute als Branchenanalyst für Maschinenbau, Elektrotechnik, Optik, Medizintechnik und Physikalische Technologien tätig.



### **CE „made in Germany“ – Renaissance des Standorts Deutschland?**

Die deutsche CE befindet sich in einem grundlegenden Wandlungsprozess. Obwohl in den letzten Jahrzehnten sehr viele Produktionsstätten verloren gegangen sind, gelingt es der Branche in Deutschland, sich in einigen High-End-Nischen eine solide Position zu erarbeiten bzw. zu erhalten. Wenngleich mit einer Rückholung der allermeisten Endfertigungsprozesse im Stil der 50er und 60er Jahre kaum zu rechnen ist, könnte Dank der hohen Innovationskraft und neuer sowie mehr verbraucherorientierter High-Tech-Produkte bzw. Dienstleistungen eine neue Technologieführerschaft Deutschlands in der CE wieder erreichbar sein.

Der aktuelle Siegeszug der Digitalisierung und die Konvergenz von CE, Telekommunikation und Computertechnik führt auch für die innovativen deutschen eher mittelständisch geprägten Unternehmen zu neuen Absatzchancen, Geschäftsmodellen und letztlich auch Beschäftigung von hochqualifizierten Mitarbeitern.

■ **Oliver Kaltner**  
**Divisional Director Marketing Consumer**  
**Electronics & IT**  
**Sony Deutschland GmbH**

Oliver Kaltner ist seit 2005 Divisional Director Marketing Consumer Electronics & IT bei der Sony Deutschland GmbH in Berlin und Mitglied im SONY German Management Board. Davor war er in leitenden Positionen bei Sony BMG Music Entertainment und Sony Music Entertainment tätig. Überdies leitet er seit über vier Jahren eine Sony Marketing Task Force mit allen deutschen Sony Schwesterfirmen. Bevor er zu SONY kam, war er bei Electronic Arts, Steilmann, Nike International Deutschland und Nike World Headquarter in Beaverton (USA) für unterschiedliche



Marketingbereiche verantwortlich. Seit 2006 ist er darüber hinaus Stellvertretender Vorsitzender des Beirates der Noshokaty, Döring & Thun GmbH, Berlin. Seinen Abschluss als Diplom-Betriebswirt machte er 1993 an der Fachhochschule Rheinland-Pfalz in Mainz.

### **CE-Markenwelten und Wachstumschancen: Ändern sich im digitalen Zeitalter die Erwartungen deutscher Konsumenten?**

Die Digitalisierung führt zu immer kürzeren Produktlebenszyklen in der IT- und Unterhaltungselektronikbranche. Damit einhergehend verkürzen sich für die Hersteller die Zeitfenster für Produktentwicklung, Produktdesign, Produktherstellung, Produktvermarktung und Produktdistribution. Immer mehr Endverbraucher suchen den direkten kommunikativen Zugang zu den Unternehmen und äußern in eindeutiger Weise Erwartungshaltungen, Bedürfnisse und Kritik. Aus ehemals homogenen Zielgruppen werden zunehmend heterogene Zielpersonen. Geschwindigkeit und Komplexität steigen. Der Vortrag gewährt Einblicke in die Herausforderungen von Sony als treibende Kraft der digitalisierten Welt des Entertainments.

■ **Michael Schidlack**  
**Bereichsleiter Consumer Electronic & Digital Home**  
**BITKOM e. V.**



Michael Schidlack, Jahrgang 1960, sammelte nach dem Studium der Betriebswirtschaft über 20 Jahre Führungserfahrung in der CE-Branche (Handel und Distribution) und war als Vorstand für den Bundesverband für Technik (Köln), das Deutsche Videoinstitut (Berlin/Hamburg) tätig. Er wurde als Beirat für die Computerkooperation Comteam (Lilienthal) und die T-Mobile nominiert sowie im Europabeirat von Nokia und in Ausschüssen der Kooperation Expert aktiv. In seiner Tätigkeit als Senior-Consultant/ Projektleiter von 2002-2006 bei der BBE Unternehmensberatung GmbH in Köln/Hamburg beriet er marktführende Handels- und Industrieunternehmen und übernahm Projekte für Ministerien und Verbände. Seit dem 1.1.2007 ist er für den Aufbau des Kompetenzbereiches Consumer Electronics & Digital Home beim BITKOM verantwortlich.

### **Digital Lifestyle aus Sicht des deutschen Kunden: Nutzungs- und Kaufverhalten – ausgewählte Ergebnisse der aktuellen BITKOM-Marktstudie „Consumer Monitor 2007“**

In einer repräsentativen Studie hat BITKOM im Sommer 2007 die wichtigsten Trends, Daten und Fakten bezüglich der Ausstattung, des Kaufverhaltens und der Nutzung von CE-Produkten bei privaten Haushalten erhoben. Im Focus standen dabei die Wachstumsmärkte HDTV, Mobile Kommunikation und Digitale Fotografie. Michael Schidlack beantwortet im Rahmen einer zusammenfassenden Analyse der vom BITKOM erhobenen Daten eine Reihe von zentralen Fragen des Verbraucherverhaltens, die für Industrie und Handel von Bedeutung sind, wie zum Beispiel:

- auf welche Produktgruppen und Features fokussiert sich das Verbraucherinteresse?
- **wie ist es um das Verbraucherwissen bei HDTV tatsächlich bestellt und was verwirrt ihn?**
- welche Geräte wollen die Verbraucher in den nächsten 12 Monaten kaufen?
- und was sind die entscheidenden Kaufbarrieren?

■ **Roland Schwaiger**  
**Senior Project Field Manager,**  
**Deutsche Telekom Laboratories**

Roland Schwaiger, Jahrgang 1972, ist seit 2003 als Senior Projektfeld Manager innerhalb der T-Laboratories für das Projektfeld Integrative Service Components verantwortlich. Er arbeitet dort an innovativen Lösungen für netzgestützte Dienste und deren Einsatz in Produkten der Deutschen Telekom oder auch in Spin Offs. Vor dieser Tätigkeit war er als Projekt Manager bei der T-Systems tätig.



**Das Projekt „Service Centric Home“: Easy-to-use-Szenarien für vernetzte Lebens- und Entertainmentwelten**

Das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) im Rahmen des Programms „next generation media – vernetzte Arbeits- und Lebenswelten“ geförderte und vom BITKOM begleitete Projekt „Service Centric Home“ (SerCHO) hat zukunftsweisende „Intelligent Home“-Lösungen erarbeitet. SerCHO verbindet verschiedene Anwendungen aus den Bereichen Kommunikation, Unterhaltung, Information und Hausgerätesteuerung und steigert durch die einfache und personalisierte Nutzung der Dienste die Lebensqualität der Bewohner. Die Architektur der Hard- und Software ermöglicht zudem Dienst-Anbietern, schnell und einfach Lösungen im eHome-Bereich zu entwickeln und über eine Service Provider Plattform an die Endkunden auszuliefern.

■ **Dr. Bernhard Kaiser**  
**Leiter Solution Experts Technical Sales Germany**  
**Alcatel-Lucent Deutschland AG**

Der promovierte Physiker begann 1992 seine berufliche Laufbahn bei Alcatel in der Softwareentwicklung. Von 2000 bis 2002 verantwortete Dr. Kaiser das Technische Produktmanagement Alcatel 1000 S12.

Im Jahr 2002 übernahm Dr. Kaiser die Verantwortung für den Sales Support Next Generation Networks. Im März 2006 wurde Dr. Kaiser die Leitung des Technical Sales Supports im Customer Account Team für die Sales und Service Unit Deutschland übertragen.



**Keep it simple, stupid! – die Erfolgsfaktoren für Triple Play**

Die Nachfrage der Endkunden nach anspruchsvollen, differenzierten - ihren Bedürfnissen gerecht werdenden - Kommunikationsangeboten steigt. Damit ist die Anzahl der Dienste in den letzten Jahren gestiegen, einhergehend mit einer gestiegenen Komplexität im Netz. Dieses muss gemanagt werden. Die Qualität bei der Bereitstellung der Dienste wird zunehmend ein wichtiger Aspekt bei der Vermarktung von innovativen Diensten sein. Der Endkunde erwartet eine einfache Bedienbarkeit und dieses unabhängig von Zeit, Ort und Endgerät.

■ **Dirk Weyel**  
**Chief Operating Officer**  
**Frogster Interactive Pictures AG**

Dirk Weyel arbeitete zunächst in der Musikindustrie, bevor er 1998 als Product Manager zu Psygnosis Deutschland und damit in die Gamesbranche wechselte. Anschließend baute er zusammen mit drei Partnern die auf den Gamesmarkt spezialisierte Marketing- und Lokalisierungsagentur 4-Real Intermedia auf. Im Frühjahr 2004 übernahm er dann die Funktion des European Marketing Director bei einem französischen Computerspiele-Publisher. Bei Frogster Interactive verantwortet Dirk Weyel als Chief Operating Officer die Bereiche Marketing, Sales und Business Development.



**Wachstumsperspektiven und Geschäftsmodelle für virtuelle Welten und Online Multiplayer Games**

Der Markt für Online Games wächst rasant! Bereits heute werden mit Abonnementgebühren, Werbung in Onlinespielen und digitaler Distribution inklusive Itemselling weltweit 4,5 Mrd. Dollar eingenommen, bis 2012 soll sich das Volumen nach einer Studie von DFC Intelligence verdreifachen. Welche Faktoren treiben diesen Markt? Welche Konzepte, Plattformen und Geschäftsmodelle können sich erfolgreich etablieren? Welche Chancen und Risiken ergeben sich für Content- und Technologieanbieter?

■ **Sten Franke**  
**Managing Director**  
**ethority GmbH & Co. KG mediatime group**

**Vorsitzender Arbeitskreis Customer Satisfaction**  
**BITKOM e.V.**

Sten Franke (37) ist Managing Director der mediatime group, zu der auch die ethority GmbH & Co. KG gehört. Der studierte Wirtschaftswissenschaftler gründete 1998 die Unternehmensgruppe und entwickelt seither Kommunikations- und Marketingstrategien für national und global agierende Unternehmen. Bereits 1999 erkannte er das Potenzial der digitalen Mundpropaganda für die Meinungsforschung zur Positionierung von Marken und Produkten im Web, sowie dem Aufbau digitaler Reputation für Unternehmen. Er zählt zu den Pionieren in der Entwicklung systematisierter Internet Monitoring Systeme, mit denen umfassende Meinungsanalysen und Kundenzufriedenheitsstudien in konsumentengenerierten Medien (z.B. Foren, Communities, Blogs und Meinungsplattformen) durchgeführt werden können. Neben Vorträgen und Engagements bei Veranstaltungen in den Themenbereichen Marketing 2.0 und Meinungsforschung, wurden unter seiner Regie diverse Studien zur Wahrnehmung von Marken und Produkten initiiert.



**Konsumenten verstehen – Analyse von Kundenzufriedenheit und CE-Kaufgewohnheiten als Basis der Entwicklung proaktiver Unternehmensstrategien**

Mit über 50 Millionen Beiträgen und Meinungen im deutschsprachigen Internet ist die CE-Branche Spitzereiter in den Consumer Generated Media (CGM). 70% der Internetnutzer



orientieren sich regelmäßig an solche Empfehlungen und Bewertungen auf Marktplatzseiten und 50% nutzen Anwenderforen, um sich vor einer Kaufentscheidung beraten zu lassen. Der Vortrag stellt Methoden zur Marken- und Meinungsforschung dar und zeigt auf, wie mittels digitaler Mundpropaganda (Word of Mouth Marketing) neue Kunden generiert werden. Hierbei spielen insbesondere die Verhaltensformen (Influencer-Typologie) der Nutzer eine große Rolle. An konkreten Fallbeispielen werden Kaufgewohnheiten von CE-Produkten in den CGM demonstriert.

■ **Klaus Fuest**  
**Projektmanager**  
**Roland Berger Strategy Consultants**

Diplom Kaufmann, 7 Jahre Berufserfahrung in der Beratung, 5 Jahre als Geschäftsführer in der IT-Branche. Leitung Roland Berger Research, spezialisiert auf den IT- und Telekommunikationssektor, Projektleitung bei einer Reihe von Technologie- und Branchenstudien.



**IPTV reboot – warum wir ein fundamental neues Entertainment-Erlebnis brauchen: Geschäftsmodelle, Lessons Learned und Implikationen für den deutschen CE-Markt**

Seit 2003 sind in Europa eine Vielzahl von IPTV-Angeboten mit höchst unterschiedlichem Erfolg lanciert worden. Von welchen lokalen Faktoren ist die erfolgreiche Markteinführung von IPTV abhängig? Wie kann sie positiv beeinflusst werden? Welche Lehren für den deutschen Markt können wir ziehen?

Im zweiten Teil des Vortrages werden, ebenfalls im internationalen Vergleich, die möglichen Auswirkungen des IPTV-Roll-outs auf den CE-Markt betrachtet. Zentrale Frage ist, wie der Absatz von Digital-Home-Produkten forciert werden kann.

■ **Christian Gummig**  
**Geschäftsführer**  
**TARGA.TV GmbH**

Christian Gummig studierte Jura in Passau und München, arbeitete als Rechtsanwalt mit Schwerpunkt Medienrecht in New York, Düsseldorf und Hamburg und war in leitenden Funktionen bei der Film- und Fernsehproduktionsgesellschaft Me, Myself & Eye, dem Internet-Unternehmen AOL Europe sowie im Innovationsmanagement der T-Com tätig. Zusammen mit seinem Partner Jens Kliewer gründete er im Januar 2007 die targa.tv GmbH; das Unternehmen ist auf die Produktion transaktionsorientierter digitaler Formate spezialisiert und betreut bereits namhafte eCommerce-Kunden bei der Bewegtbild-Produktion. Christian Gummig ist verheiratet und hat einen Sohn; er lebt in Hamburg.



## **„Salestainment“: Neue Umsatzimpulse durch IPTV-basierten Vertrieb erklärungsbedürftiger Produkte**

Der CE-Markt boomt – aber es lauert auch die Innovationsfalle: Immer mehr Verbraucher sind angesichts überwältigender technischer Möglichkeiten und verwirrender Begriffsvielfalt verunsichert. Gleichzeitig sinkt das Angebot an individueller, fachkundiger Beratung im stationären Handel. Der Vortrag zeigt, dass der Einsatz von Bewegtbild auf Handels- oder Anbieterplattformen im Internet nicht nur substantiell absatzfördernd wirkt, sondern auch detaillierte Produkterklärung, sorgfältige Gebrauchsanweisung und effektive After-Sales-Unterstützung ermöglicht. Anhand von Beispielen werden der Einsatz, die Produktion und der Kostenaufwand für den Bewegtbildeinsatz im Web erläutert.











