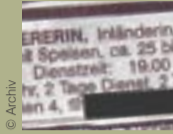


medianet



Mit Reisen und Wellness kann wieder Geld verdient werden: **medianetfokus** Seiten 9–16



Mit Ausländern wird Schindluder getrieben: ZARA-Aktion gegen Xenophobie **Seite 6**

Mit Duft fängt man Flirt-Clicks: Ben Affleck im neuen Axe-Spot **Seite 5**

Plakativ
X-large PRINTING
Denk dran!
digitale produktionen displays
tel.: +43-1-536 26-0
mail: office@plakativ.at
www.plakativ.at • www.plakativ.at • www.plakativ.at

SHORT CUTS



Thomas Polanyi wurde zum Mitglied des Vorstandes der Brau Union AG bestellt. **Seite 8**

Volksbank Demner, Merlicek & Bergmann gewann Pitch um Neupositionierung. **Seite 4**

Cannes 2006 Zwei Jung-Filmer schickt die ORF-Enterprise nach Cannes. **Seite 2**

TTA
Multimedia Festival
www.festival-multimedia.org

Digital Lifestyle Day 2006 Hubert Burda Media lud knapp 80 Referenten und über 800 Gäste nach München

Der Boom kommt wieder: Das Revival des Internets



Die Drei von der multimedialen Baustelle Stefan Sagmeister (Designer), Martin Drexler (Multimedia-Design-Professor) und Rupert Schäfer (Projektleiter Hubert Burda Media) über die Trends, die bei der Zweitaufgabe des Digital Lifestyle Days sichtbar wurden: Community, Blogs und Videoblogs, virtuelle Post-its, Podcast, Web2.0. und Interactive Social Networking. **Seite 2**

MEDIANET.TV HEUTE

medianet.tv

Unique Jetzt auch für die Fisch: Halbe-Halbe ...
click+ > www.medianet.at

DIREKT
www.direkt.biz • +43 (0) 65 177

Pb. b. Verlagspostamt 1110 Wien GZ: 022030468T
Redaktion: 1110 Wien, Geiselbergstr. 15 Tel. 919 20-0
Fax: 919 20-2231 e-Mail: redaktion@medianet.at

Cannes 2006 Erstmals eigene Outdoor-Jury eingeführt
Fernando Vega Olmos führt Jury



Fernando Vega Olmos, Präsident der ersten Outdoor-Jury in Cannes.

Cannes. Ab 2006 wird eine eigene Cannes Lions-Jury die Einreichungen bei Outdoor bewerten, was ein klareres Urteil über die Kreativleistungen in Bezug auf das Medium ermöglichen soll: Erster Präsident der Outdoor-Jury wird der Argentinier Fernando Vega Olmos, Unilever Worldwide Creative Director der Lowe und Präsident der Agentur VegaOlmosPonce in Buenos Aires.
Festival-Chairman Terry Savage ist über die Nominierung erfreut: Olmos, 1992 Mitglied der ersten Press & Outdoor Jury, wird 2006 der ersten Jury, die sich dem Bereich Outdoor widmet, vorstehen.

MARKETAGENT.COM
Werbemittel-, Produkt- und Konzepttests
... wissen was bewegt ...
info@marketagent.com +43 (0) 2236 205 886

Digital Lifestyle Day 06 Hubert Burda Media lud nach München – 800 Teilnehmer und hochkarätige Referenten kamen

Das Revival des Internets

Aus Österreich kamen u.a. Stefan Sagmeister und Martin Drexler – sowie das Media Room-Konzept.



Media Room von Bene und :3C!Vidision: Links im „jungfräulichen“ Zustand, rechts unter Normalbedingungen. Auch Stefan Sagmeister (Mi., hinten) „stöpselte“ sich gleich ein.

CHRISTIAN KREBS

München/Wien. Nach der Premiere 2005 präsentierte sich der Digital Lifestyle Day 2006 (DLD06) heuer deutlich aufgerüstet: Zwei Tage statt einem, mehr Referenten (fast 80) und Gäste (rund 800) – und deutlich mehr Öffentlichkeitswirksamkeit.

Was den DLD06 von anderen zahllosen Veranstaltungen ähnlicher Art unterscheidet, ist: Hier muss man nichts zahlen, um dabei zu sein. Hier wird man eingeladen – und Hubert Burda spricht dabei ein gewichtiges Wörtchen mit.

Das digitale Europa

Martin Drexler, heute u.a. Professor für Multimedia-Design an der Graphischen, der schon 2005 dabei war: „Burda hat ein Gespür dafür, Leute aus unterschiedlichsten Bereichen zusammenzubringen – Wissenschaftler, Kreative, Politiker, Künstler, Unternehmer. Der Grund: Er will einen Überblick bekommen, was Europa im digitalen Bereich leisten kann.“

Allein die Referentenliste liest sich wie das „Who is who“ der Media-Experten: Von Bazon Brock (Uni Wuppertal) über Philipp Justus (eBay Europe), Georg Kofler (Premiere), Marissa Mayer (Google), Thomas Middelhoff (KarstadtQuelle), Viviane Reding (EU-Kommission), Andrew Robertson (BBDO Worldwide) und Hannes Schwaderer (Intel Germany) bis zu Internet-Pionier Sven Slezák (STARnetONE) und Stefan Winners (Tomorrow Focus) war so ziemlich alles da, was in der Branche Rang und Namen hat.

Stefan Sagmeister, in New York lebender Österreicher, zeigt sich vor allem über den Aufwand erstaunt: „Für eine solche



Auch „Asimo“, der japanische Roboter, präsentierte sich bei Burdas Digital Lifestyle Day 2006.

© Honda

Veranstaltung hätte ich in den USA sicher drei- bis viertausend Dollar zahlen müssen. Und hier kann ich mit allen gleich reden – fantastisch! Burda hat großes Interesse daran, dass Europa im digitalen Bereich endlich an das Niveau von Amerika oder Asien anschließen kann.“

Der AL Conference Table

Durch seine Kontakte zur Hubert Burda Media ermöglichte es Martin Drexler den Unternehmen Bene und :3C!Vidision, deren neuestes Produkt am DLD06 vorzustellen: Dicht umlagert und genutzt wurde der Media Room, ein Gesamtpaket, das Möbel, Raum, Technologie und Ästhetik vereint.

Im Zentrum steht dabei der multimediale Konferenztisch AL Conference Table mit Medien-Infrastruktur und 16 Laptop-Anschlüssen sowie Monitoren, Projektoren und einer ausfahrbaren Leinwand, die alle – ohne „Kabelsalat“ am Tisch – miteinander kommunizieren können. Das Besondere: Das System ist für alle Gerätetypen kompatibel und kann auch mit vorhandener Technik kombiniert werden.

Rupert Schäfer Projektleiter DLD06 bei Hubert Burda Media, über die Trends, die sich auf der Veranstaltung abzeichneten: „Ganz vorn rangieren Web2.0, das interaktive, soziale Netzwerk mit Blogs, Videoblogs, Fototauschbörsen und Social Video. Überhaupt ist Blog das Thema schlechthin: Die interaktive Kommunikation steigt, man wird im Netz viel mehr hören, lesen, sehen, erzählen.“

Zweites Thema: Post-its, Visitenkarten über Mobile Zones versenden, mit Fotos, wo man sich gerade befindet und was man macht. Der Community-Gedanke wird sich weiter durchsetzen.

Und drittens schließlich wird – wie Joseph Vardi von International Technologies Ventures sagte – eines deutlich: „Das Internet erlebt keine Renaissance, sondern ein Revival. Das zeigt schon allein das große Interesse vieler Venture Capital-Geber hier in München. Wir kommen wieder in eine Boomphase, und ich bin überzeugt davon, dass – nach dem Platzen der Internet-Bubble 2000 – erst jetzt die richtigen Geschäftsmodelle kommen.“