

# DATA BUSINESS TOUR HAMBURG

17./18. NOVEMBER 2016

Plattformstrategien  
und Datenjournalismus

DEUTSCHE

FACHPRESSE

Börsenverein des  
Deutschen Buchhandels  
IG Digital

powered by kindai:projects  
agentur für aufmerksamkeit

## DIE IDEE

Warum ist Hamburg im Bereich Data Business so interessant? Hamburg ist und bleibt einer der wichtigsten Medienstandorte in Deutschland. Großverlage entwickeln hier in Co-Working-Spaces neue Geschäftsmodelle, zukunftsweisende E-Commerce und Data Business Projekte werden hier nicht nur von Unternehmen wie Otto und Xing, sondern eben gerade von Medienhäusern aktiv gefördert. Im Next Media Accelerator entwickeln zum Beispiel Unternehmen und Investoren in Zusammenarbeit mit dem Hamburger Senat neue Geschäftsmodelle in der datengetriebenen Kommunikation.

Grund genug für uns, Ihnen unter dem Motto „Plattformstrategien und Datenjournalismus“ einige Highlights auf der Data Business Tour Hamburg der Deutschen Fachpresse zu präsentieren. Die Tour findet in Kooperation mit der IG Digital des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels statt.



Wir haben eine Auswahl an Unternehmen gewonnen, die sowohl in Technologie und Innovationen als auch in Organisation und Teamführung zukunftsweisend sind. Behandelt werden Themen wie Big Data, Cloud-Computing, App- und Mobiletechnologie, Lead-Generierung und Content Management. Neben vielen B2B Anwendungsbeispielen erfahren Sie über moderne Tools des Team- und Innovationsmanagements in der IT. Die Tour bietet Ihnen die Möglichkeit, Geschäftsmodelle von Unternehmen kennenzulernen, mit den Verantwortlichen persönlich zu diskutieren und zu erfahren mit welchen Methoden, Techniken und Strategien diese erfolgreich sind.

Gemeinsam mit Kolleginnen und Kollegen aus Fachmedienhäusern machen wir eine Reise durch die Medienstadt Hamburg und diskutieren mit den Gründern und Vertretern der besuchten Unternehmen.

Erleben Sie Gründergeist, entwickeln Sie neue Perspektiven für Kooperationen und sammeln Sie interessante Inspirationen und Fakten, die Ihnen helfen Ihr eigenes Geschäft weiterzuentwickeln.

Viel Spaß und außergewöhnliche Einblicke wünschen Ihnen

Bernd Adam  
Geschäftsführer Deutsche Fachpresse

Yvonne Barnes  
Veranstaltungen und Projekte

P.S.: Lust auf unsere Bildergalerien? [Hier finden Sie Eindrücke von der vergangenen Data Business Tour Berlin der Deutschen Fachpresse.](#)

## TAG 1: TOURPROGRAMM UND NETZWERK-ABEND

Wir treffen uns am 17. November ab 9.00 Uhr zum Morgenkaffee im Café Balz und Balz, Lehmweg 6, 20251 Hamburg. Anschließend fahren wir zu unserer ersten Tour-Station, der Agentur Facelift.

### Treffpunkt:

Café Balz und Balz, Lehmweg 6, 20251 Hamburg

Höchst komfortabel fahren wir mit einem eigenen Tourbus. Im Bus werden Sie mit passenden Informationen zu den Trends und Entwicklungen in Hamburgs Journalisten- und Tech-Szene sowie zu den Tourstationen versorgt. Insgesamt besuchen wir über den ganzen Tag verteilt sieben Unternehmen. Und bei der letzten Station lernen Sie im Start-up-Pitch gleich fünf weitere Medienunternehmen kennen. Mittags gibt es eine gemeinsame Lunch-Pause in einer originellen Hamburger Location.



Foto: JFL Photography

Bei jeder Station erwartet Sie ein kurzer Impulsvortrag zum Kerngeschäft der Firma sowie zu Ansätzen für potenzielle Kooperationen. Im Anschluss ist Zeit für Fragen und Diskussion – bei jeder Station werden wir rund 25 Minuten verweilen. Weitere Gelegenheit zum intensiven Austausch bietet der Netzwerk-Abend.

### Netzwerk-Abend

Der erste Tag der Data Business Tour endet inmitten der Speicherstadt, auf einer Halbinsel zwischen zwei Fleeten, in einem der schönsten und meistfotografierten Gebäude der historischen Speicherstadt. Im Wasserschloss verschmelzen Gastronomie und Handelskontor zu einem Erlebnis.

Alle Tour-Teilnehmer sowie Vertreter der besuchten Unternehmen kommen hier nochmal zum intensiven Netzwerken zusammen. Es erwartet Sie kein formelles, gesetztes Abendessen, sondern ein gemeinsames Essen in lockerer Atmosphäre. Das regt zum Platzwechsel an und belebt die Kommunikation.

[WASSERSCHLOSS Speicherstadt](#), by Teehandelskontor Sturm GmbH, Dienerreihe 4, 20457 Hamburg



Foto: Wasserschloss Speicherstadt

## TAG 2: TOURPROGRAMM UND WORKSHOP

### Treffpunkt:

9.00 Uhr Apartimentum, Mittelweg 169, 20148 Hamburg

Am Tag 2 beginnen wir begleitet von Xing-Gründer Lars Hinrichs mit einer Führung durch das Apartimentum, das modernste Smart Home Europas. Anschließend findet ab 10 Uhr ein Workshop bei der Bauer Media Group, Burchardstrasse 11, 20077 Hamburg unter dem Motto „Chancen für Fachmedien in neuen Datenwelten“ mit Knut Nicholas Krause, Vorstand der knk Business Software AG, statt. Die Tour endet mit einem gemeinsamen Mittagessen um 13.30 Uhr.



Foto: Bauer Media Group

## DAS SIND DIE SIEBEN STATIONEN AN TAG 1

### **FACELIFT**

„Wie man bei Facebook, Twitter und Co. Kunden generiert und wirklich nachhaltig agiert“



Foto: facelift

Facelift brand building technologies GmbH wurde am 8. Februar 2011 von Benjamin Schroeter und Teja Töpfer in Hamburg gegründet. Mit der Facelift Cloud verzeichnete das Hamburger Technologieunternehmen einen schnellen Wachstumskurs. Mittlerweile beschäftigt Facelift rund 200 Mitarbeiter weltweit und zählt über 1.200 namhafte Marken und Agenturen zu seinen Kunden. Im Februar 2014 hat Facelift mit 15 Millionen USD die größte jemals in Europa realisierte Series-A Finanzierung in der Industrie für Social Media Marketing-Technologien erhalten. Beide Gründer halten weiterhin die Mehrheit der Anteile und leiten die Firma operativ.

Facelift ist offizieller Facebook Marketing Partner für die Bereiche "Community Management" sowie "Ad Technology". Den Partner-Status erhalten nur ausgewählte Unternehmen, die über eine besondere Expertise verfügen. Weltweit sind nur sorgfältig ausgewählte Technologieunternehmen Teil der Facebook Partner-Programme, davon nur wenige aus Europa. Facelift ist der einzige deutsche Anbieter mit einer zertifizierten integrierten „All-In-One-Lösung“.

**Vor Ort erfahren Sie, was nötig ist, um effektiv in Social Media Kanälen zu agieren und wie es gelingt, Fans zu Käufern zu machen.**

**NEXT MEDIA ACCELERATOR****Warum es sich lohnt, technologiegetriebene Publisher zu fördern**

Foto: Next Media Accelerator

**Pitch-Time: Spannende Medien-Start-ups präsentieren Ihnen technologische Innovationen und Geschäftsideen für die Zukunft.**

Unterstützt durch den Hamburger Senat wurde der Next Media Accelerator 2015 von zehn Medienunternehmen gegründet. Zu den Investoren gehören Axel Springer, dpa, G+J, DIE ZEIT, SPIEGEL GRUPPE und libri. Der Accelerator fokussiert sich auf Förderung von technologiegetriebenen Medien-Start-ups und sitzt im bekannten betahaus Hamburg.

Sie lernen junge Unternehmer kennen, die ihre Geschäftsideen in jeweils 7 Minuten live präsentieren und mit Ihnen die Diskussion zu Chancen und Möglichkeiten der Konzepte suchen:

**Pitch 1: MintyStock**

Handverlesene Illustrationen, die nach Stil und Thema gefiltert werden können.

Auf der Plattform Minty zeigen und verkaufen die besten Illustratoren der Welt ihre lizenzfreien Werke. Jede Illustration ist kuratiert damit sichergestellt wird, dass alle Bilder eine starke Aussagekraft und ein anmutendes Design haben.

**Pitch 2: E-Contenta**

Personalisierter Online Marketing Service

Analysiert Nutzerverhalten im Internet und sagt voraus, welche Inhalte oder Produkte der Nutzer sehen, lesen, hören oder kaufen möchte. Personalisierte Empfehlungen können gezeigt werden, um Kunden zu gewinnen, auf der Webseite zu halten oder zurückzuholen.

**Pitch 3: Supermashapps**

Tool für modernes Storytelling

Mit SuperMashApp kann jeder Videomomente neu zusammenstellen und eigene Geschichten mit der Welt teilen.

**Pitch 4: Stadeom**

User-generated Video-Content

Mit Stadeom können Publisher Video-Content mit ihren Nutzern kreieren. Kurze user-generated Videos können gesammelt, kuratiert und gezeigt werden.

**Pitch 5: Snappd**

Snappd ist eine App mit der Influencers ihre vergangenen Stories speichern können und ihr Publikum erweitern können. Nutzer können spannende Videos in unterschiedlichsten Kategorien finden.

**ZEIT ONLINE****Mit Christian Röpke zu Gast im betahaus: Wie guter Journalismus überleben kann**

Foto: betahaus

ZEIT ONLINE beschreibt sich selbst als eine der größten deutschsprachigen Plattformen für anspruchsvollen Online-Journalismus und für Leserdebatten mit Niveau. Die Kernkompetenz von ZEIT ONLINE liegt in der analytischen Einordnung des Weltgeschehens, in pointierten, meinungsstarken Kommentaren, in exzellentem visuellem Design sowie in anspruchsvollen Leserdebatten. Der Dialog zwischen Lesern und Redaktion findet nicht nur auf zeit.de, sondern zusätzlich auch auf allen sozialen Netzwerken statt. Leser und User von ZEIT ONLINE sind jünger als auf anderen Nachrichtenportalen und die Redaktion kann man eindeutig als Influencer des Datenjournalismus positionieren. Sensibel und selbstkritisch werden neue Angebote und Formate, Paid-Content-Modelle oder Content-Marketing-Produkte getestet, bewertet und optimiert. Christian Röpke, der seit 2008 als Geschäftsführer die Marke online maßgeblich mitentwickelt hat, reflektiert die Entwicklung von ZEIT ONLINE, die Zusammenarbeit mit „Sozialen Netzwerken“ und diskutiert mit Ihnen über die Zukunft von Medien in der digitalen Transformation.

**CASE: Erfahren Sie im betahaus, dem Zuhause für die Digital- und Kreativszene, von ZEIT-ONLINE-Geschäftsführer Christian Röpke, wie und womit die ZEIT-Community begeistert wird und welche Rolle dabei das Data Business einnimmt.**

**XING**

## Ein Karriere-Netzwerk auf der Überholspur



Foto: Fotolia

Xing ist mit aktuell 10 Millionen Nutzern das erfolgreichste B2B-Netzwerk im deutschsprachigen Raum. In über 55.000 Gruppen wird aktiv diskutiert. Veranstaltungen werden empfohlen oder der nächste Mitarbeiter gesucht. Xing bietet gerade Medienhäusern viele Tools und Programme, um das eigenen Geschäft zu fördern und Events erfolgreich zu vermarkten. Wir erfahren vor Ort wie ein B2B-Medienhaus sich und seine Mitarbeiter positionieren sollte und wie eine Zusammenarbeit fruchtbar entwickelt werden kann.

**CASE: Plattform-Strategie. Welche Tools und Angebote sind für die B2B-Kommunikation relevant und wie gelingt die erfolgreiche Zusammenarbeit?**

**DROPBOX****Ein Blick in die Zukunft des Cloud Computing**

Foto: Inside Dropbox

Dropbox wurde 2007 von zwei Studenten in San Francisco gegründet, die einfach und schnell große Daten laden und in ausgewählten Gruppen bearbeiten wollten. Heute hat das Unternehmen über 500 Millionen Nutzer weltweit. Mehr als 200.000 Unternehmen nutzen die Cloud Storage Services. Ob per App oder Desktop, die Zusammenarbeit an Projekten, Konzepten oder Bild- und Video-Dateien kann effektiv und flexibel gestaltet werden. Wie ein solches System die Arbeit im Fachverlag unterstützen kann und womit die IT sich auseinandersetzen muss, erfahren Sie im Gespräch mit den Experten vor Ort.

**CASE: Wie Cloud Computing die IT nachhaltig verändert und warum immer mehr Unternehmen damit arbeiten.**

## DIGITAL COLLECTIONS

### Wie gelangt qualifizierter Content in die richtigen Kanäle?



Foto: Digital Collections

Digital Collections bietet Medien und Unternehmen national und international Content Management Systeme, die es Software Entwicklern ermöglichen, relevante Keywords aus Ihrem textuellen Content zu extrahieren und zu clustern. Im Zuge der High-Performance Named Entity Recognition lassen sich automatisiert Namen im Text identifizieren. Dafür werden Listen für Personen, Organisationen, Städte und Länder in vielen Sprachen bereitgestellt, um den eigenen Content taggen zu können. Anhand von Fallbeispielen erfolgreicher Medienhäuser zeigt das Team wie Digital Asset Management (DAM) und Content-Produktionssysteme Redaktionen das Arbeiten und Veröffentlichen an jedem Ort und mit jedem Endgerät zu jeder Zeit ermöglichen und welche journalistischen Angebote am besten funktionieren.

**CASE: Wie Medien, Texte, Keywords und Namen in Artikeln so aufbereitet werden, dass der Erfolg auch analysiert werden kann und Redaktionen entspannt vom Smartphone schreiben können.**

**GOOGLE****Werbepattform für Publisher**

Foto: Google

Google wurde 1998 von Larry Page und Sergey Brin gegründet und ist weltweit Marktführer unter den Internet-Suchmaschinen. Seit 2015 gehört Google zu der amerikanischen Alphabet-Holding, in der die Gründer sämtliche Google-Aktivitäten gebündelt haben. Die Internet-Suchmaschine finanziert sich überwiegend aus Werbeerlösen (AdWords & AdSense). Neben der Suchmaschine bietet Google eine Vielzahl von Dienstleistungen im Internet an. Darunter YouTube, Maps, Drive, Analytics und News. Ebenso wurde der Chrome-Browser von Google entwickelt sowie das Betriebssystem Android für Smartphones. Im Jahr 2007 kaufte Google den Digital-Marketing-Dienstleister DoubleClick.

Bereits 2001 zog die Deutschlandzentrale von Google nach Hamburg. Mittlerweile arbeiten 300 Mitarbeiter in der ABC-Straße. Googles Büros sind schon bekannt dafür, anders als andere zu sein und auch in Hamburg durften sich die Innenarchitekten austoben.

Jede Etage hat ein eigenes Thema. So befinden sich in der Verkehrsetage Büros und Besprechungsräume beispielsweise in einer U-Bahn. Mal sind es andere Motive wie Strand oder Sport. Ein Raum ist gestaltet wie ein Hallenbad – inklusive Pool mit Schaumstoffwürfeln als Wasser-Ersatz. Erleben Sie das verrückteste Büro der Stadt live!

**CASE: Google zeigt, wo und wie im Werbemarkt Potenziale für Fachverlage liegen.**

## TAG 2:

### Treffpunkt:

9.00 Uhr Apartimentum, Mittelweg 169, 2014-8 Hamburg

### APARTIMENTUM

### Europas erstes Smart Home für Expats und Co-Worker



Foto: Apartimentum

Xing Gründer Lars Hinrichs hat in Zusammenarbeit mit Cisco und Viessmann das, laut Aussage des Hamburger Bürgermeisters, modernste Haus Europas gebaut. Gedacht sind die 37 Wohnräume für sogenannte Expatriates (kurz Expats), Fach- und Führungskräfte aus aller Welt, die meist für eine begrenzte Zeit zwischen sechs Monaten und vier Jahren beruflich an einen Ort gebunden sind. „Wir wollen ihnen mit dem Einzug ins Apartimentum intelligenten Wohnkomfort bieten“, so Bauherr Lars Hinrichs. Unter „Smart Home“ versteht er aber mehr als der intelligente Kühlschrank, der Lebensmittel bestellt. Der Mensch und seine persönlichen Bedürfnisse werden per Database analysiert und befriedigt. Deshalb vermietet Lars Hinrichs auch keine Quadratmeter Wohnfläche, sondern Kubikmeter Lebensqualität.

**Lars Hinrichs führt uns persönlich durch das Apartimentum und beschreibt Herausforderungen und Visionen der Smart-Technologie.**

# WORKSHOP

## Chancen für Fachmedien in neuen Datenwelten erarbeiten



Foto: Bauer Media Group

Wir sind zu Gast bei der Bauer Media Group, einem der größten Medienunternehmen Europas. Hier vertiefen wir die gesammelten Informationen und Ideen des Vortages.

Knut Nicholas Krause, Vorstand der knk Business Software AG, begleitet uns auf der Tour und wird zusammen mit Dr. Bastian Schwithal und Volker Zanetti die Besuche und Präsentationen der Unternehmen mit den Teilnehmern reflektieren. Anschließend bewerten Sie gemeinsam die Chancen und Risiken für Kooperationen mit Plattform-Anbietern und Technologiepartnern. In agilen Projektgruppen arbeiten die Teilnehmer dann an Optionen für das eigene Unternehmen.

Die Data Business Tour schließt mit einem leichten Brainfood-Lunch ab 13.30 Uhr.

### Referent:



Knut Nicholas Krause (\*1968, verheiratet, 3 Kinder) ist eine Art »digital Native«, obwohl er im Alter von sieben Jahren in einem Verlag noch Bleisatz und Setzkasten kennenlernte. Seinen ersten Computer (4KB RAM) verdiente er sich als Zettelausträger mit zwölf Jahren. Seit 2005 bietet er mit der knk Business Software AG die einzige von Microsoft zertifizierte Verlagssoftware weltweit an.

## DIE VERANSTALTER

DEUTSCHE

FACHPRESSE

Die [Deutsche Fachpresse](#) ist die moderne Marketing- und Dienstleistungsplattform für alle Anbieter von Fachinformationen im beruflichen Umfeld. Er wird getragen vom Fachverband Fachpresse im Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (Berlin) und der Arbeitsgemeinschaft Zeitschriftenverlage im Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Frankfurt am Main). Die Deutsche Fachpresse repräsentiert 350 Mitgliedsverlage in einer Branche mit insgesamt rund 3.900 Titeln und einem Umsatz von 3,35 Milliarden Euro. Mit gattungsspezifischen Kontaktplattformen schafft sie Beziehungsnetzwerke und positioniert Fachmedien als zuverlässige Informationsquellen und effiziente Werbeträger.

**Börsenverein des  
Deutschen Buchhandels**   
IG Digital

Die [IG Digital](#) ist aus dem AKEP und dem AK ECOM hervorgegangen. Sie ist als Interessengruppe für elektronisches Publizieren und E-Commerce vom Börsenverein eingesetzt, um Themen zu setzen, technologische Trends zu identifizieren und die Branche dahingehend zu beraten. Sie stellt somit eine brancheninterne Beratungsinstanz dar und dient zugleich dem Austausch ihrer Mitglieder zu allen Fragen des digitalen Publizierens. Die IG Digital ist in Peergroups zu verschiedenen Unterthemen organisiert. In diesen Kommissionen werden Themen wie z.B. E-Books, Apps, digitales Marketing, Social Media intensiv bearbeitet und entsprechende Informationen daraus den Mitgliedern zur Verfügung gestellt.

## POWERED BY

**kindai:projects**

agentur für aufmerksamkeit

Mit den kindai:touren wird das „Lernen auf Rädern“ realisiert. Die kindai:sponge Formate sind interaktive Veranstaltungsformate mit dem Ziel, Fakten und praktische Erfahrungen zu umsetzbaren Konzepten für die Teilnehmer zu formen. kindai:projects lernt in und mit Unternehmen, gestaltet ungewöhnliche Schulungskonzepte und regt so die Kunden an, wirklich neu zu denken. Und zu handeln. Die kindai:kitchen vereint Wissenstransfer und Genuss in inspirierenden Räumen mit kreativen Menschen.

# DIE STATIONEN IM ÜBERBLICK

## TAG 1:

**9:00 Uhr Start: Café Balz und Balz**

**Facelift**

**Next Media Accelerator**

**Zeit Online (im betahaus)**

**Mittagspause: Die Bank**

**Xing**

**Dropbox**

**Digital Collections**

**Google**

**ABEND: Wasserschloss Speicherstadt**

## TAG 2:

**9:00 Uhr Start: Apartimentum**

**Workshop: „Chancen für Fachmedien in neuen Datenwelten“**

### **Veranstalter**

Verein Deutsche Fachpresse  
Markgrafenstr. 15  
10969 Berlin  
[www.deutsche-fachpresse.de](http://www.deutsche-fachpresse.de)

### **Durchführung**

Deutsche Fachpresse Servicegesellschaft mbH  
Braubachstraße 16  
60311 Frankfurt

**Kontakt für Rückfragen:** Yvonne Barnes [barnes@deutsche-fachpresse.de](mailto:barnes@deutsche-fachpresse.de), Tel.: 0151 / 46 72 99 96