



**Nürnberg** 11.-12. Juni **2002**

# Lokalrundfunktage



Bayerische Landeszentrale  
für neue Medien



Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring

Sehr geehrte Damen und Herren,

das schwierige wirtschaftliche Umfeld und rückläufige Werbeeinnahmen fordern auch vom lokalen Rundfunk verstärkte Anstrengungen und Maßnahmen, um attraktive lokale Programme auf einer tragfähigen Basis ausstrahlen zu können. Die zehnten BLM-Lokalrundfunktage bieten daher wieder zahlreiche Workshops und Vorträge, die Ihnen wertvolle Impulse zu Programm- und Vermarktungsfragen liefern. Exemplarisch darf ich auf den Vortrag des Top-Radioverkaufstrainers in den USA, Dave Gifford, verweisen. Er wird in Nürnberg zeigen, wie man gerade in schwierigeren Zeiten im Werbeverkauf agieren kann, um gestärkt aus der Krise hervorzugehen.

Die BLM-Lokalrundfunktage sollen wieder eine Plattform bieten, auf der die Perspektiven und Chancen des lokalen Hörfunks und Fernsehens ausführlich diskutiert werden. Dabei erscheint mir das Besondere, dass der lokale Rundfunk vielleicht durch seine Nähe zu den Hörern und Zuschauern gleichsam wie ein Seismograf der Medienbranche sehr frühzeitig Stimmungen, Entwicklungen und Trends aufzeigt. Es ist daher wichtig, bei den Lokalrundfunktagen hinzuhören, mitzudiskutieren und Neues zu erfahren, um gewappnet zu sein, für zukünftige Entwicklungen.

Die Ergebnisse aus dem zurückliegenden Programmjahr erfahren die bayerischen Lokalradio- und Lokalfernsehanbieter bei der Bekanntgabe der Funkanalyse 2002. Für herausragende journalistische Leistungen im lokalen Rundfunk werden im Rahmen der BLM-Lokalrundfunktage die BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise vergeben.

Ich darf mich an dieser Stelle ganz besonders beim Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik bedanken, das dieses Jahr ihr 6. Privatfunkforum im Rahmen der BLM-Lokalrundfunktage zum Thema Jugendradio veranstaltet. Daneben freue ich mich auch, dass die Gemeinsame Stelle Werbung, Recht, Europaangelegenheiten und Verwaltung der Landesmedienanstalten im Rahmen der Lokalrundfunktage mit einer eigenen Veranstaltung vertreten ist.

Ich möchte mich nun ganz besonders bei all unseren Kooperationspartnern, Sponsoren und Förderern für die Anregungen, die tatkräftige Unterstützung und die gute Zusammenarbeit in den letzten 10 Jahren bedanken, da ohne sie diese Veranstaltung nicht möglich wäre.

Ich darf Sie sehr herzlich zu den Lokalrundfunktagen einladen und freue mich, Sie in Nürnberg begrüßen zu dürfen.

Mit freundlichen Grüßen

**Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring**  
Präsident der Bayerischen Landeszentrale  
für neue Medien



**Dienstag, 11. Juni 2002**

**Programmübersicht**

<b>ab 9.00 Uhr</b>	Ausstellung	
<b>10.00 Uhr</b>	Eröffnung und Begrüßung Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien	Grußwort Dr. Ulrich Maly Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg
<b>10.30 - 11.30 Uhr</b>	Präsentation der Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2002	

**Workshops**

	Hörfunk	Marketing	Fernsehen	Spezial	Internet
<b>13.30 - 15.15 Uhr Mittagspause</b>		<b>12.00 – 13.30 Uhr</b> Dave Gifford: How to get your "unfair" share of business in a down economy		<b>12.00 – 13.30 Uhr</b> 6. Privatfunkforum Jugendradios im europäi- schen Vergleich	
	<b>15.30 – 17.00 Uhr</b> Sport im Radio Rechte – Programme – Formate	<b>15.30 – 17.00 Uhr</b> Best Agers Chancen für die Radio- werbung	<b>15.30 – 17.00 Uhr</b> Mehr Sehen und Hören Gemeinsame Konzepte für Radio und Fernsehen	<b>15.30 – 17.00 Uhr</b> 6. Privatfunkforum Jugendradios – welches Programm hat Erfolg?	<b>15.30 – 17.00 Uhr</b> <medium="internet"; content="radio"> Konzepte nach dem Internet-Boom
<b>17.30 Uhr</b>	Verleihung der BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise im Saal Brüssel, CongressCenter NürnbergMesse			<b>12.00 – 13.30 Uhr</b> <i>Im Rahmen der Lokalrundfunktaga veranstaltet die CSU-Medienkommission eine Diskussionsrunde zum Thema: „Zukunft des lokalen Rundfunks – Finanzie- rungsmodelle – Werbeerlöse – neue Technologien“</i>	
<b>ab 19.00 Uhr</b>	Medienfest auf der Kaiserburg				
<b>ab 23.00 Uhr</b>	Party				

**Mittwoch, 12. Juni 2002**

Hörfunk	Marketing	Fernsehen	Spezial	Werbung
<b>10.00 – 11.15 Uhr</b> Gipfeltreffen: Programmkonzepte der erfolgreichsten Lokalradiostationen	<b>10.00 – 11.15 Uhr</b> Telefonmarketing Richtig telefonieren für mehr Umsatz	<b>10.00 – 11.15 Uhr</b> Total Lokal Programmformate für das lokale Fernsehen	<b>10.00 – 11.30 Uhr</b> 6. Privatfunkforum Jugendradios und Werte- vermittlung	<b>10.00 – 11.15 Uhr</b> Crossmediale Vermarktung – Zukunft Werbung
<b>11.30 – 13.00 Uhr</b> Was macht einen Lokal- sender erfolgreich?	<b>11.30 – 13.00 Uhr</b> Update: Die besten Radio-Promotions	<b>11.30 – 13.00 Uhr</b> Präsentation: Der Start des Bayerischen DVB- Satelliten Projektes	<b>11.45 – 13.00 Uhr</b> 6. Privatfunkforum Jugendradios und Werte- vermittlung (Fortsetzung)	<b>11.30 – 13.00 Uhr</b> Frauen in der Wer- bung – Die Frau als Vermarktungsobjekt

## Vortrag



Dave Gifford

12.00 – 13.30 Uhr

Marketing

**Dave Gifford:**  
How to get your „unfair“ share of business in a down economy

Sichern Sie Ihren Anteil in einem schwierigen Werbemarkt!  
Dave „Giff“ Gifford aus Santa Fe, New Mexico, gilt als der Verkaufsberater der Radiobranche. Sein Schwerpunkt liegt in der Vermittlung neuer Verkaufsmethoden in schwierigen Werbemärkten. Die Beratung und Schulung von Verkäufern führte schon viele Radiostationen zum Erfolg.

In dem Vortrag „How to get your unfair share of business in a down economy“ gibt der amerikanische Marketingexperte wertvolle Tipps für Radiostationen auch in schlechteren Zeiten ihre Marktposition zu halten und sogar zu verbessern.

Dave Giffords Vortrag wird simultan übersetzt.

**Einführung:**

■ Gerd Penninger, Funkhaus Regensburg

## Workshops



Rob Green

Norbert Schmidt

12.00 – 13.30 Uhr

Spezial

6. Privatfunkforum

**Jugendradios im europäischen Vergleich**  
Was wollen Jugendliche im Radio hören?

Radio Galaxy, N-Joy oder planet radio – private und öffentlich-rechtliche Anbieter setzen auf Formate für Jugendliche. Damit sollen nicht nur neue Zielgruppen erschlossen, sondern auch jüngere Hörer an die jeweilige Senderfamilie gebunden werden. Doch was wollen Jugendliche im Radio eigentlich hören? Und wie funktioniert Jugendradio in anderen europäischen Ländern?

**Referenten:**

■ Rob Green, planet radio, Frankfurt am Main  
■ Norbert Schmidt, Media Sales Management, Hamburg

**Moderation:**

■ Lui Knoll, Evangelische-Funkagentur München

Eine Kooperationsveranstaltung der Lokalrundfunktage mit dem Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP), Frankfurt am Main



Mit freundlicher Unterstützung der Bruderhilfe Akademie



12.00 – 13.30 Uhr



„Zukunft des lokalen Rundfunks – Finanzierungsmodelle –  
Werbeerlöse – neue Technologien“

v. l. n. r. Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring  
Klaus Kopka  
Willi Schreiner  
Dr. Markus Söder  
Stefan Feldmann

Im Gespräch:

- Prof. Wolf-Dieter Ring, Präsident der BLM
- Klaus Kopka, Vorsitzender des Medienrates der BLM
- Willi Schreiner, Vorsitzender des Verbandes bayerischer Lokalrundfunk
- Dr. Markus Söder, MdL, Vorsitzender der CSU-Medienkommission

Eine Veranstaltung der CSU-Medienkommission

Moderation:

- Stefan Feldmann, RTL Franken Life TV

Workshops



15.30 – 17.00 Uhr

Hörfunk

Sport im Radio  
Rechte – Programme – Formate

v. l. n. r. Edgar Geenen  
Dr. Stephan Ory  
Lothar Steigerwald  
Christian Stögmüller  
Mathias Zeck  
Thorsten Mieke

Sport im Radio erlebt eine Renaissance – nicht zuletzt wegen der Programmpolitik im Fernsehen. Das Radio fördert die Popularität von Vereinen und Spielern, doch wie lange ist die freie Berichterstattung noch möglich?

Mit Beiträgen von:

- Edgar Geenen, 1.FC Nürnberg
- Dr. Stephan Ory, Rechtsanwalt, Püttlingen
- Lothar Steigerwald, Radio Primavera, Aschaffenburg
- Christian Stögmüller, Life Radio, Linz
- Mathias Zeck, Funkhaus Nürnberg

Moderation:

- Thorsten Mieke, Radio 8, Ansbach

## Workshops



15.30 – 17.00 Uhr

### Marketing

#### Best Agers Chancen für die Radiowerbung

v. l. n. r.  
Carlheinz Gern  
Michael Krautwald  
Andreas Reidl  
Christoph Wild

Obwohl die Generation 50plus zur konsumstärksten Bevölkerungsgruppe gehört, grassiert in der Werbung der Jugendkult. Auch die Radiowerbung zielt vor allem auf die 14 bis 49-jährigen. Doch die Zeit ist reif sich der neuen Zielgruppe zu öffnen. Dabei bietet gerade das Radio wesentliche Vorteile zur Ansprache der „Best Agers“.

#### Über die Chancen und Möglichkeiten diskutieren:

- Carlheinz Gern, Radio Arabella, München
- Michael Krautwald, mediaplus, München
- Andreas Reidl, Agentur für Senioren-Marketing, Nürnberg
- Christoph Wild, ARD Werbung Sales & Services GmbH, Frankfurt am Main

#### Moderation:

- Phillip von Martius, Studio Gong, München

15.30 – 17.00 Uhr

### Fernsehen



#### Mehr Sehen und Hören Gemeinsame Konzepte für Radio und Fernsehen

v. l. n. r.  
Thomas Hagenauer  
Klaus Kastan  
Rolf Müller  
Bianca Bauer-Stadler

Crossmedia ist nicht nur eine Erscheinungsform der Konvergenz im digitalen Zeitalter, sondern eine sinnvolle Ergänzung von Radio und TV. Mit welchen Programmformaten kann man die Stärken des jeweiligen Mediums am Besten nutzen?

#### Über ihre Konzepte diskutieren:

- Thomas Hagenauer, Radio Charivari, München
- Klaus Kastan, Bayerischer Rundfunk, München
- Dr. Manfred Kross, FR –TV, Freiburg
- Rolf Müller, hr 3 früh-tv, Frankfurt am Main

#### Moderation:

- Bianca Bauer-Stadler, RSG, Nürnberg

## Workshops



15.30 – 17.00 Uhr

Internet

<medium="internet";content="radio">  
Konzepte nach dem Internet-Boom

v. l. n. r.

Till Coenen  
Andreas Ksionek  
Rainer Tief  
Thomas Aigner

Hauptsache Homepage – damit ist es auch nach dem Internet-Boom nicht getan. Um der Konkurrenz dabei immer einen Click voraus zu sein, sind neue Ideen gefragt. Das Internet entwickelt sich sogar immer mehr zum Begleitmedium für Radio, Print und TV, und bietet insbesondere für reichweitenstarke Medien großen Zusatznutzen.

Über Ihre Internetkonzepte berichten:

- Till Coenen, Radio Galaxy, Regensburg
- Andreas Ksionek, Radio Regenbogen, Mannheim
- Rainer Tief, Bayerischer Rundfunk, München
- Simon Ward, koko.com. London (angefragt)

Moderation:

- Thomas Aigner, AME Aigner Media & Entertainment GmbH, München

15.30 – 17.00 Uhr

Spezial



6. Privatfunkforum  
Jugendradios – Welches Programm hat Erfolg?

v. l. n. r.

Horst Bork  
Rob Green  
Harry Landauer  
Dr. Thomas Dörken-Kucharz

Mit 82% ist das Radio für Jugendliche neben Tonträgern und Fernsehen das am meisten genutzte Medium. So das Ergebnis der Studie Jugend, Information, (Multi)-Media (JIM) 2001 zum Medienumgang der 12 bis 19-jährigen. Und jeder vierte Jugendliche gibt an, auf das Radio nicht verzichten zu können. Doch welches Programm hat Erfolg?

Vorstellung verschiedener Jugendradios und Podiumsdiskussion mit:

- Horst Bork, megaradio, München
- Rob Green, planet radio, Frankfurt am Main
- Harry Landauer, Radio Galaxy, Regensburg
- Dr. Antonio Mendes, Mega FM, Lissabon

Fortsetzung nächste Seite

**Dienstag, 11. Juni 2002**

## Programminhalte

**Moderation:**

- Dr. Thomas Dörken-Kucharz, Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, (GEP) Frankfurt am Main

Eine Kooperationsveranstaltung der Lokalrundfunktage mit dem Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP), Frankfurt am Main



Mit freundlicher Unterstützung der Bruderhilfe Akademie



**Mittwoch, 12. Juni 2002**

## Workshops

10.00 – 11.15 Uhr

Hörfunk



**Gipfeltreffen: Programmkonzepte der erfolgreichsten Lokalradiostationen**

v. l. n. r.

Matthias Bärenfaller  
Gerd Heistermann  
Markus Ruckdeschl  
Petra Schwegler

Kleine Radios – große Wirkung. Tagesreichweiten über 50%: Wie machen die das, fragen sich Konkurrenzsender. Erfolgreiche Radiostationen berichten über das, was sie von anderen unterscheidet.

**Ihre Konzepte stellen vor:**

- Matthias Bärenfaller, Radio Rottu Oberwallis, Visp
- Gerd Heistermann, Hamm-Lippe-Welle, Hamm
- Markus Ruckdeschl, Radio Plassenburg, Kulmbach

**Moderation:**

- Petra Schwegler, Der Kontakter, München

## Workshops

10.00 – 11.15 Uhr

### Marketing



**Telefonmarketing**  
Richtig telefonieren für mehr Umsatz

Gerhard Fuchs

Der gekonnte Einsatz des Telefons ist der Schlüssel zum erfolgreichen Werbezeitenverkauf. Wie beraten Sie Ihre Kunden, vereinbaren Termine und wie überzeugen Sie andere von der Leistung ihres Mediums?

Das zeigt Ihnen:

- Gerhard Fuchs, Gesellschaft für Marketing+Kommunikation+Medien mbH, München

10.00 – 11.15 Uhr

### Fernsehen



**Total Lokal**  
Programmformate für das lokale Fernsehen

v. l. n. r.

Klaus Huber  
Peter Schröder  
Martin Gebrande

Lokal-TV gehorcht seinen eigenen Gesetzen. Der eigentliche Erfolgsfaktor der lokalen Programme sind weniger Block-Buster Filme und überregionale Formate, sondern, wie in den USA, lokale Magazine und Unterhaltungsformate mit Bezug zur Region. Dabei sind Kreativität, Erfindungsgeist und Gespür für lokale Trends gefragt.

Über ihre Programmkonzepte berichten:

- Klaus Huber, Franken Info-TV, Nürnberg
- Peter Jakob, TV-Bayern, München
- Claire Mack, Independent Television Commission, Glasgow, Schottland
- Hannes Ringlstetter, TVA, Regensburg
- Peter Schröder, us-contact, Miami, USA

Moderation:

- Martin Gebrande, BLM

## Workshops



10.00 – 11.30 Uhr

### Spezial

#### 6. Privatfunkforum Jugendradios und Wertevermittlung

Trotz Spaßgesellschaft und Konsumterror, das Interesse an religiösen und spirituellen Fragen ist in den letzten Jahren stärker geworden. Und selbst die Werbung nutzt diesen Trend. Wie kann das ein kirchliches Programm im Radio umsetzen?

##### Referenten:

- Max Eisfeld, Stadtjugendpfarrer, Kaiserslautern
- Hanno Gerwin, Evangelischer Rundfunkdienst Baden
- Bernhard Götz, Evangelische-Funkagentur, München
- Florian Haller, Serviceplan, München
- Dr. Antonio Mendes, Mega FM, Lissabon

v. l. n. r.

Max Eisfeld  
Hanno Gerwin  
Bernhard Götz  
Florian Haller  
Dr. Siegfried Krückeberg

Eine Kooperationsveranstaltung der Lokalfunktage mit dem Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP), Frankfurt am Main



Mit freundlicher Unterstützung der Bruderhilfe Akademie

11.45 – 13.00 Uhr  
Fortsetzung

##### Moderation:

- Dr. Siegfried Krückeberg, GEP-Kommission für Privaten Rundfunk



10.00 – 11.15 Uhr

### Werbung



#### Crossmediale Vermarktung – Zukunft Werbung

Technische Innovationen fördern die Verschmelzung der unterschiedlichen Medien. So entstehen neue Werbeformen, die sowohl die Werber, die Verbraucher und die Aufsicht vor Herausforderungen stellen.

##### Begrüßung:

- Wolfgang Thaenert, Vorsitzender GSWR, LPR Hessen

##### Einführungsreferat:

- Kirill Brusilovsky, Crossmind Communication

v. l. n. r.

Wolfgang Thaenert  
Kirill Brusilovsky  
Björn Bartholdy  
Niels Gründel  
Stefan Wattendorff  
Kerstin Richter

Eine Veranstaltung der Gemeinsamen Stelle Werbung, Recht, Europaangelegenheiten und Verwaltung



Fortsetzung nächste Seite

Eine Diskussion mit:

- Björn Bartholdy, Cutup - Agentur für Mediendesign und Marketing, Köln
- Niels Gründel, Journalistengemeinschaft MediaClinic, Bonn
- Stefan Wattendorff, Business Development und Technik IP Newmedia, Köln

Moderation:

- Kerstin Richter, W&V, München



11.30 – 13.00 Uhr

Hörfunk

**Was macht einen Lokalsender erfolgreich?**  
Ideen, Maßnahmen, Strategien am Beispiel Südtirol 1

v. l. n. r.

Heiner Feuer  
Christoph Pöschl  
Frank Salzbrenner

Welche Schritte und finanziellen Mittel sind notwendig, um ein lokales Programm erfolgreich zu machen? Am Praxisbeispiel Radio Südtirol 1 werden Möglichkeiten und Ideen vorgestellt.

Eine Veranstaltung in Kooperation mit The Brand Support Company Media Research Consulting

Mit Beiträgen von:

- Heiner Feuer, Südtirol 1, Bozen
- Christoph Pöschl, The Brand Support Company, Nürnberg
- Frank Salzbrenner, bci, Nürnberg



11.30 – 13.00 Uhr

Marketing



**Update: Die besten Radio Promotions**  
Eine gute Radiopromotion nutzt dem Programm, gefällt den Hörern und freut den Werbekunden.

v. l. n. r.

Tim Bull  
Thomas Foster  
Mike Gut  
Hermann Hohenberger  
Valerie Weber  
Georg Dingler

Ideen jenseits der Millionengewinne präsentieren:

- Tim Bull, Saga Radio, Kent, UK
- Thomas Foster, Foster Kent – the jingleboys, Salzburg
- Mike Gut, Hit Radio Z, Zürich
- Hermann Hohenberger, Broadcast-Future, Nürnberg
- Valerie Weber, Antenne 1, Stuttgart

Moderation:

- Georg Dingler, Radio Gong 96,3, München

## Workshops

11.30 – 13.00 Uhr

Präsentation

### Der Start des bayerischen DVB-Satelliten Projektes

Am 11. Juni 2002 startet im Rahmen der Lokalrundfunktage der erste digitale Lokal-TV-Satellitenkanal. Damit stehen lokale Programmangebote auch dem Satellitennutzer zur Verfügung.

11.30 – 13.00 Uhr

Werbung



### Frauen in der Werbung – Die Frau als Vermarktungsobjekt

v. l. n. r.

Julia Berghoff  
Marita Gorski  
Barbara Posern

Schön, sexy, erfolgreich – mit dem gegenwärtigen Frauenbild in der Werbung lässt sich jedes Produkt vermarkten. Doch welche Auswirkungen hat die Darstellung der Frauen (und auch der Männer) auf die Wahrnehmung der Rezipienten?

#### Einführungsreferat:

- N.N.

#### Eine Diskussion mit:

- Julia Berghoff, Rechtsanwältin, Deutscher Werberat, Bonn
- Marita Gorski, Online Marketing und Kommunikationsmanagement, Bamberg
- Manfred Kremers, Medienpädagoge, Medienzentrum Rheinland
- Barbara Posern, Werbeagentur KolleRebbe, Hamburg

#### Moderation:

- Kerstin Richter, W&V, München

Eine Veranstaltung der Gemeinsamen  
Stelle Werbung, Recht, Europaange-  
legenheiten und Verwaltung

**DLM**  
DIREKTORENKONFERENZ  
DER  
LANDESMEDIENANSTALTEN

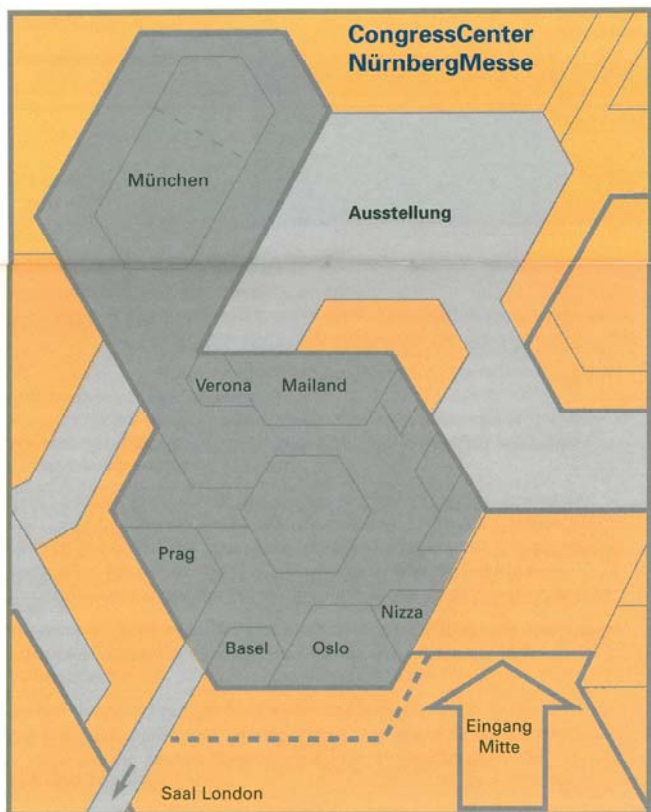
## Veranstaltungsorte

Begrüßung, Präsentation der Funkanalyse  
Bayern 2002, Preisverleihung, Workshops:

CongressCenter NürnbergMesse

Messezentrum Tel.: 09 11/86 06-0  
90471 Nürnberg Fax: 09 11/86 06-228  
E-mail: [gastveranstaltungen@nuernbergmesse.de](mailto:gastveranstaltungen@nuernbergmesse.de)

Sie erhalten die Tagungsunterlagen am Counter  
im CongressCenter NürnbergMesse.  
Die Raumbelegung finden Sie in den Tagungsunterlagen.



### Verkehrsverbindungen:

Das CongressCenter der NürnbergMesse ist problemlos mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. Die Fahrt mit der U1 vom Hauptbahnhof zum Messezentrum dauert ca. 8 Minuten.

### Medienfest: Kaiserburg-Nürnberg

In unmittelbarer Nähe der Burg sind keine Parkmöglichkeiten vorhanden. Es besteht die Möglichkeit, einen Bustransfer in Anspruch zu nehmen.



### Teilnahmegebühr:

€ 100,- für alle Veranstaltungen am 11./ 12. Juni 2002.

Die Veranstaltungen der Gemeinsamen Stelle Werbung der Landesmedienanstalten am 12. Juni sind gebührenfrei.

### Anmeldung:

Wir bitten um Rücksendung des Anmeldeformulars bis zum 29. Mai 2002 oder um eine Anmeldung im Internet unter [www.blm.de](http://www.blm.de)

Bitte überweisen Sie die Teilnahmegebühr ebenfalls bis 29. Mai 2002 unter dem Stichwort „BLM - Lokalfunktage“ auf das Konto Nr. 498 428 80 bei der HypoVereinsbank AG München, BLZ 700 202 70 oder legen Sie einen Verrechnungsscheck an folgende Adresse bei: BLM, Bereich Programm, Heinrich-Lübke-Str. 27, 81737 München

### Presseakkreditierung:

Für eine Presseakkreditierung bitten wir Sie, uns mitzuteilen, für welches Organ Sie berichten und uns eine Fotokopie Ihres gültigen Presseausweises zuzusenden.

### Stornierung:

Stornierungen bis 29. Mai 2002 sind kostenfrei. Bei Stornierungen nach dem 29. Mai 2002 oder Versäumnis einer Stornierung kann keine Rück-erstattung der Teilnahmegebühr erfolgen.

### Hotelreservierungen:

Für Besucher der Lokalfunktage ist im Hotel Maritim sowie in den unten genannten Häusern ein Zimmerkontingent unter dem Stichwort „Lokalfunktage“ reserviert:

#### Maritim Hotel Nürnberg

Frauentorgraben 11  
90443 Nürnberg  
Tel.: 09 11/2 36 30  
Fax: 09 11/2 36 38 23

#### Best Western Hotel ARVENA MESSE

Tel.: 09 11/8 92 20  
Fax: 09 11/8 92 21 15  
E-Mail: [info@arvenamesse.bestwestern.de](mailto:info@arvenamesse.bestwestern.de)

### Veranstalter:

BLM  
Bayerische Landeszentrale  
für neue Medien  
Heinrich-Lübke-Str. 27  
81737 München

### Organisation:

Stefan Sutor  
e-mail: [stefan.sutor@blm.de](mailto:stefan.sutor@blm.de)

### Organisationsbüro:

Judith Suyter

Tel.: 089/63 808-0  
Fax: 089/63 808-290  
[www.blm.de](http://www.blm.de)

### Mitarbeit:

Tina Täsch

### Leitung:

Heinz Heim

## Veranstaltungspartner

Für die Unterstützung  
bedanken wir uns bei:



FM RADIO NETWORK

Eine Veranstaltung der BLM  
in Kooperation mit:



BROADCAST-FUTURE!  
radio-marketing/ideen/märkte/motivation



Wir danken folgenden Förderern:

Müller Verlag  
Studio Gong  
Verlag Nürnberger Presse





Bayerische Landeszentrale  
für neue Medien

Heinrich-Lübke-Str. 27  
81737 München

Tel.: 089/63808-0  
Fax: 089/63808-290  
[www.blm.de](http://www.blm.de)