



**LOKALRUNDFUNKTAGE 2003**  
**NÜRNBERG 3.- 4. JUNI**



Bayerische Landeszentrale  
für neue Medien

Heinrich-Lübke-Str. 27  
81737 München

Telefon (089) 63 808-0  
Telefax (089) 63 808-140

E-mail [blm@blm.de](mailto:blm@blm.de)  
[www.blm.de](http://www.blm.de)



Bayerische Landeszentrale  
für neue Medien



# LOKALRUNDFUNKTAGE 2003 NÜRNBERG 3.- 4. JUNI

Sehr geehrte Damen und Herren,

Werbekrise, Einsparungen, Kürzungen – dies sind die Schlagworte, die momentan die Stimmung in der gesamten Medienbranche, aber auch in den meisten Unternehmen des lokalen Rundfunks prägen.

Der Einbruch der Werbeausgaben im Jahr 2001 war mehr als eine vorübergehende Schwäche, und nach dem weiteren Rückgang im Jahr 2002 findet auch in diesem Jahr die erhoffte Erholung auf dem Werbemarkt nicht statt.

Zwangsläufig werden dadurch auch in den lokalen Radio- und Fernsehstationen fest gefahrene Strukturen und lieb gewonnene Gewohnheiten hinterfragt. Das reicht von der Gestaltung der Programme, über die angebotenen Werbeformen bis hin zur Akquise neuer Kunden. Eine neue Aufbruchsstimmung, gekennzeichnet durch technische und programmliche Innovation und Kreativität, versucht der Werbekrise zu trotzen. Sowohl in der Programmproduktion, der technischen Ausstattung, im Programm selbst sowie der Vermarktung werden neue Ansätze gesucht. Viele dieser neuen Ideen werden Ihnen in den Workshops der Lokalfunkttage präsentiert. Ich hoffe sehr, dass Ihnen die Lokalfunkttage dadurch wieder Anregungen und Impulse für Ihre tägliche Arbeit geben können.

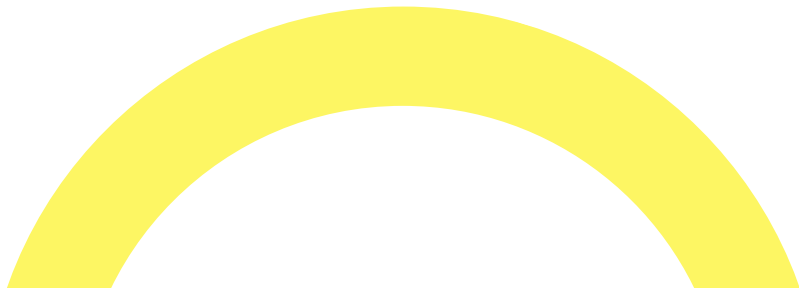
Ich darf mich an dieser Stelle ganz besonders bei unseren Kooperationspartnern, Sponsoren und Förderern bedanken, die die Lokalfunkttage nicht nur mit vielfältigen Anregungen und Hilfestellungen, sondern auch finanziell unterstützen und dadurch ein umfangreiches Angebot ermöglichen.

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



**Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring**

Präsident der Bayerischen Landeszentrale  
für neue Medien



# PROGRAMMÜBERSICHT DIENSTAG, 3. JUNI

ab 9.00 Uhr	Ausstellung
10.00	Eröffnung und Begrüßung Begrüßung: Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien  Grußwort Dr. Ulrich Maly, Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg
10.30 - 11.30 Uhr	Präsentation der Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2003
11.30 - 13.00 Uhr	Mittagspause

## 13.00 - 14.00 Uhr WORKSHOPS I

<b>HÖRFUNK</b>	<b>8</b>
Kleinere Budgets, Größere Reichweiten? Effektives Lokalradio-Management	

<b>FERNSEHEN</b>	<b>9</b>
Allrounder hinter der Kamera: Der Videoreporter	

<b>MARKETING</b>	<b>10</b>
Hinhören, Begeistern, Überzeugen: Erfolgreich im Verkaufsgespräch	

<b>SPEZIAL</b>	<b>11</b>
Lokalität und Radio Ergebnisse einer Studie von Roland Berger Market Research	

<b>13.00 - 14.00 Uhr EXTRA</b>	<b>12</b>
CSU-Medienkommission: Der Lokalrundfunk in Zeiten der Werbekrise	

## 14.15 - 15.15 Uhr WORKSHOPS II

<b>HÖRFUNK</b>	<b>13</b>
News, Service, Personality: Morningshow-Strategien	

<b>FERNSEHEN</b>	<b>14</b>
Glaubwürdig und authentisch: Präsentationsformen im Lokal-TV	

<b>MARKETING</b>	<b>15</b>
Bud Stiker Wege aus der Krise	

<b>SPEZIAL</b>	<b>16</b>
Das Werbepotential regionaler Hörfunkanbieter in Rheinland-Pfalz	

<b>14.15 - 15.15 Uhr EXTRA</b>	<b>17</b>
SPD-Landtagsfraktion Bayern, Arbeitskreis Medien: Digitalradio in Deutschland – Sachstand und Perspektive	

## 15.30 - 16.30 Uhr WORKSHOPS III

<b>HÖRFUNK</b>	<b>18</b>
Voicetracking und Automation: Radiozukunft oder Sackgasse?	

<b>FERNSEHEN</b>	<b>19</b>
Ein neuer Look für Franken: Die Repositionierung eines lokalen Fernsehprogrammes	

<b>MARKETING</b>	<b>20</b>
Update 2003: Die besten Radio Promotions	

<b>SPEZIAL</b>	<b>21</b>
Doug Harris Unleashing the Creative Animal in You	

17.00 Uhr	Verleihung der BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise 2003 (im Saal Brüssel, CongressCenter, NürnbergMesse)
-----------	---

19.00 Uhr	Medienfest (auf der Kaiserburg)
-----------	------------------------------------

ab 23.00 Uhr	Party (im Tiefenrausch)
--------------	----------------------------

# PROGRAMMÜBERSICHT MITTWOCH, 4. JUNI

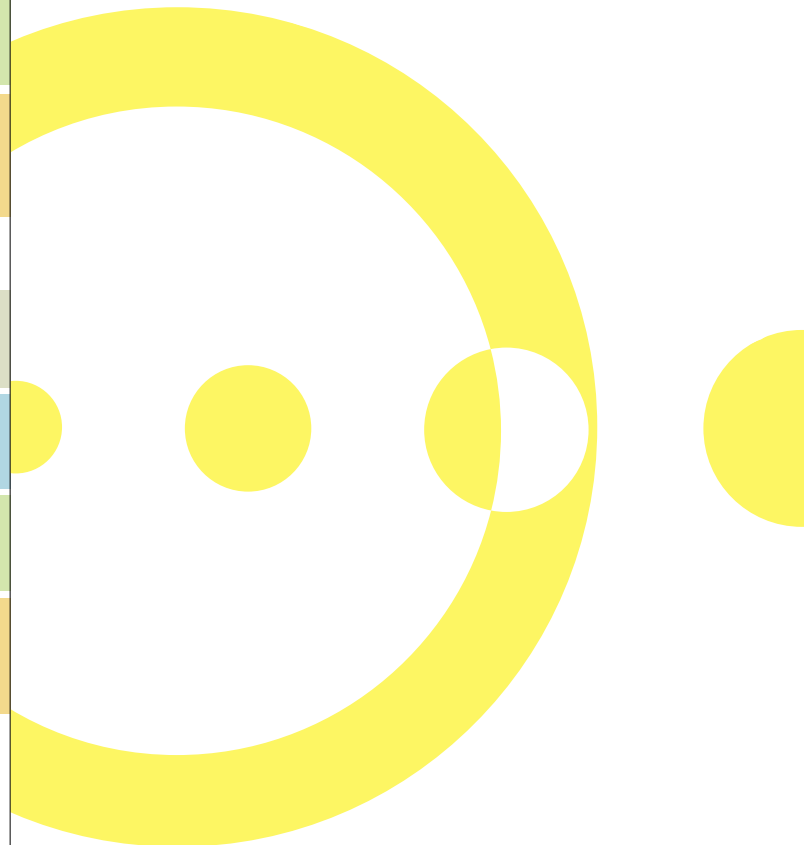
## WORKSHOPS

### 10.00 - 11.00 Uhr WORKSHOPS I

<b>HÖRFUNK</b>	22
On-Air-Positioning lokaler Radiostationen Ein Intensiv-Workshop mit Mike Haas	
<b>FERNSEHEN</b>	23
Alternative zum Mainstream: Sonderwerbformen im Lokal-TV	
<b>MARKETING</b>	24
„Ich gönne mir was“ Verbraucher-Aktionen im Radio	
<b>SPEZIAL</b>	25
Medienvereine: Gestaltungsspielräume und Perspektiven	

### 11.15 - 12.15 Uhr WORKSHOPS II

<b>HÖRFUNK</b>	26
Lokalradio hilft Soziales Engagement On Air	
<b>FERNSEHEN</b>	27
Filialisten und Global-Player Neue Kunden für das Lokalfernsehen	
<b>MARKETING</b>	28
Branchencheck: Neue Kunden für das Radio	
<b>SPEZIAL</b>	29
Doug Harris The Anatomy of a Great Radio Promotion	



## DI 3. JUNI WORKSHOP I HÖRFUNK

13.00 - 14.00 UHR

### KLEINERE BUDGETS, GRÖßERE REICHWEITEN? EFFEKTIVES LOKALRADIO- MANAGEMENT

Rückgängige Werberlöse zwingen auch große Lokalradio-Networks zum Umdenken: Wie können gekürzte Budgets für Marketing, Reserach und Programm effizient für die Lokalradios eingesetzt werden. Anregungen aus England und Frankreich liefern:

#### REFERENTEN



**Andy Johnson**, Capital Radio Group, London  
**Hans Knobloch**, NRJ Frankreich

#### MODERATION



**Alexander Zeitelhack**, Mediaberater, Nürnberg

## DI 3. JUNI WORKSHOP I FERNSEHEN

13.00 - 14.00 UHR

### ALLROUNDER HINTER DER KAMERA: DER VIDEOREPORTER

Redakteur, Interviewer, Kameramann, Tontechniker und Cutter: Im Videoreporter verschmelzen mehrere Fernsehberufe. Welche Auswirkungen hat das auf die Programmqualität? Über den Einsatz von Videoreportern berichten:

#### REFERENTEN



**Klaus Häffner**, Bayerischer Rundfunk, Studio Franken, Nürnberg  
**Lothar Höher**, Oberpfalz TV, Amberg  
**Silvio Lebrument**, Tele Südostschweiz, Chur

#### MODERATION



**Roland Zimmermann**, Bayerischer Rundfunk, Studio Franken, Nürnberg

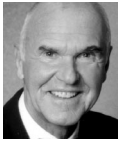
## DI 3. JUNI WORKSHOP I MARKETING

13.00 - 14.00 UHR

### HINHÖREN, BEGEISTERN, ÜBERZEUGEN: ERFOLGREICH IM VERKAUFGESPRÄCH

Wie verhalte ich mich bei Einwänden von Kunden?  
Wie überzeuge ich ihn am Besten von meinem Produkt?  
Neben rhetorischen Fähigkeiten gibt es sie wirklich:  
Goldene Regeln für ein gelungenes Verkaufsgespräch.  
Prof. Rolf Osterhoff verrät die Tipps, die auf die Zielgerade  
zum erfolgreichen Abschluss führen.

#### REFERENT



**Prof. Rolf Osterhoff**, BAW, München

## DI 3. JUNI WORKSHOP I SPEZIAL

13.00 - 14.00 UHR

### LOKALITÄT UND RADIO ERGEBNISSE EINER STUDIE VON ROLAND BERGER MARKET RESEARCH

Im Auftrag der BLM untersuchte Roland Berger Market Research an ausgewählten Lokalradio-Standorten in Bayern, wie sich Lokalfunk im Medienwettbewerb zukünftig darstellen und positionieren sollte, um auch weiterhin erfolgreich zu sein.

Die Studie legt dar, ob und wie sich die Erwartungen an den lokalen Hörfunk seit seiner Einführung verändert haben und beschreibt, welche Faktoren derzeit für den Erfolg von Lokalradios verantwortlich sind. Schließlich zeigt die Untersuchung, welche Funktionen Lokalradio im erweiterten Medienwettbewerb übernehmen kann. Im Mittelpunkt des Interesses der qualitativen Studie stehen die Nutzungsmerkmale, Kommunikationsanforderungen und Leistungen des Lokalfunks in Form von Programminhalten und deren Gestaltung für die Hörer.

#### REFERENT



**Harald Hasselmann**, Roland Berger Market Research, München

## DI 3. JUNI EXTRA

13.00 - 14.00 UHR

### CSU-MEDIENKOMMISSION DER LOKALRUNDFUNK IN ZEITEN DER WERBEKRISE

#### REFERENTEN



**Klaus Kopka**, Vorsitzender des Medienrats der BLM, München

**Prof. Dr. Wolf Dieter Ring**, BLM, München

**Willy Schreiner**, Verband bayerischer Lokalrundfunk, Straubing

**Dr. Markus Söder**, MdL, Vorsitzender CSU-Medienkommission

#### MODERATION



**Stefan Feldmann**, RTL Franken Life TV, Nürnberg

## DI 3. JUNI WORKSHOP II HÖRFUNK

14.15 - 15.15 UHR

### NEWS, SERVICE, PERSONALITY MORNINGSHOW-STRATEGIEN

Der Morgen ist Radio-Primetime. Die richtige Mischung aus Nachrichten, Personality-Show und Service entscheidet über den Erfolg der ganzen Station. Ihre neuen Morning-show-Strategien präsentieren:

#### REFERENTEN



**Kai von Bargen**, Antenne Düsseldorf

**John Ment**, Radio Hamburg, Hamburg

**Stefan Schmitter**, Radio Gong 96,3, München

#### MODERATION



**Stefan Meixner**, Antenne Bayern, Ismaning

## DI 3. JUNI WORKSHOP II FERNSEHEN

14.15 - 15.15 UHR

### GLAUBWÜRDIG UND AUTHENTISCH: PRÄSENTATIONSFORMEN IM LOKAL-TV

Die Moderatoren prägen das Image eines Fernsehsenders ganz besonders. Ob seriöse Nachrichtenpräsentation oder lockere Unterhaltung, der Schlüssel zum Erfolg ist Authentizität. Über erfolgreiche Präsentationsstile diskutieren:

#### REFERENTEN



**Dr. Oliver Ecke**, NFO-Infratest, München

**Simone Langkabel**, TV München

**Michael Rossié**, Sprechtrainer und Coach, München

#### MODERATION



**Birgit Gräfin von Bentzel**, RTL-Landessender, Köln

## DI 3. JUNI WORKSHOP II MARKETING

14.15 - 15.15 UHR

### WEGE AUS DER KRISE

Krisenmanagement erfordert Mut, Ideen und Kreativität. Bud Stiker, Vizepräsident der Abteilung „International Development“ des Radio Advertising Bureaus in Dallas stellt erfolgreiche Strategien vor. Als Experte mit langjähriger Erfahrung auf dem europäischen Radiomarkt managte und unterstützte er verschiedene Radiosender in Lissabon, Dublin und in Osteuropa.

#### REFERENT



**Bud Stiker**, RAB, Dallas

**14.15 - 15.15 UHR**

### **DAS WERBEPOTENZIAL REGIONALER HÖRFUNKANBIETER IN RHEINLAND-PFALZ**

Die Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz hat im Jahr 2002 eine Studie zur Abschätzung des Werbepotenzials regionaler Hörfunkveranstalter durchführen lassen.

Im Rahmen einer quantitativen Teilstudie wurden Motive, Erwartungen und Bedingungen erhoben, die werbungstreibende Unternehmen an regionale Hörfunkwerbung stellen. Sie stehen im Zentrum des Vortrags.

Der Beitrag gibt einen Überblick über die Motive der Nutzung bzw. der Vernachlässigung regionaler Hörfunkwerbung. Er systematisiert die Bedingungen für regionale Radiowerbung und zeigt Ansatzpunkte für erfolgreiche Strategien regionaler Hörfunkveranstalter auf.

Die Studie wird präsentiert von:

#### **REFERENTEN**



**Prof. Dr. Gerhard Raab**  
**Dr. Michael Neuner**, FH Ludwigshafen

**13.00 - 14.00 UHR**

### **SPD-LANDTAGSFRAKTION BAYERN, ARBEITSKREIS MEDIEN DIGITALRADIO IN DEUTSCHLAND – SACHSTAND UND PERSPEKTIVE**

Die Zukunft des digitalen Rundfunks wird in der Öffentlichkeit und in der Medienbranche kontrovers diskutiert. Während die Politik und die Wirtschaft vor allem die Vorteile für den Konsumenten hervorheben, hat der Oberste Rechnungshof die Entwicklung kritisch beleuchtet. Die SPD-Landtagsfraktion will im Rahmen eines Panels einen Überblick über den Sachstand geben und Perspektiven erörtern. Über die Zukunft des Digitalradios diskutieren:

#### **REFERENTEN**



**Wolfgang Becker**, Bundesministerium für Arbeit, Berlin  
**Volker Lauke**, Bosch-Blaupunkt  
**Carsten Neitzel**, r.s.2, Berlin  
**Heiko Schultz**, MdL, Medienrat  
**Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring**, BLM, München

#### **MODERATION**



**Peter Hufe**, MdL

## DI 3. JUNI WORKSHOP III HÖRFUNK

15.30 - 16.30 UHR

### VOICETRACKING UND AUTOMATION: RADIOZUKUNFT ODER SACKASSE?

Radio aus der Konserve bietet einige Vorteile: Neue Möglichkeiten der Lokalisierung und hohe Einsparpotentiale. Dagegen gilt die Live-Moderation als eines der wichtigsten Elemente im Radio. Voicetracking – Zukunft des Radios oder Sackgasse?

#### REFERENTEN



**Fred Dohmen**, Radio R.TV, Böblingen

**Johannes Goetze**, Antenne Steiermark, Dobl

**Dominique Knoll**, Antenne Bayern, Ismaning

**Patrick Lynen**, Momentum Media GmbH, Köln

#### MODERATION



**Felix Kovac**, Hit Radio RT1, Augsburg

## DI 3. JUNI WORKSHOP III FERNSEHEN

15.30 - 16.30 UHR

### EIN NEUER LOOK FÜR FRANKEN, DIE REPOSITIONIERUNG EINES LOKALEN FERNSEHPROGRAMMS

Ein erfolgreicher Imagewechsel: Aus Franken Fernsehen wird TV Franken. Wie wird der Übergang zu neuem Programmformat und neuen Verpackungen bewältigt?

#### PRÄSENTATION



**Stefan Feldmann**, RTL Franken Live, Nürnberg

**Dr. Gerhard Graf**, GG Media, München

**Karl Weihberger**, Pix Byte Media, Nürnberg

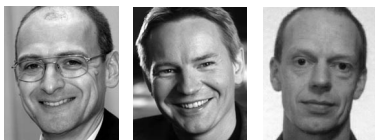
## DI 3. JUNI WORKSHOP III MARKETING

15.30 - 16.30 UHR

### UPDATE 2003: DIE BESTEN RADIO PROMOTIONS

Bei Anruf Bares oder Big Points – mit attraktiven Preisen umwirbt das Radio die Hörer. Gut gemacht bringt das mehr Reichweite und zusätzliche Einnahmen. Neue Ideen präsentieren:

#### REFERENTEN



**Hermann Hohenberger**, Broadcast-Future, Regensburg

**Stephan Offierowski**, Antenne Bayern, Ismaning

**Andreas Pauwelen**, Welle Niederrhein, Krefeld

#### MODERATION



**Georg Dingler**, Radio Gong 96,3, München

## DI 3. JUNI WORKSHOP III SPEZIAL

15.30 - 17.00 UHR

### DOUG HARRIS UNLEASHING THE CREATIVE ANIMAL IN YOU

Doug Harris begeistert und motiviert immer wieder zu neuen Höhenflügen.

In den USA gilt er als einer der verrücktesten Kreativköpfe und auch in Europa konnte er schon viele mit seinen Promotionideen beflügeln. „The Creative Animal“ kommt wieder nach Deutschland und bietet exklusiv auf den Lokalrundfunktagen einen Workshop an. Doug Harris stellt seine speziellen Methoden für jeden Einzelnen und für das ganze Unternehmen vor. "Brainstorming" in kleinen Gruppen und der "solo Drill" für jeden Einzelnen sollen innovative Lösungen in den Bereichen Marketing, Promotion und Programm bringen.

#### REFERENT



**Doug Harris**

## MI 4. JUNI WORKSHOP I HÖRFUNK

10.00 - 11.00 UHR

### ON-AIR-POSITIONING LOKALER RADIOSTATIONEN EIN INTENSIV-WORKSHOP MIT MIKE HAAS

Mike Haas nimmt die Liner- und Positionierungsstrategie der Radiosender in Deutschland kritisch unter die Lupe. Welche Kernkompetenzen muss ein Radiosender vermitteln, damit die Marke "Radio" nachhaltig und vor allem richtig beim Hörer positioniert wird. Er zeigt an Beispielen aus der Hirnforschung, wie das Radio, einzelne Sendungen oder spezielle Inhalte beim Hörer ankommen können und welche Chancen bisher noch nicht genutzt werden.

#### REFERENT



**Mike Haas**

## MI 4. JUNI WORKSHOP I FERNSEHEN

10.00 - 11.00 UHR

### ALTERNATIVE ZUM MAINSTREAM SONDERWERBEFORMEN IM LOKAL-TV

Fernsehwerbespots sind gut, neue Formen sind besser. Besonders maßgeschneiderte Angebote, die direkt auf Kundenwünsche zugestrickt sind: Infomercials, Splitt-screens, Ad Ins oder redaktionell verpackte Werbeformen. Über Möglichkeiten und Grenzen von Sonderwerbeformen diskutieren:

#### REFERENTEN



**Bianca Bauer-Stadler**, Neue Welle Bayern, Berlin  
**Christina Kahlert**, Indoc Industrie- und Fernsehfilm GmbH, München  
**Dr. Andrea Malgara**, SevenOneMedia, Unterföhring  
**Dr. Wolfgang Stöckl**, Bayerischer Journalistenverband, München

#### MODERATION



**Doris Eichmeier**, Marketingjournalistin, München

## MI 4. JUNI WORKSHOP I MARKETING

10.00 - 11.00 UHR

### „ICH GÖNN MIR WAS“ VERBRAUCHER-AKTIONEN IM RADIO

Wenn Radiokampagnen Lust auf Konsum machen, ist auch der Einzelhandel glücklich. Wie regionale Wirtschaftsunternehmen und Lokalradios eine effektive Partnerschaft eingehen können, zeigen:

#### REFERENTEN



**Hans Kuchenreuther**, Funkhaus Nürnberg  
**Dietmar Michaelsen**, SNN-Sachsen News Net, Leipzig  
**Wolfgang Werres**, NFO Infratest, München

#### MODERATION



**Alexander Zeitelhack**, Mediaberater, Nürnberg

## MI 4. JUNI WORKSHOP I SPEZIAL

10.00 - 11.00 UHR

### MEDIENVEREINE: GESTALTUNGSSPIELRÄUME UND PERSPEKTIVEN

Das bayerische Mediengesetz ermöglicht Kommunen, lokalen Institutionen und Anbietern sich aktiv an der Organisation von regionalen Rundfunkangeboten zu beteiligen. Ziel war es, besonders die örtlichen Kräfte bei der Mitgestaltung der lokalen Medienlandschaft zu stärken. Wie aber sieht die Praxis aus? Können Medienvereine die Medienlandschaft in ihrer Region effektiv beeinflussen und trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen die lokalen Interessen durchsetzen?

Über die Möglichkeiten der Medienvereine diskutieren:

#### REFERENTEN



**Martin Gebrande**, BLM, München  
**Reinhard Knirsch**, Medienverein Süd-Ostbayern e.V., Rosenheim  
**Michael Tenbusch**, Medienverein München e.V.  
**Michael Roppelt**, Bayerische Staatskanzlei, München

#### MODERATION



**Prof. Heinz-Werner Stuiber**, Medienverein Nürnberg

## MI 4. JUNI WORKSHOP II HÖRFUNK

11.15 - 12.15 UHR

### LOKALRADIO HILFT: SOZIALES ENGAGEMENT ON AIR

Die Präsenz vor Ort macht das Lokalradio zu einer wichtigen Institution. Durch ihre Hörernähe übernehmen lokale Stationen eine wichtige Rolle in der örtlichen Kommunikation. Was Lokalradio bewegen kann, das zeigt sich vor allem in Krisensituationen aber auch bei der unkonventionellen Nachbarschaftshilfe On Air.

#### REFERENTEN



**Martin Kunze**, Radio NRW, Oberhausen  
**Harry Landauer**, Funkhaus Regensburg  
**Tino Utassy**, Sächsischer Lokalrundfunk, Dresden

#### MODERATION



**Tanja Scholl**, Funkhaus Nürnberg

## MI 4. JUNI WORKSHOP II FERNSEHEN

11.15 - 12.15 UHR

### FILIALISTEN UND GLOBAL-PLAYER NEUE KUNDEN FÜR DAS LOKALFERNSEHEN

Große Handelsketten wie auch überregionale Marken haben sich mit ihren Filialen zwar lokale Märkte erobert, verzichten jedoch meist auf lokale Werbung. Um Markenartikler für das Lokalfernsehen zu gewinnen, müssen sich Marketingstrategen etwas einfallen lassen. Neue Möglichkeiten der Kundenakquise stellen vor:

#### REFERENTEN



**Fred Dohmen**, R.TV, Böblingen  
**Oliver Nix**, FR TV Südbaden, Freiburg  
**Carola Schwank**, Siemens, Erlangen  
**Fritz Schneider**, Publicis, Erlangen

#### MODERATION



**Bianca Bauer-Stadler**, Neue Welle Bayern, Nürnberg

## MI 4. JUNI WORKSHOP II MARKETING

11.15 - 12.15 UHR

### BRANCHENCHECK NEUE KUNDEN FÜR DAS RADIO

Radiowerbung wirkt: Werbeerfolg ist die beste Garantie für treue Radiokunden. Wie neue Kunden für das Radio zu begeistern sind, belegen:

#### REFERENT



**Patrick Bernstein**, 94,3 r.s.2, Berlin

**Till Coenen**, Funkhaus Regensburg

**Christian Stärkle**, Mediaberater, Zürich

**Lothar Steigerwald**, Funkhaus Aschaffenburg

#### MODERATION



**Philip von Martius**, Studio Gong München, Nürnberg

## MI 4. JUNI WORKSHOP II SPEZIAL

11.15 - 12.15 UHR

### DOUG HARRIS THE ANATOMY OF A GREAT RADIO PROMOTION

Was braucht man, um eine erfolgreiche Radio Promotion zu machen? Und was macht eine gute Promotion perfekt? In dieser schrittweisen Analyse teilt Doug Harris mit Ihnen seine Geheimnisse, wie man die Vorstellungskraft der Hörer fesselt und das Gewöhnliche in etwas Außergewöhnliches verwandelt.

#### REFERENT



**Doug Harris**

# VERANSTALTUNGSORTE

## CONGRESSCENTER NÜRNBERGMESSE

Begrüßung, Präsentation der Funkanalyse Bayern 2003,  
Preisverleihung, Workshops:

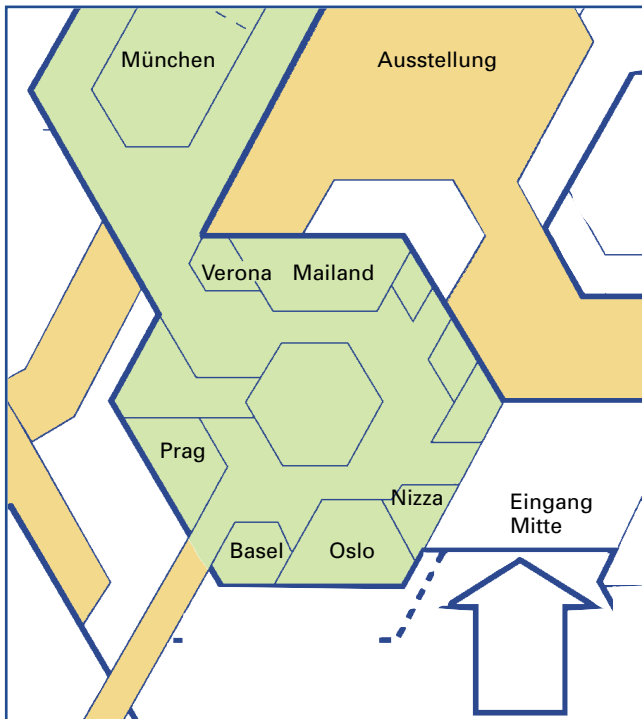
Messezentrum Nürnberg

90471 Nürnberg

Telefon: 0911/8606-0

Telefax: 0911/8606-228

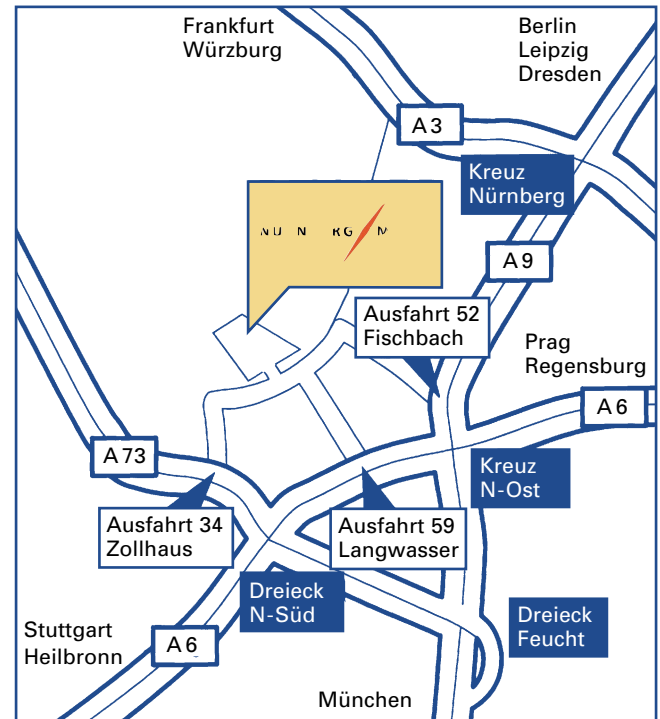
E-mail: [gastveranstaltung@nuernbergmesse.de](mailto:gastveranstaltung@nuernbergmesse.de)



## Verkehrsverbindungen

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

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





# ALLGEMEINE HINWEISE

## Presseakkreditierung

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

Bitte benutzen Sie auch für die Presseakkreditierung die Online-Anmeldung unter [www.blm.de](http://www.blm.de).

## Hotelreservierungen

Für Besucher der Lokalrundfunktage ist im Hotel Maritim ein Zimmerkontingent unter dem Stichwort „Lokalrundfunktage“ reserviert. Weitere Hotels, die zu den Lokalrundfunktagen Sonderkonditionen anbieten, erhalten Sie in unserem Online-Angebot unter [www.blm.de](http://www.blm.de).

Maritim Hotel Nürnberg  
Frauentorgraben 11  
90443 Nürnberg  
Tel: 0911 / 23630  
Fax: 0911 / 2363823

## Veranstalter

BLM  
Bayerische Landeszentrale für neue Medien  
Heinrich-Lübke-Str. 27  
81737 München  
Tel.: 089/63 808-0  
Fax: 089/63 808-290

## Organisation

Stefan Sutor

## Mitarbeit

Tina Täsch, Beate Posch

## Organisationsbüro

Judith Suyter

## Leitung

Heinz Heim

# VERANSTALTUNGSPARTNER

Für die freundliche Unterstützung bedanken wir uns bei:



Eine Veranstaltung der BLM in Kooperation mit:

## FUNKHAUS NÜRNBERG



Verband Bayerischer Lokalrundfunk

Die Medienvereine in Bayern

Wir danken folgenden Förderern:

Müller Verlag  
Studio Gong  
Verlag Nürnberg Presse