

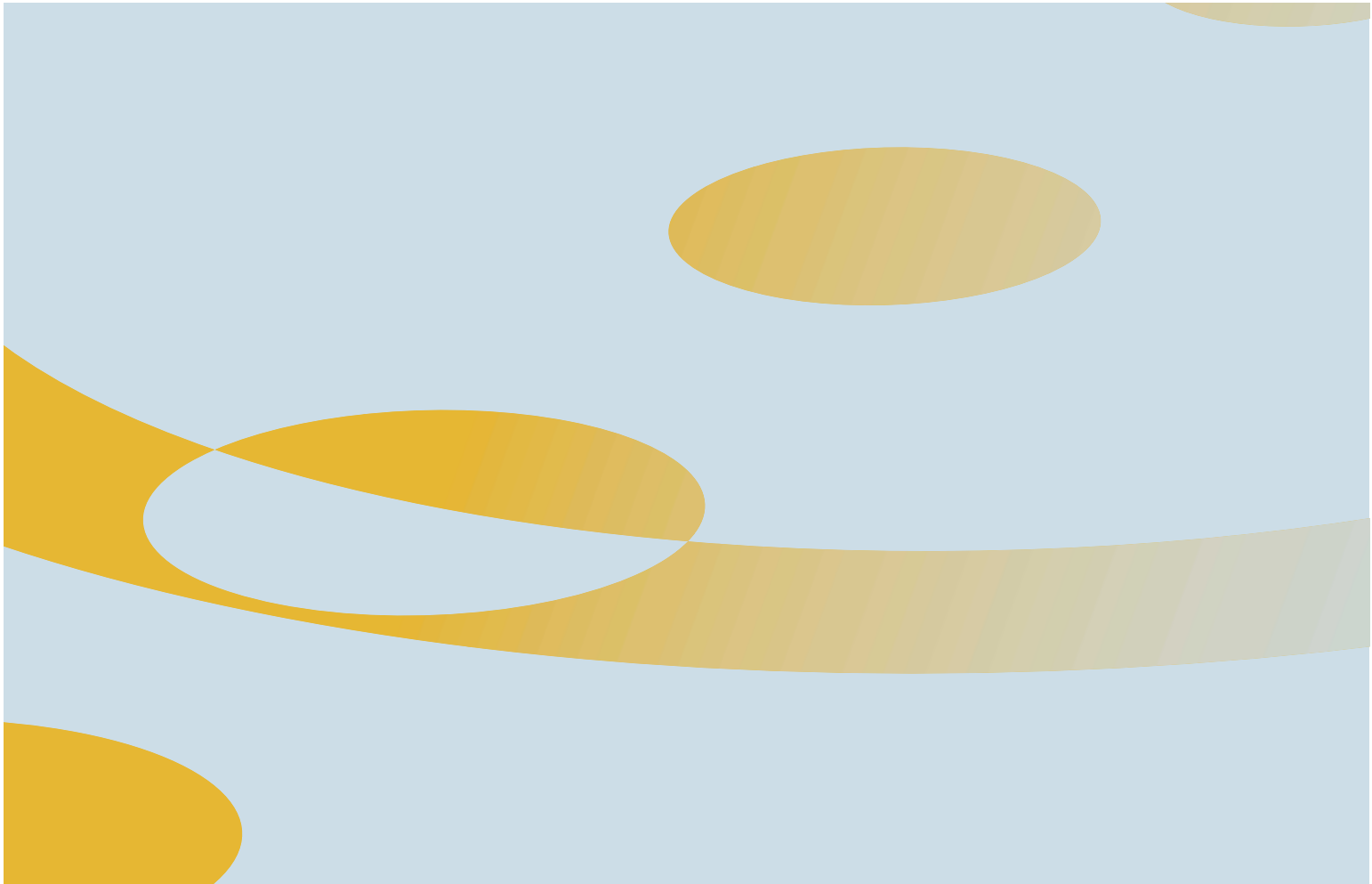
Bayerische Landeszentrale für neue Medien | Rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts  
Heinrich-Lübke-Straße 27 | 81737 München | Tel. [089] 63 808-0 | Fax [089] 63 808-290  
E-Mail: [blm@blm.de](mailto:blm@blm.de) | Internet: [www.blm.de](http://www.blm.de)

## LOKALRUNDFUNKTAGE 2004 NÜRNBERG 29. – 30. JUNI



**BLM**





Sehr geehrte Damen und Herren,

die Talsohle scheint durchschritten und die vielfältigen, oft schmerzlichen Restrukturierungsmaßnahmen der letzten Jahre zeigen Wirkung: Vorsichtiger Optimismus verbreitet sich in den Redaktionen und Marketingabteilungen der Lokalradios und Lokalfernsehstationen. Die Besinnung auf die Kernkompetenzen Lokalität und Nähe garantiert Akzeptanz beim Publikum und bei den Werbekunden.

Auch im Programm der Lokalrundfunktage 2004 findet sich dieser vorsichtige Optimismus wieder. Erfolgreiche Programm- und Marketingkonzepte, neue Entwicklungen im Bereich der Produktions- und Studioteknik, die Optimierung der Geschäftsprozesse in den Stationen oder die Erschließung ganz neuer Erlösquellen mit „Call Media“ sind nur einige der Themen. Ich hoffe, Sie finden im Workshopangebot der Lokalrundfunktage wieder zahlreiche Anregungen und Ideen zur weiteren Stärkung und Professionalisierung des lokalen Rundfunks.

Ganz besonders möchte ich mich an dieser Stelle bei unseren Kooperationspartnern, Sponsoren und Förderern bedanken, die die Lokalrundfunktage neben den vielen inhaltlichen Anregungen auch finanziell unterstützen und somit zu einem vielfältigen Angebot beitragen.

Ich lade Sie ganz herzlich zu den Lokalrundfunktagen 2004 ein und würde mich freuen, Sie in Nürnberg begrüßen zu dürfen.

*Wolf-Dieter Ring*



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

## Programmübersicht

ab 9.00 Uhr	Ausstellung	
10.00	Eröffnung und Begrüßung: Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien Grüßwort Dr. Ulrich Maly, Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg	
10.30–11.30 Uhr	Präsentation der Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2004	
11.30–13.00 Uhr	Mittagspause	
13.00–14.00 Uhr	Workshops I	
	<b>Hörfunk</b>	8
	Randy Lane: Tipps und Tricks zur Erhöhung der Verweildauer	
	<b>Fernsehen</b>	9
	Vollprogramm, Nachrichtenmagazin oder Mediendienst? Erfolgreiche Lokal-TV-Konzepte	
	<b>Marketing</b>	10
	»Total Loyalty Marketing« Treue Werbekunden gewinnen	
	<b>Spezial</b>	11
	Neue Strukturen als Chance Der Lokalrundfunk und die Medienkrise	
	<b>Extra</b>	12
	Call Media Mehrwertdienste in TV und Hörfunk	
14.00–14.15 Uhr	Pause	

14.15–15.15 Uhr	Workshops II	
	<b>Hörfunk</b>	13
	Lokalität, Glaubwürdigkeit und Hörernähe Erfolgreiche Lokalradioprogramme	
	<b>Fernsehen</b>	14
	Casting, Voting und Astroshows Neue Formate mit Zuschauerinteraktion	
	<b>Marketing</b>	15
	Database Marketing Die Datenbank als Erfolgsinstrument	
	<b>Spezial</b>	16
	Wettbewerb mit ungleichen Waffen? Ein Streitgespräch	
15.15–15.30 Uhr	Pause	
15.30–16.30 Uhr	Workshops III	
	<b>Hörfunk</b>	17
	Update 2004: Die besten Radiopromotions	
	<b>Fernsehen</b>	18
	Gestaltung von Fernsehfenstern Anpassung oder eigenes Profil?	
	<b>Marketing</b>	19
	Radiowerbung wirkt! Aktuelle Forschungs- ergebnisse und Praxisbeispiele	
	<b>Spezial</b>	20
	Neue Anwendungen in der Produktionstechnik: Web-Upload, mobile Sendersteuerung und modulare Nachrichten	
ab 17.00 Uhr	Verleihung der BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise 2004 im Saal Brüssel, CongressCenter, NürnbergMesse	
ab 19.00 Uhr	Medienfest auf der Kaiserburg	
ab 23.00 Uhr	Party im Mach 1	

## Programmübersicht

ab 9.00 Uhr	Ausstellung	
10.00 – 11.00 Uhr	Workshops I	
	<b>Hörfunk</b>	22
	Randy Lane: Der Weg zum perfekten Moderator	
	<b>Fernsehen</b>	23
	Michael Rosenblum: Der Videoreporter	
	<b>Marketing</b>	24
	Die demografische Herausforderung: Wo sind die Chancen? Teil 1	
	<b>Spezial</b>	25
	Do it yourself. Rundfunkveranstalter als Senderbetreiber	
11.00–11.15 Uhr	Pause	
11.15–12.15 Uhr	Workshops II	
	<b>Hörfunk</b>	26
	SMS - Dienste Service für den Hörer	
	<b>Fernsehen</b>	27
	Optimierung von Geschäftsprozessen in TV und Radiostationen	
	<b>Marketing</b>	28
	Die demografische Herausforderung: Wo sind die Chancen? Teil 2	
	<b>Spezial</b>	29
	Radio und Internet: Neue Kommunikationsmöglichkeiten mit dem Hörer	
ab 12.15 – 13.00 Uhr	Mittagsimbiss / Ende der Veranstaltung	

## Workshops



## Workshop I Hörfunk 13.00 – 14.00Uhr

Randy Lane:

Tipps und Tricks zur Erhöhung der Verweildauer

Eine hohe Verweildauer ist die entscheidende Voraus-

setzung für große Reichweiten eines Radioprogramms.

Insbesondere bei starker Konkurrenz ist die Verweildauer

der Schlüssel zum Erfolg. Doch wie können die Hörer

emotional an das Programm gebunden werden, wie gelingt

die Interaktion der Hörer mit der Station?

Randy Lane, Programmberater und Moderationstrainer aus

Los Angeles, gibt Tipps und Tricks, wie die Verweildauer

effektiv erhöht werden kann.

Ein Workshop in Kooperation mit bci.

### :: Referent



*Randy Lane, The Randy Lane Company, Los Angeles*

## Workshop I Fernsehen 13.00 – 14.00Uhr

Vollprogramm, Nachrichtenmagazin oder Mediendienst?

Lokales Fernsehen ist eine feste Größe im täglichen

Fernsehkonsum vieler Zuschauer. Mit den unterschied-

lichsten Konzepten erreichen lokale Fernsehprogramme

hohe Reichweiten. Dennoch stellt sich die Frage, welches

Programmkonzept im jeweiligen Verbreitungsgebiet

finanzierbar ist? Die Bandbreite reicht vom lokalen Voll-

programm mit vielen Magazinsendungen über das lokale

Nachrichtenmagazin in der Wiederholungsschleife bis hin

zum Mediendienst.

### :: Referenten



*Ralph Bibo, Rhein Main TV, Bad Homburg*

*Hansgeorg Lichte, Cityinfo TV, München*

*Peter Mock, Jena TV*

*Peter Schwager, Tele Ostschweiz, St. Gallen*

### :: Moderation



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

## Workshop I Marketing 13.00 – 14.00Uhr

### »Total Loyalty Marketing«

Treue Werbekunden gewinnen

Mit Kunden-Loyalität zu höheren Gewinnen – denn zufriedene Kunden sind die besten Verkäufer:

Sie werden Ihre Leistungen mit Begeisterung weiterempfehlen!

Gerhard Fuchs von den marketingfuchsen zeigt Ihnen, wie Sie wirkungsvoll mit der Treue Ihrer Kunden werben können.

#### :: Referent



Gerhard Fuchs, die marketingfuchse, München

## Workshop I Spezial 13.00 – 14.00Uhr

Neue Strukturen als Chance

Der Lokalrundfunk und die Medienkrise

Eine Veranstaltung der CSU-Medienkommission im Rahmen der Lokalrundfunktage

#### :: Referenten



*Dr. Erich Jooß, Vorsitzender des Medienrats*

*Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Präsident der BLM*

*Dr. Markus Söder, CSU Generalsekretär, Vorsitzender der CSU-Medienkommission*

*Prof. Dr. Hans Gerhard Stockinger, Mitglied im Rundfunkrat des Bayerischen Rundfunks*

#### :: Moderation



*Stefan Feldmann, RTL Franken Life TV, Nürnberg*

## Workshop I Extra 13.00 – 14.00Uhr

Call Media. Mehrwertdienste in TV und Hörfunk  
Mehrwertdienste, die für den Hörer und Zuschauer kostenpflichtig sind, spielen eine wachsende Rolle für die Medienfinanzierung bei Radio und Fernsehen.

Zugleich ermöglichen sie immer mehr Interaktion zwischen Medienanbietern und Nutzern. Gold-Media untersuchte für die BLM den Markt für rundfunkbasierte Telefonmehrwertdienste, den Umfang, die Strukturen und die langfristigen Perspektiven. Die Studie beschreibt typische Anwendungen in der Praxis in Hörfunk und Fernsehen und thematisiert, basierend auf einer Veranstalterbefragung, die Bedeutung von Call Media für den lokalen Rundfunk. Im Rahmen der Lokalrundfunktage werden Zwischenergebnisse der Studie mit Fokus auf den lokalen Rundfunk präsentiert.

### :: Referent



*Prof. Dr. Klaus Goldhammer, GoldMedia, Berlin*

## Workshop II Hörfunk 14.15 – 15.15Uhr

Lokalität, Glaubwürdigkeit und Hörernähe  
Erfolgreiche Lokalradioprogramme  
Kontinuierliche Arbeit am lokalen Profil, konsequente Musikpositionierung oder intensive Hörernähe. Es gibt viele Ansatzpunkte, um über die lokalen Programmstärken auch kurzfristig Bewegung in den Hörermarkt zu bringen und hohe Reichweiten zu erzielen.

### :: Referenten



*Ilse Krotmayer, Radio Arabella 92,9, Wien  
Christian Pflug, Radio Siegen  
Christian Stärkle, Radio Grischa, Chur*

### :: Moderation



*Petra Schwegler, Der Kontakter, München*

## Workshop II Fernsehen 14.15 – 15.15Uhr

Casting, Voting und Astroshows

Neue Formate mit Zuschauerinteraktion

Der Blick in die Sterne fasziniert die Zuschauer, aber auch die Geburtsstunde neuer Stars und Sternchen mobilisiert die Fans.

Immer mehr lokale TV-Stationen nutzen die Möglichkeit der Zuschauerinteraktion per SMS und Telefon.

Erfreulicher Nebeneffekt: Zusatzeinnahmen.

### :: Referenten



*Willi Arsan, TV München*

*Robin von Gemmingen, Questico, Berlin*

*Norbert Haimerl, Regionalfernsehen Oberbayern*

### :: Moderation



*Gerhard Graf, GG Media, München*

## Workshop II Marketing 14.15 – 15.15Uhr

Database Management

Die Datenbank als Erfolgsinstrument

CRM (customer relationship management) ist bei den meisten Medienunternehmen nur als Schlagwort bekannt.

Jedoch kann es sich keine Radio- oder Fernsehstation mehr leisten, das Kundenmanagement zu vernachlässigen.

Die Datenbank ist hier das wichtigste Instrument:

Sie optimiert die Kundenpflege und -bindung.

Christian Huldi von der rbc Consulting AG ist *der* Database Marketing Fachmann.

### :: Referent



*Christian Huldi, RBC Consulting AG, Meilen*

## Workshop II Spezial 14.15 – 15.15Uhr

Wettbewerb mit ungleichen Waffen?  
Ein Streitgespräch  
Sorgen höhere Budgets zwangsläufig für ein besseres Programm?  
Kann sich ein kleiner Lokalsender journalistische Ambitionen gar nicht erst leisten?  
Welche Rolle spielen Finanzkraft und Qualität in der Konkurrenz von öffentlich-rechtlichem Hörfunk und privatem Lokalfunk?

Eine Veranstaltung des Arbeitskreises Medien der SPD-Landtagsfraktion Bayern im Rahmen der Lokalrundfunktage

### :: Referenten



*Kerstin Schulz, Radio IN, Ingolstadt  
N.N., Bayerischer Rundfunk*

### :: Moderation



*Hans Joachim Werner, MdL, Medienrat*

## Workshop III Hörfunk 15.30 – 16.30Uhr

Update 2004:  
Die besten Radiopromotions  
Geräuscheraten, Hörerwetten und die Wahl zu Miss und Mister Radio. Gute Promotions mobilisieren die Hörer und generieren Mehrwert: Für den Werbekunden und die Radiostation.  
Angenehmer Nebeneffekt sind die Zusatzerlöse aus den Telefongebühren.

### :: Referenten



*Stephan Hampe, Radio 94.3 r.s.2, Berlin  
Hermann Hohenberger, Broadcast-Future, Regensburg  
Detlef Noormann, Berliner Rundfunk 91.4, Berlin  
Ina Tenz, Radio FFN, Hannover*

### :: Moderation



*Georg Dingler, Radio Gong 96.3, München*

## Workshop III Fernsehen 15.30 – 16.30Uhr

Gestaltung von Fernsehfenstern  
Anpassung oder eigenes Profil?

Ob Lokalfernsehen im Programm von RTL oder Bayern-  
berichterstattung bei Sat.1, die Fensteranbieter müssen  
sich entscheiden: Suchen sie ihr eigenes Profil oder passen  
sie sich in Design und thematischer Gestaltung an das  
bundesweite Programm an?

Was erwarten die Zuschauer vom lokalen Programm?

### :: Referenten



*Stefan Feldmann, RTL Franken Life TV, Nürnberg  
Alexander Stöckl, 17.30 Sat.1, München  
Eberhard Volk, RTL Hessen, Frankfurt am Main*

### :: Moderation



*Peter Jakob, TV Bayern, München*

## Workshop III Marketing 15.30 – 16.30Uhr

Radiowerbung wirkt! Aktuelle Forschungs-  
ergebnisse und Praxisbeispiele

»Return on Investment«, also die Frage, ob sich die  
Werbeinvestitionen auch wirklich lohnen, bewegt nicht nur  
Radiosender in den USA, sondern auch in Deutschland.  
Insbesondere vor dem Hintergrund eines angespannten  
Werbemarktes wird jedes Budget überprüft.  
Dass Radiowerbung wirkt, belegen aktuelle Forschungs-  
ergebnisse und zeigen Praxisbeispiele.

Ein Workshop in Kooperation mit Broadcast-Future

### :: Referenten



*Detlef Brose, Casino Baden  
Friedrich Krause, Energy 103,4, Berlin  
Peter Schröder, Radio Gong 96,3, München  
Christoph Wild, ARD Sales & Services, Frankfurt am Main  
Dr. med Rainer Wiltfang, Smileyes Augenklinik, München*

### :: Moderation



*Peter Fürmetz, Broadcast-Future, Regensburg*

## Workshop III Spezial 15.30 – 16.30Uhr

Neue Anwendungen in der Produktionstechnik  
Web-Upload, mobile Sendersteuerung und modulare Nachrichten

Die digitale Produktion der Medieninhalte hat die Abläufe in Radio- und Fernsehstationen längst revolutioniert. Mit der Verfügbarkeit von besseren Internetanbindungen ist nun auch der schnelle Datenaustausch gewährleistet.

Neue Technik führt zu neuen Inhalten und veränderten Abläufen: Nachrichten aus dem Baukasten, Beitrags-Upload ins Sendesystem oder Sendersteuerung aus dem Laptop.

Ein Workshop in Kooperation mit Radio 3000

### :: Referenten



*Christian Brenner, BLR u. RadioDienst, München  
Jochen Richter, D.A.V.I.D. GmbH, München  
Michael Schultheiss, Dalet-a.n.n GmbH, München*

### :: Moderation



*Dr. Helge Siemers, Radio 3000, München*



Verband  
Bayerischer  
Lokalfunk

## 20 Jahre VBL – die ganze Vielfalt Bayerns

Oberpfalz TV Nord, Amberg \* Radio Aladin, Ammerndorf \* Radio Galaxy Ansbach \* Radio 8, Ansbach \* Radio Galaxy Aschaffenburg \* Radio Primavera, Aschaffenburg \* Radio Augsburg \* Hit Radio RT.1, Augsburg \* Radio Fantasy, Augsburg \* TV Augsburg \* Radio Alpenwelle, Bad Tölz \* Radio Bamberg \* Radio Galaxy Bamberg \* Radio Mainwelle, Bayreuth \* Radio Inn-Salzach-Welle, Burgkirchen \* Radio EINS, Coburg \* Donau TV, Deggendorf \* unserRadio Deggendorf \* RT.1 Nordschwaben, Donauwörth \* Untersberg live, Freilassing \* Radio 106,4, Fürstenfeldbruck \* Radio Oberland, Garmisch-Partenkirchen \* Radio Galaxy Hof \* Radio Euroherz, Hof \* TVO - Fernsehen für Oberfranken, Hof \* intv - der infokanal, Ingolstadt \* Radio Galaxy Ingolstadt \* Radio IN, Ingolstadt \* Radio Ostallgäu, Kaufbeuren \* Radio Galaxy Kempten \* RSA Radio Kempten \* Radio Plassenburg, Kulmbach \* Radio Galaxy Landshut \* Radio Trausnitz, Landshut \* Welle Bodensee, Lindau \* Radio Prima 1, Memmingen \* BLR, München \* CityInfoTV, München \* Evangelischer Presseverband, München \* Nova Radio, München \* Radio Arabella, München \* Radio Charivari 95,5, München \* Radio Melodie, München \* tv.münchen \* TV Bayern, München \* afk-fernsehen, München \* m 94,5, München \* Sankt Michaelsbund, München \* Radio Charivari, Nürnberg \* Radio F, Nürnberg \* Radio Gong 97,1, Nürnberg \* Radio N1, Nürnberg \* Pirate Radio, Nürnberg \* Energy Nürnberg 106,9 \* RTL Franken life TV, Nürnberg \* Franken Info TV, Nürnberg \* afk max, Nürnberg \* Tele Regional Passau 1 \* Radio Galaxy, Passau \* unserRadio Passau \* Broadcast Future, Regensburg \* gong fm, Regensburg \* Radio Charivari, Regensburg \* Radio Galaxy, Regensburg \* TVA Ostbayern, Regensburg \* Radio Galaxy Rosenheim \* Radio Charivari, Rosenheim \* Regional Fernsehen Oberbayern, Rosenheim \* Funkturm, Samerberg \* Radio PrimaTon, Schweinfurt \* Radio AWN, Straubing \* Radio Chiemgau, Traunstein \* Radio Ramasuri, Weiden \* Radio Charivari, Würzburg \* Radio Gong, Würzburg \* TV touring, Würzburg

[www.v-b-l.de](http://www.v-b-l.de)

## Workshop I Hörfunk 10.00 – 11.00Uhr

**Randy Lane: Der Weg zum perfekten Moderator**  
Randy Lane arbeitet neben seiner Tätigkeit als Programmberater insbesondere als Moderationscoach. Er zeigt in diesem Workshop die wichtigsten Schritte auf dem Weg zu einer perfekten Radio-Moderation und vermittelt Moderationstechniken für die Praxis: Vom effektiven Show Prep über spontane und glaubwürdige Präsentation zum gelungenen Hörer-Talk.

Randy Lane ist einer der besten und innovativsten Radio-trainer weltweit, der mit seiner analytischen Art, seiner Erfahrung und seinem Bauchgefühl viele Persönlichkeiten im amerikanischen Radiomarkt unterstützt und sogar kreiert hat.

### ⌘ Referent



*Randy Lane, The Randy Lane Company, Los Angeles*

## Workshop I Fernsehen 10.00 – 11.00Uhr

**Michael Rosenblum: Der Videoreporter**  
**Die Zukunft des Fernsehjournalismus**  
Sein Konzept: Ein Mann und eine Videokamera – der Rest ergibt sich aus der Kreativität und der Autonomie des Journalisten. Seine These: Der Videoreporter als Autor und Produzent in Personalunion wird die Qualität des Fernsehens verbessern. Seit den 80er Jahren vertritt Michael Rosenblum sein Konzept des »videojournalism« als Revolution und Zukunft des Fernsehens. Videojournalismus ist schnell, flexibel und kostengünstig. Michael Rosenblums Konzept des Ein-Mann-Journalismus ist nicht nur ein Sparmodell für regionale und lokale Fernsehstationen, sondern auch eine Chance, wieder mehr Spannung und Authentizität auf den Bildschirm zu bringen. Eine hohe Zuschauerbindung ist Dank aktueller und lokaler Bilder aus der Region auch gewiss.

### ⌘ Referent



*Michael Rosenblum, DV Dojo, New York*

## Workshop I Marketing 10.00 – 11.00Uhr

Die demografische Herausforderung:

Wo sind die Chancen? Teil 1

Der Generationenkampf findet auch in den Medien statt und die Medienmacher müssen sich entscheiden:

Richten sie sich nur noch an ein Alterssegment oder können sie parallel mitspielen?

Wie können sich regionale Funkmedien auf die demografischen Veränderungen vorbereiten?

Welche Chancen liegen im Wandel der Gesellschaft und wie kann man die Werbekunden davon überzeugen?

Ein Workshop, der innovative Lösungsansätze aus Sicht des Marketings zeigt.

### :: Referenten



*Michael Duisberg, Duisberg Teams, Mönchengladbach  
Karl Kalcher, MindFolio Ltd., London  
Wolfgang Struber, Radio Arabella 92,9, Wien*

### :: Moderation



*Alexander Zeitelhack, Duisberg Teams, Nürnberg*

## Workshop I Spezial 10.00 – 11.00Uhr

Do it yourself

Rundfunkveranstalter als Senderbetreiber

Der Ausbau des Sendernetzes im Empfangsgebiet stößt insbesondere bei kleinen Füllsendern an die Grenzen der Wirtschaftlichkeit. Eine Lösung kann sein, den Sender in Eigenregie zu betreiben. Doch welche technischen Herausforderungen kommen auf den Rundfunkveranstalter zu, welche Kosten lassen sich sparen?

### :: Referenten



*Dr. Thomas Hirschle, LfK, Stuttgart  
Frank Strässle-Wendelstein, BMT, München  
Elmar Zilles, Reg TP, Mainz*

### :: Moderation



*Martin Gebrande, BLM*

## Workshop II Hörfunk 11.15 - 12.15Uhr

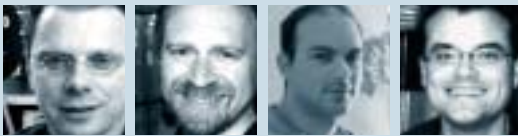
### SMS - Dienste

Service für den Hörer

Ob Staumeldungen oder Blitz-Dienste, Wetterbericht oder Musikinfos, per SMS bekommt der Hörer die gesamten Service-Informationen des Radios schnell und individuell aufs Mobiltelefon geschickt: Das Radio als Service-Dienstleister.

Aber auch die Kommunikation der Hörer mit der Radiostation funktioniert per SMS: Das Voting für den Sommerhit oder die Hörercharts bringen noch Zusatzeinnahmen.

### :: Referenten



*Peter Brun, Radio 24, Zürich  
Karl Heinz Kessler und Alexios Vraskides, RCS, Frankfurt am Main  
Albert Malli, ORF, Wien*

### :: Moderation



*Stevie Münzner, Funkhaus Nürnberg*

## Workshop II Fernsehen 11.15 - 12.15Uhr

### Broadcast Management System

Optimierung von Geschäftsprozessen in TV und Radiostationen

Die Anforderungen an die Steuerung der Bereiche Programm, Marketing und Verkauf sind komplex. Dabei verbirgt sich gerade hier die Möglichkeit, die eigene Leistungsfähigkeit zu erhöhen.

Das in enger Kooperation mit regionalen Sendern entwickelte Broadcast Management System kann in TV und Radio Stationen die gesamten Geschäftsprozesse aufeinander abstimmen und dadurch effizienter gestalten.

### :: Referenten



*Thomas Neuhoff, TVA Regensburg  
Stefan Wagenpfeil, step2e, Passau  
Andreas Werner, Tele Regional Passau*

## Workshop II Marketing 11.15 – 12.15 Uhr

Die demografische Herausforderung:

Wo sind die Chancen? Teil 2

Wie geht das Marketing an die demografischen Veränderungen heran?

Was Media Agenturen über die Zielgruppe 14 - 49 denken, aber bisher nicht zu sagen wagten und welche Erfahrungen die Amerikaner machen, thematisiert der zweite Teil des Workshops. Media mag Menschen jenseits der 49, will aber nichts für sie zahlen. Ändert sich das? Und heißt »mitkaufen« auch »miterreichen«?

### :: Referenten



Werner Conrad, Aliva, Hirschau  
Evelin Baldauf, HMS Carat, Wiesbaden  
Ted Pallad, Katz Media, New York

### :: Moderation



Alexander Zeitelhack, Duisberg Teams, Nürnberg

## Workshop II Spezial 11.15 – 12.15 Uhr

Internet und Radio

Neue Kommunikationsmöglichkeiten mit dem Hörer

Das Internet bietet dem Radio den Rück-Kanal: Es öffnet die Türe zur direkten Hörerkommunikation. So wird es für die Radiostation zur Plattform für Research und Vertrieb. Ein ganz neues Geschäftsfeld für Radios ist der Musikdownload.

### :: Referenten



Oliver Dunk, kaufradio, Berlin  
Andrea Husak, ChartRadio, Stuttgart  
Jan Maisenbacher, GfK Schweiz, Hergiswiel

### :: Moderation



Till Coenen, Funkhaus Regensburg

## Veranstaltungsorte

Congresscenter NürnbergMesse  
Begrüßung, Präsentation der Funkanalyse Bayern 2004,  
Preisverleihung, Workshops:

Messezentrum Nürnberg  
90471 Nürnberg  
Tel.: 0911/8606-0  
Fax: 0911/8606-228  
E-mail: [gastveranstaltung@nuernbergmesse.de](mailto:gastveranstaltung@nuernbergmesse.de)



## Verkehrsverbindungen

### 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 Raumbelagung finden Sie in den Tagungsunterlagen.

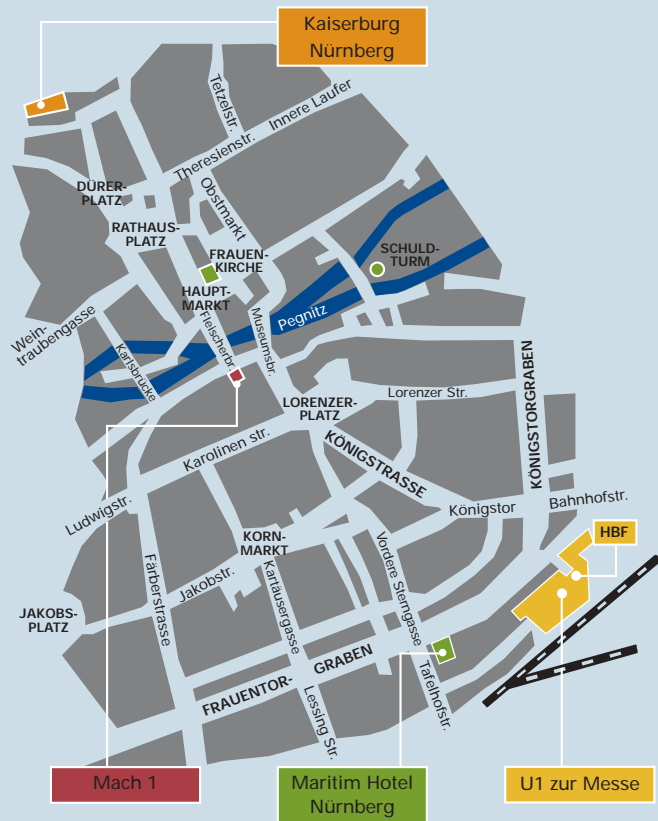


## Veranstaltungsorte

### Medienfest Kaiserburg-Nürnberg

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

#### → Nürnberger Altstadt



## Allgemeine Hinweise

### Teilnahmegebühr

150,- Euro für alle Veranstaltungen am 29./ 30. Juni 2004.

### Anmeldung

Bitte benutzen Sie die bequeme Online-Anmeldung unter [www.blm.de](http://www.blm.de). Der Anmeldeschluß für die Lokalrundfunk-tage 2004 ist der 22. Juni 2004.

Bitte überweisen Sie die Teilnahmegebühr bis 22. Juni 2004 unter dem Stichwort »Lokalrundfunk-tage« und dem Teilnehmernamen auf folgendes Konto:

Funkhaus Nürnberg

Nr. 7 22 888 0

Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG  
BLZ 760 200 70.

Nach Eingang der Zahlung erhalten Sie per Post die Eintrittskarten.

### Medienfest

Für das Medienfest auf der Kaiserburg steht aus Kapazi-tätsgründen nur ein begrenztes Kartenkontingent zur Verfügung.

Die Eintrittskarten für das Medienfest werden in der Reihenfolge ihres Eingangs vergeben.

Ein Anspruch besteht nur nach schriftlicher Bestätigung.

## Allgemeine Hinweise

### Stornierung:

Stornierungen bis zum 22. Juni 2004 sind kostenfrei.  
Bei Stornierungen nach dem 22. Juni oder Versäumnis einer Stornierung kann keine Rückerstattung der Teilnahmegebühr erfolgen.

### Medienakkreditierung:

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

Bitte benutzen Sie auch für die Medienakkreditierung 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 Hoteladressen erhalten Sie in unserem Online-Angebot.

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

### Impressum:

Leitung: Heinz Heim, Stefan Sutor  
Organisation: Stefan Sutor  
Mitarbeit: Tina Täsch  
Online: Timo Hetzel  
Ausstellung: Andrea Hummel

## Veranstaltungspartner

Für die freundliche Unterstützung bedanken wir uns bei:



Wir danken folgenden Förderern:

Müller Verlag

Studio Gong

Verlag Nürnberger Presse

Eine Veranstaltung der BLM in Kooperation mit:

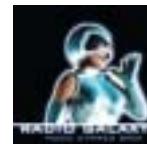
FUNKHAUS NÜRNBERG



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



Mittelfränkische  
Medienbetriebs-  
gesellschaft mbH  
Region 7



Medienverein  
München e.V.