

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 | Internet: www.blm.de

LOKALRUNDFUNKTAGE 2005
NÜRNBERG 21.-22. JUNI



BLM



Sehr geehrte Damen und Herren,

20 Jahre lokaler Rundfunk in Bayern – unter diesem Motto steht die diesjährige Eröffnungsveranstaltung der BLM-Lokalrundfunktage. Die Lokalisierung war die eigentliche Innovation der Privatisierung des Rundfunks in Deutschland vor 20 Jahren. Mit den lokalen und regionalen Radio- und TV-Programmen entstanden ganz neue Kommunikationsangebote, die sehr schnell eine große Akzeptanz beim Publikum fanden.

Der Erfolg der lokalen elektronischen Medien ist bis heute ungebrochen, aber 20 Jahre nach dem Start muss sich der lokale Rundfunk in einer sich ausdifferenzierenden Medienlandschaft behaupten. Die Digitalisierung eröffnet neue Verbreitungswege und verlangt eine Anpassung der Produktion sowie der Programminhalte an die neuen technischen Möglichkeiten.

Die Workshops im Rahmen der Lokalrundfunktage versuchen, Ihnen wieder einen Überblick über aktuelle Programm-, Marketing- und Technikfragen im Bereich des lokalen Rundfunks zu geben. Ich hoffe sehr, Sie erhalten zahlreiche Ideen und Anregungen für Ihre tägliche Arbeit.

Mein ganz besonderer Dank gilt an dieser Stelle den Kooperationspartnern, Sponsoren und Förderern, die die Lokalrundfunktage neben den vielen thematischen Anregungen auch finanziell unterstützen und dadurch ein interessantes und umfangreiches Angebot ermöglichen.

Ich lade Sie ganz herzlich zu den Lokalrundfunktagen 2005 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 – 12.00 Uhr	Jubiläumsveranstaltung „20 Jahre lokaler Rundfunk in Bayern“ mit Bekanntgabe der Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2005 sowie Verleihung der BLM-Hörfunk und Lokalfernsehpreise	
12.00 – 13.30 Uhr	Mittagspause	
13.30 – 14.30 Uhr	Workshops I	
	Hörfunk	8
	Mehr Spaß im Radio! Erfolgreiche Radiocomedy	
	Fernsehen	9
	DVB-T, DVB-S und Internetstreaming Neue Verbreitungswege für lokales Fernsehen	
	Marketing	10
	A Typical Sales Day in Madison Erfolgreich Radiowerbung verkaufen	
	Spezial	11
	Lokalfunk – Erfolg durch regionale Identität	
15.00 – 16.00 Uhr	Workshops II	
	Hörfunk	12
	The Future of Radio Vorbild Großbritannien	
	Programm	13
	Die Fußball-WM im lokalen Rundfunk Chancen, Grenzen, Möglichkeiten	
	Marketing	14
	Update 2005 Die besten Radiopromotions	

Spezial **15**

Lokalfernsehen – Geht's wirklich ohne Teilnehmerentgelt?

16.30 – 17.30 Uhr **Workshops III**

Hörfunk **16**

Gutes Programm – Gute Zahlen
Erfolgreiche Programmkonzepte

Fernsehen **17**

Mehr Emotionalität, mehr Nähe,
weniger Kosten
Videoreporter auf Sendung

Marketing **18**

Werbung, die ankommt
Programmumfeld und Radiowerbung

Spezial **19**

Radiozentrale
Gattungsmarketing fürs Radio

ab 19.00 Uhr Medienfest

ab 23.00 Uhr Party im Mach 1

Programmübersicht

ab 9.00 Uhr	Ausstellung	
10.00 – 11.00 Uhr	Workshops I	
	Hörfunk	20
	Notfall, Krise, Katastrophe Der richtige Umgang im Programm	
	Fernsehen	21
	Service is Success Erfolgreiche Konzepte im Lokalfernsehen	
	Marketing	22
	CRM – Die Theorie	
	Spezial	23
	Digital Advanced Broadcasting I Mit DMB in die digitale Medienzukunft	
11.30 – 12.30 Uhr	Workshops II	
	Hörfunk	24
	„Radio Future Lab“ interaktiv – nonlinear – unabhängig	
	Fernsehen	25
	Informieren, Diskutieren, Einmischen Forum Lokalfernsehen	
	Marketing	26
	CRM – Die Praxis	
	Spezial	27
	Digital Advanced Broadcasting II Mit DMB in die digitale Zukunft	
ab 12.30 – 13.00 Uhr	Mittagsimbiss / Ende der Veranstaltung	

Workshops



Workshop I Hörfunk 13.30–14.30Uhr

Mehr Spaß im Radio! **Erfolgreiche Radiocomedy**

Eine gute Radiocomedy macht nicht nur dem Hörer Spaß: Sie sorgt für Hörerbindung und ist unverwechselbares Markenzeichen der Radiostation. Doch welches Format passt zum Programm? Feste Comedy-Figuren, Telefonstreichs oder Sketche? Das Original aus der Region oder der erprobte Witz aus der überregionalen Syndication-Werkstatt?

:: Referenten



*Oliver Döhring, Radio Systems Production & Services GmbH, Berlin
Volker Heißmann, Radio Charivari, Nürnberg
Carsten Hoyer, Radio NRW, Oberhausen
Daniel Melcer, Radio Fantasy, Augsburg*

:: Moderation



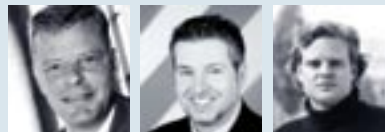
Mike Hager, Antenne Bayern, Ismaning

Workshop I Fernsehen 13.30–14.30Uhr

DVB-T, DVB-S und Internetstreaming **Neue Verbreitungswege für lokales Fernsehen**

Ob digital terrestrisch über DVB-T oder digital über Satellit: Die Vervielfachung der Kanäle bringt dem lokalen Fernsehen neue Verbreitungsmöglichkeiten. Auch der Ausbau breitbandiger Internetzugänge eröffnet neue Wege zum Zuschauer.

:: Referenten



*Bernhard Bertram, Hamburg 1
Thomas Neuhoff, ONTV, Regensburg
Michael Westphal, TV1 und Shift TV, Unterföhring*

:: Moderation



Bianca Bauer-Stadler, Neue Welle Bayern, Nürnberg

Workshop I Marketing 13.30–14.30Uhr

A Typical Sales Day in Madison Erfolgreich Radiowerbung verkaufen

Wie arbeitet der Radio-Riese Clear Channel in einer Stadt wie Madison, der Hauptstadt des Bundesstaats Wisconsin? Wie sieht ein typischer Arbeitstag im Funkhaus in Madison aus, in dem 6 Radiosender beheimatet sind? Aufgrund seiner Größe, etwa 200.000 Einwohner in der Stadt und 400.000 potentielle Hörer in der Region, ist Madison vergleichbar mit einem regionalen Markt in Deutschland. Zwei Experten geben Einblick in den „american way of marketing & sale“.

:: Referenten



*Kurt Peterson, Clear Channel, Madison, USA
Jeff Tyler, Clear Channel, Madison, USA*

:: Moderation



Till Coenen, Funkhaus Regensburg

Workshop I Spezial 13.30–14.30Uhr

Lokalfunk – Erfolg durch regionale Identität?

Bayern ist der Medienstandort Nummer 1 in Deutschland: Allein im Bereich des privaten Hörfunks gibt es in Bayern 65 selbständig gestaltete lokale UKW-Programme. Es ist ein spezifisches Markenzeichen Bayerns, dass zahlreiche mittlere und kleine Städte in Bayern eigene Lokalradios und sämtliche bayerische Regionen lokale Fernsehsender aufweisen. Wo liegt der Schlüssel zum Erfolg? Ist es die noch stärkere Vermittlung regionaler und lokaler Besonderheiten und Traditionen? Kann der Lokalfunk als regionaler Identitätsstifter Erfolg haben?

:: Referenten



*Dr. Erich Jooß, Vorsitzender des Medienrats
Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Präsident der BLM
Willi Schreiner, Vorsitzender des VBL
Dr. Markus Söder, MdL, CSU Generalsekretär, Vorsitzender der CSU-Medienkommission*

:: Moderation



Michael Bachmann, BLR, München

Workshop II Hörfunk 15.00–16.00Uhr

The Future of Radio

Vorbild Großbritannien

In Großbritannien ist die Digitalisierung des Radiomarktes weiter fortgeschritten als in Deutschland. Digitale Radioprogramme werden über DAB, DVB-T oder Satellit verbreitet. Dennoch setzt die Regulierungsbehörde OFCOM auch auf den Ausbau der UKW-Versorgung. Unter dem Motto „Preparing for the Future“ informiert Peter Davies über den sehr dynamischen Radiomarkt in UK, die Digitalisierung und die Regulierungsziele der OFCOM für die Gattung Radio. Peter Davies leitet das Market Intelligence Team der OFCOM, das den britischen Radiomarkt analysiert, außerdem ist er als Mitglied des Radio Licensing Committee für die Lizenzierung kommerzieller Radiostationen zuständig.

:: Referent



Peter Davies, OFCOM, London

:: Moderation



Alexander Zeitelhack, Duisberg Teams, Nürnberg

Workshop II Programm 15.00–16.00Uhr

Die Fußballweltmeisterschaft im lokalen Rundfunk Chancen, Grenzen, Möglichkeiten

Die Fußballweltmeisterschaft 2006 wird nicht nur in den WM-Städten zum Großereignis; sie ist auch eine Herausforderung für die lokalen Rundfunkanstalten. Doch was ist bei Berichterstattung und Marketing zu beachten, um nicht schon in der Vorrunde auszuschneiden?

:: Referenten



Andreas Koller, Funkhaus Nürnberg

Stefan Offierowski, Audiokonzept, Eching

Dominik Schmid, INFRONT Sports & Media AG, Zug

Betina Mäusel und Dr. Harald Vorleuter, Task Force WM 2006, München

:: Moderation



Christian Höreth, Radio Mainwelle, Bayreuth

Workshop II Marketing 15.00–16.00Uhr

Update 2005

Die besten Radiopromotions

Ob mit dem Kühlschrank durch Deutschland oder Überlebenstraining im Spessart – Promotionaktionen versuchen die Überraschungsmomente und die Spannung des „realen“ Lebens ins Radio zu holen. Das bereichert das Programm und gefällt den Werbekunden.

:: Referenten



Carlheinz Gern, Donau3FM, Ulm

Stephan Hampe, Radio 94'3 rs2, Berlin

Jürgen Sahlí, Radio Argovia, Brugg

Lothar Steigerwald, Radio Primavera, Aschaffenburg

:: Moderation



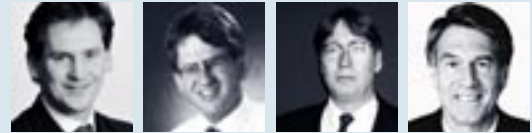
Georg Dingler, Radio Gong 96,3, München

Workshop II Spezial 15.00–16.00Uhr

Lokalfernsehen – Geht's wirklich ohne Teilnehmerentgelt?

Ende 2008 soll die Förderung der lokalen und regionalen Fernsehanbieter durch das Teilnehmerentgelt auslaufen. Sind die lokalen TV-Sender bis dahin wirtschaftlich über dem Berg? Sind die Strukturen insgesamt gefestigt für die Verbreitung regionaler Programminhalte? Ist eine öffentliche Förderung privater TV-Veranstalter über das Jahr 2008 hinaus überhaupt realistisch? Diesen Fragen geht der Arbeitskreis Medienpolitik der SPD-Landtagsfraktion in seinem Podiumsgespräch nach.

:: Referenten



Felix Kovac, RT.1 media group, Augsburg

Johannes Muhr, Geschäftsführer TVA, Regensburg

Michael Roppelt, Leiter des Medienreferats der Bayerischen Staatskanzlei

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

:: Moderation



Hans Joachim Werner, MdL, Medienrat, Vorsitzender des Arbeitskreises für Eingaben und Beschwerden der SPD-Landtagsfraktion

Eine Veranstaltung der Arbeitsgruppe Medienpolitik der SPD-Landtagsfraktion

Workshop III Hörfunk 16.30–17.30Uhr

Gutes Programm – Gute Zahlen!

Erfolgreiche Programmkonzepte

Die Hörerzahlen beweisen es: Wer auf Originalität und Glaubwürdigkeit setzt, gewinnt im umkämpften Radiomarkt. Der Mut zu mehr Lokalität, Vielfalt und journalistischer Qualität erhöht die Imagewerte, steigert die Hörerbindung und wird mit kräftigem Zuwachs belohnt.

:: Referenten



Beate Appel, Eurocast GmbH, Berlin

Peter Bartsch, Radio Arabella, München, Wien

Jenny Settembrini, Radio Basel 1

:: Moderation



Johannes Götze, Medienberatung Götze, Lappersdorf

Workshop III Fernsehen 16.30–17.30Uhr

Mehr Emotionalität, mehr Nähe, weniger Kosten?

Videoreporter auf Sendung

Kleine leistungsstarke Digitalkameras und professionelle Schnittsysteme – auch lokale Stationen setzen auf den Einsatz von Videoreportern. Sie liefern eine neue Qualität der Berichterstattung: Schnelle unmittelbare Bilder, nah am Alltag der Zuschauer. Wie verändern Videoreporter den Fernsehjournalismus?

:: Referenten



Norbert Haimerl, Regionalfernsehen Rosenheim

Jan Metzger, Hessischer Rundfunk, Frankfurt am Main

Andre Zalbertus, AZ Media AG, Köln

:: Moderation



Dr. Ulrich Berls, BAF, München

Workshop III Marketing 16.30–17.30Uhr

Werbung, die ankommt

Programmumfeld und Radiowerbung

Wie ein Radiospot beim Hörer ankommt, hängt auch vom Programmumfeld ab, in dem der Spot gesendet wird. Aber welches Programm bietet gute Voraussetzungen für Radiowerbung und welche Rezeptionstypen sind bei den Hörern unterscheidbar? Verschiedene Studien versuchen den Einfluss des Programmumfeldes auf die Werberezeption zu ergründen. Mit ihren Ergebnissen zeigen sie, wie die Wirkung von Radiowerbung verbessert werden kann.

:: Referenten



*Carolin Ruck, Broadcast Future!, Regensburg
Frank Szymkowiak, Rheingold Institut, Köln
Wolfgang Werres, tns Infratest, München*

:: Moderation



Dr. Matthias Lung, BAW, München

Workshop III Spezial 16.30–17.30Uhr

Radiozentrale

Gattungsmarketing fürs Radio

Die „Radiozentrale“ versteht sich als „Botschafterin für den Werbeträger Radio“. Nach dem Vorbild des Radio Advertising Bureau tritt der gerade erst gegründete Verein an, um durch gezieltes Gattungsmarketing den Marktanteil des Werbeträgers Radio in Deutschland zu erhöhen.

:: Referent



Roland Finn, Neue Welle Bayern, Nürnberg

:: Moderation



Alexander Zeitelhack, Duisberg Teams, Nürnberg

Workshop I Hörfunk 10.00–11.00Uhr

Notfall, Krise, Katastrophe

Der richtige Umgang im Programm

Ob Naturkatastrophe oder Terroranschlag – in Krisensituationen vertrauen die Hörer auf ihr Radio. Neben schneller und kompetenter Berichterstattung haben die Stationen viele Möglichkeiten, angemessen mit Krisenthemen umzugehen: von der Spezialverpackung über Spendenhotlines bis hin zur lokalen Hilfsaktion.

:: Referenten



*Mathias Bärenfaller, Radio Rottu, Oberwallis
Albert Malli, Hitradio Ö3, Wien
Stephan Mikat, Radio Chiemgau*

:: Moderation



Petra Schwegler, Der Kontakter, München

Workshop I Fernsehen 10.00–11.00Uhr

Service is Success

Erfolgreiche Konzepte im Lokalfernsehen

Service Themen boomen. Denn wer zuschaut, profitiert von den Tipps und Tricks der Profiköche und Hobbygärtner. Auch lokale Programme sind mit ausführlichen Wetterberichten und Sendungen über Gesundheit, Haustiere oder die regionale Küche erfolgreich.

:: Referenten



*Thomas Eckl, Donau TV, Deggendorf
Peter Jakob, TV Bayern, München
Christoph Rolf, Oberpfalz TV, Amberg*

:: Moderation



Liane Baghai, RT1 Studios, Augsburg

Workshop I Marketing 10.00–11.00Uhr

CRM – Die Theorie

Customer Relationship Management fürs Radio bedeutet einen Mehrwert für Radio-Kunden. Hier geht es nicht nur darum, eine Software zu installieren, mit der beispielsweise ein neuer Hörerclub organisiert werden kann. Nein, CRM heißt ganzheitliches Denken in allen kundennahen Prozessen eines Senders mit dem primären Ziel, die Kundenumsätze nachhaltig zu steigern.

Und der Weg dorthin? Dazu wird Deutschlands CRM-Guru Professor Dr. Peter Winkelmann referieren. Er ist Professor für Marketing und Vertrieb an der Fachhochschule Landshut und vertritt dort das Konzept einer marktorientierten Unternehmensführung. Seine Beratungsschwerpunkte liegen u.a. auf der computergestützten Vertriebssteuerung CRM.

:: Referent



Prof. Dr. Peter Winkelmann, FH Landshut

:: Moderation



Peter Fürmetz, Broadcast-Future!, Regensburg

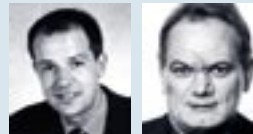
Workshop I Spezial I 10.00–11.00Uhr

Digital Advanced Broadcasting I

Mit DMB in die digitale Medienzukunft

Die BLM hat zur Fort- und Weiterentwicklung des digitalen Rundfunks in Bayern den Ansatz „Digital Advanced Broadcasting“ entwickelt und vorgestellt. Unter Einsatz der in Korea entwickelten DMB-Technologie (Digital Multimedia Broadcasting) auf der Basis von DAB-EUREKA 147 Infrastruktur und in Verknüpfung mit Mobilfunkplattformen befindet sich das Pilotprojekt DMB-Regensburg in konkreter Vorbereitung. Insbesondere soll das Zusammenspiel von Radio und Fernsehen mit Mobilfunkangeboten und neuen digitalen Services für mobile und portable Empfänger erprobt werden.

:: Referenten



*Rainer Biehn, Bayerische Medien Technik, München
Peter Kettner, DMB Projekt-Leitung, BLM*

:: Moderation



Rüdiger Stolze, RS Media, München

Ein Werkstattbericht zum DMB Projekt Regensburg und dem Europäischen DMB-Verbund-Projekt der CELTIC-Initiative (EUREKA).

Workshop II Hörfunk 11.30 – 12.30Uhr

„Radio Future Lab“

interaktiv – nonlinear – unabhängig

Ob Internet, iPod, Mobiltelefon oder Satellit: Das Radio sendet auf digitalen Plattformen und bringt dem Hörer Zusatzdienste. Dadurch entstehen neue Nutzungsformen, aber auch neue Geschäftsmodelle. Radio interaktiv, zeitversetzt und ortsunabhängig. Bleiben die neuen digitalen Spielformen des Radios nur Nischenangebote oder sind sie das Radio von Morgen?

:: Referenten



*Christian Brenner, Hitwelle Erding
Christophe Montague, NRJ France, Paris
Wolfgang Sabisch, afk M94,5, München
NN, Visual Radio/HP Company, London*

:: Moderation



Thomas Aigner, AME, München

Workshop II Fernsehen 11.30 – 12.30Uhr

Informieren, Diskutieren, Einmischen

Forum Lokalfernsehen

Den Zuschauer lokaler Programme interessiert besonders, was vor seiner Haustüre passiert. Ob kommunale Bauvorhaben, örtliche Verkehrsplanung oder neue Gewerbegebiete – lokale Streitthemen sind eine Chance fürs Lokalfernsehen, Diskussionen anzuregen und sich einzumischen – besonders um sich als glaubwürdiges Medium beim Zuschauer zu etablieren.

:: Referenten



*Veronika John, TVA, Regensburg
Jan Klukkert, TV Augsburg*

:: Moderation



*Rainer Rupp, Vorsitzender des Fernsehausschusses
des Medienrats der BLM*

Workshop II Marketing 11.30–12.30Uhr

CRM – Die Praxis

Die Kommunikation entscheidet beim Verkauf über Erfolg und Misserfolg. Mit Hilfe des CRM können Informationen über den Werbekunden optimaler gesammelt und ausgewertet werden. Mehr Wissen über den Kunden und dessen Umfeld schafft Vertrauen zu dem Mediaberater und bindet den Werbekunden an den Sender. Und das bedeutet einen Return on Invest in Zeit und Geld.

:: Referenten



*Andrea Anders, More Radiovermarktung, Hamburg
Peter Schröder, Plazamedia, davor Radio Gong, München
Wolfgang Struber, Radio Arabella, Wien*

:: Moderation



Peter Fürmetz, Broadcast-Future!, Regensburg

Workshop II Spezial II 11.30–12.30Uhr

Digital Advanced Broadcasting II Mit DMB in die digitale Zukunft

Eine Diskussionsrunde mit:



*Gerhard Fuchs, die fűchse, Gesellschaft für Marketing+Kommunikation
+Medien mbH, München
Heidemarie Hanekop, Soziologisches Forschungsinstitut (SOFI)
an der Georg-August-Universität, Göttingen
Gerd Penninger, Funkhaus Regensburg*

:: Moderation



Rüdiger Stolze, RS Media, München

Veranstaltungsorte

CongressCenter NürnbergMesse

Jubiläumsveranstaltung „20 Jahre Lokaler Rundfunk in Bayern“, Ausstellung, Workshops:

Messezentrum Nürnberg

90471 Nürnberg

Tel.: 0911/8606-0

Fax: 0911/8606-228

E-mail: gastveranstaltung@nuernbergmesse.de



Verkehrsverbindungen

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.

Sie erhalten die Tagungsunterlagen am Counter im CongressCenter NürnbergMesse.

Die Raumbelagung finden Sie in den Tagungsunterlagen.

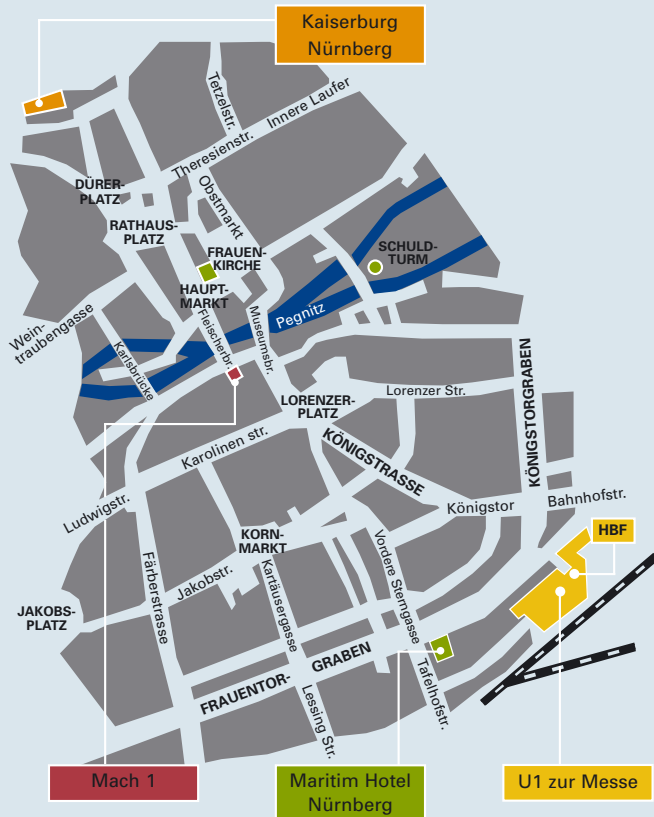


Veranstaltungsorte

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,- für alle Veranstaltungen am 21./ 22. Juni 2005.

Anmeldung

Bitte benutzen Sie die bequeme Online-Anmeldung unter www.blm.de. Der Anmeldeschluß für die Lokalrundfunk-tage 2005 ist der 14. Juni 2005.

Bitte überweisen Sie die Teilnehmergebühr bis 14. Juni unter dem Stichwort „Lokalrundfunk-tage“ und dem Teilnehmernamen auf folgendes Konto:

Empfänger: Funkhaus Nürnberg

Stichwort: „Lokalrundfunk-tage 2005“

sowie Vor- und Zuname.

Konto Nr.: 7 22 888 0

BLZ: 760 200 70

Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG

Sie erhalten den Teilnehmerausweis und Ihre Tickets für das Medienfest per Post sobald Ihre Überweisung eingegangen ist.

Allgemeine Hinweise

Medienfest

Für das Medienfest auf der Kaiserburg steht aus Kapazitätsgründen 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.

Stornierung

Stornierungen bis zum 14. Juni 2005 sind kostenfrei. Bei Stornierungen nach dem 14. Juni oder Versäumnis einer Stornierung kann keine Rückerstattung der Teilnahmegebühr erfolgen.

Hotelreservierungen

Für Besucher der Lokalfunktage ist im Hotel Maritim ein Zimmerkontingent unter dem Stichwort „Lokalfunktage“ reserviert. Weitere Hoteladressen entnehmen Sie bitte unserem Online-Angebot.

Maritim Hotel Nürnberg
Frauentorgraben 11
90443 Nürnberg
Tel.: 0911/23630
Fax: 0911/2363823
www.maritim.de

Medienakkreditierung

Für eine Akkreditierung 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.Lokalrundfunktage.de.

Veranstalter

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, Tina Täsch
Organisationsbüro: Judith Suyter

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:



Medienverein
 München e.V.