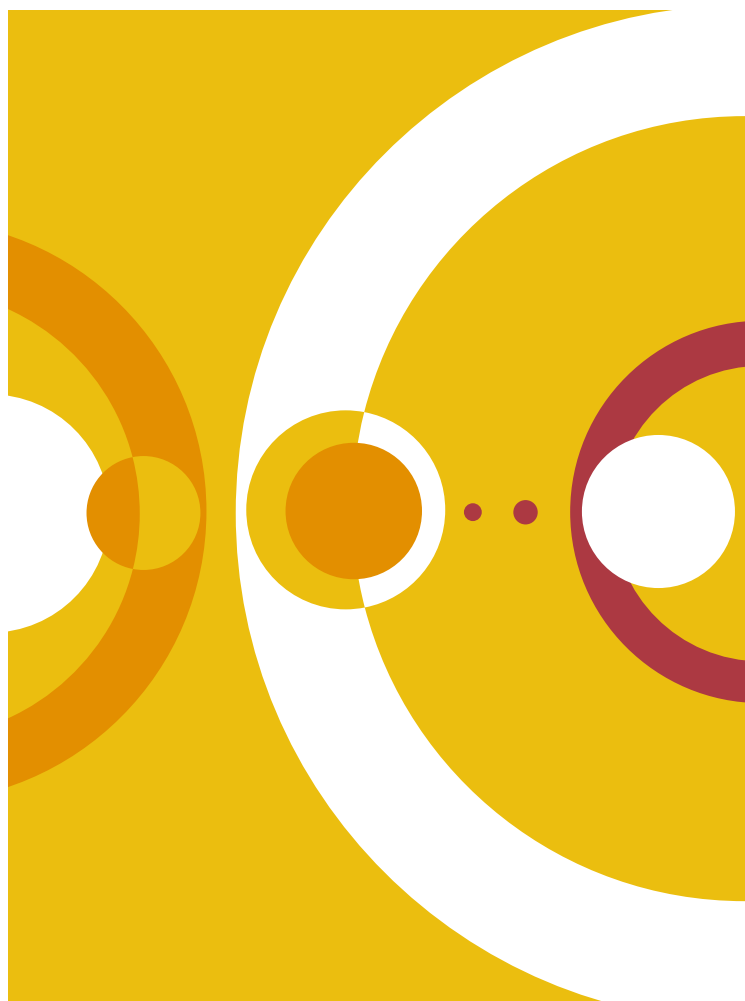


Bayerische Landeszentrale für neue Medien, Rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts
Heinrich-Lübke-Straße 27, 81737 München, Tel. [089]-63-808-0, Fax [089]-63-808-290
E-Mail: blm@blm.de, Internet: www.blm.de

LOKALRUNDFUNKTAGE 2007 NÜRNBERG 3. – 4. JULI



BLM



Sehr geehrte Damen und Herren,

DAB+, DMB, DVB-H, IPTV oder Web 2.0 – viele Schlagworte markieren den Veränderungsprozess der Medien, der durch die Digitalisierung der Übertragungswege und eine neue Form der Partizipation der Hörer und Zuschauer gekennzeichnet ist: Die Online-Community kommuniziert auf neuen Plattformen, traditionelle Radio- und Fernsehprogramme sehen sich mit einer Vielzahl neuer Möglichkeiten – aber auch mit neuen Wettbewerbern – konfrontiert. Wie können lokale Programmanbieter mit diesen gesellschaftlichen und technischen Entwicklungen umgehen, sie für sich nutzen und weiterentwickeln? Die Lokalfunktage 2007 widmen sich in besonderer Weise den Herausforderungen, die die Lokalradio- und Fernsehprogramme verändern werden.

Ich darf Sie in diesem Jahr auf eine Neuerung aufmerksam machen: In Zusammenarbeit mit dem MedienCampus Bayern öffnen sich die Lokalfunktage 2007 dem interessierten Mediennachwuchs. Im Rahmen des „Ausbildungsforums“ präsentieren wir einen speziellen Ausstellungs- und Workshopbereich für Schüler, Studenten und Auszubildende. Unter dem Motto „Jobs in den Medien 2010 – Anforderungen, Erwartungen, Perspektiven“ wollen wir die an Medien-

Berufen interessierten Jugendlichen informieren und den Aus- und Fortbildungsinstitutionen in Bayern Raum geben, ihre Angebote zu präsentieren. Denn eine solide Ausbildung ist die Grundlage für die Qualität der Programme.

Programmqualität wird in Bayern nicht nur mit guten Reichweitzahlen in der Funkanalyse belohnt, sondern in besonderen Fällen auch mit dem BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreis. Zum 20. Mal verleiht die Bayerische Landeszentrale für neue Medien den BLM-Hörfunkpreis und zum 16. Mal den Lokalfernsehpreis für hervorragende Qualität in den lokalen Programmen.

Mein ganz besonderer Dank gilt an dieser Stelle unseren Kooperationspartnern, Sponsoren und Förderern, die die Lokalfunktage neben den vielen thematischen Anregungen auch finanziell unterstützen und ein vielfältiges Angebot möglich machen.

Ich lade Sie sehr herzlich zu den Lokalfunktage 2007 ein und würde mich freuen, Sie in Nürnberg begrüßen zu dürfen.



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

PROGRAMM

DIENSTAG, 3. JULI 2007

ab 9.00 Uhr	Ausstellung	
10.00 – 12.00 Uhr	Eröffnungsveranstaltung mit Bekanntgabe der Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2007 sowie der Verleihung der BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise	
12.00 – 13.30 Uhr	Mittagspause	
13.30 – 14.30 Uhr	Workshops I	
	Hörfunk	8
	Moderation 2007: Ecken und Kanten erwünscht!	
	Fernsehen	9
	„The Golden Pin“ Videojournalism made by Mike Kraus	
	Marketing	10
	Faszinosum Radio Oder warum ist Radio unersetzlich?	
	Spezial	11
	Die neue Finanzierung des Lokalrundfunks Zwischenetappe erreicht: Wie geht es weiter?	
15.00 – 16.00 Uhr	Workshops II	
	Hörfunk	12
	Zuverlässig, Glaubwürdig, Echt Marke „Lokalradio“	
	Fernsehen	13
	Internet kills the TV-Star Fernsehen via Internet und Videoportal	
	Marketing	14
	Zusatzerlöse fürs Radio Neue Geschäftsfelder – Neue Kunden	
	Spezial	15
	Neue Finanzierung des Lokalfernsehens – und wo bleibt das Lokalradio?	

16.30 – 17.30 Uhr	Workshops III	
	Hörfunk	16
	RRC 06: Die Umsetzung Konzepte für die Digitalisierung des Hörfunks	
	Fernsehen	17
	Lokalfernsehen goes Web 2.0 – Zuschauer machen „Programm“	
	Marketing	18
	Update 2007 Die besten Radiopromotions	
	Spezial	19
	Funkanalyse Bayern 2007	
13.00 – 17.00 Uhr	Ausbildungsforum 2007	
	Jobs in den Medien 2010	20
14.00 – 15.00 Uhr	Sprechen, Schreiben, Drehen – Das Journalistenprofil 2010	
16.00 – 17.00 Uhr	Verkaufen, Werben, Organisieren – Die andere Seite der Medien	
13.30 – 14.30 Uhr	Gastveranstaltung	
	UVK Verlagsgesellschaft	23
	„Radio-Strategie“	
16.30 – 17.30 Uhr	Gastveranstaltung	
	Next ID	24
	It's all in the mix – Wertschöpfung im Radio	
ab 19.00 Uhr	Medienfest auf der Kaiserburg	
ab 23.00 Uhr	Party im Mach 1	

PROGRAMM

MITTWOCH, 4. JULI 2007

9.00 – 10.00 Uhr **Early Bird Vortrag** **26**

Verborgene Wirkungen – Radio als implizites Medium – Subtile Effekte des Radios und der Radiowerbung

10.00 – 11.00 Uhr **Workshops IV**

Hörfunk **27**

Radio & Web – Neue Internet-Anwendungen für Radiostationen

Mobile Broadcasting **28**

Mobile Media: Aus der Region – Für die Region Teil 1

Marketing **29**

European Radio Sales – Individual approach and looking ahead to future Teil 1

Forschung Spezial **30**

10.00 – 10.30 Uhr „Nichts ist unmöglich ...“ – Die Wirkungsweise von Radiospots
10.30 – 11.00 Uhr Case Study: Werbewirkung im lokalen Fernsehen

11.30 – 12.30 Uhr **Workshops V**

Hörfunk **32**

Radio 2.0 – Die virtuelle Community zwischen crossing, blogging und chatting

Mobile Broadcasting **28**

Mobile Media: Aus der Region – Für die Region Teil 2

Marketing **29**

European Radio Sales – Individual approach and looking ahead to future Teil 2

Hörfunk Forschung **33**

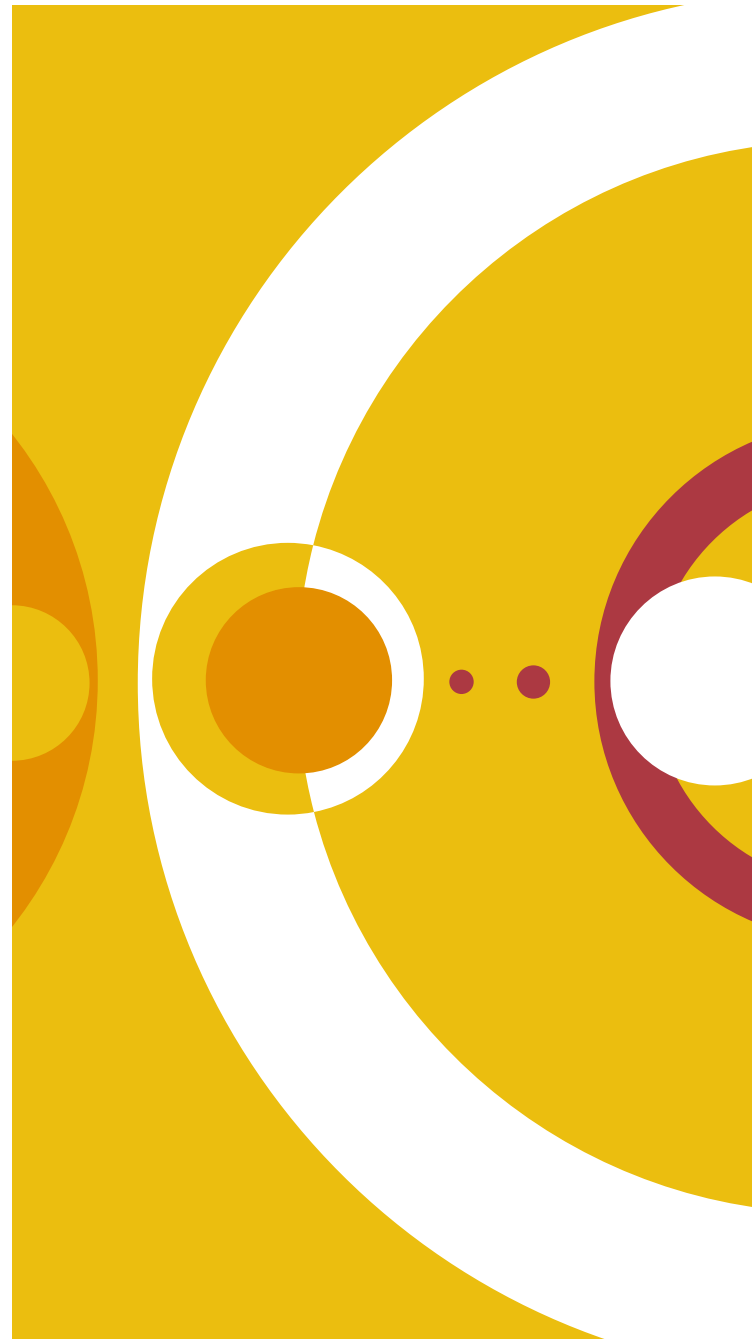
Radiomanagement 2015

12.30 Uhr Mittags-Imbiss

14.00 Uhr Ende der Veranstaltung

WORKSHOPS

DIENSTAG, 3. JULI 2007



MODERATION 2007: ECKEN UND KANTEN ERWÜNSCHT!

Ob Gute-Laune-Macher, Nachrichtenspezialist oder bester Kumpel – Moderatoren prägen das Programm, insbesondere weil Musik, Verpackung und Promotion als Positionierungsfaktoren nicht ausreichen. Sie sind die Identifikations- und Markenfiguren der Radiostation. Aber die neue Medienvielfalt verlangt nach „neuen“ Moderatoren: Polarisieren, informieren oder unterhalten – welches Moderatorenprofil fesselt die Hörer?

REFERENTEN



Karl Ehrler, Radio Freiburg, Schweiz

Martin Kraus, Radio Arabella, München

Daniel Melcer, Radio ENERGY

Stefan Michme, Radio Fritz, RBB Berlin; Sputnik, MDR, Leipzig

Anneta Politi, SWR 3, Baden-Baden

MODERATION



Michael Rossié, Moderations- und Sprechtrainer, Gräfelfing

„THE GOLDEN PIN“ VIDEOJOURNALISM MADE BY MIKE KRAUS

Fernseheteam war gestern, Videojournalismus ist heute. Statt einem Notizblock hat der Fernsehjournalist heute eine Digicam dabei. So entstehen Berichte, Beiträge und Reportagen in einer Unmittelbarkeit, der sich der Zuschauer nur schwer entziehen kann. Mike Kraus arbeitet für die BBC und gilt heute als Pionier und Shootingstar in Sachen Videojournalismus. Er produziert dokumentarisch-experimentelle Mini-Serien, die vielfach ausgezeichnet wurden. Seine Reihe „Looking For Love in London“ gewann den International Video Reporting Award 2004. Kraus lebt in den USA, berät Fernsehsender und ist weltweit als Videojournalist tätig. Auf den Lokalrundfunktagen verrät er, wie Videojournalismus zum Erfolg wird.

REFERENT



Mike Kraus, Chappaqua, NY/USA

MODERATION



Thomas Repp, BAF, München

Eine Veranstaltung in Kooperation mit der Bayerischen Akademie für Fernsehen.

FASZINOSUM RADIO ODER WARUM IST RADIO UNERSETZLICH?

Was hat Radio, was iPod, TV und Internet nicht haben? Radio informiert und unterhält nicht nur – in vielen Fällen hilft es, kleinere Sinnkrisen zu meistern und Langeweile oder gar Einsamkeitsgefühle zu vermeiden.

Der Psychologe Michael Schütz hat die Nutzung des Nebenbei-Mediums tiefenpsychologisch untersucht und dabei unter anderem herausgefunden: „Radio schützt vor der alltäglichen Unruhe des Lebens“. Was ist das Besondere des Radios und wie können Radio-Werbekunden diese Erkenntnisse nutzen?

REFERENT



Michael Schütz, Rheingold Institut, Köln

DIE NEUE FINANZIERUNG DES LOKALRUNDFUNKS – ZWISCHENETAPPE ERREICHT: WIE GEHT ES WEITER?

Das Teilnehmerentgelt leistet einen wichtigen Beitrag für die lokale und regionale Rundfunklandschaft in Bayern: Es trägt zu wirtschaftlich tragfähigen Strukturen bei, damit die Sender auch auf den Plattformen der Zukunft präsent sein können. Eine Zwischenetappe auf dem Weg zu einer Nachfolgeregelung für das Teilnehmerentgelt hat die Politik erreicht. Die mittelständischen Strukturen konnten dadurch vorerst gesichert werden. Aber wie geht es nun weiter? Wie sieht eine langfristig tragfähige Finanzierung aus? Wie kann Bayern auch in diesem Bereich Vielfalt sichern?

REFERENTEN



Dr. Erich Jooß, Vorsitzender des Medienrats
Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Präsident der BLM
Willi Schreiner, Vorsitzender des VBL
Prof. Dr. Hans Gerhard Stockinger, MdL

MODERATION



Dr. Markus Söder, MdL, CSU Generalsekretär,
Vorsitzender der CSU Medienkommission

Eine Veranstaltung der CSU-Medienkommission im Rahmen der Lokalrundfunktage 2007

ZUVERLÄSSIG, GLAUBWÜRDIG, ECHT MARKE „LOKALRADIO“

Wie viel Marke braucht ein erfolgreiches Lokalradio? Gute Berichterstattung, die passende Musik, umfassender Service – ist das genug für eine Marke? Was für Erfrischungsgetränke und Autos gilt, gilt auch für das Radio: Marken haben einen hohen Wiedererkennungswert, Marken wecken Vertrauen, Marken versprechen Qualität. Wie entsteht eine erfolgreiche Marke „Lokalradio“?

REFERENTEN



Achim Feige, brand:trust, Nürnberg
Gerd Penninger, Funkhaus Regensburg
Christoph Pöschl, the brand support company, Schwaig

MODERATION



Alexander Zeitelhack, zeitelhack.com, Nürnberg

INTERNET KILLS THE TV-STAR FERNSEHEN VIA INTERNET UND VIDEOPORTAL

DSL macht's möglich: Das Internet ist ein neuer Verbreitungsweg für bewegte Bilder und der User gestaltet auch noch selber mit. Bedeutet das Internet die endgültige Demontage des Mediums Fernsehen? Oder stellen Streams, Plattformen und Interaktion die zeitgemäße Form der Zuschauerbindung dar?

REFERENTEN



Ibrahim Evsan, sevenload GmbH, Köln
Harald Greiner, „Bürofernsehen“, Nürnberg
Michael Knöppel, www.sportinwien.tv, Wien
Uwe Meyer, (i)tv Coburg, süc/dacor, Coburg
Michael Westphal, TV.1, München

MODERATION



Bianca Bauer-Stadler, Müller Medien, Nürnberg

ZUSATZERLÖSE FÜRS RADIO NEUE GESCHÄFTSFELDER – NEUE KUNDEN

Non-traditional revenues werden immer wichtiger für die Radiostationen. Ob Musikprogrammierung oder Podcasts – das spezielle Know-How der Radiostationen kann Zusatzerlöse generieren. Wer den „besondere Dreh“ findet, erreicht Hörer und den Werbekunden zugleich – und kreative Modelle in neuen Geschäftsfeldern können erfreuliche Zusatzeinnahmen ermöglichen.

REFERENTEN



*Dani Büchi, Radio Energy Zürich
Markus Knoll, Hitradio Ohr, Offenburg
Jens Rosenow, JR-Medien.biz, Berlin
Carolin Ruck, broadcast-future, Regensburg*

MODERATION



Philipp von Martius, Studio Gong GmbH, Nürnberg

NEUE FINANZIERUNG DES LOKAL- FERNSEHENS – UND WO BLEIBT DAS LOKALRADIO?

Der Bayerische Landtag wird die Finanzierung des Lokalfernsehens mit staatlichen Geldern für die nächsten Jahre auf eine neue Rechtsgrundlage stellen. Im öffentlichen Auftrag wird privaten Rundfunkanbietern die Verantwortung für die kulturelle Vielfalt und den Medienpluralismus übertragen. Welche Gemeinwohlbindungen ergeben sich daraus für die Privaten in den regionalen Medienmärkten? Welche Qualitätsanforderungen, welche journalistische Standards sind damit verbunden? Und wo bleibt eigentlich eine bessere Förderung des Lokalradios?

Diesen Fragen geht die Diskussionsrunde mit Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Hans Joachim Werner und Vertretern von Lokalfunk- und -Fernsehen nach.

REFERENTEN



*Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Präsident der BLM
Hans Joachim Werner, MdL*

MODERATION



Thomas Thomaschek, Radio IN, Ingolstadt

Eine Veranstaltung der Arbeitsgruppe Medienpolitik der SPD-Landtagsfraktion im Rahmen der Lokalrundfunktage 2007

RRC 06: DIE UMSETZUNG KONZEPTE FÜR DIE DIGITALISIERUNG DES HÖRFUNKS

Auf der internationalen Wellenkonferenz RRC 06 wurden die Karten neu gemischt. Der frequenztechnische Rahmen für den digitalen terrestrischen Rundfunk der nächsten Jahrzehnte ist abgesteckt. Dabei ist offen, wie die Übertragungskapazitäten konkret genutzt werden. Die Beteiligten müssen nun die notwendigen Entscheidungen treffen. Welcher technische Standard etabliert sich? Welche Programme setzen sich durch? Wo bleibt der lokale Rundfunk?

REFERENTEN



*Dr. Alfred Grinschgl, RTR GmbH, Wien
Karlheinz Hörhammer, Antenne Bayern, Ismaning
Willi Schreiner, Verband Bayerischer Lokalrundfunk, Straubing
Konrad Vonlanthen, Bakom, Biel*

MODERATION



Martin Gebrande, BLM

IMPULSVORTRÄGE:

**„VERÄNDERN VIDEOPLATTFORMEN UND
INTERNET DIE FERNSEHWERBUNG?“**

**DIE NEUE VERBINDUNG VON FERNSEHEN
UND INTERNET: N-TV PLUS**

REFERENTEN



*Dr. Andrea Malgara, SevenOne Media
GmbH, Unterföhring
Johannes Züll, n-tv, Köln*

LOKALFERNSEHEN GOES WEB 2.0 ZUSCHAUER MACHEN „PROGRAMM“

Das Lokalfernsehen bewegt sich noch näher an den Zuschauer heran: Ein Potenzial, das die lokalen Sender zunehmend erkennen und nutzen. Selbstgedrehte Videos, Bürgerreportagen oder die letzte Feier im Vereinsheim – der Zuschauer liefert das Programm.

REFERENTEN



*Bernhard Bertram, Hamburg 1
Thomas Eckl, Donau TV, Deggendorf*



MODERATION

Bianca Bauer-Stadler, Müller Medien, Nürnberg

UPDATE 2007 DIE BESTEN RADIOPROMOTIONS

Geldregen über dem Rathausplatz, Radiostar durch Casting, eine komplette Insel gewinnen – „Supersize it!“ ist die Zauberformel für erfolgreiche XXL-Radiopromotions. Eine gut angelegte Promotionaktion macht den Kunden und den Sender gleichermaßen zum Topthema!

REFERENTEN



Tim Baas, RPR.1, Ludwigshafen
Michael Forster, Radio Grischa, Chur
Eva Maria Kubin, Antenne Steiermark, Dobl
Lothar Steigerwald, main.tv, Aschaffenburg

MODERATION



Georg Dinger, Radio Gong, München

FUNKANALYSE BAYERN 2007

Die Funkanalyse Bayern ist die einzige Erhebung, die sämtliche Radio- und Fernsehangebote in Bayern erfasst und bezogen auf das jeweilige lokale Verbreitungsgebiet repräsentative Reichweitendaten liefert. Neben den aktuellen Reichweiten der Hörfunk- und Radioprogramme erlaubt die Funkanalyse auch Aussagen über die qualitative Bewertung der Programme durch die Hörer und Zuschauer. Ergänzend zur Bekanntgabe der wichtigsten Ergebnisse in der Eröffnungsveranstaltung präsentieren Wolfgang Werres und Dr. Oliver Ecke von tns Infratest vertiefende Analysen und Trends zur Nutzung des Radio- und Fernsehangebots in Bayern.

REFERENTEN



Dr. Oliver Ecke, tns Infratest, München
Wolfgang Werres, tns Infratest, München

JOBS IN DEN MEDIEN 2010 – ANFORDERUNGEN, ERWARTUNGEN, PERSPEKTIVEN

Wer „in die Medien“ möchte, denkt als erstes an eine Moderatorenkarriere in Radio oder TV – aber auch an einen Job als Redakteur oder Kameramann. Das Spektrum der Medienberufe ist jedoch erheblich breiter: Ob Werbezeitenverkauf, Eventorganisation oder Planung von Marketingmaßnahmen – Medienunternehmen bieten viele interessante Betätigungsfelder.

Die zahlreichen Arbeitsmöglichkeiten vor und hinter den Kulissen der Medienbranche kennen zu lernen, deren Berufschancen und den Zugang zu ihnen zu erfahren, ist das Ziel des zum ersten Mal auf den Lokalrundfunktagen stattfindenden Ausbildungsforums. Schüler, Studenten und Auszubildende sind eingeladen, sich im Rahmen einer speziellen Ausstellung und verschiedener Workshops zu informieren und sich in einem Aktionsbereich selbst auszuprobieren.

Eine Veranstaltung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien in Kooperation mit dem MedienCampus Bayern.



DIENSTAG, 3. JULI 14.00–15.00 UHR

DISKUSSIONSRUNDE: SPRECHEN, SCHREIBEN, DREHEN – DAS JOURNALISTENPROFIL 2010

Interviewen und filmen auf der Pressekonferenz, den Text auf dem Weg in die Redaktion schreiben und online stellen, den Beitrag schneiden, einsprechen und schließlich noch vor der Kamera moderieren – muss der Journalist von morgen alles können? Welche Ausbildung ist nötig und was empfehlen die Profis?

REFERENTEN



Thomas Gerlach, Online Redaktion Nürnberger Nachrichten

Michael Husarek, Nürnberger Nachrichten

Harry Klein, Sat.1 17:30 live für Bayern, München

Arndt Peltner, Radio Goethe, San Francisco

Christoph Weidmann, Charivari 98.6, Nürnberg

MODERATION



Prof. Dr. Gabriele Goderbauer-Marchner, MedienCampus Bayern

DIENSTAG, 3. JULI 16.00–17.00 UHR

DISKUSSIONSRUNDE: VERKAUFEN, WERBEN, ORGANISIEREN – DIE ANDERE SEITE DER MEDIEN

Für eine erfolgreiche Promotionaktion sind kreative Köpfe gefragt, im Werbemarkt überzeugen nur professionelle Verkäufer und wer eine Off-Air Veranstaltung eines TV- oder Radiosenders organisiert, muss immer den Überblick behalten. Die Jobs „hinter den Kulissen“ der Medien erfordern die unterschiedlichsten Qualifikationen und viel Know-How.

REFERENTEN



*Ute Doetsch, Brandarena, Ismaning
Alexander Koller, Funkhaus Nürnberg
Stefan Wieseckl, Franken TV, Nürnberg*

MODERATION



*Dr. Matthias Lung, Bayerische Akademie für Werbung und Marketing,
München*

DIENSTAG, 3. JULI 13.30–14.30 UHR

RADIO-STRATEGIE

90 Prozent aller Senderstrategien scheitern an ihrer Umsetzung! Promotions werden von der Redaktion als Störfaktor empfunden, Moderatoren sprechen Slogans nach, ohne sich mit dem Inhalt auseinanderzusetzen, die einzelnen Abteilungen denken in Schubladen.

Jens-Uwe Meyer stellt Ihnen das Cockpit des Programmleiters vor, ein strategisches Modell für die ganzheitliche Ausrichtung von Radioprogrammen, bei denen Musikredaktion, Wortredaktion, Moderation, On Air Promotion und Off Air Promotion ein sinnvolles Ganzes ergeben. Wer das Cockpit richtig bedient, erreicht seine Ziele optimal.

MODERATION



Jens-Uwe Meyer ist Trainer für die ARD.ZDF medienakademie und die Schweizer Journalistenschule MAZ. Er war Frühmoderator, Chefredakteur und Programmdirektor beim Radio und hat einen MBA in Medienmanagement.

Eine Veranstaltung der



UVK Verlagsgesellschaft mbH

**IT'S ALL IN THE MIX –
WERTSCHÖPFUNG IM RADIO**

Radiosender brauchen - angesichts der zunehmenden Verlagerung von Werbegeldern in andere Medienkanäle und der verschleppten Digitalisierung – eine klare Strategie zur Diversifikation ihrer Erlösquellen und einer individuelleren Ansprache und Einbindung ihrer Hörer. Gleichzeitig „wildern“ andere Medien- und Kommunikationstechnologien durch die Einbindung von „Radiofunktionen“ verstärkt in den Revieren der Radiosender und verstärken so den Abwanderungstrend wichtiger Hörschichten.

Führende Radioexperten werden im Workshop diese Herausforderungen aufgreifen und Strategien beleuchten, wie mit Interactive Radio die Hörerbindung vertieft und die Wertschöpfungskette verlängert werden kann.

Impulsvorträge

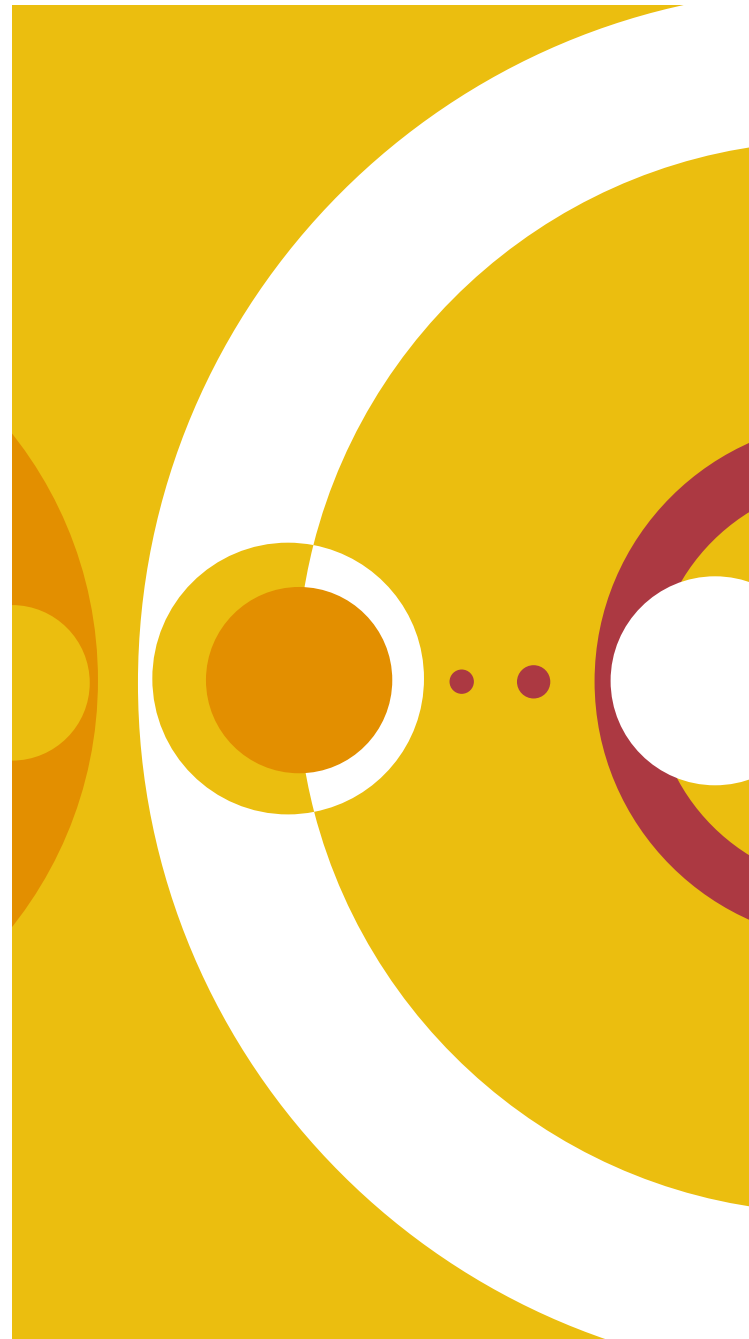
- Prof. Dr. Klaus Goldhammer, Goldmedia GmbH
- RA Alexander Ditscheid, NEXT ID GmbH

REFERENTEN

- Roland Finn, Vorsitzender Vorstand, RADIOZENTRALE
- Olaf Hopp, Geschäftsführer, 89.0 RTL
- Roland Schindzielorz, Geschäftsführer Arabella (angefragt)
- Uwe Wollgramm, Geschäftsführer AMS
- Jürgen Wachter, Key Account Manager, NEXT ID GmbH

MODERATION

Johannes Götze, Medienberatung Götze, Regensburg



VORTRAG
EARLY BIRD

MITTWOCH, 4. JULI 9.00-10.00 UHR

**VERBORGENE WIRKUNGEN –
RADIO ALS IMPLIZITES MEDIUM
SUBTILE EFFEKTE DES RADIOS UND
DER RADIOWERBUNG**

Unbewusste Prozesse machen etwa 95% des menschlichen Verhaltens im Alltag aus. Aus der Neurowissenschaft und der Konsumentenpsychologie sind mittlerweile zahlreiche Erkenntnisse zu der Funktionsweise des implizit-unbewussten Systems bekannt, die unmittelbar für Fragen nach der Wirkung des Mediums Radio und der Radiowerbung relevant sind. Der Vortrag stellt die wichtigsten Forschungsergebnisse vor und zeigt, wie diese in der Praxis umgesetzt werden können.

REFERENT



Dr. Martin Scarabis, Privatdozent, Universität Münster

WORKSHOP IV
HÖRFUNK

MITTWOCH, 4. JULI 10.00-11.00 UHR

**RADIO & WEB – NEUE INTERNET-
ANWENDUNGEN FÜR RADIOSTATIONEN**

WDEL in Delaware ist die einzige Radiostation in den Vereinigten Staaten, die Videonachrichten und Videoreportagen produziert. Damit ist es der Radiostation gelungen, mit der Website Geld zu verdienen. „Verkaufen Sie nicht Werbeflächen, sondern den Zugang zur Hörserschaft!“, so Rick Jensen, Programmleiter und Talkshowmoderator bei WDEL.



REFERENT

Rick Jensen, WDEL, Wilmington/ Delaware, USA

RADIO UND INTERNET – ENDLICH VEREINT

Vor zehn Jahren begannen Radiostationen via Internet auch programmbegleitende Daten und Graphiken zusätzlich zum Audiostream zu verbreiten. Das ist heute Standard – doch was bringt die Zukunft von Radio und Internet nach den synchronisierten Graphiken zur Playlist?



REFERENT

Mike Powell, Vorstand für Internationale Aktivitäten bei RSC Inc., New York



MODERATION

Wolfram Tech, bci, Schwaig

MOBILE MEDIA
„AUS DER REGION ... FÜR DIE REGION“ –
CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN
FÜR REGIONALE INHALTE IN DER
MOBILEN MEDIEN-ZUKUNFT

„All business is local“ - Gilt dies auch für „mobile media“? Wie sollen sich lokal-regionale Radio- und TV-Stationen für einen erfolgreichen Markteintritt in die mobile Multi-mediamwelt vor Ort positionieren? Die BLM hat mit den Projektpartnern von MI FRIENDS in München und Regensburg erste wertvolle Ergebnisse gesammelt. Das Angebot „watcha“ von „Mobiles Fernsehen Deutschland“ ist seit einem Jahr im Markt. In der Bodensee-Region laufen die Vorbereitungen für das MI FRIENDS „4-Länder mobile media-Projekt“. In Österreich gibt es seit Jahresbeginn eine breite Palette neuer Mobile TV- Angebote. Wo liegen die Chancen und Risiken bei der Erschließung der neuen Mediennutzer für die Macher in der Region?

REFERENTEN



Gerhard Günther, Hutchison 3 G Austria, Wien
Hans-Georg Lichte, MI FRIENDS Regensburg
Martin Liss, Mobiles Fernsehen Deutschland, Köln
Stefan Steigerwald, Radio Seefunk Konstanz



MODERATION

*Prof. Dr. Klaus Goldhammer, Goldmedia GmbH, Berlin/
München/Köln*

EUROPEAN RADIO SALES
INDIVIDUAL APPROACH AND LOOKING
AHEAD TO FUTURE

Der Verkauf von Radiowerbung ist anders: In jedem Bundesland, in jedem europäischen Land. Und er verändert sich drastisch mit den derzeit ablaufenden Entwicklungen auf den Werbe- und Medienmärkten – Stichwort: Digitalisierung & Co. Der Blick über den Tellerrand ist deshalb mehr als angebracht. Mit welchen Entwicklungen rechnen die anderen? Zu diesen Themen versammelt sich auf den Lokalrundfunktagen in Nürnberg 2007 eine europäisch besetzte Runde von Experten, die sich zu „Radiowerbung in Europa“ austauschen und mit dem Fachpublikum diskutieren. Teilnehmer aus Österreich, Frankreich, England, Polen, Italien und Spanien erzählen, wie bei Ihnen derzeit Radiowerbung verkauft wird und wo die Reise für unsere Branche in den nächsten Jahren hingeht.

REFERENTEN



Sean Ashmore, Radio Centre, Irland
Cesare di Fant, Vivaradio, Italien
Mathieu Sibille, NRJ, Frankreich
Wolfgang Struber, Radio Arabella, Österreich
Bruno Oetterli, Radiotele AG, Schweiz



MODERATION

Peter Fürmetz, Broadcast-Future GmbH, Regensburg

**„NICHTS IST UNMÖGLICH...“ –
DIE WIRKUNGSWEISE VON RADIOSPOTS**

Wieso weiß jeder, welche Marke auf “Nichts ist unmöglich” folgt? Und dass Haribo schon seit Jahren nicht nur Kinder froh macht? Das Medium Radio ist flüchtig und muss ohne Bilder auskommen, und doch gibt es unzählige Beispiele für effektive und einprägsame Radiowerbung. Wie kann man in einem rein auditiven Medium werbewirksam mit Firmen-, Marken- und Produktnamen umgehen? Welche Chancen bietet die rein akustische Wiedergabe, welche Regeln müssen im Hinblick auf die Präsentation im Radio eingehalten werden?

REFERENTIN



Dr. Sandra Reimann, Universität Regensburg

MODERATION



Johannes Götze, Medienberatung Götze, Regensburg

**CASE STUDY: WERBEWIRKUNG IM
LOKALEN FERNSEHEN
ERGEBNISSE EINES FORSCHUNGS-
PROJEKTES DES MEDIEN INSTITUTS
LUDWIGSHAFEN**

Die Konzeption einer Werbekampagne für das Programm von WW-TV (Westerwald-Wied Fernsehen) und deren Wirkung stehen bei diesem Forschungsprojekt im Mittelpunkt. Kai-Uwe Weidlich ist Betriebswirt und diplomierter Psychologe, seine Arbeitsschwerpunkte liegen im Bereich der qualitativen Methoden und der Werbeforschung. Er war mehrere Jahre als Forschungsleiter einer internationalen Mediaagentur tätig und ist jetzt Geschäftsführer des Medien Instituts in Ludwigshafen.

REFERENT



Kai-Uwe Weidlich, Medieninstitut, Ludwigshafen

MODERATION



Johannes Götze, Medienberatung Götze, Regensburg

RADIO 2.0 DIE VIRTUELLE COMMUNITY ZWISCHEN CROSSING, BLOGGING UND CHATTING

Das klassische Programm allein reicht nicht mehr aus um den modernen Radiohörer an die Station zu binden – Interaktion ist Trend. Flirten, Chatten oder Bloggen über die Web-Plattform und sogar die Chance, selbst produzierte Audiofiles On Air zu hören – das reizt die Hörer am Radio 2.0. – dabei wird die Community selbst aktiv und Teil des Programms.

REFERENTEN



Markus Heidmeier, trigger 23, Deutschland Radio Kultur, Berlin
Detlef Kuschka, Antenne Bayern, Ismaning
Daniel Schneider, Radio Virus, DRS, Basel
Andreas Schulz, Radio FFH, Bad Vilbel

MODERATION



Wolfram Tech, bci, Schwaig

RADIOMANAGEMENT IM JAHR 2015

Anregungen durch neue Blickwinkel auf das Medium Radio: Alexander Zeitelhack, seit 25 Jahren Manager und Berater für internationale Radiosender, wagt mit Studierenden der Universität Flensburg einen Blick aus der Zukunft zurück ins Heute! Um zukunftsfähig zu bleiben, muss sich Radio den Veränderungen stellen und die richtigen Entscheidungen treffen. Viele Trends dieser Veränderungen sind bereits sichtbar (z.B. technologische Entwicklungen rund ums Internet) und Radio kann dabei eine aktive Rolle spielen und zukunftsweisende Perspektiven für sich finden – vorausgesetzt es hat klare Vorstellungen der künftigen Entwicklungen.

REFERENTEN



Katja Neuschulz „McLuhan Revisited“
Nele Rummer „The Long Tail“
Sebastian Spiesberger „GoogleMania“
Gyde Zieseemer „Strategic Branding“

MODERATION



Alexander Zeitelhack, zeitelhack.com, Nürnberg

ALLGEMEINE HINWEISE

VERKEHRSVERBINDUNGEN

Verkehrsverbindungen

Das CongressCenter Ost der NürnbergMesse ist problemlos mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen.

Die Fahrt mit der U1 vom Hauptbahnhof zum Messezentrum dauert ca. 8 Minuten.

Es besteht die Möglichkeit, einen Bustransfer vom Hotel Maritim zum CCN Ost und zurück in Anspruch zu nehmen.

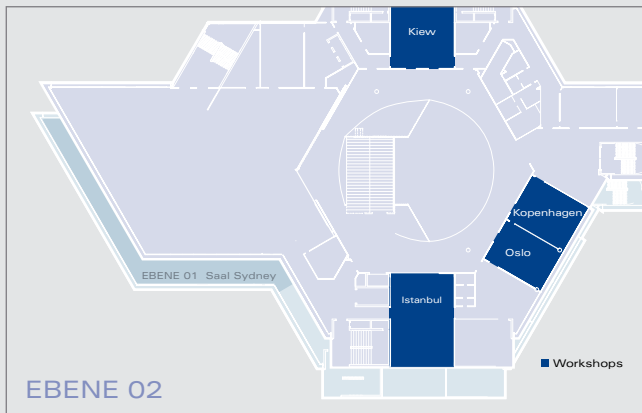
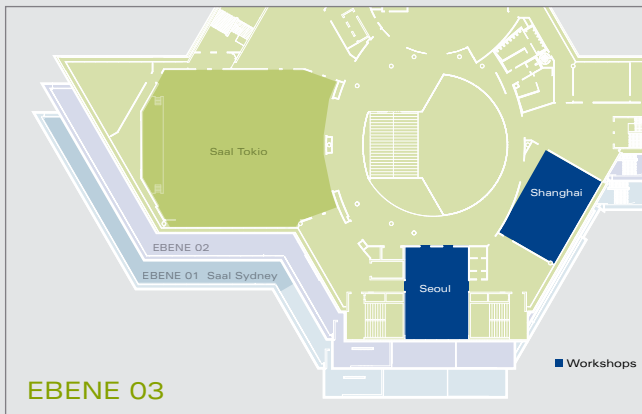


VERANSTALTUNGSORTE

CongressCenter Ost NürnbergMesse

Eröffnungsveranstaltung: Saal Tokio, Ebene 3
Ausstellung und Workshops: Ebene 1 - Ebene 3
Mittagessen: Saal Sydney, Ebene 1
Ausbildungsforum: Pressezentrum, Ebene 1

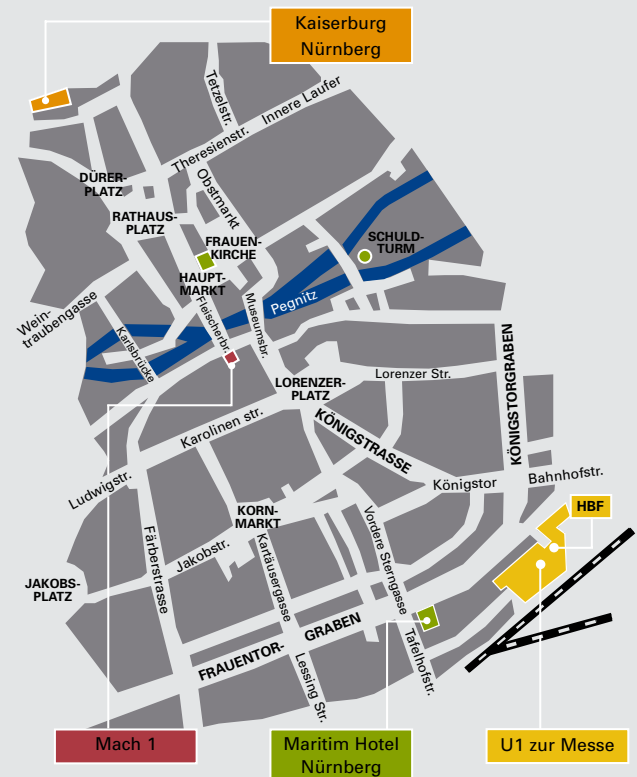
Messezentrum Nürnberg, 90471 Nürnberg
Tel.: 0911/8606-0, Fax: 0911/8606-228
E-mail: gastveranstaltung@nuernbergmesse.de



Medienfest Kaiserburg Nürnberg

Wir dürfen Sie darauf hinweisen, dass in der Nähe der Burg keine Parkmöglichkeiten vorhanden sind.
Es besteht die Möglichkeit, einen Bustransfer vom CCN Ost zur Kaiserburg in Anspruch zu nehmen.

Nürnberger Altstadt



ALLGEMEINE HINWEISE

Teilnahmegebühr

190,- Euro für alle Veranstaltungen am 3. und 4. Juli 2007
85,- Euro für Studenten
50,- Euro Einzelticket für Mittwoch, den 4. Juli 2007.

Anmeldung

Bitte benutzen Sie die Online-Anmeldung unter www.lokalrundfunktage.de. Der Anmeldeschluss für die Lokalrundfunktage 2007 ist Samstag, der 22. Juni 2007. Sie erhalten nach erfolgreicher Anmeldung eine Bestätigung per Email und eine schriftliche Anmeldebestätigung mit Zahlungsaufforderung per Post. Bitte überweisen Sie die Teilnahmegebühr bis 22. Juni 2007 unter dem Stichwort „Lokalrundfunktage“ und dem Teilnehmernamen auf folgendes Konto:

Empfänger: Funkhaus Nürnberg
Stichwort: „Lokalrundfunktage 2007“
sowie Vor- und Zuname
Konto Nr.: 7 22 888 0, BLZ: 760 200 70
Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG

Der Studententarif von 85,- Euro gilt nur bei Vorlage eines gültigen Studentenausweises. Bitte schicken Sie diesen als Nachweis per Fax oder Email an lokalrundfunktage@blm.de. Liegt der BLM bis zum 22. Juni 2007 kein gültiger Nachweis vor, wird die Teilnahmegebühr in vollem Umfang erhoben.

Sie erhalten den Teilnehmerschein sowie die Tickets für die Lokalrundfunktage und das Medienfest per Post sobald Ihre Überweisung eingegangen ist. Letzter Versandtag ist Montag, der 25. Juni 2007. Nicht versandte Tickets werden am Anmeldecounter in Nürnberg für Sie hinterlegt.

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 des Anmeldungseingangs vergeben. Ein Anspruch besteht nur nach schriftlicher Bestätigung.

Stornierung

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

Journalistenakkreditierung

Für eine Akkreditierung bitten wir Sie, uns per Email mitzuteilen, für welches Organ Sie berichten und uns eine Fotokopie Ihres gültigen Presseausweises zuzusenden. Bitte benutzen Sie auch für die Journalistenakkreditierung 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
Mitarbeit: Annette Kugler, Franziska Paskuda,
Mirjam Stutzmann
Organisationsbüro: Judith Suyter

VERANSTALTUNGSPARTNER

Für die freundliche Unterstützung bedanken wir uns bei:



Kabel Deutschland

Wir danken folgenden Förderern:



VERANSTALTUNGSPARTNER

Eine Veranstaltung der BLM in Kooperation mit:

FUNKHAUS NÜRNBERG



Verband
Bayerischer
Lokalrundfunk



Burda Broadcast Media