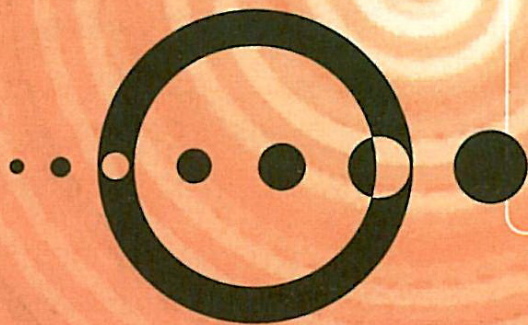


1997

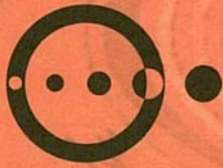


Lokalrundfunktage

NÜRNBERG
24.-25 Juni

BLM

Bayerische Landeszentrale
für neue Medien



Sehr geehrte Damen und Herren,
die Funkanalyse-Ergebnisse 1997, die im Rahmen der BLM-Lokalrundfunktage in Nürnberg vorgestellt werden, werden den Stellenwert des lokalen Hörfunks und Fernsehens in einer sich rapide wandelnden Medienwelt wieder eindrucksvoll unter Beweis stellen. Der lokale Rundfunk hat sich, insbesondere durch seine Nähe zu den Hörern und Zuschauern, einen unbestreitbaren Platz in der täglichen Mediennutzung gesichert. Daran wird auch die durch die Digitalisierung ausgelöste Vervielfachung der Medienangebote wenig ändern, wenn sich der lokale Rundfunk auf seine Stärken besinnt und sich den neuen Herausforderungen der digitalen Medienzukunft stellt.

Der lokale Rundfunk auf dem Weg ins digitale Zeitalter.

In diesem Spannungsfeld bewegt sich das Programm der Lokalrundfunktage 1997: Die Workshops beleuchten konkrete praxisorientierte Programm- und Marketingfragen des lokalen Hörfunks und Fernsehens ebenso wie die Herausforderungen, die z.B. das globale Internet an die lokalen Rundfunkveranstalter stellt. Es gilt auch für den lokalen Rundfunk, die richtigen Entscheidungen auf dem Weg ins digitale Zeitalter zu treffen.

Die Verleihung der BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise im Germanischen Nationalmuseum sowie das traditionelle Medien-Sommerfest auf der Kaiserburg werden auch dieses Jahr wieder zu den Höhepunkten der Lokalrundfunktage zählen.

„**Nähe zu den Hörern trotz Globalisierung des Medienangebots**“

Ich möchte mich an dieser Stelle ganz besonders bei unseren Nürnberger Partnern bedanken, die die Lokalrundfunktage 1997 in Kooperation mit der Landeszentrale bereits zum fünften Mal organisiert haben. Mein Dank gilt insbesondere auch allen Förderern und Sponsoren, die die Veranstaltung in dieser Form ermöglichen.

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

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

24. Juni
 1997
 Lokalrundfunktag 1

Programmüberblick

10.00-10.45

Eröffnung und Begrüßung:
 Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring
 Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien

Grußworte:
 In Vertretung des Bayerischen Ministerpräsidenten ein Mitglied der Bayerischen Staatsregierung
 Ludwig Scholz, Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg

10.45-12.00

Präsentation der Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 1997

Mittagspause



11.00-17.00

Internet-Live-Radio:
 Lokale Hörfunkprogramme im Netz

Lokalfernsehformate in Europa



13.30-15.00

Markenartikel Lokalradio:
 Programmgestaltung im Dienst der Markenpositionierung

Die neuen Weichmacher:
 Nachrichten und Magazinformaten zwischen Hard und Soft News

Event-Agentur Lokalrundfunk:
 Megahertzige Events bringen Programm, Zielgruppe und Werbekunden in Dreiklang.

15.00-16.45

Spiele, Sport und Volksmusik:
 Wochenendradio mit Profil

Lokalfernseh-Design:
 Gelungenes Outfit für mehr Ausstrahlung

50 plus:
 Die Zielgruppe des 21. Jahrhunderts?

17.30

Verleihung der BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise 1997 im Germanischen Nationalmuseum
 Präsentation: Markus Othmer

19.30-22.30

Medien-Sommerfest auf der Kaiserburg



13.30-15.00

Die neuen Weichmacher: Nachrichtenformate zwischen Hard und Soft News

Nüchterne Fakten und bittere Realitäten formieren sich zu einer oft bedrückenden Informationsflut, die täglich auf die strapazierten Gemüter einströmt.

Neue News- und Magazinformate setzen auf Schongang statt Schleudertrauma: Tatsachen mit gefälligem Gesicht, spannende Information, ergreifende Schicksale: Alles eine Frage der Form? Vorbilder für das lokale Fernsehen?

Beispiele hierzu von:

Uwe Brückner, RTL München live
Boris Henn, RTL, Köln
Gunther Kitzinger, TV München
Otto Pammer, Pammer Film, Wien

Moderation:

Andreas Werner, Tele Regional, Passau

15.00-16.45

Lokalfernseh-Design: Gelungenes Outfit für mehr Ausstrahlung!

Fernsehprogramme brauchen eine klare Identität, die den Zuschauer anspricht. Mit welchen Mitteln lassen sich ein passendes Image und Design für das Lokalfernsehen schneiden?

Mit Ideen von:

Mike Haas, SAT 1, Berlin
Hubert Schillhuber, Design for Media and
Communication GmbH, Wien
Kim Schwaner, Hamburg 1
Karl Weihberger, Franken Fernsehen, Erlangen

Moderation:

Andreas Werner, Tele Regional, Passau



13.30-15.00

Event-Agentur Lokalrundfunk: Megahertzige Events für Jung und Alt bringen Programm, Zielgruppe und Werbekunden in Dreiklang

Zahlreiche Hörfunk- und Fernsehanbieter investieren zunehmend in außergewöhnliche Marketing- und Promotion-Aktionen. Das Angebot an Events ist reichhaltig und erstreckt sich von Festivals über Snowboard-Weekends und Hörerreisen bis zu galaktischen Raumschiffen, die im Namen von Sender und Werbekunden durchs Sendegebiet 'fliegen'. Eine interessante Mixtur, die allen Beteiligten nützt: Für die Programme sind die Events wichtige Mittel zur Hörerbindung, die Werbekunden profitieren vom Image und den Kommunikationsmöglichkeiten, den Hörern und Zuschauern werden eindrucksvolle Erlebnisse geboten.

An runden Tischen werden die besten Events für den lokalen Hörfunk und für das lokale Fernsehen vorgestellt und diskutiert.

Einführung:

„Wie man seine Stärken findet - und im Markt gekonnt darstellt: Inszenieren Sie Ihr Unternehmen!“

Dr. Karl-Heinz Troxler, Marketing- und Strategieberatung, Zürich

Round Table Hörfunk I:

Volker H. Brill, Brill & Partner GmbH, München
Walther Thul, RPR Eins, Ludwigshafen

Moderation:

Harald Greiner, Funkhaus Nürnberg

Round Table Hörfunk II:

Dirk Deumeland, Radio PSR, Leipzig
Karin Fitzger, Antenne Bayern, Unterföhring

Moderation:

Georg Dingler, Radio Gong 96,3, München

Round Table Fernsehen:

Norbert Hufgard, TV Touring, Würzburg
Kevin Johnson, Central Broadcasting, Birmingham

Moderation:

Bianca Bauer-Stadler, Neue Welle Bayern, Nürnberg

25. Juni

97 Lokalrundfunktag

Programmüberblick

special 1

10.00-12.30

Erfolgreicher Hörfunk-Werbeverkauf im lokalen Markt

Werben Sie nicht irgendwo – schalten Sie lokal!

special 2

10.00-12.30

Erfolgreicher Fernseh-Werbeverkauf im lokalen Markt

Große Werbewirkung in kleinem Rahmen

special 3

11.00-12.30

Finanzierung und Marktchancen von DAB

Eine Studie von Prognos im Auftrag der BLM

Präsentation

Screening

10.00-12.30

Internet-Live-Radio:
Lokale Hörfunkprogramme im Netz

Lokalfernsehformate in Europa



97 Lokalrundfunktag

Hörfunk W

13.30-15.00

"Markenartikel Lokalradio":

Programmgestaltung im Dienst der Markenpositionierung

Cleveres Branding hat Zukunft! Wie sieht ein erfolversprechendes Image aus und wieviel darf es kosten? Konzepte, das Lokalradio als Markenprodukt zu etablieren, sind derzeit in aller Munde: Der Wunsch des Hörers, sich mit dem Image seines Senders zu identifizieren, soll bestmöglich erfüllt werden. Wie werden Musik und lokale Programmelemente zum Aufbau einer Marke eingesetzt?

Mit Beiträgen von:

Gerald Kappler, Hit-Radio N1, Nürnberg
Wolfgang Schuldlos, Heye & Partner, Unterhaching
Christian Stärkle, Radio Argovia, Brugg
Dr. Konrad Weßner, PULS Markt- und Medienforschung GmbH, Schwaig

Moderation:

Alexander Zeitlhack, bci, Schwaig

15.00-16.45

Spiele, Sport und Volksmusik: Wochenendradio mit Profil

Raus aus dem Alltag, rein ins Wochenendradio: Mit Spezialangeboten wie Frühstückssquiz und Fußballreport, Kirche, Klatsch und Comedy, Blasmusik und Wunschmelodie binden lokale Hörfunk-Programme ihre Hörer. Welche Chancen stecken im Wochenende?

Über erfolgreiche Konzepte und Sendungen diskutieren:

Peter Bartsch, Radio & Success, Meckenhausen
Joe Liebschwager, Radio Euroherz, Hof/Saale
Klaus Schunk, Radio Regenbogen, Mannheim
Dr. Manfred Tremel, Bayerischer Heimattag, Augsburg

Moderation:

Petra Mentner, Radio Arabella, München



15.00-16.45

50 plus: Die Zielgruppe des 21. Jahrhunderts?

Der Anteil der älteren Generation an der Bevölkerung in Deutschland wächst stetig. Bis zur Jahrtausendwende wird fast jeder zweite Deutsche über 50 Jahre alt sein. Warum ist unter Marketingstrategen heute immer noch die Jugend - trotz sinkendem Nachwuchs - die Zielgruppe schlechthin? Avanciert die ältere Generation nicht schon in Anbetracht ihrer Quantität und höheren Kaufkraft zur wichtigen Marketingzielgruppe?

Pro und contra- Positionen von:

Edward Appleton, Grey Gruppe Deutschland, Düsseldorf
Werner Felten, Radio Agentur Leipzig
Axel Hiemstra, HMS, Wiesbaden
Inken Hollmann-Peters, Beiersdorf AG, Hamburg
Ralf Kern, BLW, Nürnberg
Albrecht Schmidt-Sondermann, Alster Radio, Hamburg

Moderation:

Thomas Voigt, Horizont, Frankfurt



11.00-17.00

Internet-Live-Radio: Lokale Hörfunkprogramme im Netz

Verschiedene Lokalprogramme in Europa präsentieren sich live oder mit einem Audio-Angebot im Internet. Alles nur Spielerei oder ein Weg zu neuen Zielgruppen?

Über ihre Erfahrungen berichten:

André Mösch, Radio Basilisk, Basel
Christian Stärkle, Radio Argovia, Brugg
Jochen B. Sutterer, Softline GmbH, Oberkirch

Zusätzliche Präsentationen von:

Online Kommunikations-Design GmbH & Co. KG i. Gr.
„Internet Network: Ein Kooperationsmodell für lokale Rundfunkangebote im Netz“

Broadcast & Multimedia Bayern GmbH, München
„Entwicklung und Einführung multimedialer Angebotsformen:
Neue Geschäftsfelder für Rundfunksender“



11.00-17.00

Lokalfernsehen in Europa

Nach Formaten gegliedert werden europäische Lokalprogramme vorgestellt:
News, Entertainment, Commercials,
Eigenpromos, u.v.m.





10.00-12.30

Erfolgreicher Hörfunk-Werbeverkauf im lokalen Markt:

Werben Sie nicht irgendwo – schalten Sie lokal!
Neue Argumente für den Verkauf von lokaler Hörfunk-Werbung.

Der Hörfunk, das attraktive, effiziente Medium im Rahmen der Media-Strategie:

Hermann Hohenberger, Radio Dresden
Ralf Kern, Studio Gong GmbH, Nürnberg
Wolfgang Schuldlos, Heye & Partner, Unterhaching

Moderation:

Georg Dingler, Radio Gong 96,3 München

Nutzungs- und Interessentypen von Radioprogrammen:

Eine von Infratest im Auftrag der BLM durchgeführte Studie gibt Aufschluß über qualitative Merkmale der Hörerschaft:

Eine Präsentation von:

Wolfgang Werres, Infratest Burke, München

Zählservice, ein Marketinginstrument nur für die nationale Hörfunkvermarktung?

Neue Chancen und Einsatzmöglichkeiten im lokalen Verkauf:
Thomas Kempf, BLW, Nürnberg

Moderation:

Harald Greiner, Funkhaus Nürnberg



10.00-12.30

Erfolgreicher Fernseh-Werbeverkauf im lokalen Markt

Große Werbe-Wirkung in kleinem Rahmen: Die Stärken lokaler Fernsehwerbung.

Nigel Endersby, Meridian Broadcasting Ltd, Maidstone
Lothar Höher, Oberpfalz TV, Amberg
Frank Müller, Dresden Fernsehen
Conrad Politt, Hamburg 1

Moderation:

Hans Kuchenreuther, TV Augsburg



11.00-12.30

Finanzierung und Marktchancen von DAB

Eine Studie von Prognos im Auftrag der BLM

Präsentation:

Prof. Dr. Klaus Schrape, Prognos AG, Basel



10.00-12.30

Internet-Live-Radio:

Lokale Hörfunkprogramme im Netz

Lokalfernsehformate in Europa

Veranstaltungsorte

Begrüßung, Präsentation der
Funkanalyse Bayern 1997, Workshops:

Maritim Hotel Nürnberg

Frauentorgraben 11
90443 Nürnberg
Tel.: 0911 / 2 36 30
Fax: 0911 / 2 36 38 23

Carlton Hotel Nürnberg

Eilgutstraße 13 - 15
90443 Nürnberg
Tel.: 0911 / 2 00 30
Fax: 0911 / 2 00 35 32

Sie erhalten die Tagungsunterlagen bei Ihrer
Anmeldung im Maritim Hotel. Die Raumbelegung
finden Sie in den Tagungsunterlagen.

Verleihung der BLM-Hörfunk-
und Lokalfernsehpreise:

Medien-Sommerfest:

Germanisches Nationalmuseum

Aufseßsaal
Kartäusergasse 1
90402 Nürnberg

Kaiserburg Nürnberg

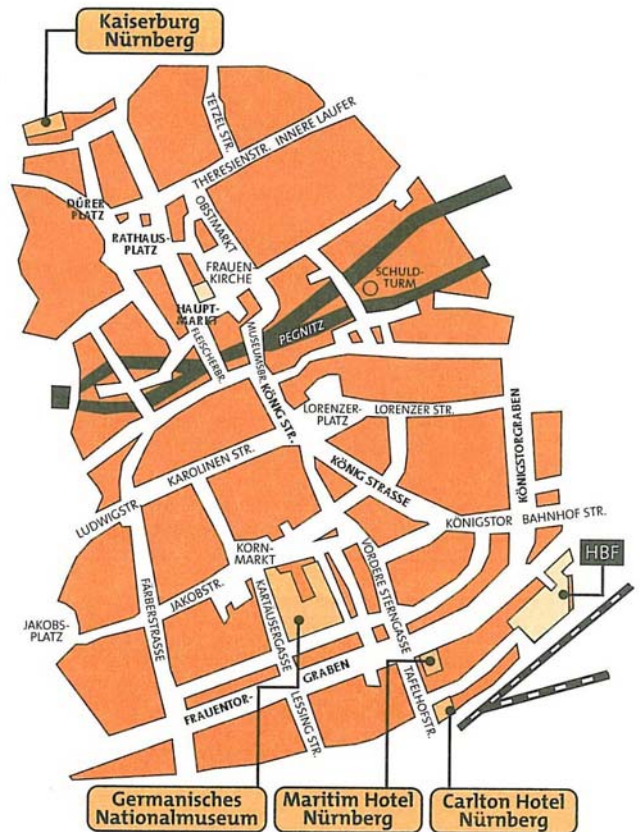
Veranstalter

BLM
Fritz-Erler-Straße 30
81737 München
Tel.: 089 / 63 80 81 80
Fax: 089 / 637 43 36

Organisation:
Stefan Sutor

Mitarbeit:
Silja Streeck
Ute Stickel

Leitung:
Heinz Heim



Verkehrshinweise:

Das Maritim Hotel und das Carlton Hotel liegen nur wenige Gehminuten vom Hauptbahnhof entfernt. Dort steht nur eine begrenzte Zahl von Parkplätzen zur Verfügung. In unmittelbarer Nähe der Burg sind keine Parkmöglichkeiten vorhanden. Es besteht die Möglichkeit, nach der Verleihung einen kostenlosen Bustransfer in Anspruch zu nehmen.

Allgemeine Hinweise

Teilnahmegebühr:

DM 150,- für alle Veranstaltungen
am 24. und 25. Juni 1997.

Anmeldung

Rücksendung des Anmeldeformulars bis
6. Juni 1997 oder Anmeldung im Internet unter
<http://www.blm.de>

Bitte überweisen Sie die Teilnahmegebühr eben-
falls bis 6. Juni 1997 unter dem Stichwort

"BLM-Lokalrundfunktage" auf das Konto
Nr. 722 88 80 bei der Bayerischen Vereinsbank
Nürnberg, BLZ 760 200 70 oder legen Sie Ihrer
Anmeldung einen Verrechnungsscheck bei.

Für eine Presseakkreditierung bitten wir Sie, uns mit-
zuteilen, für welches Organ Sie berichten und eine
Fotokopie Ihres gültigen Presseausweises beizulegen.

Stornierung

Stornierungen bis Freitag, 6. Juni 1997 sind kostenfrei.
Bei Stornierungen nach dem 6. Juni 1997 oder Versäumnis
einer Stornierung kann keine Rückerstattung der Teil-
nahmegebühr erfolgen.

Hotelreservierung

Im Maritim und Carlton Hotel sind
Zimmerkontingente reserviert.



Eine Veranstaltung der BLM
in Kooperation mit:



Wir danken folgenden Förderern:

Müller Verlag
Studio Gong/Gong Verlag GmbH
Verlag Nürnberger Presse