

11. Medienforum Mittweida | Programmübersicht

5. bis 7. November | Hochschule Mittweida (FH), Campus-Gelände

PROGRAMM MONTAG, 5. November 2007

08.15 – 09.00 **Eröffnungsveranstaltung, Studio B**

09.15 – 10.45 **Zukunftsmusik Radio, Studio B** | Eric Markuse

Was macht Mister Wong? - Perspektiven des Social Bookmarkings, Raum 4-053
Christian Clawien

Digitale Individualisierung und The Future of Brands in TV, Übungsstudio
Prof. Jörg E. Schweizer

11.00 – 12.30 **Erfolgreicher Print-Journalismus für Jugendliche, Studio B**
Peter Stawowy

Wikis zur internen Unternehmenskommunikation, Raum 4-053
Frank Roebbers

Panel: Leben in interaktiven Medienwelten – Wege zur Medienkompetenz 2.0, Übungsstudio
Prof. Heinrich Wiedemann, Prof. Thomas Köhler, Dr. Daniel Brückl,
Frank Beckmann, Moderation: Anja Stammler

13.30 – 15.00 **Gegen den Themen-Mainstream: Das DUMMY-Konzept, Studio B**
Oliver Gehrs

Unternehmenskultur 2.0 - Kreativität, Demokratie, Dialog, Studio B
Sören Stamer

15.15 – 16.45 **Ich blog das: Rechtliche Vorgaben für Blogger Studio B** | Udo Vetter

Datenschutz im Web 2.0, Raum 4-053 | Constanze Kurz

Die Zeit der Kaffeekränzchen ist vorbei! – Effiziente Meetings, effiziente Kommunikation, Übungsstudio | Jürgen Zirbik

17.00 – 19.00 **Panel: Wieviel ist Content noch wert?, Studio B**
Lars Langenau, Jürgen Kuri, Martin Rieß, Oliver Gehrs, Sascha Lobo,
Moderation: Inge Seibel-Müller

20.30 **Sächsisch-Bayrischer Biergipfel** | (Teilnahme erfolgt auf persönliche Einladung)

Pressemitteilung

26. Oktober 2007



Pressekontakt:

Ronny Zuber

Fon (0176) 21 90 70 80

Fax (0 37 27) 58 14 39

presse@medienforum-mittweida.de

www.medienforum-mittweida.de

PROGRAMM DIENSTAG, 6. November 2007

- 08.00 – 09.30 **Podcasting und so, Raum 4-053** | Timo Hetzel
- Corporate Sound: Neue Wege der Unternehmenskommunikation, Übungsstudio** | Prof. Detlev Müller
- 09.45 – 11.15 **Online-first vs. Online-only - Am Beispiel des Medienmagazins DWDL.de, Studio B**
Thomas Lücknerath
- Mythen der Blogosphäre, Raum 4-053** | Dr. Jan Schmidt
- Corporate Blogs - Digitale Mundpropaganda, Übungsstudio** | Klaus Eck
- 13.00 – 14.30 **Public Affairs - Im Spannungsfeld zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, Studio B** | Peter Hausmann
- Erfolgskonzept "brand eins", Raum 4-053** | Christiane Sommer
- Individualisierung von Kommunikation am Beispiel der "Zeitung 2.0", Übungsstudio**
Klaus Gradischek
- 14.45 – 16.15 **Unternehmen im kritischen Blick der Medien: Erfolgreiche Kommunikation in der Krise, Studio B** | Herlinde Schneider
- Die Zukunft des Bezahlfernsehens, Raum 4-053** | Günther Picker
- BettyTV - Wieviel Interaktivität verträgt der Zuschauer?, Übungsstudio**
Christian Morawietz
- 16.30 – 18.30 **Panel: Was ist dran an der "New Economy 2.0"?, Studio B**
Marc Schwieger, Nico Lumma, Prof. Horst Müller, Rainer Meyer, Moderation: Holger Hank
- 20.30 – 22.00 **Mediennacht 2007: Latente Talente - Die Wettnacht in Mittweida**
ab 22.00 Uhr Aftershow-Party in der alten Brauerei

PROGRAMM MITTWOCH, 7. November 2007

- 9.30 – 11.30 **Kontakt - Das Portal für Medienmacher, Übungsstudio**
Dr. Kerstin Liesem, Herbert E. Graus, Prof. Heinrich Wiedemann,
Prof. Jörg E. Schweizer, Moderation: Peter Gottschalk
- 20.00 – 22.00 **Swan Lake: Moving Image & Music Award**

Pressemitteilung

26. Oktober 2007



Pressekontakt:

Ronny Zuber

Fon (0176) 21 90 70 80

Fax (0 37 27) 58 14 39

presse@medienforum-mittweida.de

www.medienforum-mittweida.de

+++ Programmsplitter +++

Zukunftsmusik Radio

Die Zahlen der "Mediaanalyse Radio" stellen eine düstere Zukunft für das Medium Radio in Aussicht. Besonders die jüngeren Zielgruppen greifen inzwischen verstärkt zu anderen digitalen Medien, wie dem iPod, anstatt das Radio einzuschalten. Es müssen neue Sendekonzepte entwickelt werden, um das Radio wieder attraktiv für Zuhörer und Werbekunden zu gestalten. **Eric Markuse, Programmchef von MDR Sputnik**, wird im Vortrag über das mögliche Ende des herkömmlichen Formatradios, alternative Programminhalte, die Bedeutung von Communities für die Hörerbindung und die Signifikanz des Wortanteils im Radio sprechen.

Digitale Individualisierung und The Future of Brands in TV

Wie sieht die Zukunft des TV-Werbemarktes aus? **Prof. Jörg E. Schweizer, Leiter des Referats Film.Placement.Entertainment der BMW Group**, sieht einen neuen Trend im "Embedded Advertising" und in "Brand Channels". "Unternehmen werden in Zukunft ihre eigenen Medien schaffen - und dabei entsteht eine neue Ära des Kundenkontakts", so die Aussage von Prof. Schweizer über diese neuen Formen der Kundenbindung.

Wie erreicht man mit spannenden und interessanten Inhalten die Aufmerksamkeit seiner Zielgruppe? Diese und viele weitere Fragen wird Prof. Schweizer in seinem Vortrag dem Publikum beantworten.

Erfolgreicher Print-Journalismus für Jugendliche

Jeden Tag aufs Neue kämpfen Medien, Werber und Firmen um die Gunst der prägungsoffenen, konsumfreudigen und vermeintlich so lukrativen Zielgruppe der Jugendlichen. Die Jugendzeitschrift SPIESSER setzt ebenfalls auf diese Leserschaft – mit Erfolg. Seit 1994 gibt es das kostenlose und durch Anzeigen finanzierte Heft aus Dresden. Was sind die Besonderheiten dieser Zielgruppe und wie integriert man deren Bedürfnisse erfolgreich in ein Printkonzept? Der **Chefredakteur und Geschäftsführer des SPIESSER, Peter Stawowy**, wird auf dem Medienforum Mittweida am Beispiel des eigenen Blattes über Kriterien und Anforderungen an Printkonzepte und Journalismus für Jugendliche sprechen.

Gegen den Themen-Mainstream - Das Dummy-Konzept

Als „Dummy“ bezeichnet man in der Printbranche eine Nullnummer einer Zeitschrift vor der Neueinführung. Das **DUMMY-Magazin** aus Berlin-Mitte belehrt den Leser aber eines Besseren. Angetreten gegen die Langeweile im deutschen Blätterwald, weiß das Gesellschaftsmagazin seit 2003 zu überzeugen. Mit jeder Ausgabe erfindet sich das Magazin neu und behandelt jeweils einen Themenschwerpunkt aus Kultur, Gesellschaft oder Zeitgeist. Wie man dazu kommt, jedes Mal neu und anders zu sein, berichtet uns **Oliver Gehrs**. Als **Herausgeber** des Magazins wird er in seinem Vortrag darauf eingehen, warum man nicht nur gegen gängige Marktregeln verstoßen darf, sondern auch soll.

Schluss mit lustig! - effiziente Meetings, effiziente Kommunikation - die Zeit der Kaffeekränzchen ist vorbei.

Viele Meetings dauern zu lange und die Ergebnisse sind oft unbefriedigend. Manager und Mitarbeiter vergeuden dadurch wissentlich viel Zeit, machen aber in der Regel einfach so weiter wie bisher. Aber die Zeit der Plauderstündchen ist vorbei. Weniger Aufwand, mehr Ergebnis: effizientere Meetings durch ein strenges

Pressemitteilung

26. Oktober 2007



Pressekontakt:

Ronny Zuber

Fon (0176) 21 90 70 80

Fax (0 37 27) 58 14 39

presse@medienforum-mittweida.de

www.medienforum-mittweida.de

Moderationskonzept. Das ist das Konzept von **Jürgen Zirbik, Moderator, Trainer, Coach und Pädagoge**. Beim Medienforum Mittweida wird Jürgen Zirbik seine "Power-Moderations-Methode" vorstellen und die Teilnehmer dürfen sich auf einen interaktiven und spannenden Vortrag freuen, durch den sie ihre künftigen Meetings effizienter gestalten können.

PANEL: Wie viel ist Content noch wert?

Die Internetangebote vieler Zeitungen und Zeitschriften haben sich in den vergangenen Jahren von experimentellen Resteverwertern zu neuen Content-Quellen entwickelt. Es entstanden eigene Online-Redaktionen, die in weiten Teilen autark von den Print-Redaktionen arbeiten konnten und das finanzielle Risiko für die Produktion von Internetangeboten erwies sich als weitaus überschaubarer, als jenes der klassischen Printbranche. Auch die Werbebranche scheint in Internetangeboten offenkundig eine solide Plattform gefunden zu haben, mit Hilfe derer im Jahr 2007 nach konservativen Schätzungen rund 2,5 Milliarden Euro Bruttoumsätze generiert werden sollen (Quelle: BVDW).

Für aktuell etwa 39,2 Millionen Internetnutzer (Stand: Juni 2007, Quelle: TNS Infratest) und potentielle Käufer von Zeitungen und Magazinen dürfte sich angesichts dieser Entwicklungen die Frage stellen, warum man heute noch Geld für eine Tageszeitung oder ein Magazin ausgeben soll, wenn das im Internet kostenlos verfügbare Nachrichtenangebot qualitativ eventuell gleichwertig oder sogar besser ist.

Die Teilnehmer des Panels "Was ist Content noch wert?" werden diese Thematik beleuchten und sowohl die Potentiale als auch die Risiken dieser Entwicklungen erörtern.

Referenten:

Moderation: **Inge Seibel-Müller, bpb; Dr. Günther Picker, Premiere Star GmbH; Sascha Lobo, adical; Martin Rieß, Spiegel Online; Wilfried Hub, Vogtland-Anzeiger; Jürgen Kuri, Heise Medien Gruppe, c't; Oliver Gehrs, Dummy Magazin; Lars Langenau, Süddeutsche Zeitung**

Corporate Sound – Neue Wege der Unternehmenskommunikation

Durch die wachsende Abstumpfung der Konsumenten gegenüber Werbereizen wird es zunehmend wichtiger, alle Sinne im Zuge der Markenkommunikation anzusprechen. **Prof. Detlev Müller, Geschäftsführer der IMM Gruppe**, zeigt in diesem Zusammenhang eine neue Facette der modernen Kommunikationspolitik auf: den Corporate Sound. Bei akustischen Signalen reagiert der Körper so unmittelbar, dass nicht einmal eine Hinwendung zur Reizquelle erforderlich ist. Gestützt werden die Thesen von Prof. Müller durch eindrucksvolle (Hör-)Beispiele, die bereits heute von Sound-Designern kreiert und von Unternehmen angewendet werden.

Public Affairs - im Spannungsfeld zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft

Unter Public Affairs versteht man nicht nur Lobbyismus, sondern strategisches Kommunikationsmanagement an der Informations-Schnittstelle zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Die Kommunikation zwischen den einzelnen Bereichen erfordert dabei ein hohes Maß an Know-how und Fingerspitzengefühl. **Peter Hausmann, ehemaliger Regierungssprecher und Chef des Bundespresseamts unter der Regierung Helmut Kohls**, ist Experte auf diesem Gebiet und wird uns in die hoch interessante Thematik der PA einführen, die Rolle der Medien beleuchten und aus seiner Zeit als Regierungssprecher berichten.

Pressemitteilung

26. Oktober 2007



Pressekontakt:

Ronny Zuber

Fon (0176) 21 90 70 80

Fax (0 37 27) 58 14 39

presse@medienforum-mittweida.de

www.medienforum-mittweida.de

Erfolgskonzept "brand eins"

Seit nunmehr acht Jahren gibt es das vielfach ausgezeichnete Wirtschaftsmagazin brand eins. Von Beginn an setzte die Zeitschrift wirtschaftliche Themen anders als die bestehende Wirtschaftspresse in Szene. Das Magazin ist dafür bekannt, sich mit den Menschen hinter wirtschaftlichen Prozessen zu beschäftigen - brand eins steht für Recherche vor Ort, inspirierende Geschichten, Wirtschaftsreportagen und eine Optik mit aufgeräumten Seiten und hochwertigen Fotos. Die **geschäftsführende brand eins-Redakteurin Christiane Sommer** wird auf dem Medienforum Mittweida 2007 über das Konzept der Zeitschrift, Wirtschaftsjournalismus und Erfolgsfaktoren von Printkonzepten sprechen.

Erfolgreiche Kommunikation in der Krise

Besondere Aufmerksamkeit wird einem Unternehmen oft erst dann zuteil, wenn es sie am wenigsten gebrauchen kann. In der Krise. Dem Krisenmanagement kommt als zentralem Bestandteil der strategischen Unternehmensführung deshalb eine besondere Bedeutung zu. Besonders krisenkritische Branchen versuchen, Krisen aktiv zu gestalten und die Glaubwürdigkeit und Akzeptanz des Unternehmens in der Öffentlichkeit zu wahren. **Herlinde Schneider, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Novartis Deutschland**, spricht beim Medienforum Mittweida über die Krisenkommunikation, deren Veränderungen und die besonderen Herausforderungen in krisenkritischen Branchen wie der Pharmaindustrie.

Die Zukunft des Bezahlfernsehens

Mit seinem kostenlosen Programmangebot ist der Fernsehmarkt in Deutschland im internationalen Vergleich inzwischen eher eine Ausnahme. Die Beachtung der individuellen Interessen und vor allem auch die Nutzungsgewohnheiten der Kunden werden immer wichtiger. Die neue Konzerntochter des TV-Senders Premiere, Premiere Star, wird ab September 2007 erstmals ein Pay-TV-Angebot starten, das zunächst exklusiv über Satellit verbreitet wird. Hierbei sollen neue Pay-TV-Sender mit bereits bestehenden Angeboten kombiniert werden. Wie und warum sich der Pay-TV-Markt in den nächsten Jahren verändern wird und warum Premiere auf das neue System setzt, beleuchtet der **stellvertretende Geschäftsführer von Premiere Star, Günther Picker**.

Betty TV – Wie viel Interaktivität verträgt der Zuschauer?

Durch interaktives Fernsehen können Unterhaltung und Werbung unmittelbar miteinander verknüpft werden. So kann der Zuschauer mittels spezieller Fernbedienung parallel zum aktuellen Fernsehprogramm an Gewinnspielen teilnehmen sowie zusätzliche Informationen zum laufenden Programm bzw. zu bestimmten Produkten abrufen. Die **Betty TV AG** hat eine solche Fernbedienung entwickelt. Doch wie genau nutzt die Werbebranche diese Möglichkeiten? Was macht Betty TV mit den gesammelten Daten? Und vor allem: Wie viel Interaktivität verträgt der Zuschauer eigentlich?

PANEL: Luftblase oder Revolution – Was ist dran an der "New Economy 2.0"?

Web 2.0 ist heute ein gängiges Label für die Idee eines einfach zu bedienenden und kollaborativen Internets, bei dem nicht die Anwendung selbst, sondern der Nutzer und durch ihn erzeugte Inhalte im Vordergrund stehen. Gleichmaßen scheint der Begriff Web 2.0 aber auch einen neuen und globalisierten Wirtschaftszweig zu beschreiben, der darüber hinaus in den Augen vieler über die entsprechende ökonomische Potenz verfügt, um den Einsatz großer Investitionen zu begründen.

Pressemitteilung

26. Oktober 2007



Pressekontakt:

Ronny Zuber

Fon (0176) 21 90 70 80

Fax (0 37 27) 58 14 39

presse@medienforum-mittweida.de

www.medienforum-mittweida.de

Die Teilnehmer des Panels "Luftblase oder Revolution - Was ist dran an der New Economy 2.0?" werden eine Bewertung der aktuellen Entwicklungen wagen.

Referenten:

Moderation: **Holger Hank, Deutsche Welle; Rainer Meyer, Blogger DonAlphonso; Prof. Horst Müller, blogmedien; Marc Schwieger, Scholz & Friends; Nico Lumma, Media Ventures**

Was macht Mister Wong? - Perspektiven des Social Bookmarkings

Social Bookmarks sind Internet-Lesezeichen, die auf favorisierte Seiten im Netz verweisen. Durch die Bewertung einzelner Links entsteht ein Bewertungs-System, das als Grundlage einer Art „menschlichen Suchmaschine“ dient. Das wohl bekannteste deutsche Social-Bookmarking-System „Mister Wong“ wird seit dem Frühjahr 2006 von der Bremer Agentur **konstruktiv** betrieben. **Christian Clawien, PR-Manager** der Werbe- und Onlineagentur, wird im Vortrag die Perspektiven und Chancen von Social Bookmarking näher beleuchten und am Beispiel von Mister Wong die Arbeitsweise dieses Systems erläutern.

Wikis zur internen Unternehmenskommunikation

Das Wichtigste für Unternehmen sind heute nicht mehr vordergründig die Produktionsfaktoren Rohstoff, Kapital und Arbeit sondern vor allem der Produktionsfaktor Wissen. Doch bisher hemmen unübersichtliche Wissensmanagementsysteme in Unternehmen oft den freien Informationsfluss: zu komplex, zu undurchsichtig, zu starr. Eine Alternative sind Wikis, auf die auch **Frank Roebbers, CEO der Synaxon AG**, setzt. Er spricht auf dem Medienforum Mittweida über die Rolle von Wikis im Bereich der internen Unternehmenskommunikation und dokumentiert am Beispiel der eigenen Firma den Einführungsprozess, die Stärken, aber auch Schwächen einer Wiki-basierten Kommunikation.

Unternehmenskultur 2.0 - Kreativität, Demokratie, Dialog

Web 2.0 ist Ausdruck einer grundlegenden Kulturrevolution – auch in wirtschaftlichen Unternehmungen: Das meint zumindest **Sören Stamer, CEO der CoreMedia AG**. Seiner Meinung nach gehören straff hierarchische Strukturen und einseitige Befehlswege in Unternehmen der Vergangenheit an. Denn sie behindern innovatives und fortschrittliches Arbeiten. Sören Stamer spricht auf dem Medienforum Mittweida über den Wandel der Unternehmenskultur in wirtschaftlichen Unternehmungen und dokumentiert am Beispiel der eigenen Firma die Herausforderungen, Schwierigkeiten und Chancen einer neuen Unternehmensführung, die sich gegen alte Hierarchiesysteme wendet.

Ich blog das! - Rechtliche Vorgaben für Blogger

Blogs sind zurzeit in aller Munde. Jeder der Lust und Zeit hat, kann sich kostenlos und ohne Programmierkenntnisse sein eigenes Weblog einrichten. Dabei sind sich die Autoren von Blogs oft unsicher, was sie überhaupt "bloggen dürfen". Genau hier trägt der Vortrag von **Rechtsanwalt Udo Vetter**, Experte in rechtlichen Fragen von Blogs und Betreiber des sehr erfolgreichen Blogs **lawblog.de**, zur Aufklärung bei. Da Weblogs oftmals eine rechtliche Gratwanderung für den jeweiligen Betreiber darstellen, wird Udo Vetter mit aufklärenden Beispielen und Diskussionen etwas Licht in diese Problematik bringen.

Pressemitteilung

26. Oktober 2007



Pressekontakt:

Ronny Zuber

Fon (0176) 21 90 70 80

Fax (0 37 27) 58 14 39

presse@medienforum-mittweida.de

www.medienforum-mittweida.de

Datenschutz im Web 2.0

Das Web 2.0 verspricht vor allem eines: Interaktivität. Neben selbst erstellten Inhalten finden mittlerweile auch immer detailliertere Informationen zur eigenen Person ihren Weg auf die Server von Web-2.0-Diensten wie StudiVZ, Xing und MySpace. Die Gefahren und Risiken werden dabei aber oftmals unterschätzt. Wo diese genau liegen und ob es dennoch Maßnahmen gibt, um die Privatsphäre im Netz zu wahren, ist Thema des Vortrages „Datenschutz im Web 2.0“. Die **Diplom-Informatikerin** und **Datenschutzexpertin** des **Chaos Computer Clubs**, **Constanze Kurz**, gibt in ihrem Vortrag konkrete Beispiele, was man beachten und vor allem bedenken sollte.

Podcasting und so

Immer mehr Privatpersonen nutzen Podcasting, um Themen und Meinungen in Form von Audio- und Video-Dateien der breiten Masse zur Verfügung zu stellen. Zunehmend produzieren aber auch Unternehmen Podcasts, um damit völlig neue Zielgruppen zu erreichen. Eine Agentur, die sich auf die Produktion von kommerziellen Podcasts spezialisiert hat, ist die **Content Crew GmbH** aus München. **Timo Hetzel**, selbst Podcaster der ersten Stunde, arbeitet als Redaktionsleiter für die Content Crew. Im Vortrag "Podcasting und so" wird er über Nutzungsmöglichkeiten und Perspektiven des Podcastings sprechen und Fragen zu neuen Wegen und Trends beantworten.

Online-first vs. Online-only - Am Beispiel des Medienmagazins DWDL.de

Wichtige Informationen müssen vor allem eines: schnell und zielgerichtet die Zielgruppe erreichen. Braucht man da überhaupt noch die verstaubten Printausgaben, wenn man die wichtigsten Informationen, gemäß dem Online-first Prinzip, bereits publiziert hat? Kann man da nicht gleich zum Prinzip Online-only übergehen - was auf den ersten Blick schneller, billiger und einfacher ist? Der **Chefredakteur** des Internet-Mediendienstes **DWDL.de**, **Thomas Lückerrath**, wird auf dem Medienforum über die verschiedenen Modelle der Contentverwertung und deren Probleme sowie Vorteile sprechen und der Frage nachgehen, welches Modell der Informationsbereitstellung die Zukunft prägen wird.

Mythen der Blogosphäre

In Deutschland haben Blogs rasant an Popularität gewonnen - schätzungsweise 500.000 Blogs soll es im Bundesgebiet bereits geben. Dank der einfachen technischen Handhabung kann jeder seine eigene Öffentlichkeit erzeugen. Auch wenn das Bloggen ein hohes Maß an Akzeptanz und eine große Anhängerschaft gefunden hat, unterliegt der gemeine Blogger einer Vielzahl von Vorurteilen. Aussagen wie etwa „Blogger sind übergewichtig und haben Dreitagebart“ sind hier keine Seltenheit. Was ist dran an diesen Mythen? Der Medienforscher und passionierte Blogger **Dr. Jan Schmidt** (bamblog.de) wird in seinem Vortrag der Sache auf den Grund gehen.

Corporate Blogs – Digitale Mundpropaganda

Firmeneigene Blogs - so genannte „Corporate Blogs“ - ermöglichen eine einfache Kommunikation mit den Kunden und die Chance, sich auch etwaiger Kritik zu stellen, Netzwerke zu bilden, aber auch gezielt Werbung für neue Produkte und Produktinformationen zu platzieren. Firmen wie Frosta, Sevenload, Google oder VW sind dabei nur eine kleine Auswahl von Unternehmen, die einen eigenen Blog betreiben. Klaus Eck, führender Experte für Online-Kommunikation und Herausgeber des "PR Bloggers", wird als Referent anhand von Fallstudien besonders darauf eingehen, wie sich der Erfolg eines Unternehmensblog bemisst und wo möglicherweise Fallstricke liegen.

Pressemitteilung

26. Oktober 2007



Pressekontakt:

Ronny Zuber

Fon (0176) 21 90 70 80

Fax (0 37 27) 58 14 39

presse@medienforum-mittweida.de

www.medienforum-mittweida.de

Individualisierung von Kommunikation am Beispiel der Zeitung 2.0

Der deutsche Printmarkt ist riesig. Doch eine individuelle Zeitung, die direkt auf den Leser selbst abgestimmt ist, so etwas gibt es noch nicht. "Die Zeitung 2.0" soll jene Individualität bieten, die es bis jetzt auf dem Printmarkt noch nicht gibt. Dabei kann der Leser seine Themenschwerpunkte und Darstellungsformen für die nächste Ausgabe selbst bestimmen. Aber ist eine Zeitung dieser Art überhaupt möglich? Im Vortrag wird **Klaus Gradischek, Geschäftsführer des Instituts für individuelle angewandte Kommunikation und Produktionstechnologie**, auf diesen Gedanken genauer eingehen und anhand eines Pilotprojekts den Entstehungsprozess der "Zeitung 2.0" erläutern.

PANEL: Leben in interaktiven Medienwelten – Wege zur Medienkompetenz 2.0

Aktuelle Studien zeigen: im Kinderzimmer ist nicht mehr der Fernseher, sondern der Computer das Medium Nummer eins. Und auch für den Jugendmedienschutz haben sich die Zeiten geändert. Wir alle werden damit vor ganz neue Herausforderungen gestellt. Gefragt sind nun Konzepte, die dem Einzelnen die richtigen Werkzeuge an die Hand geben, um sich im digitalen Medienschwungel nicht zu verlieren, sondern sich zu orientieren. Wie kann man Kompetenzen in der Umsetzung dieser medienpädagogischen Arbeit vermitteln und wie kann man aktiv daran teilhaben? Diese und viele andere Fragen zur Arbeit mit diesen neuen medialen Möglichkeiten werden in diesem Panel beantwortet.

Referenten:

Moderation: **Anja Stammler, W+M 2000; Prof. Heinrich Wiedemann, W+M 2000; Prof. Dr. Thomas Köhler, TU Dresden; Dr. Daniel Brückl, Dr. Schwarz & Kollegen, Rechtsanwälte; Frank Beckmann, KIKA**

PANEL: KONTAKT – Das Portal für Medienmacher

Thema: Networking – Der Schlüssel zum erfolgreichen Berufsleben? Frühzeitig Kontakte aufzubauen und zu pflegen gehört zu den wichtigsten Aufgaben, um im späteren Berufsleben erfolgreich zu sein. Welche Rolle spielen gute Kontakte und wie kann ich diese effizient nutzen? Wie baut man sich ein gut organisiertes Netzwerk auf und welche Berufsfelder sind in den Medien gefragt und wo ist der Markt bereits gesättigt? Erfolgreiche Vertreter aus der Medienbranche werden im Kontakt-Portal nicht nur miteinander diskutieren, sondern auch den Zuhörern in Sachen Networking Rede und Antwort stehen.

Referenten:

Moderation: **Peter Gottschalk, arte; Herbert E. Graus; Prof. Jörg E. Schweizer, BMWGroup; Hans-Peter Niedermeier, Hanns Seidel Stiftung; Robert Detering, SevenOne Interactive; Prof. Heinrich Wiedemann, W+M 2000; Dr. Kerstin Liesem, Dt. Bankenverband; Nicole Haase, Scholz und Wöllenstein**

Hinweis:

Die **Viten aller Referenten** finden Sie unter <http://www.medienforum-mittweida.de/index.php/referenten.html>.

Fotos von Referenten erhalten Sie gern vorab per Mail an presse@medienforum-mittweida.de oder auf Anfrage unter 0176 - 21 90 70 80.