



# Social Media FORUM

Seminar +++ Seminar  
Twitter für  
Medienunternehmen  
22. März 2010  
Seminar +++ Seminar

## Newsroom 2.0, Hyperlocal-Media & Radio 2.0

23. März 2010, Hamburg, Hotel east

### Best-Practices Regionalmedien

dpa-infocom, Hannoversche Allgemeine Zeitung, Neue Osnabrücker Zeitung, ÖstersundsTidningar, Rolf Lukas von Schmidt Verlag, RP Online, unserort.de, Madsack Heimatzeitungen

### Best-Practices und Diskussion Radio

1000Mikes, Antenne Bayern, Bayerischer Rundfunk, Hit-Radio Antenne, lemotox, QUU.FM, simfy GmbH, TVRL

## Special Fachmedien

24. März 2010, Hamburg, Hotel east

### Themenschwerpunkte

Community-Konzepte und Social Media  
Formate von Fachverlagen

### Best-Practices Fachmedien

C.H. Beck Verlag, Haufe Mediengruppe, Reed Business Information, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe, Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag, Vogel Business Media

[www.socialmediaforum.de](http://www.socialmediaforum.de)

Initiative

 **Social Web  
WORLD**

Medienpartner

 **hamburg.business on.de**

 **förderland  
foerderland.de**

 **der Freitag  
Das Meinungsmedium**

 **internet  
WORLD BUSINESS**

 **media-TREFF.de**

Veranstalter

 **KongressMedia**  
Driving Business Innovation



## Seminar

# Twitter für Medienunternehmen

22. März 2010

Den Dialog pflegen oder lediglich einen RSS-Feed anbieten? Das halbtägige Seminar bietet einen Überblick über die redaktionelle strategische Nutzung des Kurznachrichtendienstes inklusive Best-Practices.

## Seminarprogramm



**Ulrike Langer**, freie Journalistin, medialdigital

Als ausgezeichnete freie Journalistin schreibt Ulrike Langer u.a. für das Medium Magazin, Horizont und W6V Media. Unter medial-digital.de bloggt sie über den digitalen Medienwandel. Für das Medium Magazin verfasste sie die zehnteilige Serie „Twitter Splitter“ mit den wichtigsten Do's und Don'ts der Twitter-Etikette. Der Leitfaden erscheint im März als kostenloses eBook bei medialdigital.de.

### Key Learnings

- redaktioneller Einsatz von Twitter
- systematischer Aufbau des eigenen Kanals
- effektives Monitoring / Trends erkennen

## Twitter für Medienunternehmen

- 13:30 Begrüßung & Vorstellung
- 13:45 **Best-Practices und die Do's und Don'ts beim Twittern**
- 14:45 **Vom effektiven Monitoring zum relevanten Content**
- 15:30 Kaffeepause
- 16:00 **Fallstudien zum redaktionellen Einsatz von Twitter**
- 17:00 **Abschlussdiskussion**

Mehr Infos und Anmeldung unter

[www.socialmediaforum.de](http://www.socialmediaforum.de)



## Special Fachmedien

24. März 2010

Das Social Media FORUM – Special Fachmedien diskutiert die effiziente und effektive Social Media Nutzung für Fachverlage und Fachmedien. Anhand von Best-Practices erläutern Fachvertreter Community-Konzepte zur B2B Kommunikation sowie erfolgreiche Social Media Formate.

## Kongressprogramm

- 09:30 **Erfahrungen mit Social Media bei Reed Business Information**  
Adam Tinworth, Head of Blog Development, Reed Business Information
- 10:15 **Erfahrungen aus der Community AHGZ people**  
Dr. Jörg Meier, Projektleiter Online, Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag
- 10:45 Kaffeepause
- 11:15 **Erfahrungen aus dem Community-Konzept des Verlags Neue-Wirtschaftsbriefe**  
Peter Schatz, Mitglied der Verlagsleitung, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe
- 11:45 **Erfahrungen aus sekretaria.de beim Haufe Verlags**  
Mirza Hayit, Geschäftsführer, WRS Verlag, Haufe Mediengruppe
- 12:15 **Diskussion: Erfolgsfaktoren für Community-Konzepte von Fachmedien**  
Moderator: Björn Negelmann, Geschäftsführer, [n:sight]  
Diskussion: Peter Schatz, Mitglied der Verlagsleitung, Verlag Neue-Wirtschaftsbriefe  
Mirza Hayit, Geschäftsführer, WRS Verlag, Haufe Mediengruppe
- 12:30 Gemeinsames Mittagessen
- 14:00 **Überblick über Fachmedien im Social Web**  
Stefan Winterbauer, Autor, Meedia
- 14:45 **Erfahrungen mit Social Media beim Beck Verlag**  
Ralf Zosel\*, Community Manager, Verlag C.H. Beck
- 15:15 Kaffeepause
- 15:45 **Erfahrungen aus dem Media-TREFF-Projekt von Vogel Business Media**  
Dr. Gunther Schunk, Leiter Kommunikation und Corporate Marketing, Vogel Business Media
- 16:15 **Diskussion: Erfolgsfaktoren für den Social Media Einsatz bei Fachverlagen**  
Moderator: Björn Negelmann, Geschäftsführer, [n:sight]  
Diskussion: Referenten des Tages

(\*) angefragt

# Newsroom 2.0, Hyperlocal-Media & Radio 2.0

23. März 2010

Das Social Media FORUM ist eine Veranstaltungsreihe der Initiative Social Web WORLD, die Herausforderungen und Konzeptansätze für Medien im Web 2.0 diskutiert. Kern der Veranstaltung sind Erfahrungsberichte von Projektverantwortlichen. Im Mittelpunkt des sechsten Social Media FORUMs sind Hyperlocal-Media, Newsroom 2.0 sowie Radio 2.0.

Die Integration von Bürgerjournalismus in das redaktionelle Konzept von Lokalmedien stellt sich als Erfolgsstrategie im Umbruch der Medienlandschaft dar. Verlagskonzepte konkurrieren hierbei bereits mit privaten Plattform-Anbietern. Erfolgreiche Formate stellen sich vor und diskutieren die entscheidenden Erfolgsfaktoren.

Neben der konzeptionellen Frage des Formats, stellt sich die organisatorische Frage, wie der Nachrichtenfluss über die Social Media effizient in die redaktionellen Prozesse integriert werden kann. Hierfür steht der Begriff Newsroom 2.0, der ein kontinuierliches Monitoring und Aufbereitung der Informationen kennzeichnet. Eine Social Media Nutzung im beruflichen Alltag wird somit möglich.

Im Schwerpunkt Radio 2.0 werden die Themen Podcasting sowie WebRadio anhand von verschiedenen Konzepten und Best-Practices diskutiert.

## Kongressprogramm

### Hyperlocal: Where is the beef?

09:30 **Keynote: Die Veränderungen des Radios in Zeiten von Web 2.0 am Beispiel des Bayerischen Rundfunks**  
Reinhard Dreßler, Leitung Marketing, Bayerischer Rundfunk, BAYERN 3, on3 und Multimedia

10:10 **Internationales Fallbeispiel: Hyperlocal Media bei ÖstersundsTidningar, Schweden**  
Elin Olofsson, Utvecklingschef Digitala Medier, ÖstersundsTidningar

10:50 Kaffeepause

### Bürgerjournalismus vs. Lokalredaktion

11:20 **Fallbeispiel: Konzept zum Einsatz von myheimat in den Madsack Heimatzeitungen**  
Peter Taubald, Chefredakteur, Madsack Heimatzeitungen

11:50 **Fallbeispiel: Lokalisierungskonzepte der Neuen Osnabrücker Zeitung**  
Paul Wehberg\*, Leitung Multimedia / Elektronische Medien, Medienhaus Neue Osnabrücker Zeitung

12:20 **Fallbeispiel: Bürgerjournalismus am Beispiel von unserort.de**  
Stephan Bruns, Geschäftsführer, UNSERORT Media  
Ivo Meißner, Prokurist, CTO, UNSERORT Media

12:50 Gemeinsames Mittagessen

14:20 **Fallbeispiel: RP Online – Regionale und lokale Strategien**  
Franziska Bluhm, stellv. Chefredakteurin, RP Online

14:50 **Fallbeispiel: Redaktioneller Einsatz von Facebook, Twitter und Co**  
N.N.

15:20 Kaffeepause

### Newsroom 2.0

15:50 **Fallbeispiel: Einsatz und Vorteile des Newsroom 2.0 bei Stuttgarts Zeitung Good News**  
Saim Alkan, Herausgeber, Goodnews Stuttgart, Rolf Lukas von Schmidt Verlag

16:30 **Fallbeispiel: Multimediale Inhalte für Mobile und Web mit dem Newsroom 2.0 effizient aufbereiten**  
Christoph Dernbach\*, Chefredakteur und Mitglied der Geschäftsführung, dpa-infocom

17:10 Abschlussdiskussion

### Radio 2.0

11:20 **Fallbeispiel: „lemotox – die Volkseindummung“ – Erfahrungen eines führenden deutschen Podcasters**  
Peter Marquardt, Podcaster, lemotox

11:50 **Fallbeispiel: Podcasting bei Antenne Bayern**  
Michael Praetorius, Leitung Online, Antenne Bayern

12:20 **Fallbeispiel: „Jung, männlich und technik-affin“ – nein, nicht nur!**  
Petra Marsteller, Geschäftsbereichsleiterin, Hit-Radio Antenne

12:50 Gemeinsames Mittagessen

14:20 **Fallbeispiel: QUU.FM – Erfahrungen eines Social Web Radiosenders**  
Maik Nöcker, Head of Program, QUU.FM Medien

14:50 **Diskussion: Innovative Radio 2.0 Formate, Geschäftskonzepte und ihre Bedeutung für die Entwicklung des Mediums Radio**  
Reinhard Dreßler, Leitung Marketing, Bayerischer Rundfunk  
Frank Felix Debatin, CEO, 1000MIKES  
Tobias Schiwiek, Co-founder, simfy  
Tobias Trosse, Managing Director, TVRL

(\*) angefragt

## Referenten und Diskutanten



**Saim Alkan**, Herausgeber, Goodnews Stuttgart, Rolf Lukas von Schmidt Verlag



**Franziska Bluhm**, stellv. Chefredakteurin, RP Online GmbH



**Stephan Bruns**, Geschäftsführer, UNSERORT Media UG



**Frank Felix Debatin**, CEO, 1000Mikes AG



**Christoph Dernbach**, Chefredakteur und Mitglied der Geschäftsführung, dpa-infocom GmbH



**Reinhard Dreßler**, Leitung Marketing, Bayerischer Rundfunk, BAYERN 3, on3 und Multimedia



**Mirza Hayit**, Geschäftsführer, WRS Verlag GmbH & Co. KG, Haufe Mediengruppe



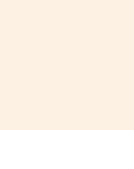
**Ulrike Langer**, freie Journalistin, medialdigital



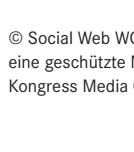
**Peter Marquardt**, Podcaster, lemotox



**Petra Marsteller**, Geschäftsbereichsleiterin, Hit-Radio Antenne



**Dr. Jörg Meier**, Projektleiter Online, Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag



**Ivo Meißner**, Prokurist, CTO, UNSERORT Media UG



**Maik Nöcker**, Head of Program, QUU.FM Medien GmbH



**Elin Olofsson**, Utvecklingschef Digitala Medier, ÖstersundsTidningar



**Michael Praetorius**, Leitung Online, Antenne Bayern



**Peter Schatz**, Mitglied der Verlagsleitung, Verlag Neue-Wirtschaftsbrieft



**Tobias Schiwiek**, Co-Founder, simfy GmbH



**Dr. Gunther Schunk**, Leiter Kommunikation und Corporate Marketing, Vogel Business Media



**Peter Taubald**, Chefredakteur, Madsack Heimatzeitungen GmbH & Co. KG



**Adam Tinworth**, Head of Blog Development, Reed Business Information



**Tobias Trosse**, Managing Director, TVRL GmbH & Co KG



**Paul Wehberg**, Leitung Multimedia / Elektronische Medien, Medienhaus Neue Osnabrücker Zeitung\*



**Stefan Winterbauer**, Autor, Meedia



**Ralf Zosel**, Community Manager, Verlag C.H. Beck oHG\*

(\* ) angefragt

## Eckdaten

### Seminar

22.03.2010 von 13:30 bis 17:30 Uhr

### Social Media FORUM

23.03.2010 von 09:10 bis 17:30 Uhr

### Social Media FORUM – Special Fachmedien

24.03.2010 von 09:30 bis 17:00 Uhr

## Veranstaltungsort

east Hotel  
Simon-von-Utrecht-Straße 31, 20359 Hamburg  
Tel. 040 30 99 30, Fax. 040 30 993 400  
www.east-hamburg.de

## Leistungen

### Seminar

- Teilnahme am Seminar / 22.03.
- Download Vorträge
- Kaffeepause

### Social Media FORUM

- Teilnahme an der Konferenz / 23.03.
- Download Vorträge
- Kaffeepausen, Mittagessen

### Social Media FORUM – Special Fachmedien

- Teilnahme an der Konferenz / 24.03.
- Download Vorträge
- Kaffeepausen, Mittagessen

## Teilnahmekosten

	bis 24.02.10	bis 10.03.10	ab 11.03.10
Anmeldung			
<b>Seminar</b> 22.03.2010	€ 290,-	€ 340,-	€ 390,-
<b>Social Media FORUM</b> 23.03.2010	€ 590,-	€ 690,-	€ 790,-
<b>Social Media FORUM – Special Fachmedien</b> 24.03.2010	€ 590,-	€ 690,-	€ 790,-
<b>Kombi Tickets</b>			
<b>Seminar und Social Media FORUM</b> 22.03.2010 – 23.03.2010	€ 790,-	€ 890,-	€ 990,-
<b>Social Media FORUM und Social Media FORUM – Special Fachmedien</b> 23.03.2010 – 24.03.2010	€ 890,-	€ 990,-	€ 1.090,-
<b>Seminar und Social Media FORUM – Special Fachmedien</b> 22.03.2010 und 24.03.2010	€ 790,-	€ 890,-	€ 990,-
<b>Seminar, Social Media FORUM und Social Media FORUM – Special Fachmedien</b> 22.03.2010 – 24.03.2010	€ 990,-	€ 1.090,-	€ 1.190,-

Alle Preise zzgl. MwSt.