

Neue Herausforderungen

Das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem steht hinsichtlich der neuen Distributionskanäle und der Veränderungen im Rezipientenverhalten vor enormen Herausforderungen. Die Kern-Zielgruppe des öffentlich-rechtlichen Fernsehens - Zuschauer im Durchschnittsalter "50 + x" - ist zwar noch relativ stabil, doch in den anderen Zielgruppensegmenten gibt es eine empirisch nachweisbare Verschiebung zu den so genannten aktiven Internetnutzern. Für diese Rezipienten (auch gerne Prosumenten genannt) spielt Fernsehen keine große Rolle mehr. Es müssen somit langfristig neue Voraussetzungen geschaffen werden und der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss unter Berücksichtigung der technischen (Digitalisierung, Frequenzen, IPTV), rechtlichen (europaweite Regelungen), wirtschaftlichen (neue Geschäftsmodelle und Wertschöpfungsstrukturen) sowie gesellschaftlichen (neue Mediennutzungsgewohnheiten) Rahmenbedingungen offensichtlich anders positioniert werden.

Qualität und kultureller Auftrag

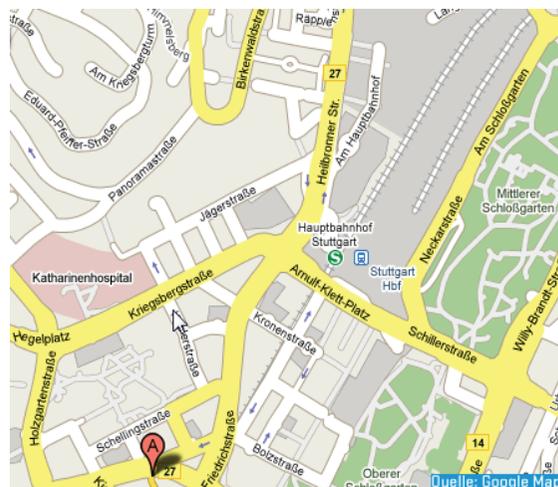
Im Rahmen des Symposiums sollen vor allem die möglichen Auswirkungen und gegebenenfalls auch Lösungsoptionen für die Entwicklung des Angebotes und der damit verbundenen Akzeptanz (wie stellen wir uns den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in 15 Jahren vor?), die Ökonomie und Nachhaltigkeit (wie sieht die Entwicklung der Finanzierungsbausteine aus, wie ist die Position zu Werbeeinnahmen?) sowie die derzeit brisante Frage nach den Funktionen und Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (welche Angebote im Internet usw.) diskutiert werden. Letztlich wird es auch um die ebenfalls gerade in der Öffentlichkeit geführte Debatte über Qualität des Fernsehangebotes und damit verbunden die Frage des kulturellen Auftrags von öffentlich-rechtlichen Angeboten gehen.

Zukunftsaussichten

Die Sender müssen sich zwangsläufig zu modernen Medienunternehmen entwickeln. Dazu benötigen sie Innovationspotenziale und organisatorische Anpassungen. Letztlich geht es in dem Symposium darum, wie ein öffentlich-rechtlicher Rundfunk der Zukunft gestaltet werden muss, da sich die Frage nach der Berechtigung und der Notwendigkeit selbstredend nicht stellt. Ein Blick über die Grenzen hinweg (z. B. nach Großbritannien) verdeutlicht, dass es gesellschaftlich vertretbare und kulturell wie ökonomisch sinnvolle Lösungen gibt. Mit dem Symposium soll dazu beigetragen werden, die konkreten Schwachstellen, aber auch die Stärken des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu analysieren und aus der Komplexität der zweifellos vielfältigen Zusammenhänge konkrete Handlungsoptionen für die Zukunft des dualen Rundfunksystems zu generieren.

Um sich zum Media Business Symposium 2009 anzumelden, besuchen Sie bitte unsere Internetseite www.hdm-stuttgart.de/mbs/anmeldung oder senden Sie uns ein Fax (0711/25706300) oder eine e-Mail (info@imb-online.net).

Anmeldeschluss ist der 03. Februar 2009.



Fußweg vom Bahnhof:

Den Hauptbahnhof Richtung Königsstraße verlassen und dieser Einkaufsmeile rund 500 Meter folgen. Den Königsbau auf dem Schlossplatz passieren und direkt nach der Buchhandlung rechts abbiegen. Von dort aus ist das Haus der Wirtschaft mit seiner grünen Kuppel bereits sichtbar. Nach 100 Metern die Theodor-Heuss-Straße überqueren zum Wirtschaftsministerium sowie zum Haus der Wirtschaft.

Anschrift:

Haus der Wirtschaft Baden-Württemberg
Willi-Bleicher-Str. 19
70174 Stuttgart



Media Business Symposium

Medienzukunft und öffentlich-rechtlicher Rundfunk?
Plädoyer für eine Qualitäts- und Vielfaltsdiskussion



05. und 06. Februar 2009
Haus der Wirtschaft Stuttgart

Veranstalter:

Prof. Dr. Mike Friedrichsen
Hochschule der Medien Stuttgart
Institute for Media Business

Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg
Referat 26 - Telekommunikation, Medien und Wissensgesellschaft

Donnerstag, der 05. Februar 2009:

18.00 Uhr	Einlass und Willkommenstrunk im Foyer
18.30 Uhr	Begrüßung Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg (Frau Monika Mundkowsky-Bek) Hochschule der Medien (Rektor Prof. Dr. Alexander Roos) Institute for Media Business (Prof. Dr. Mike Friedrichsen)
19.00 Uhr	Podiumsdiskussion ARD und ZDF im Zeitalter der Digitalisierung. Medienzukunft und öffentlich-rechtlicher Rundfunk Podiumsteilnehmer: Dr. Michael Zeiss (SWR Chefredakteur Fernsehen) Jürgen Doetz (Präsident des Verbandes Privater Rundfunk und Telemedien) Thomas Langheinrich (Präsident der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg) Werner D`Inka (Mit-Herausgeber Frankfurter Allgemeine Zeitung) Hans Joachim Otto (Vorsitzender des Ausschusses für Kultur und Medien des Deutschen Bundestages) Rebecca Harms (Mitglied des Ausschusses für Industrie, Forschung und Energie des Europäischen Parlaments) Moderation: Prof. Dr. Johannes Ludwig (HAW Hamburg)
21.00 Uhr	Ausklang und Networking mit Livemusik am kleinen Buffet im Foyer



Freitag, der 06. Februar 2009:

09.00 Uhr	Einlass und Begrüßungskaffee im Foyer
09.30 Uhr	Begrüßung Stadt Stuttgart (Bürgermeisterin Dr. Susanne Eisenmann) Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg (Ministerialdirektor Dr. Hans Freudenberg) HdM/Institute for Media Business (Prof. Dr. Mike Friedrichsen)
10.00 Uhr	Programmangebot und Akzeptanz - Wo steht das öffentlich-rechtliche System in 10/15 Jahren? 1) Prof. Jens Wendland, Berlin: Integrations- und Kulturauftrag und journalistische Unabhängig- keit 2) Prof. Dr. Hardy Gundlach, Hamburg: Öffentliche Aufgabe & Public Value im Cyber Space? 3) Dr. Jan B. Rittaler, Stuttgart: Ausdifferenzierung der Medienpräferenzen und Verspartung des Sendeangebots: Chance oder Risiko für das Duale System? 4) Prof. Dr. Mike Friedrichsen, Stuttgart und Prof. Dr. Wolfgang Mühl-Benninghaus, Berlin: ARD und ZDF ohne jugendliche Zuschauer?
11.30 Uhr	Kaffeepause
11.45 Uhr	Ökonomie, Nachhaltigkeit und Akzeptanz 1) Prof. Dr. Johannes Ludwig, Hamburg: Kosten sind nicht gleich Kosten. Über das Zusammenspiel von Gebührenautomatismus, Kostenexplosion und Akzeptanz 2) Hans Lutz, Stuttgart: Reichweitendruck der Werbung auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und andere Gefahren

Freitag, der 06. Februar 2009:

	3) Steffen Wuth, Wiesbaden: Die Entwicklung neuer Distributionskanäle und Implikationen für Refinanzierungsmodelle 4) Stefan Jenzowsky, Hamburg: Die Zukunft der interaktiven Medienwelt – neue Geschäfts- modelle im Internet?
13.15 Uhr	Mittagspause
14.30 Uhr	Transparenz und Akzeptanz: Zur Kommunika- tionskultur der Öffentlich-Rechtlichen 1) Dr. Jörg-Uwe Nieland, Duisburg: Programmbeschwerden – wie man mit seinen Kunden nicht umgehen sollte 2) Dr. Sabine Pamperrien, Berlin: Wie ARD & ZDF ihre eigenen Affären thematisieren 3) Marvin Oppong, Bonn: Warum ein Journalist den WDR verklagt
16.00 Uhr	Kaffeepause
16.15 Uhr	Abschlussdiskussion mit allen Referentinnen und Referenten
17.15 Uhr	Fazit und Verabschiedung Ende des Symposiums
	Bitte vormerken: Das nächste Media Business Symposium wird am 25. und 26. Juni 2009 stattfinden. Weitere Informationen finden Sie demnächst auf der Homepage des Media Business Symposiums.