



Was will die Generation Internet wirklich? Communities – das mediale Lagerfeuer

2. Mai 2011

Im Rahmen des Stuttgarter Medienkongresses diskutieren und präsentieren Experten der Medienbranche zusammen mit den Digital Natives neue Geschäftsmodelle und zukunftsstarke Strategien für die Einbindung von sozialen Netzwerken in die aktuellen Medienangebote. Der Kongress richtet sich an alle Medienschaffenden aus den Bereichen Radio, Fernsehen, Verlage, Agenturen, Produzenten sowie an Hochschulen und Institutionen.

Erfahren und diskutieren Sie beim 2. Stuttgarter Medienkongress:

- Wie Medien mit ihren Nutzern kommunizieren und was die Digital Natives erwarten
- Wie die Digital Natives die derzeitigen Angebote beurteilen
- Wie Geschäftsmodelle mit Hilfe von sozialen Netzwerken weiter entwickelt werden können
- Wie sich Communities für das Monitoring nutzen lassen
- Welche Rolle „Empfehlungen“ der Nutzer spielen und wie sie Marken stärken können

Programmhilights:

- **Podiumsdiskussion: „Brennen Medienunternehmen für Social Media?“**
Teilnehmer: Peter Bieber (Student und Digital Native), Wolfgang Gushurst (DASDING), Jürgen Hopfgartner (MTV), Kristian Kropp (bigFM), Thomas Langheinrich (LFK), Sven Markschläger (VZnet Netzwerke)
- **Panel I – Transparenz / Datenschutz:** Wem gehört mein „Digitales Ich?“
- **Panel II – Social Media Praktiker:** Geht der Berg zum Propheten?
- **Panel III – Neue Geschäftsmodelle:** Kann man mit der Community Geld verdienen?
- **Panel IV – Empfehlungsmarketing:** Die digitale Tupperware Party?
- **Networking-Plattform:** Abendempfang mit Sounds (Michael Kraft)

Frühbucherrabat bei Anmeldung bis 8.4.2011 unter: www.stuttgarter-medienkongress.de

Der Medienkongress ist Teil der Veranstaltungsreihe „Kreativraum Stuttgart 2011“, initiiert von der Landeshauptstadt Stuttgart und der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH.



Veranstaltungsort: GENO-Haus Stuttgart, Heilbronner Straße 41, 70191 Stuttgart

Organisiert von

Mit freundlicher Unterstützung von



STUTTGART



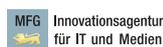
KabelBW
Einfach clever.



APFELTVKONTOR
Consulting Concept Connection



KLETT GRUPPE



VSZV
Verband Südwestdeutscher Zahnärzte e.V.

VPRA
Verband Privater Anwaltskanzleien Baden-Württemberg e.V.

Programm 2. Mai 2011

- ab 09.30 h **Get-Together** und Registrierung der Teilnehmer
Sounds: Michael Kraft
- Tagesmoderation:**
Franziska Roth, Qualifikationsprogramm Moderation,
Hochschule der Medien Stuttgart
- 10.30 h **Begrüßung**
Thomas Langheinrich
Präsident Landesanstalt für Kommunikation
- 10.45 h **Eingangsfilm** von Studierenden
der Hochschule der Medien Stuttgart
„Social Communities und die Digital Natives“
- 11.00 h **Keynote**
Jürgen Hopfgartner,
Senior Vice President Strategy,
Interactive & Operations, MTV Nordeuropa
- 11.30 h **Podiumsdiskussion**
**„Brennen Medienunternehmen
für Social Media?“**
Peter Bieber (Student und Digital Native)
Dr. Wolfgang Gushurst,
Programmchef DASDING
Jürgen Hopfgartner,
Senior Vice President Strategy,
Interactive & Operations, MTV Nordeuropa
Kristian Kropp,
Geschäftsführer, bigFM PPG S.W. GmbH / RPR1.
Rheinland-Pfälzische Rundfunk GmbH & Co. KG
Thomas Langheinrich,
Präsident Landesanstalt für Kommunikation
Sven Markschläger
Chief Marketing Officer, VZnet Netzwerke
Thomas Brackvogel*
Geschäftsführer,
Neue Pressegesellschaft mbH & Co.KG
(Südwest Presse)
Moderation:
Prof. Stephan Ferdinand,
Hochschule der Medien Stuttgart
- 12.30 h **Mittagspause und Networking**
Sounds: Michael Kraft
- 13.30 h **Panels I und II** (parallel)
Panel I: Transparenz / Datenschutz
Panel II: Social Media Praktiker
- 14.30 h **Kaffeepause**
- 15.00 h **Panels III und IV** (parallel)
Panel III: Neue Geschäftsmodelle
Panel IV: Empfehlungsmarketing
- 16.00 h **„Wollen wir das wirklich?“ –
Die Digital Natives ziehen Bilanz**
Abschlussdiskussion mit Referenten
und Teilnehmern
Moderation:
Franziska Roth, Qualifikationsprogramm Moderation,
Hochschule der Medien Stuttgart
- 16.30 h **Ausklang und Stehempfang**

Panel I: TRANSPARENZ / DATENSCHUTZ

Wem gehört mein „Digitales Ich?“

Leitung:

Prof. Dr. Michael Müller,
Hochschule der Medien Stuttgart

Best Cases:

- › Andreas Schuller,
Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft
und Organisation (IAO)
- › Prof. Dr. Lucia Reisch,
Zeppelin University Friedrichshafen

Panel II: SOCIAL MEDIA PRAKTIKER

Geht der Berg zum Propheten?

Leitung:

Prof. Dr. Thorsten Quandt,
Universität Hohenheim

Best Cases:

- › Stefan Scheurer,
Portalleiter swr3.de
- › Tobias Köhler,
„Brezel Me“, Stuttgarter Zeitung

Panel III: NEUE GESCHÄFTSMODELLE

Kann man mit der Community Geld verdienen?

Leitung:

Peter James,
Popbüro Stuttgart

Best Cases:

- › Robert Drakogiannakis,
Angelika Express
- › Prof. Harald Eichsteller*,
Hochschule der Medien Stuttgart

Panel IV: EMPFEHLUNGSMARKETING

Die digitale Tupperware Party?

Leitung:

Prof. Dr. Boris Kühnle,
Hochschule der Medien Stuttgart

Best Cases:

- › Marc Hiller,
MairDumont
- › Peter Ambrozy
edelight GmbH

*angefragt

Verbindliche Anmeldung - Faxformular

Datum: 2. Mai 2011, 9.30h - 18.00h

Veranstaltungsort: GENO-Haus Stuttgart, Heilbronner Straße 41, 70191 Stuttgart

Name: _____

Vorname: _____

Firma: _____

Straße: _____

PLZ, Ort: _____ (bitte Rechnungsadresse angeben)

E-Mail: _____

Telefon: _____

Fax: _____

Preis regulär: 125,- € zzgl. MwSt. pro Ticket

Frühbucherpreis bei Anmeldung bis 31. März 2011: 95,- € zzgl. MwSt. pro Ticket

Ich nehme am Stuttgarter Medienkongress teil.

Datum, Ort

Unterschrift

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bitte senden Sie die verbindliche Anmeldung bis **20. April 2011** an Fax: **0711/66 99 1-11**.

Sie erhalten eine Bestätigung sowie weiterführende Informationen zum Kongress und zu den Zahlungsmodalitäten.

Oder registrieren Sie sich online unter: www.stuttgarter-medienkongress.de