

## #Krassmedial: Medienarbeit heute und morgen

im ver.di Bildungs- und Begegnungszentrum »Clara Sahlberg«  
10. bis 12. Juni 2016

ver.di

Der Durchmarsch des Internets hat weite Bereiche unserer Technologie- und Medienwirtschaft umgepflügt und auch die Arbeit von Medienschaffenden massiv verändert. Medienarbeit findet heute parallel im audiovisuellen, im Print- sowie im Online-Bereich statt – die neuen Vertriebswege sind Apps und das Internet. Klassische Finanzierungsformen hingegen funktionieren nicht mehr reibungslos und erfordern neue Geschäftsmodelle. In einigen Bereichen verschwimmen die Grenzen zwischen Journalismus und PR zunehmend.

Welche Trends sind für die Zukunft erkennbar? Was machen diese Trends mit den Berufsfeldern im Bereich Medien und den Arbeitsanforderungen an Medienschaffende? Und wie wirken sich diese Entwicklungen auf unsere Medienlandschaft insgesamt und die Rolle des Journalismus im Speziellen aus? In diese und andere Fragen bietet die Tagung Einblick – für etablierte Medienschaffende genauso wie für den interessierten journalistischen Nachwuchs. In Vorträgen und Workshops sollen gemeinsam Zusammenhänge und Lösungen erörtert werden.

In Kooperation mit



im ver.di FB8

*Hinweis:* Die Seminarteilnahme ist für ver.di-Mitglieder kostenfrei. Reisekosten werden nicht erstattet.

Freitag, 10. Juni 2016

18.00 Uhr Abendessen

19.00 Uhr bis 21.00 Uhr **Begrüßung**  
Michael Walter, *Leiter der Bildungsstätte »Clara Sahlberg«*  
Karl-Heinz Grieger, *Tagungsleitung*

### Einführungsvortrag

#### **Alles digital, alles neu? Wie haben sich Medienberufe und Arbeitsfelder verändert?**

Die Veränderungen in der Medienwelt gehen auch an den Medienschaffenden nicht vorbei. Arbeitsfelder haben sich ebenso massiv gewandelt wie die beruflichen Anforderungen. Dabei sorgt die anhaltende rasante technische Entwicklung für immer kürzere Halbwertszeiten einmal erworbener Kenntnisse sowie für wachsende technische Ansprüche. Was genau hat sich verändert? Welchen Anforderungen müssen Medienschaffende heute gerecht werden? Und wie sehen die Perspektiven aus?

Dr. Leif Kramp, *Universität Bremen, Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung*

Samstag, 11. Juni 2016

9.00 Uhr bis  
15.00 Uhr

### Vorträge und Diskussion im Plenum (inkl. Mittagpause)

#### **In der Twitter-Welt: Zwischen Live-Berichterstattung und Recherche**

Schaut man auf die Nutzerzahlen und die Reichweiten, kann Twitter nicht mit Facebook mithalten. Doch für zahlreiche Journalistinnen und Journalisten, Politikerinnen und Politiker und andere Multiplikatorinnen und Multiplikatoren ist Twitter das Kommunikationsmedium schlechthin. Doch wie genau funktioniert Twitter? Wie kommentiert man Events und Ereignisse live? Und wie lässt sich Twitter als journalistisches Recherchetool einsetzen?

Christina Quast, *Twitter-Trainerin*

#### **Komplett vernetzte audiovisuelle Medienproduktionen: Wie funktioniert »krassmedial« heute?**

Crossmedial heißt heute nicht mehr nur, Fernsehen, Hörfunk und Online zu verbinden, sondern Inhalte auch technologieübergreifend anzubieten und zu vermarkten. Neben klassische TV- und Radioausstrahlungen treten Webkampagnen, Apps für Smartphone und Tablet bringen die Inhalte auf zusätzliche Verbreitungswege, interdisziplinäre Teams arbeiten zusammen. Kurzum: Alles ist mit allem vernetzt. Ein multimedialer Einstieg in die Medienproduktion der Zukunft.

Tanja Schmoller, *Gebrüder Beetz Filmproduktion*

#### **Multi-Channel-Networks: Die Professionalisierung des YouTube-Kosmos**

Längst hat YouTube das Amateurstadium hinter sich gelassen und versammelt Abertausende von professionellen YouTubern auf seiner Plattform. Die Social Media-Stars von heute werden dabei über spezialisierte Vermarktungsfirmen professionell betreut und aufgebaut. Was sind Multi-Channel-Networks und welche Relevanz haben sie als die neuen Medienunternehmen? Mit wem arbeiten sie und welches Businessmodell steckt dahinter? Wie funktioniert die Vermarktung von Social Media-Stars?

Stephan Schilling, *DIVIMOVE GmbH*

15.00 Uhr bis  
18.00 Uhr

### Speed Labs

#### **Netzwerke als Geschäftsmodell: Wie vermarkten sich Medienschaffende heute?**

In Zeiten abnehmender Festanstellungen und zunehmender Solo-Selbstständigkeit organisieren sich immer mehr Kreative in Netzwerken. Dort können sie ihr Know-how – von der Erstellung journalistischer Inhalte über die Gestaltung bis hin zur Programmierung – gebündelt anbieten. Wie genau funktioniert das? Und worauf müssen Medienschaffende dabei achten?

Regina Wallner, *IBF Institut Berufs- und Innovationsforschung Medien e.V. in Kooperation mit der Filmuniversität Babelsberg Konrad Wolf*

#### **Gesponserte Blogs und Marken-Berichterstattung: Was machen »Content Creator«?**

Viele Bloggerinnen und Blogger, die von ihrer Arbeit leben, setzen auch auf gesponserte Inhalte. Zahlreiche Unternehmen investieren massiv in eine persönliche und vornehmlich authentische Berichterstattung über Produkte und Marken, z.B. in Form von Erfahrungsberichten. Wie arbeiten diese „Content Creator“? Und wie verändern sie unsere Medienlandschaft?

Miriam Natalie Ihring, *Lifestyle-Bloggerin, www.alabastermaedchen.de*

#### **Im Bann der Games: Medienangebote rund um Computerspiele**

In der öffentlichen Wahrnehmung fristen Games noch immer ein Nischendasein. Dabei sind die Umsätze der Branche gigantisch. »Let's Play«-Angebote, bei denen man Computerspielern auf Videostreaming-Portalen live beim Spielen zusehen kann, jagen die Klickzahlen durch die Decke. Auf Games spezialisierte Online-Plattformen sind ein erfolgreiches Geschäftsmodell. Welche Inhalte finden die Nutzerinnen und Nutzer dort vor? Warum sind diese so erfolgreich? Und können andere Medienschaffende davon etwas lernen?

Jörg Luibl, *Chefredakteur 4players.de*

#### **Micropayment-Systeme: Die Zukunft der Journalismusfinanzierung?**

Jeder Cent zählt: Wenn es um »Paid Content« im Internet geht, sind Micropayment-Systeme ein unverzichtbares Angebot. Sie bieten Anbietern die Möglichkeit, mit ihren Inhalten Geld zu verdienen, ohne von den Nutzerinnen und Nutzern Abonnements zu verlangen. Bezahlt wird, was geklickt wird. Wie genau aber funktioniert Micropayment? Rentiert sich diese Art der Finanzierung? Und für welche Anbieter ist es geeignet?

Christian Hasselbring, *LaterPay, Head of Business Development*

Sonntag, 12. Juni 2016

9.00 Uhr bis  
10.30 Uhr

**Vortrag und Diskussion**

**Der Rundfunkbeitrag: Garant für unabhängige Information**

In Zeiten wegbrechender klassischer journalistischer Geschäftsmodelle, in denen neue Vertriebs- und Erlösformen nur schwer in Gang kommen, wächst die Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks: von Bürgerinnen und Bürgern finanziert, mit einem klar definierten Programmauftrag. Warum ist der Rundfunkbeitrag so wichtig? Und welche Vorteile hat er gegenüber den privatwirtschaftlich organisierten Medien?

Brigitte Baetz, *Medienjournalistin, Grimme- und Otto-Brenner-Preisträgerin*

10.30 Uhr bis  
12.00 Uhr

**Berichterstattung aus den Speed Labs**

**Zusammenfassung, Denkanstöße und Schlussfolgerungen**

Uli Janßen, *dju-Bundesvorsitzender*



Anmeldung

6. MEDIENTAGE 2016

BE 03 160610 11

#Krasmedial: Medienarbeit heute und morgen

10. bis 12. Juni 2016

Vorname, Nachname

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Telefon

Mobil

E-Mail-Adresse

Beruf/Branche

ver.di-Mitglied:  ja  nein (bitte ankreuzen)

Andere Gewerkschaft:

Online-Anmeldung: [www.bit.ly/medientage2016](http://www.bit.ly/medientage2016)

Hiermit melde ich mich verbindlich an zu den  
»6. MEDIENTAGEN 2016«:

Unterschrift

Bitte leserlich ausfüllen und per Post an

**ver.di Bildungs- und Begegnungszentrums »Clara Sahlberg«**

Koblanckstraße 10, 14109 Berlin

oder per Fax an: 030 806713-560

Ansprechpartnerin: Manja Vogt, Telefon: 030 806713-515

E-Mail: [manja.vogt@verdi.de](mailto:manja.vogt@verdi.de)

[www.bbz.verdi.de](http://www.bbz.verdi.de)