

Journalism Reloaded

Was Journalisten in Zukunft können müssen



Das Programm

Tag 1: 4. Juli, 14 bis 19 Uhr - Expertenkolloquium

Vorträge

Key Note: Chefredakteur mit 5.000 Followern - wie sich der Zeitungsjournalismus verändert
Christian Lindner, Chefredakteur Rhein-Zeitung

Medienwandel und Nutzerverhalten in digitalen Zeiten

Prof. Dr. Michael Haller, Wissenschaftlicher Direktor des Instituts für Praktische Journalismusforschung

Alte und neue Geschäftsmodelle in der Netzwerkökonomie

Christian Hoffmeister, Geschäftsführer Bulletproof Media

Informatik und Medientechnik - Treiber des digitalen Wandels

Peter Schink, Geschäftsführer Doppelstern - Agentur für digitale Zukunft

Thesen zur Nachwuchsrekrutierung und Personalentwicklung in Medienunternehmen

Jens Schröter, Leiter Burda Journalistenschule

Thesenartige Zusammenfassung der LSoM-Masterarbeit

„Journalism Reloaded – kompetent in die Zukunft“

Alexandra Stark (Studienleiterin MAZ - die Schweizer Journalistenschule; Autorin der Masterarbeit)

Kurz-Präsentationen weiterer Ergebnisse aus diversen Masterarbeiten des Studiengangs NMJ

Fragen an die Referenten, Diskussion - Moderation: Michael Geffken (LSoM)

Tag 2: 5. Juli, 9.30 bis 16 Uhr - Workshops und Abschlussdiskussion

Vortrag (09.30 - 10:00 Uhr)

Anforderungen an zukünftige Journalisten

Wolfgang Blau, Chefredakteur ZEIT ONLINE

Workshops (10.00 - 13:00 Uhr)

- Workshop 1:** **Neue Kanäle, neue Medieninhalte – neue Anforderungen an die journalistische Kompetenz?**
In diesem Workshop geht es um Fähigkeiten und Fertigkeiten auf dem Gebiet der journalistischen Kernkompetenzen; hier einige der zu diskutierenden Fragen:
Welche Rolle spielt in der Zukunft die Recherche-Kompetenz?
Schreiben für Google?
Was ist eigentlich ‚Digital Storytelling‘?
Leitung des Workshops: Prof. Dr. Michael Haller, Kai Voigtländer (AfP Hamburg)
- Workshop 2:** **Wie viel Technik- und Programmierkompetenz benötigen Journalisten heute?**
In diesem Workshop geht es um Fähigkeiten und Fertigkeiten auf den Feldern ‚Medientechnik‘ und ‚Informatik‘; hier einige der zu diskutierenden Fragen:
Wie viele Kanäle muss ein Journalist technisch beherrschen?
Brauchen wir Spezialisten oder Generalisten?
Muss ein Journalist programmieren können?
Leitung des Workshops: Peter Schink, Elisabeth Wasserbauer (Kuratorium für Journalistenausbildung, Salzburg)
- Workshop 3:** **Wird der Journalist in Zukunft zum Vermarkter seiner Inhalte?**
In diesem Workshop geht es um die Frage, wie das Zusammenspiel von Content und Vermarktung in zukünftigen Medienangeboten aussieht; hier einige der zu diskutierenden Fragen:
Welche neuen Aufgaben kommen auf die Redaktionen zu?
Wo verläuft bei digitalen Medienangeboten die Trennlinie zwischen Content und Vermarktung?
Wo sind die Schnittstellen, wer bedient sie?
Leitung des Workshops: Christian Hoffmeister, Michael Geffken
- Workshop 4:** **Change-Management für Medienunternehmen**
In diesem Workshop geht es um die praktischen Probleme bei der Bewältigung des digitalen Wandels in den Medienhäusern; hier einige der zu diskutierenden Fragen:
Wie nimmt man die Mitarbeiter mit auf dem Weg in die Crossmedialität?
Welche Aus- und Weiterbildungsaktivitäten sind sinnvoll?
Über 50 - keine Chance mehr für Digital Immigrants?
Leitung des Workshops: Günther Hörbst (Stellvertretender Chefredakteur Weser Kurier), Alexandra Stark
- Workshop 5:** **Personalentwicklung für Medienunternehmen**
In diesem Workshop geht es um die Frage, welche Rolle die Personalentwicklung für die Zukunftssicherung der Medienunternehmen spielt; hier einige der zu diskutierenden Fragen:
Der ‚War for Talents‘ in der Medienbranche – Gerücht oder Realität?
Weiterbildung als Element des Personalmarketings

Keine Chancen mehr für Quereinsteiger? Welche Ausbildungswege Medienunternehmen heute brauchen

Leitung des Workshops: Jens Schröter (Hubert Burda Media)

Workshop 6:

Katastrophen und andere Skandale

In diesem Workshop geht es um die Frage, wie Journalisten in Zukunft mit Themenfeldern wie (persönlichen) Tragödien, Kriegs- und Katastrophenberichterstattung oder Verbrechenberichterstattung umgehen sollen; hier einige der zu diskutierenden Fragen:

Skandalisierung ohne Ende?

Täterverherrlichung oder Opferschutz?

Persönlichkeitsrechte in digitalen Zeiten

Leitung des Workshops: Dr. Jochen Kalka (Chefredakteur W&V), Prof. Dr.

Marlis Prinzing Studiengangleiterin Journalistik Köln | MHMK

Workshop 7:

Dudelfunk und mehr

In diesem Workshop geht es um die Frage, wie der (digitale) Hörfunk der Zukunft aussehen kann. Wird auch er von Playlists und Musikfarben beherrscht? Oder bietet die Digitalisierung die Möglichkeit, wieder mehr anspruchsvolle und informationshaltige Sendungen für spezifischere Zielgruppen auszustrahlen? Hier einige der zu diskutierenden Fragen:

Welche Inhalte für welche Zielgruppen?

Musik: massenkompatibel oder ganz speziell?

Wie viel Wortanteil muss – oder darf – sein?

Leitung des Workshops: Christian Bollert (Geschäftsführer detektor.fm),

Matthias Montag Programmdirektor BCS Broadcast Sachsen GmbH

Workshop Spezial:

Zukunftsperspektiven Tageszeitung

In diesem Workshop geht es um die spezielle Situation der lokalen und regionalen Tageszeitungen - speziell in Regionen mit geringer Bevölkerungsdichte und/oder geringer Kaufkraft; hier einige der zu diskutierenden Fragen:

Riesige Berichtsgebiete, ausgedünnte Redaktionen – wie ist dieser Widerspruch zu bewältigen?

Besondere Mentalitäten, besonderer Journalismus?

Wie erreicht man ältere, wenig online-affine Zielgruppen mit digitalen Angeboten?

Leitung des Workshops: Paul-Josef Raue (Chefredakteur Thüringer Allgemeine),

Holger Herzberg (Leiter LVZ-Online)

Abschlußrunde (14.00 - 16:00 Uhr)

Vorstellung und Diskussion der Workshop-Ergebnisse

Konstitution einer Arbeitsgruppe zur Ausarbeitung der ‚Leipziger Deklaration zur Aus- und Weiterbildung von Journalisten‘

Die Konferenz wird ermöglicht durch:

Medienstiftung der Sparkasse Leipzig



Weitere Unterstützer:

BULLETPROOF MEDIA



Weitere Partner: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, DIE ZEIT, Fernseh Akademie Mitteldeutschland, Georg von Holtzbrinck-Schule für Wirtschaftsjournalisten, Institut für Praktische Journalismusforschung Leipzig, Doppelstern - Agentur für digitale Zukunft, Mitteldeutscher Presseclub, VDZ Akademie **Kooperationspartner:** Akademie für Publizistik (AFP) Hamburg, Kuratorium für Journalistenausbildung (KfJ) Salzburg, MAZ - Die Schweizer Journalistenschule **Medienpartner:** W&V, Message - Internationale Fachzeitschrift für Journalismus