

ConventionCamp 2011 – Themen und Referenten

Sie haben Interesse an einem Gespräch mit einem unserer Referenten? Gern vermitteln wir ein telefonisches oder schriftliches Interview – vorab oder persönlich auf dem ConventionCamp am 8. November 2011.

Alternative Bewegtbildszene Deutschland

(Markus Hündgen; Blinkenlichten Produktionen GmbH & Co. KG; Journalist und Videopunk)

Markus Hündgen spricht über die alternative Bewegtbildszene Deutschlands.

Vita: Markus Hündgen bloggt auf videopunks.de und ist für die Blinkenlichten Produktionen in Düsseldorf tätig. Unter anderem arbeitet er dort als Redakteur für das Format "Elektrischer Reporter" des ZDF. Er ist Mit-Initiator und -Gründer der Deutschen Webvideotage, in dessen Rahmen jährlich der Deutsche Webvideopreis verliehen wird. Er ist Dozent u.a. an der ARD-ZDF-Medienakademie sowie am International Institute for Journalism (GIZ). Gelernt hat Markus Hündgen sein journalistisches Handwerk zunächst bei der WAZ Mediengruppe. Dort war er zuletzt Ressortleiter Video beim Online-Ableger DerWesten.

www.videopunks.de

Tags: Social Media, Medienzukunft, Zukunftsjournalismus, Trends

Content X.0: Die Zukunft der Medien - die nächsten 3-5 Jahre: Alptraum oder Nirvana?

(Gerd Leonhard; CH/USA; TheFutureAgency; Blogger und Futurist)

Das Internet wird in atemberaubender Weise global, mobil, sozial, location-based und cross-medial. Welche Geschäftsmodelle werden für Verlage, Labels, Produzenten und allgemein für Content-Anbieter sowie deren Partner in den nächsten 3-5 Jahren erfolgreich sein? Welche Szenarien sind wahrscheinlich, und worauf muss die Content-Industrie in diesem radikalen Wandel am meisten achten? Und was ist mit den Urhebern, Kreativen und Produzenten, in dieser Zukunft? Gerd Leonhard wird wegweisende Beispiele aus globaler und lokaler Sicht vorstellen, die wichtigsten Megatrends darlegen, und einige provokative Wild-Cards zu diesen Themen präsentieren.

Vita: Das Wall Street Journal bezeichnet Gerd Leonhard als „einen der führenden Medienfuturisten der Welt". Leonhard bereist die ganze Welt und hält Reden und Seminare zu Themen wie der Zukunft des Business, der Medien, von Content und Entertainment, Technologie, Marketing, Werbung und Branding, Telekommunikation und Kultur. Er gilt unter anderem als ein führender Experte in Themen wie sozialen Medien, E-Commerce, Fernsehen/Video und Mobiler Content. Sein Fokus sind zukunftsweisende Strategien für digitale Inhalte sowie die Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen für die Content- und Kommunikationsindustrien.

www.mediafuturist.com

Tags: Social Media, Medienzukunft, Digital Business

Zitat: „Alles was digital sein kann, wird digital und damit 100% kopierbar: Musik, Filme, TV, Bücher, Games. Es geht also um neue Werte / added values die Einnahmen erzeugen: Erlebnisse verkaufen, nicht einfach einen Download!“

Die IBM Social Media Guidelines – Evolution, Theorie & Praxis

(Marco Schrader; IBM Deutschland; Vertriebsleiter IBM Collaboration Solutions Mittelstandskunden)

Social Media hat in der IBM viel erlebt und bewegt. Marco Schrader beschreibt den Weg von ersten Nerd-Tools und Experimentierumgebungen bis hin zum heutigen Mission-critical-Status und dem Aufgehen in kommerziellen Produkten.

Vita: Marco Schrader verfügt über weitreichende Erfahrungen im Software-Vertrieb und in der Lizenzberatung. Bei IBM war er zunächst Key Account Manager und ist heute Sales Manager für Social Business und Collaboration Solutions. Für seinen Vortrag kann er unter anderem auch auf die jüngsten Erfahrungen mit dem IBM Social Business JamCamp zurückgreifen.

Tags: Digital Business, Online-Marketing, Social Media

Die lokale (R)evolution

(Ben Broshi; Deutsche Telekom Medien; Vice President New Markets)

Die lokale Dimension steht im Fokus, wenn Ben Broshi über das Business der Zukunft spricht. Seine Erfahrungen, Einschätzungen und seine Antworten auf die Herausforderung der klassischen Suchanbieter sind die Eckpfeiler seines interaktiven Vortrages.

Vita: Heute als Vice President New Markets bei Deutsche Telekom Medien tätig, besetzte Ben Broshi etliche Stationen im Bereich Kommunikation, Strategie und nicht zuletzt auch und insbesondere Internet – an PC, Mobil oder am TV. Yellow pages, Search, digitales Radio und interaktives TV sind seine wichtigsten Themenfelder.

www.xing.com/profile/Ben_Broshi

Tags: Medienzukunft, Digital Business

Don't believe the hype – zur inoffiziellen Zukunft der digitalen Gesundheit

(Dr. Stephan Sigrist; CH; W.I.R.E (Web for interdisciplinary Research & Expertise); Leiter des Think Tanks W.I.R.E)

Mobiler Patient, elektronische Gesundheits-Akten, Medikamenten- und Vital-Wert-Manager? Soviel ist bekannt – das kann man sich vorstellen. Dr. Stephan Sigrist blickt mit seinen Kollegen des W.I.R.E., Think Tank der renommierten ETH Zürich, über bekannte Ideen hinaus und gibt auf dem ConventionCamp einen Einblick in den Stand der Wissenschaftsdiskussion und seinen Ausblick in die Zukunft von E-Health.

Vita: Er ist Leiter des Think Tanks W.I.R.E. der Bank Sarasin und des Collegium Helveticum, der transdisziplinären Forschungsstelle von ETH und Universität Zürich. Der Forschungsschwerpunkt von W.I.R.E. betrifft Entwicklungen und Trends in den Bereichen Lifesciences, Wirtschaft und Gesellschaft. Stephan Sigrist hat zum Thema „Wandel im Gesundheitswesen: strategische Ausrichtung der Pharmabranche“ promoviert und beschäftigt

sich seit mehreren Jahren mit Entwicklungen in den Bereichen Pharma /Biotechnologie, Gesundheit und Food sowie mit generellen Makro-Trends in Wirtschaft und Gesellschaft.

www.thewire.ch

Tags: eHealth, Science

Future Internet – Smart world: Was kommt? Was geht?

(Dr. Michael Kempe; Technische Universität Braunschweig; Lehrbeauftragter für das Fach Internet-Marketing und Prof. Dr. Andreas Rausch; Technische Universität Clausthal; Leiter Lehrstuhl für Software Systems Engineering und Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann; Leibniz Universität Hannover; Leiter des Instituts für Marketing und Management)

"Smart" ist das Buzzword der letzten Jahre: Smart-World, -Cities, -Universities, -Consumers & -Marketers. Vertreter aus Wissenschaft und Praxis stellen neue Konzepte und Ideen vor und diskutieren zukünftige Formen des menschlichen Zusammenlebens und wirtschaftlicher Austauschprozesse in einer internetgetriebenen Welt. Von Seiten der Wissenschaft nehmen Forscher und Forscherinnen unterschiedlicher Universitäten (Braunschweig, Clausthal, Göttingen, Münster und Hannover) teil und diskutieren gemeinsam mit Praxisvertretern (aus Produktion, Marketing und Vertrieb) die Relevanz, Potenziale und Herausforderungen dieser "Smart"-Ansätze und -Ideen.

Vita Dr. Michael Kempe

Dr. Kempe ist Habilitand am Institut für Marketing der Technischen Universität Braunschweig und seit 2011 Dozent für das Fach „Internet-Marketing“ an der Universität Wien und der Universität Hildesheim. Zuvor promovierte er zum Dr. rer. pol. über „Ungeplante Käufe im Internet“. Studiert hat Kempe von 1995 bis 2001 Wirtschaftsingenieurwesen und Elektrotechnik an der Technischen Universität Braunschweig.

Vita Prof. Dr. Andreas Rausch

Prof. Dr. Andreas Rausch leitet den Lehrstuhl für Software Systems Engineering am Institut für Informatik und ist nebenamtlicher Vizepräsident für Informationsmanagement und Infrastruktur der Technischen Universität Clausthal. Zuvor leitete er den Lehrstuhl für Software-Architektur an der TU Kaiserslautern. Prof. Dr. Andreas Rausch ist der Projektleiter der Entwicklung des V-Modell XT, der Entwicklungsstandard für IT-Systeme des Bundes. Neben seinen Forschungsaktivitäten war er im Rahmen industrieller Softwareprojekte an der Entwicklung von großen, verteilten Systemen maßgeblich beteiligt. Er ist einer der vier Gründer und Gesellschafter des Software- und Beratungsunternehmens 4Soft GmbH, München.

Vita Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann

Univ.-Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann ist ordentlicher Professor für Marketing und Management sowie Direktor des Instituts für Marketing & Management an der Leibniz Universität Hannover. Er ist darüber hinaus Deutschlanddirektor des Reputation Institute, New York et al., stellvertretender Vorsitzender der Academy of Global Business Advancement (AGBA) sowie offizieller Gastprofessor an der Henley Business School, Henley, University of Reading, UK. Neben der universitären Tätigkeit liegt eine mehrjährige Erfahrung in den Bereichen Unternehmensberatung, Top-Management-Coaching sowie Management von Verbänden und

Public Private Partnerships vor, die ihren Ausdruck in der Übernahme unterschiedlicher Führungspositionen gefunden hat. Letzteres etwa auch innerhalb mehrerer Aufsichtsgremien – z.B. als Aufsichtsratsvorsitzender des Bundes Türkischer und Europäischer Unternehmen (BTEU) oder als Aufsichtsratsvorsitzender der WOB AG, eine der führenden B-to-B-Markenagenturen in Deutschland.

www.m2.uni-hannover.de

Tags: Digitale Gesellschaft

HR-Management im Web-2.0-Zeitalter

(Prof. Peter Wippermann; Trendbüro; Trendforscher, Initiator Deutscher Trendtag)

Prof. Wippermann spricht über die Veränderungen in Unternehmenskulturen und im HR-Management durch digitale Medien, Diskrepanz zwischen Anspruch und Wirklichkeit und zwischen Visionen und Restriktionen. Eine seiner Thesen: „Die Qualität des Lebens sowie die Produktivität von Arbeit wird in der Netzwerkgesellschaft steigen. Die Kraft des Strukturwandels entsteht nicht durch digitale Technologien, sondern durch die eigenen Sehnsüchte nach persönlicher Freiheit, Zugehörigkeit, Flexibilität sowie wirtschaftlicher Effizienz. Die dramatische Reduzierung der Kosten für die Kommunikation durch neue mobile Informationstechnologien und Personal Media ermöglichen eine Alltagswelt, die wesentlich mehr dezentralisierte Organisationsformen mit sich bringen wird.“

Vita: 1992 gründete Wippermann gemeinsam mit Matthias Horx das Trendbüro Hamburg. Seit 1993 ist er Professor für Editorial Design an der Folkwang Universität Essen. Wippermann gilt als einer der führenden Trendforscher in Deutschland. Er versucht „Marktchancen aufzuzeigen, die aus den Sehnsüchten einer Gesellschaft resultieren“. Der Begriff „Ich-AG“ wird ihm zugeschrieben.

www.peterwippermann.com

Tags: Enterprise 2.0, HR 2.0, Trends

Zitat: *"Ein Blick ins Kinderzimmer reicht, um sich die Arbeitswelt von Morgen vorzustellen."*

Ich glaub mein XING twittert

(Oliver Gassner; carpe.com communicate!; Inhaber)

Twitter, XING, G+, Facebook, E-Mail, RSS, Weblogs – man kennt sich ja nicht mehr aus. Anhand der Verknüpfung seiner XING-Aktivitäten mit anderen Kanälen gibt Oliver Gassner einen Überblick über Strategie und Taktik, Synergien und Wechselbeziehungen zwischen bestehenden Kanälen, zeigt Tricks und gibt Tipps zum effizienten Social Media-Einsatz.

Vita: Oliver Gassner ist Social-Web-Konzepter, Blog-Trainer, Social-Media- & XING-Coach. Mit seiner Firma carpe.com communicate! bietet er Kommunikationsberatung und Dienstleistungen für das Social Web und Coaching für effizientes Arbeiten in der Informations- und Wissensgesellschaft an.

Tags: Social Media, Enterprise 2.0, Online-Marketing, Digital Business

Ihr werdet Euch noch wünschen, wir wären politikverdrossen

(Sebastian Heinel; IG Bürger für Baden_Württemberg e.V.; Pressesprecher für Stuttgart21; Prof. Dr. Helmut Scherer; Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung Hannover; Professor für Kommunikations- und Medienwissenschaft; Malte Spitz; BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN; Mitglied im sechsköpfigen Bundesvorstand; Richard Gutjahr; Bayerischer Rundfunk; Journalist)

Trägt das Web 2.0 zur Politisierung und zur Demokratisierung der Gesellschaft bei? Wie reagieren Politiker, Verbände und die Medien auf die Tatsache, dass die ehemals ‚schwache Meinung‘ von Einzelnen in der Masse so stark ist? Gutjahr, Spitz und Scherer greifen das vielbesprochene Zitat von Max Wende auf und moderieren einen kritischen Jahresrückblick auf die großen „Netz“-Revolutionen vom arabischen Frühling bis Stuttgart 21.

Vita Richard Gutjahr

Richard Gutjahr ist Absolvent der Deutschen Journalistenschule in München und hat an der Ludwig-Maximilians-Universität Politik und Kommunikationswissenschaft studiert. Heute ist Gutjahr Mitarbeiter der Chefredaktion des Bayerischen Fernsehens, arbeitet als Reporter und moderiert die Rundschau. In seiner wöchentlichen Print-Kolumne für die Münchner Abendzeitung schreibt er über das digitale Leben. Für seine Reportage-Reihe zu den Hartz-Reformen wurde er mit dem „Ernst-Schneider-Preis“ ausgezeichnet.

www.gutjahr.biz

Vita Malte Spitz

Malte Spitz ist seit 2006 Mitglied im Bundesvorstand von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN. Zuvor war er Politischer Bundesgeschäftsführer der GRÜNEN JUGEND. Im Mittelpunkt seiner Aktivitäten stehen die Themen Bürgerrechte und Neue Medien. Malte Spitz studiert Politikwissenschaft und ist Mitglied im Netzwerk Neue Medien und im Chaos Computer Club.

www.malte-spitz.de

Vita Prof. Dr. Helmut Scherer

Prof. Dr. Helmut Scherer ist seit 1999 Professor für Kommunikations- und Medienwissenschaft am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung und Mitglied in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Außerdem ist er unter anderem Mitglied der International Communication Association (ICA).

www.ijk.hmt-hannover.de

Tags: Digitale Gesellschaft, Politik, Social Media, Zukunftsjournalismus

Language on the web: it's like normal writing, only more so

(Ed Yeoman; UK; TheWriter; Writer and Trainer)

How much love do you give your words on the web? They need a lot, because they have an important job to do: They must get people's attention, and then keep it. But all too often jargon, buzzwords and formal language get in the way. Or the writing will be inconsistent – the homepage sounds good, but dig deeper and the writing loses its bite. Or worst of all, the writing just hasn't been thought about at all. We'll look at some businesses and brands that get their

writing right, and some that get it very wrong. In fact we'll look at the most common crimes that companies and individuals commit in writing. And how to avoid them.

Vita: Ed came to The Writer after two and a half years in integrated marketing (he's still not sure what that means), where he wrote for Lynx, New Look, Mates and 3M. Now he spends most of his time writing about phones and talking about how there aren't enough Pret A Mangers in London. He's got a degree in history, a passing interest in facial hair, and his motto is 'if it isn't surrounded by bread, it's not lunch'.

www.thewriter.co.uk/

Tags: Online-Marketing, Social Media, Zukunftsjournalismus

Leader in the Digital Age: Lernen vom LIDA-Award Gewinner 2011 - Vineet Najar

(Dr. Willms Buhse; doubleYUU; Social Media-Experte und Unternehmensgründer)

Wer heute Führungsverantwortung trägt, lebt in aufregenden Zeiten. Die globale Netzkultur prägt Wettbewerb und Gesellschaft – und damit die Menschen, die in Unternehmen arbeiten oder irgendwann einmal dort arbeiten sollen. Zugleich eröffnet sie Unternehmen die Chance, selbst dynamischer und kreativer zu werden, kluge Köpfe neu zu begeistern und das Beste aus den Menschen herauszuholen, die dort arbeiten. Das gelingt allerdings nur, wenn auch im Unternehmen Werte wie Offenheit, Transparenz, Interaktion, Partizipation und Agilität, wie sie auch das Netz prägen, gelebt werden. Veraltete Führungskonzepte, die lediglich auf Macht und Hierarchie, nicht auf Kompetenz oder der Fähigkeit, andere zu überzeugen, fußen, stoßen an ihre Grenzen. Erfolgreiche Leader müssen nicht befehlen. Sie definieren zwar strategische Ziele, aber inspirieren auch und schaffen ein Umfeld, das Kreativität, Inspiration und Innovation fördert. Der Gewinner des LIDA-Awards 2011, Vineet Nayar, CEO vom indischen IT-Riesen HCL, stellt sich der Herausforderung, mit seinem service- und innovationsorientierten Unternehmen im globalen Wettbewerb eine führende Position einzunehmen. Mit originellen, fast schon radikalen Methoden mobilisiert er die Mitarbeiter und sein Managementteam. Hinter dem Prinzip: „Mitarbeiter zuerst“ verbergen sich die drei Säulen der neuen Enterprise 2.0-Managementstrategie: Transparenz, Offenheit und Kommunikation innerhalb des Unternehmens. Gelebt in offenen 360°-Feedbacks, einem Ticketsystem, der Vertrauensbezahlung mit Innovationsbonus und Mitarbeitergremien zur Mitbestimmung erreicht Vineet eine Vertrauensbasis im Unternehmen, die sich in Dollar und Cent beweist.

Vita Die Erfahrungen, die Buhse als Internet-Pionier gesammelt hat, gibt er heute als Berater an CEOs und Vorstände weiter. Dazwischen liegen Universitätsabschlüsse als Diplom-Ingenieur und Diplom-Ökonom, seine Promotion über die Internet-Musikwirtschaft, die Gründung einer marktführenden Internetfirma für Bertelsmann in New York und sein neues Unternehmen doubleYUU. Buhse steckt Menschen und Unternehmen mit seiner Begeisterung an. Ob in der Geschäftsleitung bei CoreMedia (einer Beteiligung der Deutschen Telekom), als Internet-Scout bei Bertelsmann, als Berater bei Roland Berger & Partner oder in der Technologieentwicklung bei Reemtsma. Oder heute als Bestseller-Autor, Moderator, Berater. Er versteht es, Menschen bei der Entwicklung von Ideen zu helfen und Innovationen zu wagen – immer mit viel Kreativität und Humor im Gepäck. Mit dem Anspruch, Informationen leidenschaftlich in Szene zu setzen,

ist er auch seit über zehn Jahren ein gefragter Redner. Und das nicht nur in Deutschland: San Francisco, Los Angeles, Seoul, Hongkong, Cannes, Barcelona – Buhse hat auf dem Globus schon einige hunderttausend Zuhörer mit seinen Ideen und Einblicken begeistert. Wirtschaft und Wissenschaft gehören zu seinen Fans. Er hält Vorträge in Harvard, am Massachusetts Institute of Technology (MIT) und an deutschen Elite-Universitäten in Berlin, München oder Hamburg.

www.doubleyuu.com/

Tags: Digital Business, Enterprise 2.0, Digitale Gesellschaft

Media-Risk-Clinic: Haftungsrisiken im (New) Media Business unter der Lupe

(Philipp Locher; exali GmbH; Account Management)

Urheberrechtsverletzungen beim Bloggen, Marketing-Kampagnen, die völlig aus dem Ruder laufen, oder Fehler in der Druckvorstufe: Die Liste von Fails im New- und Social Media-Bereich ist lang. In der Media-Risk-Clinic nimmt Philipp Locher typische Haftungsrisiken von Bloggern, Journalisten, Textern, Fotografen und Agenturen unter die Lupe. Anhand von aktuellen Schadensfällen aus der Praxis zeigt er, welche Fehler passieren können – und was in punkto Absicherung wirklich zählt. Im Mittelpunkt steht die interaktive Session: Philipp Locher steht Rede und Antwort und zeigt Lösungsmöglichkeiten auf. Dabei soll Klarheit in den Haftungsdschungel gebracht werden und Absicherungsmöglichkeiten echter oder hypothetischer Schadensfälle erarbeitet werden.

Vita: Philipp Locher ist seit 2010 Account- und Projekt-Manager bei exali, dem Versicherungsportal für Dienstleister und freie Berufe. www.exali.de bietet neben bedarfsgerechtem Versicherungsschutz für IT-Freelancer und Dienstleister auch spezielle Angebote für die berufliche Absicherung von freien Medienschaffenden und Consultants. Zuvor war Locher bei Patrizia Investmentmanagement GmbH und bei Fujitsu Siemens Computers, Augsburg als Werksstudent tätig.

www.exali.de

Tags: Digital Business

Menschen für die neue Welt

(Dr. Hendric Hallay, Volkswagen Aktiengesellschaft; Leiter Carsharing der Marke Volkswagen und Uwe Tschischak, Volkswagen Financial Services AG, Leiter Mobilitätskonzepte)

„Smart Mobility – Impulse für nachhaltige Mobilitätskonzepte der Zukunft“ und „Smart Cities – Impulse für nachhaltige metropole Infrastrukturen“ sind die Kernthemen des offenen Initialworkshops. Das zentrale Projekt „Menschen für die neue Welt“ startet mit Berichten und Impulsvorträgen. So eröffnet Wolfgang Müller-Pietralla, Leiter Zukunftsforschung und Trendtransfer beim Volkswagen Konzern, mit seiner Keynote „Mixed Mobility – Mixed Realities“ die Diskussion über die Mobilität der Zukunft. Dr. Hendric Hallay, Leiter Carsharing der Marke Volkswagen, stellt vernetzte Mobilitätskonzepte anhand des Carsharing-Projekts ‚Quicar‘ vor, das Volkswagen im November als Pilotprojekt in Hannover startet. Uwe Tschischak, Leiter Mobilitätskonzepte bei der Volkswagen Financial Services AG, berichtet von innovativen und

flexiblen Mobilitätskonzepten der näheren Zukunft. Dazu gehören die Integration von mobilen Onlinediensten, alternativen Antriebstechnologien sowie Fahrzeugnutzungsmodellen mit Laufzeiten unterhalb des klassischen Automobileasings bis hin zur minutengenauen Taktung. Diskutiert werden Fragen wie wie wollen Bewohner großer Städte zukünftig mobil sein und wie sieht es mit der Nachhaltigkeit aus? Wichtigstes Projekt-Element ist der Initialworkshop, der auf dem ConventionCamp in Form eines ‚World Café‘ angeboten wird. Mit dieser Workshopmethode können die Teilnehmer gemeinsam Ideen für konkrete Projektansätze entwickeln. Ein ‚World-Café‘ bringt Menschen in ein konstruktives Gespräch und ruft binnen kurzer Zeit Wissen und Ideen einer großen Gruppe ab. Neue Perspektiven, Denkweisen und Handlungsoptionen entwickeln sich, bis zu fünf Projektgruppen können sich bilden. Die Gruppen entwickeln die Ideen übers Jahr weiter und präsentieren die Ergebnisse als Publikation auf dem nächsten ConventionCamp, am 27. November 2012. Unterstützt durch eine gemeinsame Infrastruktur im Web 2.0, regelmäßige Treffen in der realen Welt und eine gemeinsame Außenkommunikation arbeiten die Gruppen an konkreten Lösungen. Im Fokus stehen immer die Umsetzungschancen einer Projektidee in der Region rund um die niedersächsische Landeshauptstadt.

Vita Dr. Hendric Hallay

Dr. Hendric Hallay kam 2003 zum Volkswagen Konzern. Hier verantwortete der promovierte Wirtschaftswissenschaftler zunächst das Markenmanagement und die Markenstrategie der Volkswagen AG. Anschließend führte er das Markenmanagement und die Markenstrategie der Marke Volkswagen. Seit Anfang dieses Jahres leitet Hallay das Carsharing-Projekt Quicar der Marke Volkswagen.

www.volkswagen.de

Vita Uwe Tschischak

Uwe Tschischak ist seit 1996 im Volkswagen Konzern beschäftigt. Stationen bei mehreren Konzerngesellschaften führten ihn 2003 zur Volkswagen Financial Services AG, wo der studierte Germanist und BWLER seit 2009 den Bereich Mobilitätskonzepte leitet.

www.volkswagen.de

Tags: Digital Business, Digitale Gesellschaft, eMobility, Smart City

Mind the Future

(Dr. Stephan Sigrist; CH; W.I.R.E. (Web for Interdisciplinary Reseach & Expertise); Leiter des Think Tanks W.I.R.E.; Frank B. Sonder; foresee™ GmbH; Gründer und Managing Partner)

In einer ganz besonderen Session werden sie die Teilnehmer des ConventionCamps 2011 in ein interaktives Konzept verwickeln und schaffen neuen Raum. Das Thema: Anregen. Denken. Verstören. Die Mittel: Unorthodox. Begeisternd. Interaktiv.

Vita Dr. Stephan Sigrist

Er ist Leiter des Think Tanks W.I.R.E. der Bank Sarasin und des Collegium Helveticum, der transdisziplinären Forschungsstelle von ETH und Universität Zürich. Der Forschungsschwerpunkt von W.I.R.E. betrifft Entwicklungen und Trends in den Bereichen Lifesciences, Wirtschaft und Gesellschaft. Stephan Sigrist hat zum Thema „Wandel im

Gesundheitswesen: strategische Ausrichtung der Pharmabranche“ promoviert und beschäftigt sich seit mehreren Jahren mit Entwicklungen in den Bereichen Pharma /Biotechnologie, Gesundheit und Food sowie mit generellen Makro-Trends in Wirtschaft und Gesellschaft.

www.thewire.ch

Vita Frank Sonder

Frank Sonder hat sich mit der Firma *foresee*™ einen Namen mit Multitouch und interaktiven Tischen gemacht. Sie entwickeln interaktive Konzepte und Produkte an der Schnittstelle von Mensch, Design und Technologie. Er berät internationale Unternehmen darin, wie sie technologischen Herausforderungen begegnen und den Menschen dabei im Auge behalten - jenseits von Hardwarekult, technischen Gimmicks oder Me-too-Strategien. Er war Initiator und Kopf des International Institute for Inspiration and Formation (IIIF) und unterstützt heute als Beirat den schweizerischen Think Tank W.I.R.E.

<http://blog.foresee.biz/>

Tags: Digitale Gesellschaft, Trends

Mixed Mobility – Mixed Realities

(Wolfgang Müller-Pietralla; Volkswagen Aktiengesellschaft; Leiter Zukunftsforschung und Trendtransfer)

Wolfgang Müller-Pietralla, Leiter Zukunftsforschung und Trendtransfer beim Volkswagen Konzern, eröffnet mit seiner Keynote „Mixed Mobility – Mixed Realities“ die Diskussion über die Mobilität der Zukunft und damit das zentrale Projekt „Menschen für die neue Welt“. „Smart Mobility – Impulse für nachhaltige Mobilitätskonzepte der Zukunft“ und „Smart Cities – Impulse für nachhaltige metropole Infrastrukturen“ sind die Kernthemen dieses offenen Initialworkshops.

Vita: Wolfgang Müller-Pietralla (50) ist seit 1992 beim Volkswagen Konzern. Der Diplom-Biologe leitet hier in der Volkswagen Konzernforschung seit 2002 die Abteilung Zukunftsforschung und Trendtransfer. Darüber hinaus hat Müller-Pietralla einen Lehrauftrag an der Freien Universität Berlin im Masterstudiengang Zukunftsforschung.

Tags: Digitale Gesellschaft, eMobility, Smart City

Mobile Markets – Insights and Visions

(Pere Torrents; Softonic; Head of Mobile)

Pere Torrents gibt als Head of Mobile von Softonic Einblicke in aktuelle Mobil-, mobile web- und app- Strategien und berichtet über innovative Produkte und Technologien.

Vita: As Head of Mobile at Softonic, Pere is in charge of coordinating the company's mobile strategy in three areas: web, mobile web, and smartphone applications. His work is focused on scouting out and analyzing new trends in mobile technology, as well as ensuring that users are able to quickly and easily find the best application for their devices and their needs. Since 2001, and previous to joining the team at Softonic, Pere held various positions of responsibility in other companies related to mobile entertainment. He earned an undergraduate degree in Economics from the University of Barcelona and pursued postgraduate studies in International Trade and EC Affairs through a program offered by the Spanish Ministry of Foreign Affairs and Patronat

Català ProEuropa. Pere is a diehard fan of all forms of digital entertainment, from video games to eBooks, mobile devices, and tablets. "I want to help users discover and enjoy the very best applications for their particular mobile devices, even if what's perfect for them may not be what everyone is downloading at the moment and finding the right app for them means hunting and pecking among everything that's out there".

Tags: Digital Business, Trends

Mobilitätskonzepte für Menschen und Güter

(Dr. Martin Weiser; Volkswagen AG; Konzernforschung; Prof. Bernd Müller; Jade Hochschule/Amt für Verkehrs- und Straßenbau der Stadt Oldenburg und Hendrik Janke; Hellmann Worldwide Logistics; Business Process Management; Prof. Dr. Susanne Boll; Universität Oldenburg; Professorin für Medieninformatik und Multimedia-Systeme)

Die Globalisierung und Digitalisierung sind treibende Faktoren in Bezug auf neue Mobilitäts- und Verkehrskonzepte. Für zukünftige Lösungen spielen Effizienz ökonomischer und ökologischer Einsatz von Ressourcen eine große Rolle. Welche Herausforderung bringt eine durch und durch mobile Welt: lokal, regional und global? Am Beispiel der Stadt Oldenburg werden in diesem Panel die zukünftigen Aufgaben des Mobilitätsmanagements in der städtischen Verkehrspolitik thematisiert. Aus Sicht der Volkswagen Konzernforschung sowie des weltweit agierenden Logistikunternehmens Hellmann werden die Chancen und Herausforderungen im Bereich der Mobilität von Menschen und Gütern über verschiedene Verkehrsmittel hinweg diskutiert. Das Panel stellt sich im Anschluss der Diskussion über neue Mobilitätskonzepte und Instrumente, die für ein modernes Mobilitätsmanagement nötig sind oder noch benötigt werden. Panelteilnehmer Dr. Martin Weiser beschäftigt sich mit der Mobilität von Menschen in Fahrzeugen und Intermodalem Verkehr. Hendrik Janke präsentiert neue Logistikkonzepte und Prof. Dr. Bernd Müller stellt die Frage: Vom Verkehrsplaner zum mobility manager, was bewegt die Oldenburger?

Vita Dr. Martin Weiser

Martin Weiser ist Ingenieur für Elektrotechnik und promovierte 1999 an der TU Braunschweig. Nach einigen Jahren in der Luftfahrtindustrie wurde er 2002 Mitarbeiter der Marke Volkswagen PKW. Er war dort für die Elektronik Vor- und Konzeptentwicklung verantwortlich. 2006 wechselte er in die Zukunftsforschung der Volkswagen AG. Seit 2008 leitet er die Abteilung Fahrerinformationssysteme der Konzernforschung. Im Zentrum der Arbeiten dort steht die zukünftige Vernetzung aller Verkehrsteilnehmer untereinander und mit dem Internet. Daraus folgen einerseits Funktionen zur Verbesserung der Verkehrssicherheit und -effizienz sowie Funktionen, die das Verhalten der Mediennutzung im Fahrzeug maßgeblich beeinflussen werden.

Vita Prof. Bernd Müller

Professor Müller studierte Bauingenieurwesen an der Technischen Universität Braunschweig und war danach als Referendar/Assessor beim Niedersächsischen Landesamt für Straßenbau.

Nach Tätigkeiten als Projektingenieur und Professor an der Jade-Fachhochschule in Oldenburg ist er seit 2008 Amtsleiter für Verkehr und Straßenbau in Oldenburg und Lehrbeauftragter an der Jade-Fachhochschule in Oldenburg.

Vita Hendrik Janke

Hendrik Janke ist Dipl. Wirtschaftsingenieur und seit 7 Jahren in der Logistikbranche bei Hellmann Worldwide Logistik (zuvor freiberufliche Beratung). Bei Hellmann verantwortet Hendrik Janke die Leitung Process Services Road, er ist verantwortlich für Veränderungsprojekte (Softwareentwicklung und Process Reengineering) im Bereich Landverkehre in Europa.

Vita Prof. Dr. Susanne Boll

Prof. Dr. Susanne Boll ist Professorin für Medieninformatik und Multimedia-Systeme im Department für Informatik der Universität Oldenburg. In der Lehre bietet Frau Boll Lehrveranstaltungen wie Internet-Technologien, Medienverarbeitung sowie Seminare, Projektgruppen, Master-Arbeiten und Diplomarbeiten in Themen rund ihre Forschungs- und Projektarbeiten an. Die Forschungsgebiete von Frau Boll sind Semantisches Retrieval von digitalen Medien, Intelligente Nutzungsschnittstellen und Mobile Multimedia-Systeme und -Anwendungen.

medien.informatik.uni-oldenburg.de/personen/susanne_boll/

Tags: Digitale Gesellschaft, eMobility

Mobility 2.0

(Benjamin Kirschner; flinc AG; Gründer und Leiter Marketing/PR)

finc ist ein internetbasiertes System, das auf PC und iPhone (Android in Vorbereitung) läuft und auch in Navigation integriert ist. Es analysiert Fahrtrouten in Echtzeit und bringt Autofahrer plus potenzielle Mitfahrer schnell und vollautomatisch zusammen. Umständliche Abstimmungsprozesse und das Vereinbaren von Treffpunkten entfallen.

Vita: Benjamin Kirschner hat die flinc AG im Mai 2010 mitgegründet. Heute leitet er das Business Development Team und ist für die Bereiche Marketing und PR verantwortlich. Benjamin Kirschner beendete sein Studium 2009 mit dem Abschluss Media System Designer (FH) an der Hochschule Darmstadt.

www.finc.org

Tags: Digitale Gesellschaft, eMobility, Smart City

Paid Content Strategien – Zukunftspfad oder Irrweg?!

(Dr. Peter Hogenkamp; CH; NZZ-Mediengruppe; Leiter Digitale Medien und Enrique Tarragona; ZEIT ONLINE GmbH; Leiter Produktmanagement)

Laufen die Zeitungen schon wieder in die falsche Richtung? Mit ihrer Gratisstrategie haben die Verlage im Web vieles falsch gemacht. Mit iPad & Co. und mit einer Paywall-Strategie soll das nun alles korrigiert werden. Stimmt die neue Richtung, oder sind wir schon wieder auf dem falschen Weg? Hogenkamp und Tarragona stellen sich dieser Diskussion und stellen in einem kurzen Impulsvortrag ihre Antworten und Strategien zur Verlagszukunft vor. Beide greifen dabei auf ihre jüngsten Erfahrungen der Einführungen der NZZ- und ZEIT-Apps zurück.

Vita Dr. Peter Hogenkamp

Seit 2010 Leiter Digitale Medien NZZ-Mediengruppe. Geboren 1968 in Detmold, Nordrhein-Westfalen. Studium Informationsmanagement an der Universität St. Gallen, Promotion über Benutzerfreundlichkeit von Online-Banking. 1998 erster vollamtlicher Geschäftsführer des Vereins HSG Alumni. 2000 Gründung der Zeix AG, Agentur für Usability und User Education, und 2006 der Blogwerk AG, Online-Verlag und Agentur für Social Media.

<http://blog.hogenkamp.com>

Vita Enrique Tarragona

Tarragona ist seit 2008 Leiter Produktmanagement und seit 2010 außerdem Mitglied der Geschäftsleitung bei ZEIT ONLINE. In dieser Position ist er verantwortlich für die Refinanzierung der Webseite über die verschiedenen Geschäftsmodelle, zu denen neben Werbung, Rubrikenmärkten und E-Commerce auch das Thema E-Publishing bzw. Paid Content gehört.

www.zeit.de

Tags: Digital Business, Medienzukunft

Resümee – 4 Jahre Social Media

(Ibrahim Evsan; Fliplife; Vordenker für Social Media und Gründer von sevenload und United Prototype)

Millionen Menschen schaffen sich durch ihre sozialen Netzwerke eine real-fiktive Umgebung, die für viele zur zweiten Heimat wird. Themen wie Social Games und Crowdsourcing mischen sich in die Netzwerke, erweitern diese zu Online-Erlebnis und -Arbeitswelten. Social Media ist erwachsen geworden. Aber sind wir, also die Nutzer, selbst schon reif für diese Entwicklung? Wie schaffen wir es, diesem gewaltigen Paradigmenwechsel gerecht zu werden?

Vita: Ibrahim Evsan zählt zu den führenden Köpfen in der Entwicklung von Social Media und Web-Anwendungen. Evsan gründete 2006 mit sevenload eines der erfolgreichsten deutschen Start-Ups. Als begeisterter Networker mit einem feinen Gespür für Trends entwickelt er zur Zeit das Online Game "Fliplife". In seiner Funktion als Vordenker für das Internet behandelt er in seinem neuen Buch "Der Fixierungscode" Themen wie Microblogging, Online-Reputation und die Gefahren, die uns durch digitale Supermächte drohen. Ein besonderes Anliegen ist es ihm, den Internet-Standort Deutschland im weltweiten Vergleich wettbewerbsfähig zu machen.

www.ibrahimevsan.de

Tags: Digital Business, Social Gaming

Zitat: *"Wir erleben heute eine ganz neue, ungemein vielschichtige Art der Kommunikation. Social Media führt dabei nicht nur zur Entstehung von Kommunikations-Layern, wir laufen auch Gefahr, einem regelrechten Social Media Burnout zu erliegen. Damit müssen wir schnellstens umzugehen lernen."*

Smart Augmented Production: Produkte mit Gedächtnis – Maschinen mit Verstand

(Reinhard Karger; Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz)

KI/“smarte Technologie“ trifft Industrial Automation: Wie wird in der Zukunft produziert? Welche Rolle spielt das Internet in diesen Konzepten? Welche Chancen/Risiken stecken da drin? Was wird das für uns (alle) bedeuten? Welche Menschen und Fähigkeiten werden dafür benötigt? Was ist die konkrete Vision für 2020 + x?

Vita: Reinhard Karger, M.A., ist ausgebildet als theoretischer Linguist, arbeitete 1989 als Werkstudent für IBM, ab 1991 als Assistent am Lehrstuhl Computerlinguistik der Universität des Saarlandes, seit 1993 bis heute für das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) in Saarbrücken. Reinhard Karger war Pressesprecher, Projekt- und Präsentationsmanager des weltgrößten Sprachtechnologieprojekts „Verbomobil: Multilinguale Verarbeitung von Spontansprache“ (gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung, BMBF, 1993-2000). Seit 2000 ist er Leiter Unternehmenskommunikation des DFKI; ab 2001 zusätzlich Leiter des Deutschen Demonstrationszentrums für Sprachtechnologie im DFKI. Er ist Mitglied des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher (BdP) und seit 2011 Unternehmenssprecher des DFKI. Daneben moderiert Reinhard Karger den lab talk der CeBIT, das Forum Mobile Roboter und Autonome Systeme der Hannover Messe, die RoboNight der HTW Saarbrücken, den Sommerdialog der Saarlandbotschafter, Festveranstaltungen für SAP AG oder die Dillinger Hütte, Symposien von acatech, Workshops der ESA oder Preisverleihungen des BMWi.

http://www.xing.com/profile/Reinhard_Karger

Tags: Smart Life

Smarter Sales – interaktive Welten am Point of Sales

(Jörg Abrolat; MasterCard Europe; New Business Development und Bernd Hagemeister; visionate group; Geschäftsführer)

Multitouch-Oberflächen, RFID-Scanner und augmented Reality – diese und andere smarte Technologien sind die Basis für die interaktiven Verkaufs- und Eventräume der Zukunft. Schon heute zeigen exklusive Ausstellungen, Flagship-Stores und moderne Sales Center, wohin die Reise geht und wie Kunden und Brands Informationen bedarfsgerechter, interaktiver und emotionaler austauschen. Hagemeister und Abrolat zeigen auf dem ConventionCamp modernste Pilotprojekte und geben einen Ausblick auf die interaktive, smarte Welt zum Anfassen.

Vita Jörg Abrolat

Abrolat verfügt über weitreichende Erfahrung im Business Development. Vor seiner Zeit bei MasterCard war er als IT-Consultant tätig und Partner bei GREEEL Green Elefants. Seit 2007 war er zunächst Key Accounter und ist heute im New Business Development bei MasterCard.

www.mastercard.com

Vita Bernd Hagemeister

1996 gründete er mit Partnern die Multimediaagentur Macina. 2003 wurde daraus macina interactive media. Mit wachsendem Erfolg und zunehmenden Aufträgen entwickelte sich auch

die Firma weiter. Hagemeyer, Becker und Germershausen gründeten daraus die visionate group. Bis heute ist er Managing Director bei der visionate Group in Hannover.

www.visionate.com

Tags: Branding, Digital Business, Trends

Social Media Marketing im Agenturalltag – Schaufenster war gestern

(Patrick Wassel; Faktor 3 AG; Leiter Bereich Digital)

Alle reden drüber, aber wo sind die Erfolge und wo die Erfolgsrezepte? Was hat sich durch "Social" geändert im Agenturalltag? Was muss sich noch ändern? Eine rassistische Headline und ein emotionales Bild haben Werbung lange geprägt und den Alltag der Werbeschaffenden bestimmt. Dann kamen Websites und Banner, zu Headline und Bild wurde Technik dazu addiert, ein wenig Architektur und fertig war die Laube. What`s next? Wie motivieren wir Menschen zum Mitmachen? Wie sorgen wir dafür, dass das, was unsere Freunde und Fans da machen, irgendeinen Sinn hat? Wir, das bist DU, der AD in spe, der Entwickler, der Kundenberater, der Planer, wir alle, die mit Werbung unser Geld verdienen wollen. Patrick Wassel, Leiter Digital Faktor 3 AG, hat einen Case von Tourism Australia im Gepäck und freut sich auf viele Fragen und noch mehr Diskussionen.

Vita: Patrick Wassel leitet seit September 2010 den Bereich „Digital“ bei der Kommunikationsagentur Faktor 3. Die Spezialisten Unit bündelt bei Faktor 3 alle digitalen Kompetenzen und bietet diese eigenständig und gemeinsam mit den PR-Branchenteams am Markt an. Innovative Ansätze und Technologien aus dem Bereich Social Media Marketing und Mobile integriert mit reichenweitenstarken PR-Ansätzen im B2C und B2B Umfeld bilden den Schwerpunkt. Wassel ist seit November 2009 stellvertretender Vorsitzender der Fachgruppe Social Media. Er hat hier u.a. eine allgemeingültige Verhaltensrichtlinie für Werbetreibende im Social Media Space (sog. Code of Ethics) auf den Weg gebracht und tritt regelmäßig als Referent auf. Als Student der Universität Bayreuth hat er die Gründungsphase des branchenübergreifenden Kundenbindungsprogramms Payback begleitet.

www.faktor3.de/

Tags: Social Business

Technoviking-Archiv

(Matthias Fritsch; Medienkünstler)

Matthias Fritschs filmische Arbeiten kreisen um Fragen von Autorschaft und Eigentum, die im Zusammenhang mit offenen Distributionswegen im Internet eine neue Konjunktur erleben. Fritsch spürt Potenzial und Grenzen der damit verbundenen kulturellen Praktiken nach, indem er sich in sie hinein begibt. Folgerichtig nutzt der Künstler auch andere Plattformen und Kanäle für seine Arbeiten als den Kunstkontext. In den letzten Jahren entwickelten Internet User aus einem Film des Künstlers die Kultfigur Technoviking mit über 30 Millionen Clicks und mehr als 3000 Videoreaktionen auf Youtube. Auf dem Convention Camp wird Matthias Fritsch eine

Auswahl von bizarren, Netz-generierten User-Reaktionen zeigen, die sich auf sein populäres Internet-Mem beziehen.

Vita: Matthias Fritsch lebt und arbeitet in Berlin. Er hat an der Universität Karlsruhe Media Art studiert und am Bard College in New York State in den USA Film, Fine Art and Curating.

www.technoviking.tv

Tags: Medienzukunft

Zukunftsgerüchte - Science Fiction oder Antizipation?

(Frank Schätzing; SciFi-Autor (u.a. Der Schwarm, Limit, Lautlos))

Science-Fiction-Autoren haben vor Jahrzehnten beschrieben, was wir heute Wirklichkeit nennen. Wir wollen wissen: Was denkt einer der Top-Autoren der SciFi-Szene jetzt über unsere Zukunft? Frank Schätzing ist unser Special Guest beim ConventionCamp 2011. In einem lockeren Talk mit dem Autor werden wir diese und andere Fragen stellen und Einblick in eine andere Perspektive auf die Zukunft bekommen. Frank Schätzing wird einen Filmbeitrag zeigen und nach der Session für Autogramme oder Buchsignierungen zur Verfügung stehen.

Vita: 1957 in Köln geboren, studierte Frank Schätzing Kommunikationswissenschaften, ging als Texter in die Werbung und gründete mit Freunden die Kölner Werbeagentur Intevi. Er veröffentlichte unter anderem den historischen Roman „Tod und Teufel“ und den Bestsellerroman „Lautlos“, ein politischer Thriller über den Weltwirtschaftsgipfel 1999. Im Frühjahr 2004 folgte sein Roman „Der Schwarm“. Das Buch hat seit Erscheinen eine Gesamtauflage von 3,8 Millionen Exemplaren erreicht und wurde in 27 Sprachen übersetzt. Die Filmrechte wurden von Hollywood erworben (Uma Thurman sowie Ica & Michael Souvignier). 2004 erhielt Frank Schätzing den Corine-Preis und 2005 den Deutschen Science-Fiction-Preis.

www.frank-schaetzing.com

Tags: Digitale Gesellschaft

Zitat: „Der beste Weg, die Zukunft vorherzusagen, ist, sie zu erfinden.“

Zukunftsjournalismus

(Ulrike Langer; D/USA; Media Digital; Journalistin)

Das Leben ist härter geworden für freie Journalisten und andere Kreative im Medienbereich. Aber auch spannender. Umso wichtiger wird es, unternehmerisch zu handeln und auch ohne Redaktionen im Rücken neue Geschäftsmodelle zur Vermarktung von Inhalten im Netz auszuprobieren. In dieser Session werden Medienschaffende und Modelle vorgestellt, die wegweisend für den Unternehmerjournalismus stehen. Die Beispiele reichen vom journalistischen Blog als Vermarktungsplattform, um die eigene Expertise auch außerhalb des Journalismus zu verkaufen, bis zu hyperlokalen Plattformen und Netzwerken.

Vita: Ihre journalistische Karriere begann sie 1989 als redaktionelle Mitarbeiterin im Bonner Büro des US-Magazins Business Week. Heute analysiert sie von Seattle aus als freie Unternehmerjournalistin vieles, was mit dem digitalen Medien- und Journalismuswandel zu tun hat. Sie gibt Seminare und Workshops, moderiert und diskutiert auf Kongressen. Zu ihren klassischen redaktionellen Auftraggebern gehören unter anderem die Fachzeitschriften Medium

Magazin und Horizont. Im Herbst 2011 veröffentlichte sie als Co-Herausgeberin und Co-Autorin das Buch "Universalcode" über den digitalen Journalismus.

www.medialdigital.de

Tags: Social Media, Zukunftsjournalismus, Digitale Gesellschaft

Zitat: „Wir befinden uns in einer revolutionären Phase der Mediengeschichte. Wahrscheinlich war es noch nie so spannend wie heute, Journalist(in) zu sein. Vorausgesetzt, man erkennt die Chancen.“

Zwischen Attraktion und Auftrag: Bewegtbild bei ndr.de/niedersachsen

(Steffen Gurr; Leiter NDR Onlineredaktion Niedersachsen)

Lustiges bei Youtube. Pleiten, Pech und Pannen bei MyVideo, wer wird Bild-Girl im Oktober? Journalistische Videos haben es bei dieser Konkurrenz im Netz noch schwer. Dennoch: Zeitungen, Radiosender, Fernsehanstalten produzieren und experimentieren. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind in einer besonderen Situation. Ihr Programmauftrag gibt die Richtung vor. Über die Fernsehredaktionen ist schon viel Material vorhanden. Trotzdem bleiben die Fragen: Welche Themen funktionieren im Netz? Welche Längen akzeptiert der Nutzer? Wie präsentieren wir die Videos?

Vita: Steffen Gurr leitet die NDR Onlineredaktion in Niedersachsen. Dort hat der NDR ein spezielles regionales Onlineprojekt mit Schwerpunkt Bewegtbild gestartet. Er ist Dozent der Hamburg Media School. Zuvor hat Steffen Gurr im NDR Fernsehen die Programmplanung und Programmentwicklung geleitet, war Planer und Chef vom Dienst der ARD Tagesthemen sowie Redakteur vom Dienst des NDR Regionalprogramms Hallo Niedersachsen.

www.ndr.de

Tags: Media Future, Zukunftsjournalismus, Onlinemedien

Pressekontakt:

Anja Floetenmeyer
Aufgesang Public Relations GmbH | prdienst.de
Mitveranstalter des ConventionCamp 2011
Braunstraße 6A
30169 Hannover

Sie haben Interesse an einem Gespräch mit einem unserer Referenten? Gern vermitteln wir ein Interview – vorab oder persönlich auf dem ConventionCamp am 8. November 2011!

Telefon: 0178 – 340 71 57 und 0511 – 923 999-25

E-Mail: floetenmeyer@prdienst.de

Web: <http://www.conventioncamp.de>