

Programm für SwissRadioDay 2011

Donnerstag, 25. August 2011

(Entwurf 19. Juli 2011; Änderungen vorbehalten)

World Trade Center Zürich

mit Simultanübersetzung

(Deutsch - Französisch)



Premium Partner:



Moderation: Michel Erismann



Zeit

08:45 **Türöffnung und Kaffee**

09:15 **Begrüssung SwissRadioDay2011** (Martin Muerner und Marc Savary (RadioEvents GmbH))



09:30 **Keynote: Bundesrätin Doris Leuthard**



10:00 **DAB+ Finanzierung in Deutschland: Willi Schreiner,
1. Vorsitzender im
Verband Bayerischer Lokalrundfunk (VBL)**



10:15 **Klaus Kappeler, CEO Goldbach Group:
Die Privatradios in konvergenten Märkten: eine wirtschaftliche
Herausforderung**



10:35 **Networking / Kaffeepause**



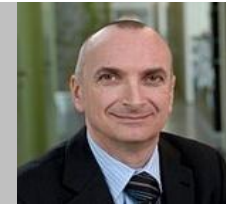
10:35 **Networking / Kaffeepause**



11:05 **Tony Hertz: "Secrets of commercial Radio"**



11:20 **Marcel Regnotto, BAKOM, Radio und Fernsehen,
Leiter der Sektion Veranstalter (Thema nach Aktualität)**



11:35 **Advanced Interests**

Inhalt

Social Media	Programm	Marketing	
<p>Mehr als added value für Radio oder Radio goes social media</p> <p>Leitung: Peter Scheurer (CapitalFM) Referat: Kristian Kropp (Geschäftsführer RPR Rheinland-Pfälzische Rundfunk GmbH&Co.KG + bigFM PPG S.W. GmbH)</p> <p>Die gute Nachricht zuerst: Social Media Experten sind sich einig, dass es in 2011 keine wesentlichen neuen Trends geben wird, sondern dass Vorhandenes erst einmal reifen müsse. Seit diese Dienste boomen, ist es vorbei mit der so genannten Einwegkommunikation der klassischen Massenmedien. Hörer, Leser und Zuschauer können sich am "Gespräch" beteiligen. Die beliebtesten Variationen sind Video- und Foto-Plattformen, aber auch Communities und zunehmend "Twitter", der Inbegriff des Mikroblogger in 140 Zeichen. Zwar gibt es auch andere Anbieter wie identi.ca oder frazr.de, der Kurznachrichtendienst aus Deutschland. Ihr Nachteil ist allerdings, dass sie wesentlich weniger Nutzer aufweisen können, als die derzeit geschätzten sechs Millionen bei "Twitter". Und täglich kommen neue Nutzer dazu.</p> <p>Nie war der Blick in die Zukunft für Medienmanager so schwierig wie heute. Während die Printmedien vor dem grossen Zeitungssterben warnen, stochern viele Radiostationen im "digitalen" Nebel. Unter dem Schlagwort "Social Media" ist das Netz auf dem Weg zum "Echtzeitmedium", ein Privileg, das bisher dem Radio vorbehalten war. Droht den Sendern damit Gefahr? Wohin soll der Weg gehen? Sowohl technisch als auch inhaltlich gesehen gibt es viele offene Fragen.</p>	<p>Musik im Radio, mehr als nur Emotion; Schweizer Musik in Schweizer Radios, eine Win-Win-Situation?</p> <p>Leitung: Jürg Lehmann (Radio neo1) Teilnehmer: Irène Philipp, Direktorin SUISA, Departement Mitgliederdienste & Verteilung; Greis (Grégoire Vuilleumier), Schweizer Rapper; Joël Gernet (Brandhård), Musiker und Redaktor bei baz.ch; Christoph Aebersold, Leiter von DRS Virus; Petra Salvisberg, Programmleiterin Radiofr</p> <p>Musik ist das Salz in der Suppe und für ein Radioprogramm, welches mehrheitsfähig sein will unabdingbar. Die Paneldiskussion soll das Thema mit allen Pros und Contras ausleuchten und den Stellenwert des Schweizer Musikschaffens für die Radiolandschaft Schweiz erörtern. Dabei sollen auch kritische Fragen (Verteilgrenzen, redaktionelle Sendungen versus Randprogramme etc.) diskutiert werden.</p> <p>Durch den Einsatz von Musik werden Emotionen erzeugt, die es Hörerinnen und Hörern ermöglichen, auch auf Gefühlsebene eine Verbindung zum Radioprogramm aufzunehmen. Der Beachtungsgrad wird damit enorm gesteigert, was sich schliesslich auch in steigenden Hörerzahlen bemerkbar macht.</p>	<p>Tony Hertz: The 7 Secrets* of Creative, Effective Local Radio</p> <p>Leitung: Daniel Schneider (SRG SSR) Referat: Tony Hertz</p> <p>Radio ist das leistungsstärkste und wirkungsvollste Medium. Doch leider wird das Potential des Radios zu wenig genutzt. „Finde ein Gefühl!“ – Tony Hertz erster Appell an seine Zuschauer. „Gefühle verkaufen sich!“, diese These untermauert Tony Hertz mit Beispielen, wie etwa der Geschichte des verlorenen Sohnes, der nach 15 Jahren Eiszeit seine Eltern anruft, nur um ihnen mitzuteilen, dass es derzeit Jeans zu Spotpreisen gibt! Eine Werbung, die auch die Zuhörer des Workshops animieren soll: „Sie müssen Ihr Gehirn einschalten. Dann funktioniert Radiowerbung auch!“</p> <p>Zum „Gehirn einschalten“ gehört für Tony Hertz auch das Spiel mit Bildern. Printwerbungen einfach einzusprechen, reiche schlichtweg nicht aus – „Es muss wie Radiowerbung klingen, sonst ist es einfach keine!“</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Verschiedene Branchenleader stellen Ihre Produkte etc. vor und bilden am Rand des SwissRadioDay11 interessierte Kreise weiter</p> 

12:35 **Stehlunch verbunden mit Networking**



13:45

Roger de Weck: Vision Radiolandschaft Schweiz



14:00

SwissRadioDayTalk: Vision Radiolandschaft Schweiz

Moderation: Hugo Bigi

Teilnehmer: Roger de Weck (GD SRG SSR), Jürg Bachmann (Präsident VSP), Thierry Savary (Vizepräsident RRR), Rainer Stadler (Medienexperte)



15:00

Radio of the Year 2011



präsentiert von
Caroline Thoma
Geschäftsführerin
Blick-Gruppe



15:15

After Work Networking



16:00

Ende SwissRadioDay2011



Verschiedene Branchenleader stellen Ihre Produkte etc. vor und bilden am Rand des SwissRadioDay11 interessierte Kreise weiter

Medienpartner:

