

VDZ Akademie

RTL
JOURNALISTENSCHULE
TV UND MULTIMEDIA



KLAUS BÖHM
Director,
Deloitte Consulting



STEFAN HUBER
CEO,
Infotainweb



RALF KLASSEN
Stellv. Chefredakteur & Leiter
Digital TV, stern/stern.de



KIM KRIEGERS
Gesamtleitung Video,
OMS Online Marketing Service



BERND MEIDEL
Leiter Operations,
Vogel Business Media



PAUL MUDTER
Geschäftsleiter Interactive,
IP Deutschland



TOBIAS OSWALD
Geschäftsführer
Condé Nast Digital



DR. ANDRÉ WIEGAND
Geschäftsführer, Goldmedia
GmbH Strategy Consulting

ZUKUNFT WEB-VIDEO BEWEGTBILDSTRATEGIEN – KONZEPTE – VIDEOPRODUKTION

BEWEGTBILDSTRATEGIE & PRODUKTION
20. UND 21. MÄRZ 2012, KÖLN

PROJEKTMANAGEMENT & ERLÖSMODELLE
22. UND 23. MAI 2012, KÖLN

VIDEOPRODUKTION FÜR VERLAGE
02. JULI BIS 07. JULI 2012, KÖLN

Ein Onlineangebot ohne Video ist heutzutage kaum mehr vorstellbar. Die Nutzung von Videos im Internet nimmt rapide zu. Parallel dazu steigt die Attraktivität von Web-Video für Werbekunden. Video-Advertising gewinnt in rasanten Schritten Marktanteile hinzu. Neue Empfangsmöglichkeiten erweitern die Reichweite von Web-Video enorm. Smartphones, Tablet-PCs und das hybride TV-Empfangsgerät bieten wachsende Reichweiten für Videoinhalte.

POTENZIALE

Web-TV und Online-Videos sind – auch für kleinere und mittlere Unternehmen – hochattraktive Inhalte, die sich mittlerweile zu erschwinglichen Kosten herstellen oder zukaufen lassen. Multimediale Inhalte gewinnen durch die sinnvolle Ergänzung mit Bewegtbild stark an Bedeutung, schaffen neue Wege der Zielgruppenansprache und erweitern die journalistischen Erzählformen.

Medienhäuser, die diese neuen Möglichkeiten konsequent nutzen, können mehr Traffic und Umsatz generieren und mit neuen Geschäftsmodellen ihre Stellung am Markt weiter ausbauen.

STRATEGIEKOMPETENZ UND PRAXISWISSEN

Das Programm vermittelt in drei Modulen alle relevanten Kenntnisse für eine erfolgreiche Online-Strategie und eine qualitativ hochwertige Produktion von Videoinhalten.

Gemeinsam werden die für das eigene Unternehmen passenden Strategien entwickelt, vielfältige Entscheidungshilfen zu Technik und Produktionsmanagement erarbeitet und das Handwerk eines kreativen und professionellen Videojournalismus trainiert.

Erfahren Sie von ausgewiesenen Experten, wie den Herausforderungen von Online-Video-Formaten zwischen Nachfrageboom und Monetarisierung zu begegnen ist, welche Geschäftsmodelle im Markt funktionieren und welches Kreativpotenzial im Medium „Bewegtbild“ steckt.

ZIELGRUPPEN DES PRAXISKURSES SIND

Modul 1 und 2: Geschäftsführer, Mitarbeiter in leitenden und strategischen Funktionen (Chefredaktion, Marketing, Digital Development und Online)

Modul 3: Verantwortliche Redakteure und Mitarbeiter der Onlineredaktionen, freie Journalisten

Der Praxiskurs ist eine Kooperation der VDZ Akademie mit der RTL Journalistenschule für TV und Multimedia. Die Seminare finden im neuen Sendezentrum der Mediengruppe RTL Deutschland in Köln statt.

DER MARKT FÜR BEWEGTBILD IM NETZ

Die Anbieterstruktur

- Medienunternehmen
- Web-TV-Sender
- Corporate Video
- Social Media, Videoblogger
- User Generated Content

Die Angebotsstruktur

- Formate
- Mediatheken
- IPTV-Sender
- Videoplattformen

Nutzung von Bewegtbild im Internet

- Nutzungsverhalten
- Inhalte-Präferenzen

Dr. André Wiegand

Geschäftsführer, Goldmedia GmbH Strategy Consulting, Berlin

PLATTFORMEN UND TECHNISCHE VORAUSSETZUNGEN

- Anforderungen an die technische Infrastruktur
- Aktualität: aktuelle Berichterstattung, Live-Streaming
- Archivfunktionen und Abrufverfahren
- Videoplayer und Videoeinbindung
- Mobile Anwendungen

Uwe Schnepf,

Geschäftsführer, nacamar GmbH, Düsseldorf

WEB-TV STRATEGIE ENTWICKELN

- Zielsetzung definieren
- Geschäftsmodell entwickeln
- Plattform festlegen
- Konzeptübung: Definition von inhaltlichen, technischen und wirtschaftlichen Grundvoraussetzungen für ein Web-videoangebot

Klaus Böhm

Director Technology, Media & Telecommunications,
Deloitte Consulting GmbH, Düsseldorf

VIDEO CONTENT FÜR PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN

- Welche Inhalte eignen sich?
- Erfahrungen mit Formen und Formaten
- Best Practice

Tobias Oswald
Geschäftsführer, Condé Nast Digital, München

VIDEO CONTENT FÜR FACHZEITSCHRIFTEN

- Welche Inhalte eignen sich?
- Erfahrungen mit Formen und Formaten
- Best Practice

PRODUKTIONSMODELLE UND BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

- Eigenproduktion versus Fremdproduktion
- Kooperationsmöglichkeiten

KOSTENSTRUKTUREN ERMITTELN

- Personalbedarf
- Anschaffungskosten
- Technischer Betrieb
- Verbreitungskosten

WEB-TV ANGEBOTE PLANEN

- Content-Strategie festlegen
- Produktionskonzept festlegen
- Kostenrahmen festlegen
- Konzeptübung: Differenzierung und Ergänzung des Konzeptes der Übungen vom Vortag.

Bernd Meidel
Leiter Operations, Vogel Business Media, Würzburg

WEB-VIDEO IN DER PRAXIS I: ONLINE-VIDEOS FÜR ZEITSCHRIFTENVERLAGE PRODUZIEREN

- Die notwendigen Ressourcen: Personal, Technik, Budgets
- Redaktionsabläufe, Aufwand
- Welche Anschaffung lohnt sich? Kameraequipments und Schnittsysteme
- Eigenproduktion: Videojournalismus inhouse organisieren
- Fremdproduktion: Zusammenarbeit mit Dienstleistern, Agenturen und Produktionsfirmen
- Studioproduktion: Aufwand und Nutzen bei Betrieb oder Nutzung eines Studios
- Virtuelles versus reales Studio

Ralf Klassen
Stellv. Chefredakteur & Leiter Digital TV, stern/stern.de, Hamburg

WEB-VIDEO IN DER PRAXIS II: DER ZEITUNGSMARKT

- Web-Videoformate bei Tageszeitungen
- Plattformen
- Geschäftsmodelle
- Fallstudien

Kim Kriegers
Gesamtleitung Video,
OMS Online Marketing Service GmbH & Co. KG, Düsseldorf

WEB-VIDEO IN DER PRAXIS III: CORPORATE TV

- Corporate TV und Corporate Video
- Video in der Unternehmenskommunikation
- Produktionsmanagement
- Formate
- Fallstudien

Lars Reckmann
Geschäftsführer, Bavaria Film interactive GmbH, Geiselgasteig

RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

- Urheber- und Nutzungsrechte
- Telemedienrecht, Datenschutz
- Presserecht
- Persönlichkeitsschutz

Michael Kamps
Rechtsanwalt, CMS Hasche Sigle, Köln

MARKETING FÜR WEB-TV

- Reichweite und Wirkung verlängern
- Social Media und Videoportale nutzen
- Virales Marketing
- Suchmaschinenmarketing für Video

Curt Simon Harlinghausen
Geschäftsführer, akom360 GmbH, Düsseldorf

ERLÖSMODELLE – KANN MAN MIT WEB-VIDEO GELD VERDIENEN?

- Paid Content
- Videoshopping und E-Commerce
- Syndication
- Kooperationen und Co-Produktionen
- Verwertungsmöglichkeiten von Videocontent

Stefan Huber
CEO, Infotainweb AG, München

VERMARKTUNG VON WEB-VIDEO

- InPage oder InStream – Bewegtbildwerbung im Internet
- Modelle und Formen von Videoadvertising
- Mediaplanung für Online-Video
- Werbewirkung von Video Ads

Paul Mudter
Geschäftsleiter, Interactive, IP Deutschland, Köln

VIDEO ALS TEIL VON CROSSMEDIAKONZEPTEN

- Onlinejournalismus und Video
- Multimedia Storytelling im Web
- Layout von Videosites

FORMATE FÜR ONLINE-VIDEO UND WEB-TV

- Videobeiträge
- Reporterberichte
- Eventberichterstattung
(Messen, Kongresse, Pressekonferenzen, Events, Galas)
- Formate: News, Magazine, Talk
- Moderationsformen

DER VIDEOBEITRAG

- Dramaturgie und Bildsprache
- Erzählformen
- O-Töne richtig einbinden
- Musik, Sound, Atmosphäre
- Auf Bilder texten

KAMERATRaining

- Bedienung der Videokamera
- Kamerabewegungen (Stand, Schwenk, Zoom)
- Lichteinsatz
- Der richtige Ton

SCHNITTTRAINING

- Grundlagen des nonlinearen Schnitts
- Bildsprache
- Die wichtigsten Schnittregeln

PRODUKTION VON ÜBUNGSBEITRÄGEN

- Text- und Bildgerüst erstellen
- Dreh: Rohmaterial und O-Töne drehen
- Texten, Schneiden, Vertonen
- Abnahme und Redaktionskonferenz

Christian Jakubetz
Crossmediajournalist, Zürich
und
VJ Trainer für Kamera und Schnitt, RTL

ANMELDUNG

ZUKUNFT WEB-VIDEO BEWEGTBILDSTRATEGIEN – KONZEPTE – VIDEOPRODUKTION

JA, ICH NEHME TEIL:

- BEWEGTBILDSTRATEGIE UND PRODUKTION DIENSTAG, 20. UND MITTWOCH, 21. MÄRZ 2012**
Tagungsbeitrag: Für VDZ-Mitglieder: 750,00 Euro (zzgl. MwSt.) andere Teilnehmer: 890,00 Euro (zzgl. MwSt.)
- PROJEKTMANAGEMENT UND ERLÖSMODELLE DIENSTAG, 22. UND MITTWOCH, 23. MAI 2012**
Tagungsbeitrag: Für VDZ-Mitglieder: 750,00 Euro (zzgl. MwSt.) andere Teilnehmer: 890,00 Euro (zzgl. MwSt.)
- VIDEOPRODUKTION FÜR VERLAGE MONTAG, 2. JULI BIS SAMSTAG, 7. JULI 2012**
Tagungsbeitrag: Für VDZ-Mitglieder: 1.200,00 Euro (zzgl. MwSt.) andere Teilnehmer: 1.400,00 Euro (zzgl. MwSt.)
- KOMBIBEITRAG BEI GLEICHZEITIGER BUCHUNG ALLER DREI MODULE**
Tagungsbeitrag: Für VDZ-Mitglieder: 2.200,00 Euro (zzgl. MwSt.) andere Teilnehmer: 2.600,00 Euro (zzgl. MwSt.)

Der Tagungsbeitrag enthält jeweils ein Mittagessen sowie Pausen- und Tagungsgetränke. Teilnehmerabsagen sind bis zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn kostenfrei. Bei späterer Absage wird die gesamte Tagungsgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Es gelten ansonsten die AGBs der VDZ Akademie GmbH, siehe www.vdz-akademie.de

- Bitte senden Sie mir den HTML-Newsletter der VDZ Akademie zu.
- Bitte senden Sie mir die Publikation „VDZ Mediendienstleister 2011/12“ kostenfrei zu.

Vorname

Name

Firma / Verlag

Position

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Telefon / Mobil

Fax

E-Mail

Datum / Unterschrift

Faxen Sie die Anmeldung an 030 72 62 98 -114 oder melden Sie sich online an (www.vdz-akademie.de).
Rückfragen an Tana Rüger unter t.rueger@vdz-akademie.de oder telefonisch unter 030 72 62 98-113.

ÜBER DIE VDZ AKADEMIE

Seit 1993 leistet die VDZ Akademie des VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger einen wesentlichen Beitrag zur Aus- und Weiterbildung in der Verlagsbranche.

Nach dem Grundsatz „Aus der Praxis, für die Praxis“ geben Experten aus der Verlags- und Medienbranche ihr Wissen in jährlich rund 70 Veranstaltungen an über 2.000 Teilnehmer weiter. Das Angebot der VDZ Akademie umfasst alle relevanten Bereiche des Verlagsgeschäfts wie

Anzeigen
Vertrieb
Redaktion
Digitale Medien
Personal-, Rechts- oder Steuerfragen
Internationales

KONTAKT UND INFORMATION

Tana Rüger
VDZ Akademie GmbH
Haus der Presse
Markgrafenstraße 15
10969 Berlin

T. +49 30 72 62 98 - 113
F. +49 30 72 62 98 - 114
E-Mail: t.rueger@vdz-akademie.de
www.vdz-akademie.de

ÜBER DIE RTL JOURNALISTENSCHULE

Fernsehen wird auch im digitalen Zeitalter Leitmedium bleiben. Die Informationsangebote im Internet setzen immer stärker auf Video. Der damit verbundene Bedarf an professionell erstellten Inhalten macht eine kompetente fernsehjournalistische Aus- und Weiterbildung notwendiger denn je.

Kernangebot der RTL Journalistenschule ist die Ausbildung zum Fernsehredakteur. Grundsatz ist die intensive Verzahnung praxisorientierter schulischer Seminare mit Redaktionspraktika innerhalb und außerhalb der Mediengruppe RTL.

Know How, Referentennetzwerk und die technische Ausstattung werden gezielt für Weiterbildung genutzt. Dabei richten sich die Workshops an Mitarbeiter aller Sender- und Produktionsfirmen, sowie Redakteure und Videojournalisten aus Print, Online oder Hörfunk.

KONTAKT UND INFORMATION

Jutta Lindemann
RTL Journalistenschule für TV und Multimedia
Picassoplatz 1
50679 Köln

T. +49 221 456 7 6410
F. +49 221 456 7 6499
E-Mail: jutta.lindemann@rtl.de
www.rtl-journalistenschule.de