



Pressematerial

Programm der Crossmedia-Konferenz: Von Newsgames, nutzergeneriertem Inhalt bis Datenvisualisierung

Die Fachkonferenz Think CROSS – Change MEDIA geht mit dem Update 2015 in die dritte Runde. Am 14.02.2015 treffen sich Wissenschaftler und Praktiker aus den Bereichen Journalismus, Interaction Design und Management auf dem Hochschulcampus in Magdeburg. Favoriten sind die Felder Inhalt & Design für Social Media und Crossmediales Storytelling.

Die Think CROSS – Change MEDIA (TCCM) widmet sich in diesem Jahr den Themengebieten Quo vadis? Cross-, Multi- oder Transmedial?, Crossmediales Storytelling in B2B & B2C, Inhalt und Design für Social Media, Content first sowie Datenvisualisierung. Über 20 Referenten gestalteten das praxisorientierte Programm. Hier einige Beispiele, was die Teilnehmer erwartet:

Update für Journalisten

Wie funktioniert **trimediale Berichterstattung**, was muss konzeptionell, personell und technisch im Vorfeld bedacht werden? Diese Fragen beantwortet *Frank Rugullis vom MDR* am Beispiel der Berichterstattung über die Veranstaltung „Meile der Demokratie“.

Nutzergenerierte Inhalte gewinnen in Zeiten von Smartphone und TabletPC weiter an Bedeutung, da oft Nicht-Journalisten am Ort eines Geschehens dokumentieren bevor Journalisten überhaupt eintreffen. Über den Umgang, insbesondere die **Verifizierung der Nutzerinhalte** berichtet *Jochen Spangenberg von der Innovationsabteilung der Deutschen Welle*.

Dass Daten nicht nur in guter gestalterischer Umsetzung besser verdaulich sind, sondern je nach Visualisierung/Parametern auch neue Geschichten erzählen können, zeigt *Designerin Manuela Rohde* in Ihrem **Workshop Explorative Datenvisualisierung**, der sich ausdrücklich an Medienschaffende ohne Design- oder Informatikhintergrund richtet.

Update für PR-Leute

Wie Firmen und Institutionen Social-Media-Kanäle nicht nur zu reinen Marketingzwecken nutzen, sondern darüber auch tatsächlich Einnahmen erzielen, das stellt *Teresa Beeking von der Hochschule Anhalt* in ihrem Praxisbeitrag **Unternehmen in sozialen Netzwerken** am Beispiel von Tchibo vor.

Crossmediales Storytelling ist längst nicht nur etwas für Journalisten. **Informatik-Studentinnen mit Methoden des Storytellings werben** funktioniert. Wie, das erklären *Bea Hiemenz und Judith Schütze von der HRW Berlin* in ihrem Workshop, angefangen mit der Konzeption bis hin zur Umsetzung einer storytelling-gestützten PR-Aktion.

Interactive Advertising per interaktives Video als Mittel der Werbung ist das Thema von *Henry Bauer von Exozet Berlin*. Nutzer interagieren mit dem Bild, Programminhalte können weiter erzählt und variiert, Kommentare, Anekdoten und Pointen zum Geschehen platziert werden. Der Vortrag gibt einen Überblick über Ansätze, wie Technologien für interaktive Videos die erzählerischen Mittel unterstützen und darüber hinaus zur Werbe- und Verkaufsförderung eingesetzt werden.

Update für Konzepter und Gestalter

Newsgames sind so alt, wie das erste Kreuzworträtsel in einer Zeitung des 19. Jahrhunderts. Wie kann es heute gelingen, Menschen an Nachrichten heranzuführen und ihnen zu ermöglichen, komplexe Zusammenhänge eines Themas spielerisch zu explorieren? Wie dies grafisch, dokumentarisch, satirisch oder sachlich geschehen kann, stellen die Interaction Designer *Sascha Reinhold und Prof. Constanze Langer, HF Potsdam*, an Beispielen vor.

Crossmediale Anschlusskommunikation ist das Thema des *Münchener Filmproduzenten Michael Geidel*. Der Film „Call her Lotte“ über die Kindheitserlebnisse von Charlotte Knoblauch (ehem. Präsidentin d. Zentralrats der Juden Deutschlands) während der Nazizeit wird transmedial weiter erzählt mit einem preisgekrönten 3D-Kurzspielfilm, einem Serious Game mit Google Glass und einer Online-Plattform. Ein Vortrag über Konzeption, technische Umsetzung und Anpassung an Bedarfe im Bildungsbereich an Schulen, in Museen und Bildungseinrichtungen.

Think CROSS – Change MEDIA kurz und knapp

- interdisziplinäre Fachkonferenz der Bereiche Journalismus, Interaction Design und Management
- 14. Februar 2015 in Magdeburg, ab 9.30 Uhr
- auf dem Campus der Hochschule Magdeburg-Stendal
- ausgerichtet durch den Masterstudiengang CROSS MEDIA in Kooperation mit dem Masterstudiengang Onlinekommunikation der HS Anhalt
- über 20 Vorträge, Praxisberichte und Workshops
- Themengebiete
 - :: Quo vadis? Cross-, Multi- oder Transmedial?
 - :: Crossmediales Storytelling in B2B & B2C
 - :: Inhalt und Design für Social Media
 - :: Content first - Newsroom & co
 - :: Datenvisualisierung
- Ticket online: 40 € regulär, 20 € Ermäßigt (Studenten, Auszubildende, Erwerbslose),

Links:

Mehr zum Programm:

<http://www.crossmedia-konferenz.de/index.php/themen-2015-95.html>

Anmelden

<http://www.crossmedia-konferenz.de/index.php/teilnehmen-besucher.html>

Presseinfo, Fotos

<http://www.crossmedia-konferenz.de/index.php/presse-kontakt.html>

Link zu Informationen Cross Media Konferenz 2012:

<http://www.ma-crossmedia.de/index.php?f=Konferenz&s=Konferenz%202012>

Informationen zum Veranstalter M.A. Cross Media an der HS Magdeburg-Stendal

<http://www.ma-crossmedia.de/index.php>

Kontakt

<http://www.crossmedia-konferenz.de>, sabine.falk-bartz@hs-magdeburg.de, tel. +49 391 8864228

Think CROSS – Change MEDIA auf facebook: www.facebook.com/crossmediakonferenz

Auf twitter [#tccm15](https://twitter.com/tccm15)

Alle in den Anlagen aufgeführten Quellen sind für die redaktionelle Nutzung frei verwendbar.