

CRAFT MEDIA – Was wir von kreativer Braukunst und innovativen Medienmarken lernen können **Ideen, Werkzeuge, Macher auf dem 8. Stuttgarter Medienkongress am 21. November 2017**

Stuttgart, 26.10.2017. Wie entstehen kreative Räume und neue Angebote, um den digitalen Wandel zu gestalten? Und wie können Medien, Unternehmen und Organisationen darin ihre Zielgruppen erreichen? Der 8. Stuttgarter Medienkongress #smk17 steht unter dem Leitthema „CRAFT MEDIA“ und zeigt am 21. November im Stuttgarter GENO-HAUS Best Practice Beispiele. Wie können ungewöhnliche Medienprodukte mit viel Kreativität und gutem Gespür für Trends hergestellt, zur Marke werden und ihre Nutzer erreichen – so wie das boomende „Craft Beer“. Ein Update zur Mediennutzung der jugendlichen Zielgruppe der 12–19-Jährigen bietet auch die aktuelle JIM-Studie des medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs), die erstmals auf dem Stuttgarter Medienkongress der Öffentlichkeit vorgestellt wird.

Raum für Diskussionen

„Gerade als LFK ist es uns wichtig, nicht nur die Trends und Entwicklungen der Medien zu begleiten und Innovationen zu fördern, sondern auch die gesellschaftspolitischen Folgen technischer Entwicklungen zu diskutieren, Impulse für medienpolitische Lösungen zu geben und kritische Fragen zu stellen. Etwa, wie es in Zeiten von Fake News und Hate Speech noch besser gelingen kann, Medienkompetenz zu vermitteln und die richtigen Leitplanken zu setzen, um den Meinungsbildungsprozess und damit letztendlich unsere Demokratie zu sichern. Dafür bietet der Kongress Raum für Diskussion“, so LFK-Präsident Dr. Wolfgang Kreißig. Die Landesanstalt für Kommunikation und die Hochschule der Medien (HdM) veranstalten den #smk17 gemeinsam.

Fragen des digitalen Wandels

„Im Mittelpunkt des Kongresses steht auch die Frage, wie und wo kreative „Braustätten“ und neue Angebote für die Gestaltung des digitalen Wandels entstehen. Und wie können damit neue Geschäftsfelder und zusätzliche Erlöse im Markt auch für regionale Medien generiert werden? Das sind die Herausforderungen, denen sich alle Unternehmen in Zeiten des digitalen Wandels stellen müssen“, so Prof. Dr. Alexander W. Roos, Rektor der Hochschule der Medien Stuttgart (HdM).

Am 21. November stellen dazu hochkarätige Referentinnen und Referenten ihre Best Practice Cases vor, geben Einblick in ihre digitalen Labore und packen für die Kongressbesucher ihre digitalen Präzisions-Werkzeuge für die sozialen Medien aus. Aber auch neue Berufe im digitalen Journalismus, die optimale Nutzung automatisierter Content-Erstellung sowie Bots und digitale Ethik stehen in Stuttgart im Fokus.

Organisiert wird der Stuttgarter Medienkongress gemeinsam von der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) und der Hochschule der Medien (HdM). Unterstützer sind die Landeshauptstadt Stuttgart, die Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg (MFG), der Südwestrundfunk und die Friedrich Ebert Stiftung. Getragen wird der Kongress von zahlreichen langjährigen Partnern.

Mehr Informationen unter www.stuttgarter-medienkongress.de

Für Medien-Rückfragen:

Axel Dürr

Pressesprecher

Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK)

Telefon: 0711/66991-74

E-Mail: a.duerr@lfk.de