

Workshop “User-generated content als Aufputz für klassische Medien?”

3. Salzburger Medientag, 17. Oktober 2006
Crown Plaza Salzburg

Univ.-Doz. Dr. Siegfried Reich
Salzburg Research
Jakob-Haringer Straße 5/III
5020 Salzburg
Österreich

Übersicht

- | Einleitung
- | Die Vortragenden
- | Ablauf

Einleitung - Beispiel 1: Blogging

| Technorati zählt jeden Tag **75.000 neue Blogs**, 52.5 Mio. Blogs werden insgesamt verwaltet, es gibt rund 1.2 Mio. Neueinträge jeden Tag
(<http://www.technorati.com/about/>).

→ beinahe **jede Sekunde entsteht ein neuer Blog**

The screenshot shows the Technorati website interface. At the top, there are navigation links: Home, Popular, Discover, Favorites, Watchlists, Sign up, Sign in, and Help. Below this is a banner advertisement for Intel and HP, featuring the text "Three levels of built-in security. The HP Compaq nc2400 Business Notebook with Intel® Centrino® Mobile Technology." and a quote: "50 million blogs... some of them *have* to be good." - Matt. The main content area includes the Technorati logo with the tagline "Who's saying what. Right now.", a search bar with a dropdown menu set to "in blog posts", and a "Search" button. Below the search bar, there are three main sections: "Discover" with categories like Entertainment, Life, Sports, Business, and Tech; "Top Blog Posts" featuring a post titled "Rosie Responds To Photoshop Claim... In A..." by bestweekever; and "What's the Buzz" which states "Currently tracking 53 million blogs" and lists "What people are searching for:" with a list including Steve Irwin, Lee Siegel, Download, Pinky, and Youtube.

Einleitung - Beispiel 2: Bild Leser-Reporter

Die Bild-Zeitung zahlt Lesern für jedes Bild, das eingesendet und bundesweit gedruckt wird, 500 Euro (1414@bild.de).

Als Startseite festlegen | Newsfeed | Tools & Services | Newsletter | Vols-Karte | T-ONLINE

SEITE 1 NEWS LEUTE SPORT AUTO TIPPS & TRENDS SPIELE EROTIK

News-Ticker Leser-Reporter

Finden Bild.T-Online Web Shopping enhanced by Google SHOPPING

Bild.de Seite 1 > News > Leser-Reporter

Erwischt! **Leser-Reporter**

4. September 2009 08:52:17

Hier winkt die Kanzlerin einem BILD-Leser-Reporter

MMS an 1414 (0,19 Euro je MMS zzgl. MMS-Gebühren des Netzbetreibers)

E-Mail an 1414@bild.de

Foto direkt hochladen

? Leser-Reporter – so geht's

Erwischt! **Die schönsten Promi-Frauen**

Sie haben "geklickt"
Hier sind einige unserer Leser-Reporter

Tipps vom Experten
Damit gelingen Ihnen die perfekten Fotos

Jetzt noch mehr Geld
Leser-Reporter sind die besten Zeitzeugen

Oder: SN Wahl-Foto

Wahl 2006

Wahlfotos 2006
Wir prämiieren ihre besten Fotos

<http://www.salzburg.com/sn/schwerpunkte/wahl2006/wahlfoto.html>

Die Salzburger Nachrichten laden Sie ein, ihre Fotos zur Nationalratswahl 2006 einer breiten Masse von Lesern vorzustellen.

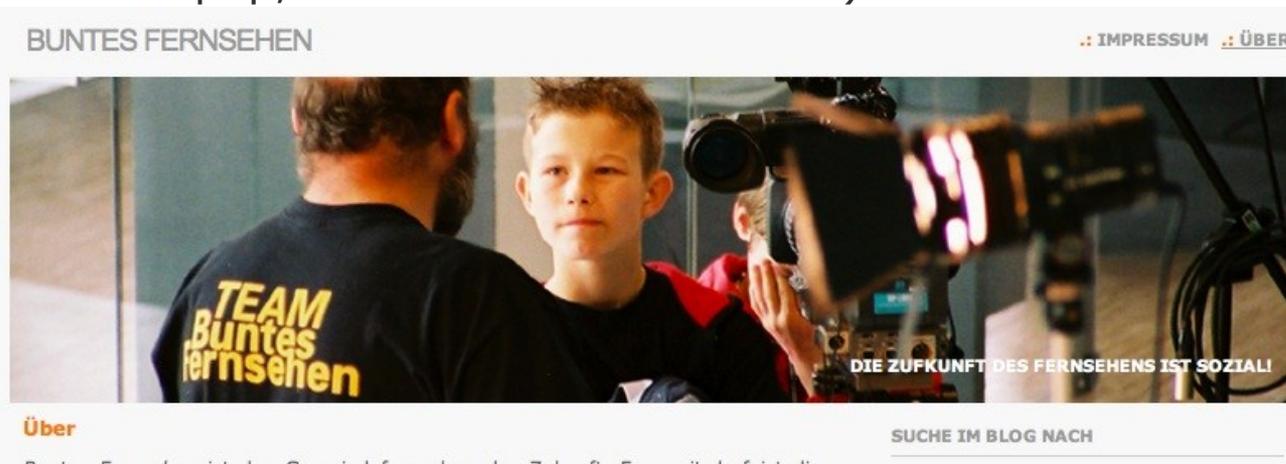


„Du bist NEWS“:
1500 Euro für Coverfoto, 100 Euro für Foto der Woche, jede Veröffentlichung 20 Euro.

Rechte jeweils geklärt und beim Verlag :-)

Einleitung - Beispiel 3: Buntes Fernsehen Engerwitzdorf

- | Das Beispiel "Buntes Fernsehen" in **Engerwitzdorf** hat gezeigt, wie das Gemeindefernsehen der Zukunft aufbauend auf Breitbandtechnik aussehen kann. Die Menschen können aktiv mitwirken und selbst Beiträge gestalten (<http://www.telekom.at/Content.Node/innovation/highlights/engerwitzdorf.php>, www.buntesfernsehen.at).



Einleitung - Beispiel 4: Readers' Edition der Netzeitung.de

- | Die Readers Edition der Netzeitung (<http://www.readers-edition.de/>) zeigt, wie jedermann zur/m Journalisten werden kann: eine Zeitung von vielen für viele.

BETA
READERS EDITION
EIN PROJEKT DER NETZEITUNG

POLITIK LOKALES SPORT WEB & TECHNIK WIRTSCHAFT VERMISCHTES

POLITIK

Osama bin Popstar - der verführerische Schick islamistischer Radikalität

Sonntag, den 3. September 2006 von [Edgar Klüsener](#)



Osama bin Laden ist cool. Sein Konterfei ziert die T-Shirts arabischer Jugendlicher und sein Abbild blickt ernst und entrückt von Postern an den Wänden moslemischer Studentenbuden. Er ist der Held der arabischen Straße, beinahe ein Popstar.

[Artikel]

NEUE ARTIKEL

- Doping erschließt neue S...
- Pflüger im Wahlkampf für...
- László Moholy-Nagy | Col...
- Legalize it
- Golf, Wildwechsel und Ho...
- Verschwörungstheorien - ...
- Osama bin Popstar - der ...
- Golf - eine Überraschung...

NEWS IN BILDERN

- Golf- Europameisterschaft der Damen in Hamburg Falkenstein
- Das etwas andere TV-Duell
- RE-Stammtisch in Frankfurt am

REPORTERS DESK

- einloggen
- Häufige Fragen (Wiki)

Werden Sie selbst Reporter. Oder erfahren Sie mehr über die Readers Edition.

SUCHE

ARTIKEL AUF DER KARTE



...

- | ... jede Menge weitere Beispiele
- | **ProSuming** als Begriff für die neue, doppelte Rolle der Kunden als Konsumenten aber auch Produzenten.
 - | Know-how und Kreativität der Kunden sollen für Innovationen und neue Produkte verwertet werden
 - | Prozesse sollen ausgelagert und nicht zuletzt dadurch Kosten gespart werden

Fragestellungen

- | Was **KÖNNEN** die Benutzer wirklich beitragen? Auch langfristig?
- | Können die Leute auch **ausführliche Artikel** schreiben? Oder eher „nur“ kommentieren? Wie schaut die Planung der Ausgaben aus?
- | Welche **Businessmodelle** waren/sind erfolgreich? Welche Produktkonzeptionen? Welche Lieferantenbeziehungen?
- | Wie kann man mit **Eigentumsrechten** umgehen?
- | Ist **Selbstzensur** ausreichend? Brauchen wir (ethische) Richtlinien? Wer soll diese erstellen?
- | Wie kann man sicherstellen, dass eine erfolgreiche Plattform nicht für Propagandazwecke **missbraucht** wird?

Vortragende

- | Manfred **Perterer**, Chefredakteur Salzburger Nachrichten „Bürgerjournalismus – Fluch oder Segen?“
- | Solveig **Grothe**, Projektleiterin „Readers' Edition“ der Netzeitung.de
- | Gerhard **Faltner**, Telekom Austria AG „User generated content, Buntes Fernsehen“
- | Edgar **Zwischenbrugger**, CEO Mediamid digital services GmbH „Kollaborative Medienarchive“
- | Georg **Güntner**, Salzburg NewMediaLab, „interaktive Fernsehdienste für Sportgroßereignisse“

Ablauf

- | Zeitlicher Gesamtrahmen: 17. Oktober 2006, 14:00
-16:30 Uhr
- | Statements der Vortragenden von jeweils 15 Minuten +
Fragen
- | Gesamtdiskussion
- | Zusammenfassung

Kontakt

Univ.-Doz. Dr. Siegfried Reich
Salzburg Research
Jakob-Haringer Straße 5/III
5020 Salzburg
Österreich
sreich@salzburgresearch.at
<http://www.salzburgresearch.at/>
0662 2288 211
0664 4118208