

IT'S THE DESIGN, STUPID!

15:00 – 16:20 UHR

ALLE WEGE FÜHREN ÜBERS DESIGN.

Je tiefer Zeitungen und Zeitschriften in die Krise geraten, desto wichtiger wird ihre Gestaltung. Mit visuellem Storytelling, emotionaler Aufmachung und anspruchsvoller Grafik versuchen Printtitel ihre Wertigkeit zu erhöhen und gegen die schnelllebigen Onlinemedien zu bestehen. Aber kann Optik die Abwanderung der Leser tatsächlich stoppen? Zwei amerikanische Star-Designer sagen „ja“ – und empfehlen doch zwei völlig unterschiedliche Methoden.

DAVID CARSON, Typografie-Rebell, Grafik-Revolutionär und Artdirektor des legendären Magazins „Ray-Gun“ (New York)

Raus aus der Kiste – warum wir dem Computer nicht länger alle Design-Entscheidungen überlassen dürfen, sondern wieder selbst zu Gestaltern werden müssen

LUKE HAYMAN, Partner bei Pentagram und Grafik-Designer u.a. für „i.D.“, „New York Magazin“, „Time“, „Stern“ und „The Atlantic“ (New York)
Editorials als Marke – wie klassische Printmedien in Zukunft überleben können und warum wir dafür alle digitalen Möglichkeiten ausschöpfen müssen

IT'S THE WEB, STUPID!

13:00 – 14:30 UHR

WIDERSTAND ODER ACHSELZUCKEN?

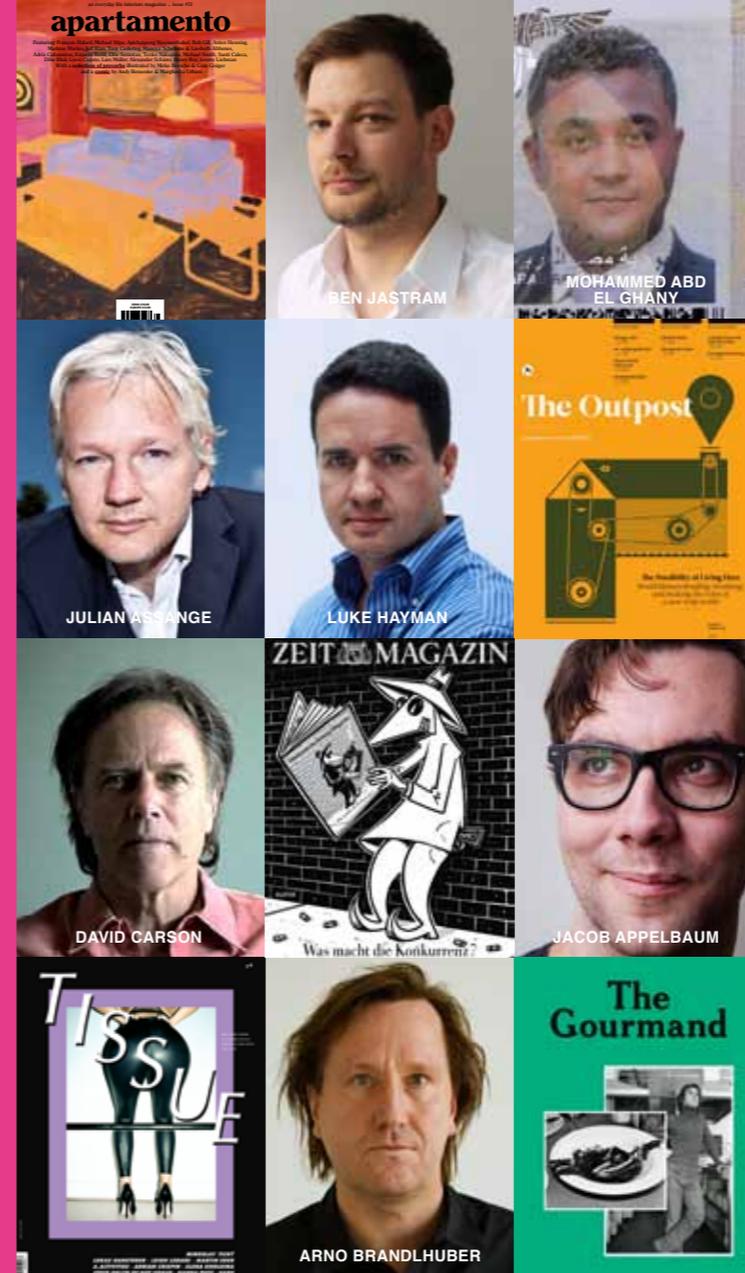
Seit Edward Snowden steht fest, was sich eigentlich jeder hätte denken können: Big Data existiert, Big Data ist mächtig, Big Data schnüffelt überall rum. Die essentielle Frage, die daraus resultiert: Ist uns das egal oder setzen wir uns zur Wehr? Wollen wir damit leben oder lehnen wir uns auf? Zwei Männer haben diese Frage lange vor Snowden aufgeworfen. Sie haben alles vorhergesagt, was uns plötzlich so überrascht und irgendwie auch nicht: Das Internet als riesiger Spionageapparat, die Allmacht der Geheimdienste, die Beteiligung von Facebook, Google und Twitter. Jetzt sprechen die beiden Internet-Aktivisten darüber, warum wir Big Data nicht hinnehmen dürfen und wie wir uns vor der totalen Überwachung schützen können.

JULIAN ASSANGE, Gründer von Wikileaks, Internetaktivist und Whistleblower (London, via Videoschleife)

Eine Frage der Selbstbestimmung – warum nicht wir für die Mächtigen transparent sein sollten, sondern die Mächtigen für uns

JACOB APPELBAUM, Hactivist, Cypherpunk und Mitentwickler der Anonymisierungssoftware „Tor“ (Berlin)

Eine Frage der Logik – wie wir uns der Kontrolle durch die Spionagesysteme entziehen können, ohne unseren Computer verschrotten zu müssen



Der Eintritt kostet 25,00 Euro, ermäßigt 15,00 Euro. Der Betrag ist direkt an der Kasse zu bezahlen. Eine vorherige Anmeldung ist nicht möglich.

Das LeadAwards Symposium ist eine Veranstaltung der LeadAcademy für Medien e.V., Kaiser-Wilhelm-Str. 89, 20355 Hamburg.
Tel +49-40 325 24 25 Mail event@leadacademy.de Kooperationspartner:

hamburgunddesign®

DEICHTORHALLEN
HAMBURG INTERNATIONALE KUNST
UND FOTOGRAFIE

IT'S THE MEDIA, STUPID!

LEADAWARDS SYMPOSIUM 2013

13. SEPTEMBER 2013
EINLASS 9:30 UHR, BEGINN 10:00 UHR

DEICHTORHALLEN HAMBURG
DEICHTORSTRASSE 1–2,
20095 HAMBURG

WALK UP REGISTRATION –
KEINE ANMELDUNG ERFORDERLICH

IT'S THE PERSPECTIVE, STUPID!

10:20–11:30 UHR

ERFOLG DURCH PERSPEKTIVWECHSEL.

Vier Magazine, vier Länder, ein Weg – „Apartamento“ aus Spanien, „The Gourmand“ aus England, „The Outpost“ aus dem Libanon und „Tissue“ aus Deutschland behandeln klassische Magazinthemen, aber sie tun es mit einem neuen, optimistischen, subjektiven Blick. Dabei setzen sie auf ausführliche Texte, ausschweifende Bilder und unaufgeregte Individualität. Das Medium „Zeitschrift“ dient nicht mehr dazu, Genuss zu beschreiben, es ist selbst Genuss. Entwickelt sich hier eine neue Kultur für Magazine – oder stehen wir gar vor ihrer Renaissance?

NACHO ALEGRE, Gründer und Chefredakteur von „Apartamento“ (Barcelona)

40.000 Exemplare, erhältlich in 45 Ländern, fast immer vergriffen – wie eine unkonventionelle spanische Wohnzeitschrift zum Liebling einer globalen, großstädtischen Lesergemeinde wurde

DAVID LANE, Gründer und Chefredakteur von „The Gourmand“ (London)

Food, Art and Culture – wie ein englisches Lifestyle-Magazin fast jeden Aspekt unseres Alltagslebens mit Essen verknüpft

IBRAHIM NEHME, Gründer und Chefredakteur von „The Outpost“ (Beirut)

Echtes Anliegen, seriöser Journalismus, hochmoderner Look – wie eine Zeitschrift aus dem Libanon den demokratischen Aufbruch in der arabischen Welt begleitet

UWE JENS BERMEITINGER, Gründer und Chefredakteur von „Tissue“ (Hamburg)

Kunst, Liebe, Freiheit, Sex – warum ein Hamburger Independent-Magazin die ständige Gratwanderung zwischen Pornographie und Kunst sucht

IT'S THE FUTURE, STUPID!

11:45–12:15 UHR

DIE NEUE DIMENSION VON PRINT.

Weltweit wird mit Hochdruck daran gearbeitet: Neue Hard- und Software-Technologien sollen schon bald das dreidimensionale Drucken für den Hausgebrauch ermöglichen, erste Modelle sind bereits auf dem Markt. Gegenstände werden damit gescannt und auf Knopfdruck beliebig oft reproduziert bzw. „ausgedruckt“. Wissenschaftler sprechen europäisch von einer neuen Industriellen Revolution. Doch welche Auswirkungen haben 3D-Drucker auf kreative Arbeits- und Produktionsprozesse? Wie wird sich die Tätigkeit von Designern, Künstlern, Kultur- und Medienschaffenden verändern? Und welche Anwendungsmöglichkeiten bieten sich überhaupt?

BEN JASTRAM, Leiter des 3D-Labors der Technischen Universität (Berlin)

Bloßer Hype oder echte Offenbarung – warum 3D Drucker die Kreativwelt durcheinanderwirbeln werden und wie die Dinger überhaupt funktionieren

IT'S A BATTLE, STUPID!

10:00–10:20 UHR
16:20–16:45 UHR

PRINT GEGEN ONLINE – EIN FELDVERSUCH.

Wollen wir wirklich den Beteuerungen glauben, dass Print- und Online-Medien eigentlich keine Konkurrenten sind, sondern sich prima ergänzen und ganz toll nebeneinander existieren? Wir machen die Probe aufs Exempel: Zu Beginn des LeadAwards-Symposiums wird ein Print-Team und ein Online-Team mit demselben Thema gebrieft. Danach haben beide sieben Stunden Zeit, das Thema mit ihren grafischen und journalistischen Mitteln umzusetzen: Das Print-Team in einer 20seitigen Magazinstrecke, das Online-Team auf einer Website mit allen digitalen Features und Applikationen. Am Ende des Symposiums präsentieren sie ihre Arbeit – und das Publikum entscheidet, welches Medium mehr bietet und besser funktioniert.

DAS PRINT-TEAM besteht aus zwei Grafikern des Bureau Mirko Borsche, das die meisten LeadAwards für Magazindesign erhalten hat, und aus zwei Redakteuren des „Zeit Magazin“, das am häufigsten in der LeadAwards-Kategorie „Zeitschriften“ ausgezeichnet wurde. Aus dem Bureau Mirko Borsche sind das Johannes von Gross und Moritz Wiegand, aus dem „Zeit Magazin“ Elisabeth Raether und Tillmann Prüfer.

DAS ONLINE-TEAM rekrutiert sich aus zwei Webdesignern sowie drei Online-Redakteuren des Axel Springer Verlag, der wie kein anderes Verlagshaus auf digitale Medien setzt. Um Text und Konzeption kümmern sich Karolina Pajdak, Caroline Mohr und Philipp Blencke, für Gestaltung und Technik sorgen Daniel Opperbeck und Michael Duve.

IT'S THE BRAIN, STUPID!

12:15–12:45 UHR

DAS LESEN VON ARCHITEKTUR. Vor fünf Jahren erklärte der Architekt Rem Koolhaas auf dem LeadAwards-Symposium, dass Gebäude und Medien nicht mehr voneinander zu trennen sind, dass Städte sich interaktiven Netzwerken angleichen und urbane Topografien riesigen Benutzeroberflächen entsprechen. Stimmt diese Theorie, oder ist es an der Zeit, sie zu revidieren? Bei Koolhaas' These – so die Gegenposition – werden zwei Faktoren ausgeblendet: Die subjektive Sicht des Betrachters auf Architektur. Und die Tatsache, dass man Gebäude, die man täglich sieht, völlig anders liest als Medien, die einem täglich mit anderen Inhalten begegnen.

ARNO BRANDLHUBER, Architekt und Publizist (Berlin)

Vorstellungsorientierung gebauter Umwelt – warum wir Gebäude anders wahrnehmen als jedes andere Medium

IT'S A WEAPON, STUPID!

14:30–15:00 UHR

ÜBER DAS SCHIESSEN VON BILDERN IN DEN ZEITEN DER REVOLUTION.

Seit Januar 2011 ist Ägypten in Aufruhr. Demonstrationen, Massenproteste, Volksaufstände – und immer sind tausende Handkameras dabei, die den Kampf festhalten und in die sozialen Netzwerke verbreiten. Welche Rolle spielen Bilder für die ägyptische Revolution? Welchen Einfluss haben sie auf den Fortgang und die Deutung der Unruhen? Und wie arbeitet ein Profifotograf inmitten der zahllosen Amateure? Unterscheiden sich seine Fotos von denen der knipsenden Masse – und braucht man sie überhaupt noch?

MOHAMED ABD EL GHANY, Fotoreporter für die Agentur Reuters (Kairo)

Wahre Schärfe – wie ein ägyptischer Fotograf die Revolution in seinem Land dokumentiert und dabei sein Leben riskiert