

### 3. LiMAregional – **Debatte, Netzwerk und Weiterbildung** 13. Oktober 2012 Universität Magdeburg.

LiMA regional wird 2012 zum dritten Mal in Magdeburg durchgeführt.  
Mit diesem Papier sollen die Ziele und Angebote zusammengefasst dargestellt werden.

**LiMAregional ist der Ort,**  
wo Medienmacher für Weiterbildung, politische Diskussionen und Networking  
zusammen kommen.

Maßgeschneiderte Kurse für Starter, Fortgeschrittene und Experten bringen ehrenamtliche und  
hauptamtliche Medienmacher, klassische und neue Medien zusammen.  
Das schafft die einzigartige Atmosphäre der LiMA.

**Die LiMA bietet die Möglichkeit,** an Weiterbildungsangeboten im Bereich Medien auf hohem  
Niveau zu erschwinglichen/fairen Preisen teilzunehmen.

**Die LiMA vermittelt Medienkompetenz,** die einen kritischen Umgang mit der derzeitigen  
Medienlandschaft mit einschließt.

**LiMA bietet nicht nur Vermittlung von Wissen und Fertigkeiten,** sondern stellt die Inhalte in  
einen gesellschaftspolitischen Zusammenhang.

**Die LiMA bietet eine Plattform für einen undogmatischen Diskurs.**

**LiMA ist der Ort,** an dem Medienmacher für Weiterbildung, politische Diskussionen und  
Networkig zusammenkommen.

**Bei der LiMA treffe ich Menschen,** die Gesellschaft aktiv mit gestalten wollen, mit ähnlichen  
Interessen/Anliegen und mögliche Mitstreiter/Unterstützer für mein Projekt.

**Die LiMA bietet einen Rahmen,** in dem sich haupt- und ehrenamtliche Medienschaffende aus  
unterschiedlichen Bereichen (Grafik, Internet, Presse, usw.) begegnen.

**Die LiMA bietet Journalisten die Möglichkeit,** Akteure aus NGOs vor Ort und ihre Themen  
kennen zu lernen.

**Die LiMA fördert einen unabhängigen Journalismus,** der kritische Fragen stellt, Information  
von Meinung trennt und Mediennutzer nicht als reine Medienkonsumenten, sondern als mündige  
Entscheider sieht.

**Das Programm der LiMA** wird in direkter Kommunikation mit den Teilnehmern entworfen und  
kontinuierlich weiter entwickelt.

Das Konzept, mit dem die LiMA so erfolgreich wurde, hieß von Anfang an: Schnittstellen schaffen. Schnittstellen zwischen Kompetenzen aus verschiedenen Bereichen, zwischen Neueinsteigern und renommierten Medienmachern, zwischen klassischen und neuen Medien, zwischen Podium und Publikum.

Schnittstellen auch zwischen sehr verschiedenen Menschen, die sich links im Sinne Willy Brandts verstehen.

Sie tauschen sich aus, finden Reibung, Gemeinsamkeiten und Denkanstöße. Zusammen geben sie einem kritischen, unabhängigen Journalismus Leben.

Zeitplan (Entwurf)

<b>12. Oktober 2012</b>		
Uhrzeit?	<b>Podiumsdiskussion****</b>	Ort?
	<i>Wird mit eigenen Plakaten und Flyern beworben</i>	

<b>13. Oktober 2012</b>					
9.00	Infotische sind besetzt, Anmeldungen werden entgegen genommen			<b>Foyer Uni Gebäude</b>	
10.00	Eröffnung, Begrüßung und einleitend <b>Fachvortrag – präsentiert von Le Monde diplomatique</b>			<b>Hörsaal</b>	
11.00	Workshop A**	Workshop B**	Workshop C**	Workshop D**	Workshop E**
13.00	<b>Mittagspause***</b>				
14.00	Workshop A**	Workshop B**	Workshop F**	Workshop G**	Workshop H**
18.00	Abendpause***				
19.00	<b>Worldcafé und Abschluss****</b>				

\*\*\*) Workshops können sich über einen Halbtage oder die gesamte Workshopzeit erstrecken, die Anzahl paralleler Workshopangebote ist ebenso offen wie die Auswahl der Inhalte.

\*\*\*) Für das Mittags- und das Abendessen sollte ein Cateringangebot eingerichtet werden.

\*\*\*\*) Die Ausrichtung und thematische Festlegung der Podiumsdiskussion wie des Worldcafé und Abschluss sind offen.

Durch diesen Angebots- und Methodenmix wird am besten die Umsetzung des LiMA-Leitbildes „Medien kompetent gestalten, nutzen & diskutieren“ umgesetzt.

Verbessert werden muss die Möglichkeit für Networking und die Attraktivität eines „Marktes der Möglichkeiten“

\*) Der Fachvortrag wird von der *Le Monde diplomatique* ausgerichtet/organisiert.

Die **Zielgruppen** einer LiMAregional sind ...

- alternative Medienmenschen aller Medienarten,
- Studierende -> *die Studierenden von Universität Magdeburg und FH Magdeburg können ohne Unkostenbeitrag teilnehmen!*
- PR-Verantwortliche von NGOs,
- Aktivist\_innen der kritischen Zivilgesellschaft, sozialer Bewegungen und anderer Initiativen
- Aktivist\_innen in Betrieben und Gewerkschaften.

