

Verein der Alumni und Förderer des CAMPUS OF EXCELLENCE e.V.

Interaktiver Frühjahrsworkshop 2009

"Zeitungslesen bedeutet für mich, mich mit Themen zu befassen, und nicht nur mit der Nachricht an sich. Je schneller Nachrichten über Fernsehen, Internet und Handy kommen und gehen, desto wichtiger wird die Zeitung. Agendasetting, Hintergrund und Einordnung - das kann nur Print. Es lebe die Zeitung!"

Christiane zu Salm

Wie treffend das obige Zitat der Medienunternehmerin und -managerin Christiane zu Salm ist, davon konnten sich die Teilnehmer des Frühjahrsworkshop 2009 "Fokus Medien – interaktiver Workshop für Studierende, Absolventen und Berufserfahrene" des Vereins der Alumni und Förderer des CAMPUS OF EXCELLENCE e.V. selbst überzeugen.

Wie schon in den Jahren zuvor, war es auch diesmal den Organisatoren Rund um die Vorstandsvorsitzende des Alumni-Vereins Nadine Bauer und den weiteren Vorstandsmitgliedern gelungen, zahlreiche hochkarätige Referenten und Workshop-Leiter zu gewinnen. Großzügig unterstützt wurden sie dabei in diesem Jahr durch die *Frankenpost Verlags GmbH* aus Hof, die ihre Räumlichkeiten für die Veranstaltung zur Verfügung stellte und sich zudem um die Bewirtung der Teilnehmer kümmerte.

Zum Auftakt berichtete der Gastgeber und Hausherr - Chefredakteur Johann Pirthauer – über die Herausforderungen, denen sich eine moderne Tageszeitung in der heutigen Zeit stellen muss. Denn obwohl die *Frankenpost* mit einer bundesweit einmaligen Reichweite von 82% vermeintlich ein wirtschaftlicher Selbstläufer sein müsste, so hat auch sie mit den gleichen Problemen wie die anderen Tageszeitungen zu kämpfen:

- Kostenfreie, hochaktuelle und zumeist kostenlose Nachrichteninhalte im Internet
- Verstärkte Nachfrage nach schnell und zeitlich unbegrenzt zur Verfügung stehenden Informationen, die eine klassische Zeitung per se nicht bieten kann
- Eine überalterte, schrumpfende Leserschaft (Sterbeüberschuss)
- Rückläufige Werbeeinnahmen
- Etc.

Um also zukünftig mit den verstärkt an Bedeutung gewinnenden Online Nachrichtenportalen mithalten zu können, muss sie daher

- ihren Lesern verstärkt weitere Medien (mitunter auch über Kooperationen) anbieten (cross-mediale Angebote).
- vermehrt Hintergrundinformationen, Kommentare und Einordnungen zu den tagesaktuellen Themen liefern, die in schnelllebigen Online Portalen nicht bzw. nur sehr beschränkt angeboten werden (können).
- vermehrt regionale und lokale Informationen anbieten.

Ferner muss sie sich den neuen Medien bzw. dem neuen Medien-Nutzungsverhalten der Leser anpassen. Dies führt dazu, dass die *Frankenpost* neben dem mittlerweile fast schon obligatorischen Online-Content mit Berichten und Video-News (in Zusammenarbeit mit *TV Oberfranken*) auch einen eigenen SMS Newsletter anbietet, der obwohl noch relativ neu, bereits sehr gut angenommen wird.

Die neuen Medien bringen für die Mitarbeiter jedoch eine Menge zusätzlicher (und oftmals neuer) Arbeit mit sich, so dass sich vor allem viele ältere Kollegen umstellen und die neuen Techniken anpassen mussten. So müssen beispielsweise Redakteure, die bislang lediglich für Schreib- und Recherche-Arbeiten zuständig waren, nun zusätzlich zu Ihren Berichten auch noch die Bilder fotografieren und z.T. per Digital-Videokamera Aufnahmen und Kurz-Clips für das Online-Portal erstellen (Filmen, Schneiden, Bearbeiten, Vertonen, etc.).

Ein aufwendiger und langwieriger (Lern-) Prozess, der trotz der Zusammenarbeit mit dem lokalen Fernsehsender TV Oberfranken sowie der Akademie für neue Medien in Kulmbach noch lange nicht abgeschlossen ist.

In der anschließenden Diskussion, bei der neben Johann Pirthauer auch noch Frank Ebert (Redaktionsleiter *TV Oberfranken GmbH & Co. KG*, Hof) sowie Thomas Nagel (Studienleiter *Akademie für neue Medien*, Kulmbach) auf dem Podium Platz nahmen, wurde noch einmal betont, dass der Trend zum cross-medialen Zeitalter unaufhaltsam und unumkehrbar ist. Alle drei Referenten betonten dabei jedoch ausdrücklich, dass Sie in diesem Wandel eindeutig mehr Chancen als Risiken sehen und sich daher selbstbewusst den damit verbundenen Aufgaben stellen wollen.

Im Anschluss an die Diskussion und einem gemeinsamen Lunch verteilten sich die Teilnehmer dann auf die 4 angebotenen Workshops.

Workshopmodul 1 - „Kameratraining“. Unter der Leitung von Dr. Heiko Reisch, Geschäftsführer der *fishermen communications GmbH* aus Frankfurt, übten die Teilnehmer in Zusammenarbeit mit *TV Oberfranken*, was man bei Auftritten vor TV Kameras beachten muss und wie man sich dabei möglichst gut präsentiert. Die Ergebnisse dieser Gruppe werden in Form von kurzen Video-Statements zeitnah auf der Homepage des CAMPUS OF EXCELLENCE zu sehen sein.

Workshopmodul 2 - Verdeckte Pressekampagnen als Instrument zur Platzierung von Unternehmensinteressen in den Medien – Grundlagen und Konzeption“. Marcus Jost, Geschäftsführer der *Societät für strategische*

Medienberatung, erläuterte den Teilnehmer, mit welchen Tools und Strategien Pressekampagnen öffentlichkeitswirksam in den Medien platziert werden können.

Im **Workshopmodul 3 - „Der journalistische Alltag – Spagat zwischen Schnelligkeit und Kreativität“** erläuterte Matthias Will - Redakteur bei der *Frankenpost* – den Teilnehmern, in welchem Spannungsfeld ein Redakteur bei der Gestaltung einer Zeitung steht und wie man diese auflösen kann.

Das **Workshopmodul 4 - „Unternehmenskommunikation“** forderte die Teilnehmer gar mit einer zu bearbeitenden Case Study samt Pitch-Präsentation. Nach einer kleinen theoretischen Einführung in die Thematik durch die beiden Referenten Dr. Eva Salzer (Inhaber der *EVA SALZER Strategy & Communications* in Frankfurt) und Wolfgang Hidding (Öffentlichkeitsarbeit/Corporate Design der *MB Holding GmbH & Co. KG* aus Vestenbergsgreuth) wurden die Workshopteilnehmer in zwei Gruppen aufgeteilt. Anschließend mussten Sie als zwei verschiedene Kommunikationsagenturen jeweils ein Kommunikationskonzept für Martin Bauer erstellen und dieses im Rahmen eines Pitch den beiden Referenten präsentieren.

In der abschließenden Feedback-Runde kamen alle wieder im Plenum zusammen, um den übrigen Teilnehmer ihre Erfahrungen und Erkenntnisse aus den einzelnen Workshops vorzustellen.

Zum Abschluss des offiziellen Programms berichtete dann Susanne Amann, Redakteurin (und ab Juli Leiterin des Ressorts Wirtschaft) von *Spiegel Online*, unter der Überschrift „Der Spiegel als Leitmedium“ über den Arbeitsalltag in Deutschlands führendem Online-Nachrichtenportal. Neben zahlreichen Anekdoten aus der Redaktion und der Zusammenarbeit zwischen den Kollegen der Online- und der Blatt-Redaktion, war wie schon bei den vorherigen Referenten viel Raum für eine offene Diskussion.

Bei Steaks, Würstchen und Salat kamen dann zum Schluss alle Referenten und Teilnehmer im Innenhof der *Frankenpost* zusammen, um den interessanten, lehrreichen und, wie schon im Jahr zuvor, hervorragend organisierten Workshop-Tag ausklingen zu lassen und später gemeinsam das Hofer Kneipenleben unsicher zu machen.

Am Sonntagmorgen waren dann aber alle Mitglieder des Vereins der Alumni und Förderer des *CAMPUS OF EXCELLENCE e.V.* wieder Top fit. Nach einem gemeinsamen Brunch im Cafe/Bistro „Cor“ in der Hofer Innenstadt fand dort zugleich die alljährliche Hauptversammlung statt, bevor sich die Teilnehmer nach den zwei wunderbaren Tagen in Hof anschließend wieder auf den Nachauseweg machten.

Fazit 1: Die klassische Tageszeitung muss sich den neuen Medien öffnen, um auch in der Zukunft noch eine Chance am Markt zu haben. Allein nur mit dem Printprodukt dürften die Überlebenschancen auf längere Sicht nicht allzu groß sein, gleichwohl das klassische Printprodukt wohl niemals ganz verschwinden wird.

Fazit 2: Die cross-mediale Zukunft ist in Hof bereits voll angekommen, was die *Frankenpost* und ihre beiden Kooperationspartner *TV Oberfranken* und *Akademie für neue Medien* in Kulmbach mehr als eindrucksvoll bewiesen haben.

Fazit 3: Die Teilnehmer der Workshops konnten zahlreiche interessante Informationen und Erkenntnisse mit nach Hause nehmen, die Ihnen zum einen den zukünftigen Umgang mit (cross-) medialen Inhalten erleichtern werden und sie zum anderen für ihren weiteren Berufs- und Lebensweg gestärkt haben.

So wissen die Teilnehmer, dass nachfolgende Zitat von Robert Lembke in einem cross-medialen Zeitalter nicht mehr ganz zutrifft:

„Radio geht ins Ohr, Fernsehen ins Auge.“

Markus Englert

Teilnehmer der praxis academy 2007