

PRESSEMITTEILUNG

„Junge Menschen für Berufe in den Medien begeistern“

MVFP Medienverband der freien Presse startet Nachwuchsinitiative „Mach Medien!“

Im Mittelpunkt des Kick-off-Events am 19. April 2023 in München stand die große Herausforderung der Nachwuchsgewinnung für die Medienbranche. In sechs lebendigen Impulsvorträgen unterstrichen die Referentinnen und Referenten die Bedeutung einer nachhaltigen Strategie und zielgruppengerechten Ansprache. Mit dem Verbandsangebot „Mach Medien!“ haben die Verlage die Möglichkeit, direkt und selbst aktiv zu werden.

München 19. April 2023. „Das Thema „Nachwuchs“ ist derzeit allgegenwärtig. In vielen Medienunternehmen geht es nicht mehr um die Auswahl aus einem breiten Bewerberpool. Sondern um die Attraktivität für junge Menschen. Die größte Motivation für die Arbeit in unserer Branche ist aus unserer Sicht die Ausübung einer Tätigkeit, mit der unsere freiheitlich-demokratische Grundordnung jeden Tag aufs Neue gestärkt wird. Um diese Leidenschaft nach außen zu tragen, haben wir im Spätherbst des vergangenen Jahres den Arbeitskreis „Young Talents“ ins Leben gerufen. Ich danke den Vorständen des MVFP Bayern Peter „Bulo“ Böhling, Geschäftsführer Gary Glotz, und Winfried Hanuschik, Geschäftsführer Port Media, sowie Anina Veigel und Tim Sievert aus der Geschäftsstelle des MVFP Bayern dafür, dass Sie das Projekt in so kurzer Zeit mit Leben gefüllt haben.“ Mit diesen Worten begrüßte Horst Ohligschläger, Erster Vorsitzender des MVFP Bayern, die zahlreichen Gäste zum Kick-off-Event „Mach Medien!“, durch das er gemeinsam mit der Geschäftsführerin des MVFP Bayern, Anina Veigel, führte.

Im Eröffnungsvortrag stellten Peter „Bulo“ Böhling und Winfried Hanuschik die Initiative vor. „Ziel ist es, einen direkten Kanal zu Schülern, Abiturienten, Studenten, Absolventen und jungen Berufstätigen aufzubauen, damit der Nachwuchs sowohl Lust auf die Branche als auch konkrete Einstiegsmöglichkeiten bekommt“, so Böhling. Das Herzstück ist dabei die Website www.machmedien.de, die mit Testimonials für Berufe in den Medien begeistert. Diverse prominente Testimonials, wie z.B. Schauspieler Ottfried Fischer, Verlegerin Myriam Karsch, Satiriker Philipp Walulis und Journalist Richard Gutjahr konnten bereits gewonnen werden. Der zweite große Bereich auf der Website ist das Matchmaking zwischen den Verlagen und den Young Talents. Winfried Hanuschik: „Mit einem einfachen und kurzen Eingabeformular können die Mitgliedsunternehmen ein eigenes Profil mit ihrem Angebot für die junge Zielgruppe und die Ausbildungsberater in Schulen einstellen, z.B. Schülerpraktikum, Tag der offenen Tür oder Volontariat.“

Nach dieser Initialzündung erhielten die Teilnehmenden im Rahmen von Impulsvorträgen weitere Ideen für die Nachwuchsgewinnung. Den Start machte Amelie Marie Weber, Head of Social Media FUNKE Zentralredaktion Berlin. Sie kennt die junge Zielgruppe bestens, denn sie hat für das Medienhaus einen erfolgreichen Tiktok-Kanal aufgebaut. Durch Interviews mit

Spitzenpolitikern und „Behind the Scenes“-Filmen aus der Redaktion hat sie bereits über 70.000 Follower generiert. Sie warb mitreißend für eine Intensivierung der Social-Media-Strategie in Medienhäusern im Sinne des Employer Brandings. So könne man die junge Zielgruppe dort erreichen, wo sie sich aufhält. „Wer die junge Zielgruppe verstehen will, muss Tiktok verstehen“, so Weber.

Weiter ging es mit einem Vortrag von Prof. Sabine Resch, Professorin für Modejournalismus an der AMD Akademie Mode & Design München. Sie zeigte auf, wie man erfolgreich die eigenen Social Media Profile und Websites attraktiver und zielgruppengerechter gestalten kann. Resch betont: „Ein zentraler Baustein ist die aktive Einbindung der Studierenden selbst bei der Erstellung von Content. Absolventinnen und Absolventen achten darauf, ob das Angebot ihren eigenen Ansprüchen genügt. Und das heißt: Wer die Medienschaffenden von morgen haben möchte, muss erstens ihre Sprache sprechen – auch visuell –, und zweitens dort sichtbar sein, wo die jungen Talente sind und das sind Soziale Netzwerke. Es sind die Kanäle, mit denen wir genau dieses Ziel erreichen. Es hilft zudem, sich vielfältig zu präsentieren und so die Leidenschaft für die eigene Arbeit nach außen zu tragen.“

Anschließend berichtete Prof. Markus Kaiser, Professor für Medieninnovationen und digitalen Journalismus an der Technischen Hochschule Nürnberg, von den attraktiven Jobaussichten seiner Studierenden. Eine einmalige Arbeitgeberansprache überzeuge die Generation Alpha heute nicht mehr. Diese habe vielfältige Ansprüche und möchte Sinnstiftendes tun. Umso leidenschaftlicher könne man als Arbeitgeber für sein Tätigkeitsfeld werben, „wenn langfristige persönliche Bindungen und echte Kooperationen gelingen. Denn diese sorgen für eine viel höhere Glaubwürdigkeit bei der jungen Zielgruppe“, so Kaiser.

Weiterhin referierte Agnes Hey, Geschäftsführerin Richard Pflaum Verlag: 2017 hat sie Genossenschaftsanteile der neu gegründeten BAW Bayerische Akademie für Werbung und Marketing erworben, in der der Studiengang „Medienmarketing“ wieder aufgebaut und damit eine praxisnahe Ausbildung angeboten werden soll. „Auch und gerade für Quereinsteiger bietet die BAW eine erstklassige Möglichkeit, in der Medienbranche Fuß zu fassen und eine wertvolle Weiterbildung zu erhalten“, so Hey.

Abschließend gab Uwe Barfknecht, Oberstudiendirektor und Schulleiter des Wilhelm-Hausenstein-Gymnasiums München, den Anwesenden einen spannenden Einblick in die Berufsvorstellungen junger Schülerinnen und Schüler und machte der Medienbranche deutlich, dass diese – wenig überraschend, aber naheliegend – immer noch ganz analog erreicht werden können. Er warb eindringlich für die Direktansprache von Schulen und die Vorstellung von Berufsbildern in Verlagen vor Schulklassen. Auch Schülerpraktika und Betriebsbesichtigungen seien eine gute Möglichkeit, junge Menschen für eine Karriere in der Medienbranche zu begeistern. Barfknecht unterstrich dabei die Notwendigkeit solcher Maßnahmen: „In den nächsten sieben Jahren werden fünf Millionen Menschen mehr in den Ruhestand gehen als ins Erwerbsleben eintreten.“

Die Geschäftsführerin des MVFP Bayern, Anina Veigel, betont: „Die Rolle der Medien in einer demokratischen Welt ist unbestritten. Allein schon deswegen müssen wir junge talentierte Menschen für die Arbeit in unserer Branche begeistern. Hinzu kommt die demographische Entwicklung, die diese große Aufgabe umso dringlicher macht. Die Initiative „Mach Medien!“ bietet den Medienunternehmen eine hervorragende Möglichkeit, direkt damit loszulegen.“

Über den MVFP Bayern (ehemals VZB):

Der MVFP Bayern – ehemals Verband der Zeitschriftenverlage in Bayern (VZB) - ist die bayerische Landesvertretung des MEDIENVERBAND DER FREIEN PRESSE. Erster Vorsitzender ist Horst Ohligschläger, CEO Roularta Media Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen von rund 100 bayerischen Zeitschriftenunternehmen (u.a. Hubert Burda Media, Condé Nast Verlag, Vogel Communications Group, Wort und Bild Verlag). Seit seiner Gründung 1948 ist es die Hauptaufgabe des Verbandes, bayerische Verleger bei grundlegenden unternehmerischen Herausforderungen zu unterstützen.

MVFP Medienverband der freien Presse e.V.

Landesvertretung Bayern

Friedrichstraße 22

80801 München

Telefon: 0 89 28 81 27-0

Telefax: 0 89 28 81 27-27

E-Mail: bayern@mvfp.de

Website: www.mvfp-bayern.de

Hochauflösendes Bildmaterial der Veranstaltung kann beim MVFP Bayern angefordert werden.



Uwe Barfknecht, Oberstudiendirektor und Schulleiter Wilhelm-Hausenstein-Gymnasium München, Horst Ohligschläger, Erster Vorsitzender MVFP Bayern, Winfried Hanuschik, Geschäftsführer Port Media, Amelie Marie Weber, Head of Social Media, FUNKE Zentralredaktion Berlin, Prof. Sabine Resch, Professorin für Modejournalismus an der AMD Akademie Mode & Design München, Peter „Bulo“ Böhling, Geschäftsführer Gary Glotz, Agnes Hey, Geschäftsführerin Richard Pflaum Verlag, Prof. Markus Kaiser, Professor für Medieninnovationen und digitalen Journalismus an der Technischen Hochschule Nürnberg, Anina Veigel, Geschäftsführerin MVFP Bayern – Foto Christian Rudnik