

Crossmediales Arbeiten: Wie funktioniert das?

Prof. Dr. Klaus Meier
Hochschule Darmstadt

27. November 2007
Wissenswertes
Bremen



Crossmediales Arbeiten

- 1. Crossmediales Arbeiten: Warum überhaupt?**
- 2. Crossmediales Arbeiten: Wie?**

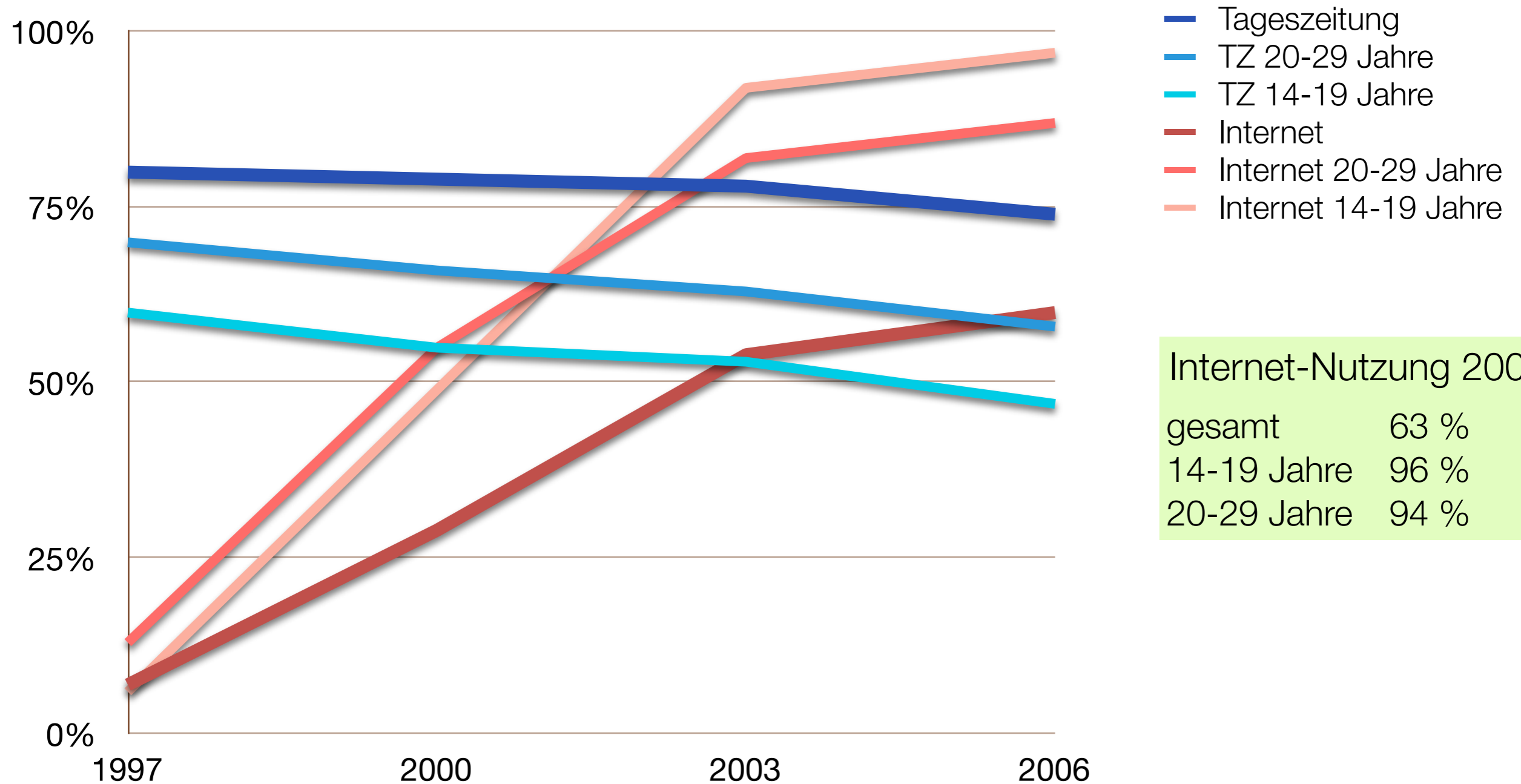
Crossmediales Arbeiten: Warum überhaupt?

Das **Internet** entwickelt sich zu einer **zentralen Drehscheibe** für Text, Bild, Audio und Video und wird so zu einer ernsthaften Konkurrenz für die traditionellen Plattformen der Massenmedien, der Informations- und Wissensdepots.

„Cross Media“ = Kreuzen der traditionellen Plattformen mit neuen digitalen Plattformen wie dem Internet und der mobilen Kommunikation

Crossmediales Arbeiten: Warum überhaupt?

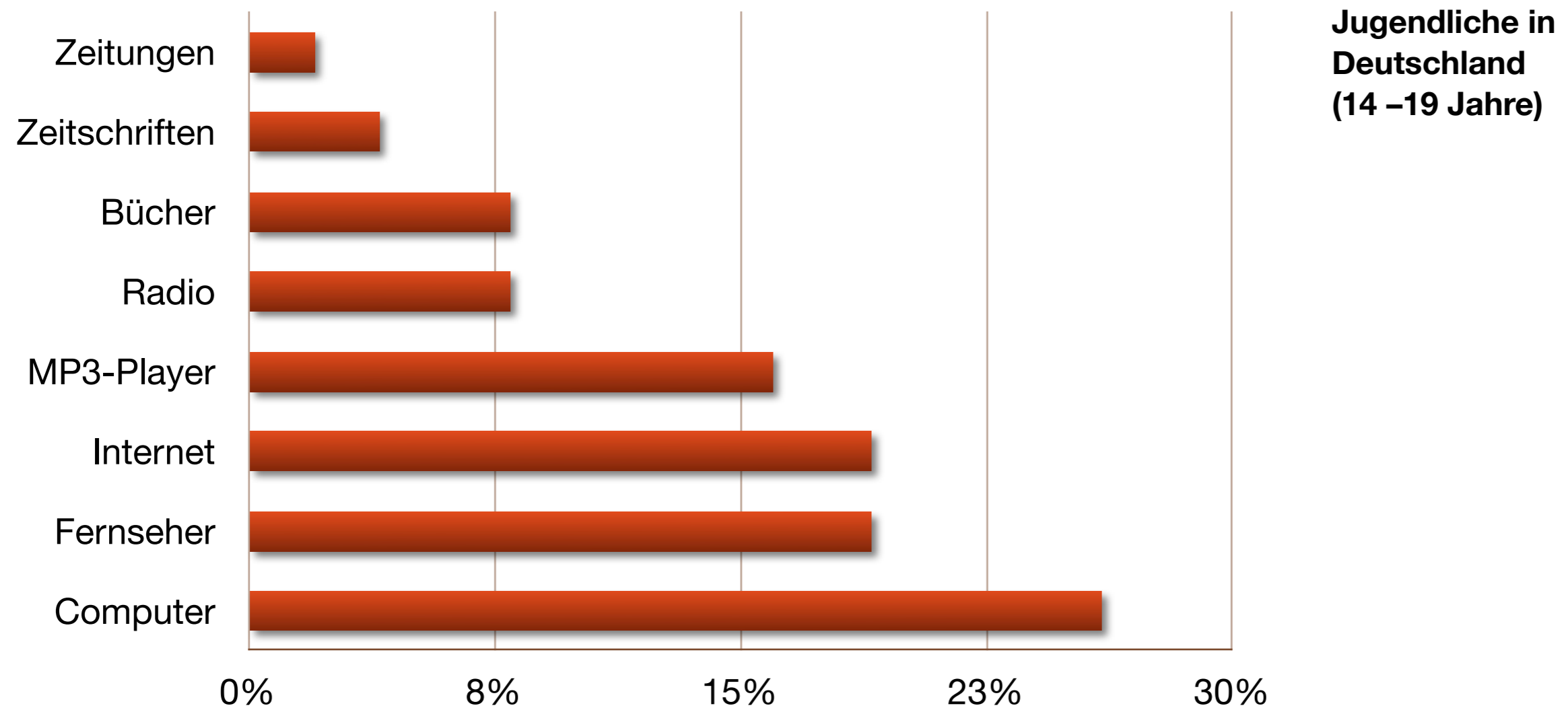
Beispiel: Entwicklung der Reichweiten



Crossmediales Arbeiten: Warum überhaupt?

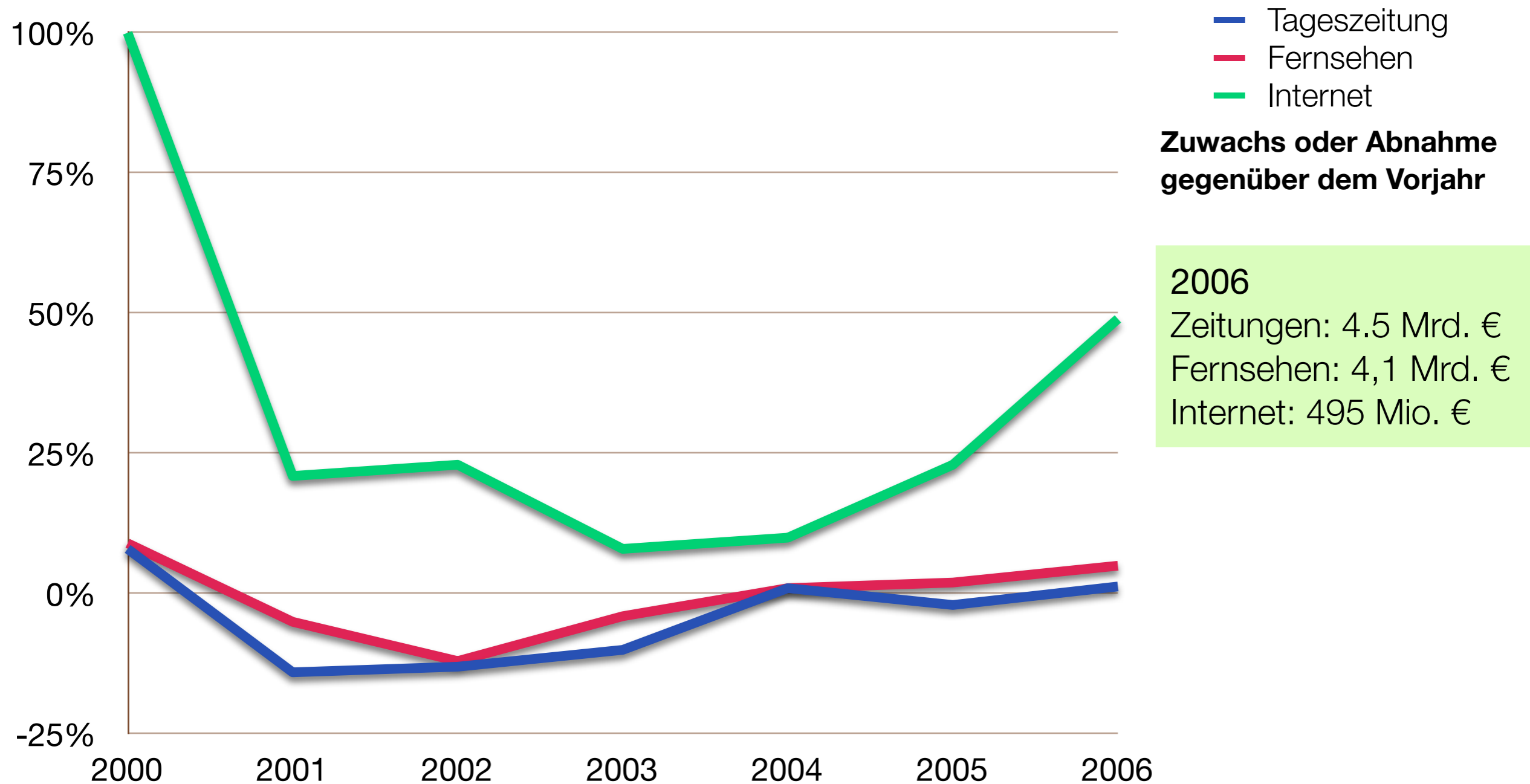
Beispiel: Bindung an die Medien

Am wenigsten verzichten kann ich auf ...



Crossmediales Arbeiten: Warum überhaupt?

Beispiel: Entwicklung der Werbeeinnahmen



Crossmediales Arbeiten: Warum überhaupt?

Beispiel: Investitionen

Beispiel Burda, München:

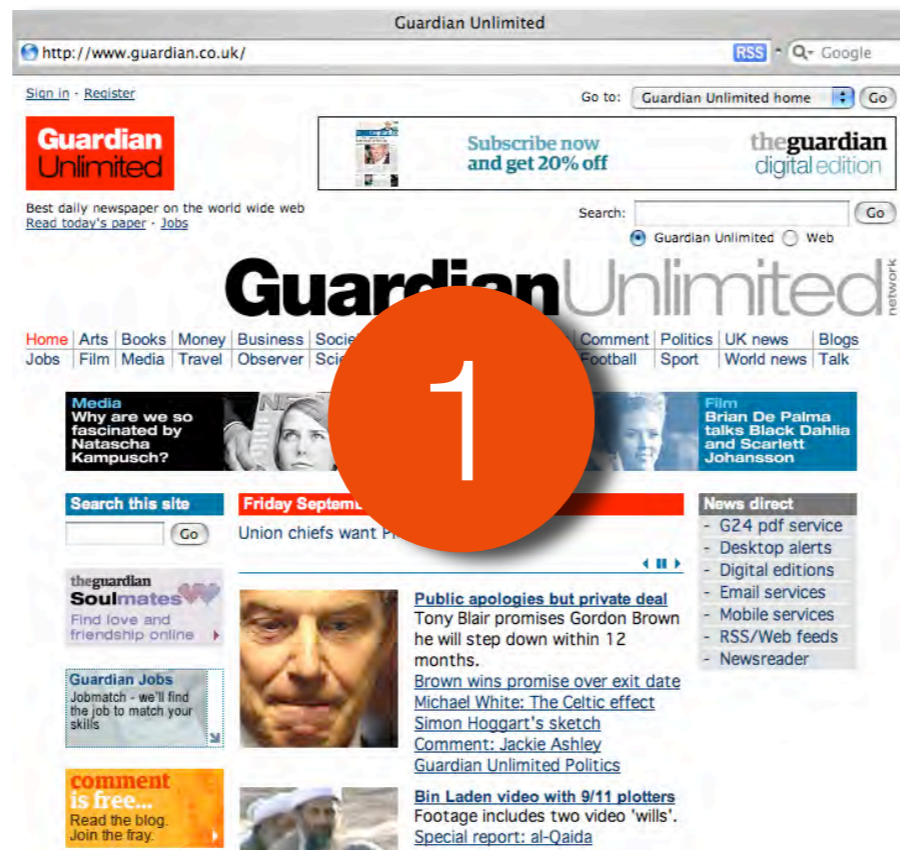
- Umsatz Zeitschriften 2006: + 0,4 %
 - Umsatz Druckgeschäft 2006: – 4,3 %
 - Umsatz Online 2006: +32,4 %
- ➔ 2006: Umsatz durch digitale Medien 24 % des Gesamtgeschäfts
- ➔ erwartet 2012: 50 %

Crossmediales Arbeiten: Warum überhaupt? neue Strategien: „web first“-Prinzip

Beispiel: The Guardian

Seit Anfang Juni 2006: alle Auslands- und Lokalbeiträge kostenlos ins Internet, sobald sie fertig sind

Experimente mit mehreren pdf-Ausgaben pro Tag („G24“): permanent aktualisierte pdfs wahlweise zu Top stories, World, Media, Business, Sport



Crossmediales Arbeiten: Warum überhaupt?

neue Strategien: „web first“-Prinzip



Chefredakteur Alan Rusbridger

The Guardian

22.6.06 (www.pressgazette.co.uk)

„Was ist riskanter - eine aggressive Strategie der Internetentwicklung verfolgen oder diese Entwicklung bremsen, in der Hoffnung, die Leser dadurch zur Printausgabe zurückzuführen?“

„Ich vermute, wir werden aufgrund unserer Entscheidung einige Printleser verlieren; wahrscheinlich werden es aber kaum mehr sein als die, die wir (und alle anderen) ohnehin verlieren aufgrund einer sanften Abwanderung von Print- zu Internetmedien.“

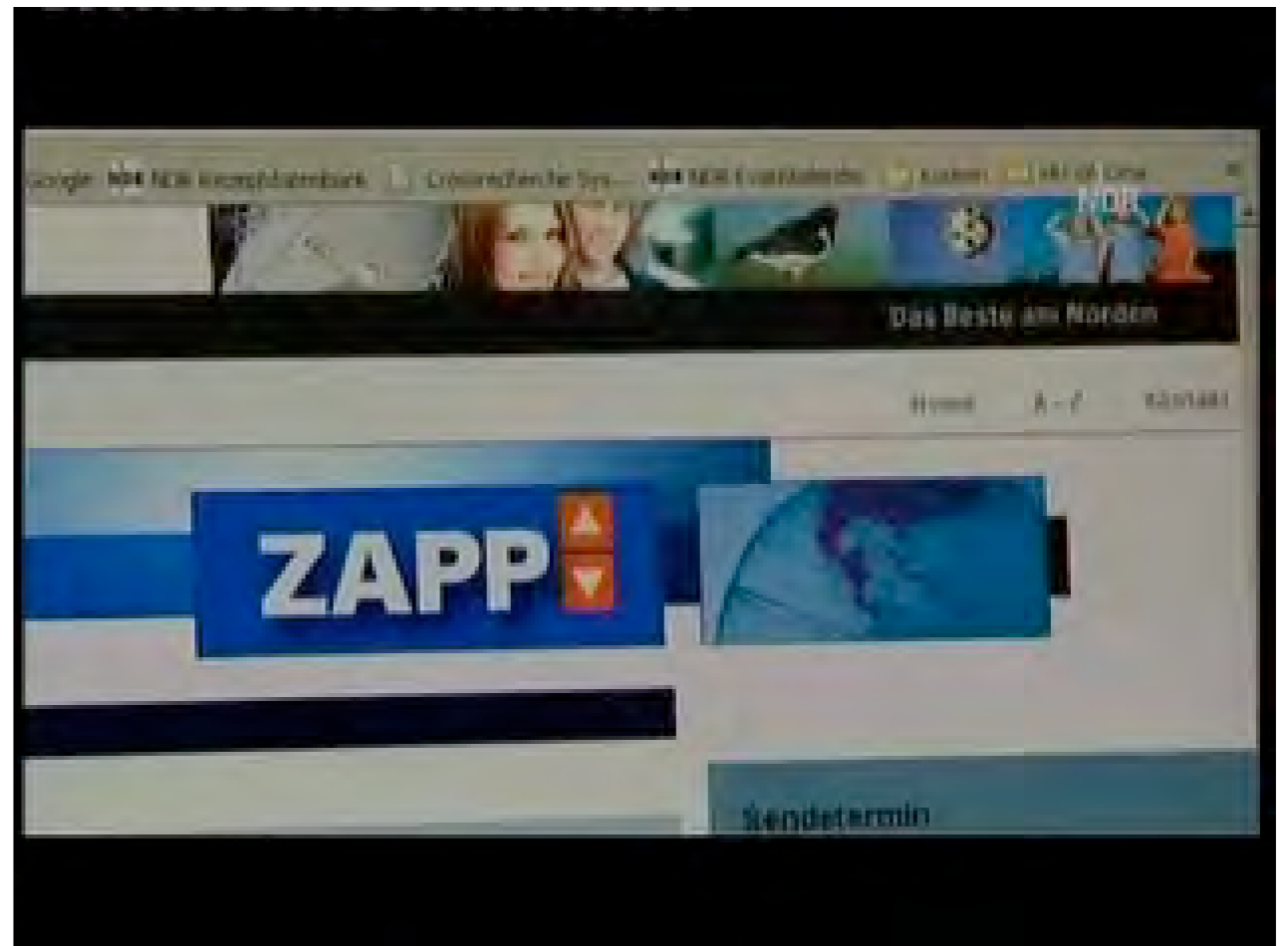
„Bis zum nächsten Morgen zu warten, während andere Internetseiten diese Nachrichten bereits im Laufe des Tages veröffentlichen, bedeutet, sich dem Risiko der Belanglosigkeit auszusetzen.“

Crossmediales Arbeiten: Warum überhaupt? neue Strategien: Radio und TV via Internet

Gründe für zunehmende **Crossmedialität bei Radio und Fernsehen:**

- auch hier: Internet als zentrale Drehscheibe
- Radio --> Podcast, Internetradio
- Fernsehen --> You Tube, IPTV, Mobile TV, Digitale Archive

Beispiel: **NDR** bietet
Fernsehbeiträge zur freien nicht-
kommerziellen Nutzung im
Internet an - unter **Creative-
Commons-Lizenz** („kreatives
Allgemeingut“)



Crossmediales Arbeiten: Warum überhaupt?

massive Verschiebungen bei der

- ... Entwicklung der Reichweiten,
- ... Bindung der (jungen) Menschen an die Medien,
- ... Entwicklung der Werbeeinnahmen,
- ... der Investitionen im Medienbereich,
- ... strategischen Überlegungen der Medienhäuser.

Crossmediales Arbeiten: Wie?

Crossmedialität ist vor allem eine organisatorische Frage

Grad des crossmedialen Arbeitens:

- reine Koordination an sich getrennter Abteilungen
- Mehrfachverwertung digitalisierter Inhalte und Steuerung der Plattformen zum Beispiel am Newsdesk
- mehrmediales Arbeiten themenorientierter Teams (z.B. Matrix-Organisation) oder sogar einzelner Journalisten

Crossmediales Arbeiten: Wie?

Neue Modelle der Redaktionsorganisation

Newsdesk: zentraler „Tisch“, an dem meist bis zu einem Dutzend Redakteure (besser: editors) sitzen und an dem alles zusammenläuft, was die Redaktion an Informationen und Material zur Verfügung hat. Dort werden die Seiten verschiedener Ressorts koordiniert (und produziert) – sowie crossmedial alle Medien eines Medienhauses bedient.



Newsroom: Die Wände zwischen den Ressorts und Medien werden eingerissen; alle Journalisten sitzen in einem gemeinsamen großen Raum und sollen sich so besser absprechen und koordinieren.

Crossmediales Arbeiten: Wie?

Beispiel: Axel Springer Verlag, Berlin



Springer, Berlin, 11/06:
gemeinsamer Newsroom für
Welt, Welt kompakt, Morgenpost, Welt am Sonntag
welt.de, morgenpost.de, WeltonlineTV
400 Quadratmeter für 56 Redakteure

Crossmediales Arbeiten: Wie?

Beispiel: Rheinische Post, Düsseldorf



Rheinische Post, Düsseldorf, 7/06:
Doppel-Newsdesk für Print und online
in einem gemeinsamen Newsroom

Crossmediales Arbeiten: Wie?

Beispiel: Handelsblatt, Düsseldorf



Handelsblatt, Düsseldorf, 4/07:
gemeinsamer Newsroom für Print und Internet

Crossmediales Arbeiten: Wie?

Beispiel: Handelsblatt, Düsseldorf



Handelsblatt, Düsseldorf:

Video aus dem Projekt
„Crossmediale Redaktionen in Deutschland“

Hochschule Darmstadt / IFRA, Juli 2007

www.ifra.com/newsplex_hda

Crossmediales Arbeiten: Wie?

Beispiel: The Daily Telegraph, London



Daily Telegraph, London, 1/07:
6300 Quadratmeter für 450 Redakteure



Crossmediales Arbeiten: Wie?

Beispiel: Nordjyske Medier, Aalborg

Ein großer Newsroom für fünf Medienplattformen: **Tageszeitung** „Nordjyske Stiftstidende“, **Gratiszeitungen** „Centrum Morgen“ und „Centrum Aften“, **Online** „nordjyske.dk“, **Radio** „ANR Guld FM“ und „ANR Hit FM“, **Fernsehen** „24Nordjyske“

Koordination der Medien und Ressorts am „Superdesk“ (248 Mitarbeiter)

Journalisten arbeiten themenorientiert mehrmedial (Matrix-Organisation)



Crossmediales Arbeiten: Wie?

Beispiel: Nordjyske Medier, Aalborg

Ein großer Newsroom für fünf Medienplattformen: **Tageszeitung** „Nordjyske Stiftstidende“, **Gratiszeitungen** „Centrum Morgen“ und „Centrum Aften“, **Online** „nordjyske.dk“, **Radio** „ANR Guld FM“ und „ANR Hit FM“, **Fernsehen** „24Nordjyske“

Koordination der Medien und Ressorts am „Superdesk“ (248 Mitarbeiter)

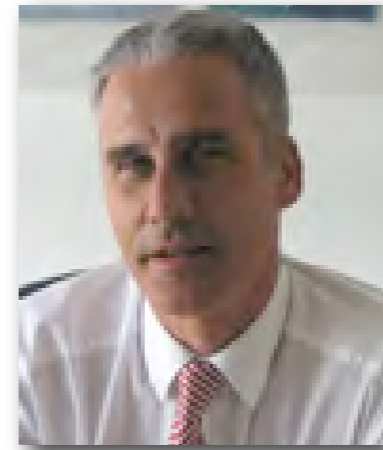
Journalisten arbeiten themenorientiert mehrmedial (Matrix-Organisation)

		medie redaktorer				← „Superdesk“
		TV	Radio	Zeitung	Online	
Multimedie inholds grupper	Wirtschaft					
	Politik					
	Sport					
	Familie					
	Aalborg					
	Justiz					

Crossmediales Arbeiten: Wie?

Thomas Satinsky, Chefredakteur
Südkurier Konstanz

„Jeder muss alles denken können,
er muss aber nicht alles selbst können.“



Lars Jespersen, Chefredakteur
Nordjyske Medier

„Choose the best media to launch a story
and the best flow between media.
Not all stories to all media, a lot to only one“.

Crossmediales Arbeiten: Wie?

Beispiele:

- Bildergalerie
- Gerichtsbericht
- Großbrand
- Blog, Video-Kolumne, Podcast etc.

Lektüre-Empfehlungen :-)

multimediales Web-Dossier

„Crossmediale Redaktionen in Deutschland“

www.ifra.com/newsplex_hda (ab Ende Juli)



Lehrbuch „Journalistik“

UTB basics (UVK Konstanz)

das Blog zum Buch:

www.journalistik-lehrbuch.de