

„Kauft euch ein Cabrio!“

PR-Kampagnen, die wirken, der Bedeutungsverlust der Zeitungen und die Imageprobleme von Journalisten sind Themen beim 9. Praxisforum

Im Februar lud das IfK gemeinsam mit seinem Förderverein zum Stelldichein von Theorie und Praxis. Dabei begaben sich rund 200 Gäste und Studierende im Forum am Altmarkt auf eine Reise querbeet durch die Kommunikationswissenschaft. Absolventen und Mitarbeiter des Instituts stellten aktuelle Forschungsergebnisse aus verschiedenen Themenbereichen vor.



Torsten Laub stellte seine prämierte Magisterarbeit vor.

Foto: hh

Das Internet machte den Anfang. So zeigte die BA-Absolventin Vesela Penava in einem qualitativen Vergleich der Suchmaschinen Google und Yahoo, dass diese das „Potential als Wegweiser im Nachrichtensdschungel“ haben, jedoch müsse die redaktionelle Zuarbeit ausgeweitet werden. Die Mediennutzung via Online-Communities lag bei Katja Uebel im Fokus des Interesses. Mittels einer Online-Befragung der Dresdner Party-Community „dampfer.net“ wies sie nach, dass vor allem soziale Interaktion, Interessenaustausch und Zeitvertreib als Nutzungsmotive greifen.

Im Anschluss präsentierte PD Dr. Wolfgang Schweiger die Mediennutzung junger Dresdner und zeigte, dass die Tageszeitung durchaus noch Bedeutung für sie hat. Allerdings gehen ältere Jugendliche den Tageszeitungen nach Verlassen des

Elternhauses verloren. Insgesamt büßen Zeitungen ihre bisherige Führungsposition als Nachrichtenquelle bei politischen Themen ein, denn das Internet wird im Lebensverlauf wichtiger. Dabei werden dann häufig nicht die Online-Angebote der journalistischen Qualitätsmedien als Hauptnachrichtenquelle genutzt, sondern reine Onlinedienste wie GMX oder Yahoo. Der Journalismus befinde sich „auf dem

absteigenden Ast“, gab Professor Wolfgang Donsbach zu bedenken – ein Anlass zu untersuchen, warum das Vertrauen in Journalisten und die Wertschätzung des Berufs gesunken sind. Die repräsentative bundesweite Befragung ergab, dass in den Augen der Bevölkerung Journalisten zu mächtig sind und die Sitten verfallen. Die Grenzen zwischen professionellem und Laien-Journalismus verschwimmen, Qualität sei immer schwerer zu erkennen.

In einem weiteren Themenblock drehte sich alles um Politik in den Medien. Zum einen erfuhren die Zuhörer von Miriam Weihermüller, wie man die Medienperformance von Ministerien, insbesondere des Sächsischen Sozialministeriums, misst. Sie untersuchte die Präsenz und das Image von Ministerien und Ministern in der Berichterstattung. Annegret Spranger sprach über die Zusammenhänge von

Fußball und Politik am Beispiel der Weltmeisterschaft 2006. Dabei zeigte sie, dass auch Fußball den „politikfreien Raum“ verlassen hat und politische Akteure sich über den Fußball positiv inszenieren.

Im PR-Block zeigte zunächst Professor Lutz Hagen, wie man junge Sachsen motivieren kann, sich klimafreundlich zu verhalten. Je nach Wissen und Informationsverhalten der Jugendlichen, stellte Hagen verschiedene Kommunikationsstrategien vor: „Klimabewusste Musterschülerinnen“ sollten über Zeitungen oder Broschüren angesprochen und direkt beraten werden. So könnte ein aufmerksamkeitsstarker Slogan, der eine eher problematische männliche Gruppe erreicht, lauten: „Kauft euch ein Cabrio! Auch in Sachsen werden die Winter wärmer! Und die Nordsee rückt näher!“ Nora Jantzen stellte ihre Arbeit zu den Methoden zur Kontrolle des Erfolgs von PR-Maßnahmen und deren Anwendung in der Praxis vor. So stellte sie fest, dass fast alle Clippings nutzen, Image-Analysen in den Zielgruppen oder Nutzungsanalysen von PR-Produkten allerdings eher selten durchgeführt werden.

Susann Bewernick

Die besten Früchte 2008

Ein Höhepunkt des Praxisforums stellte die Prämierung der besten Abschlussarbeiten des Jahres 2008 dar. Für die beste Bachelor-Arbeit wurde Claudia Schulze ausgezeichnet. Sie untersuchte Rezeptionsmotive für Telenovelas am Beispiel der Serie „Wege zum Glück“. Torsten Laub lieferte die beste Magisterarbeit mit einer Inhaltsanalyse der „Wissenschaftlichen Zeitschrift“ der TU Dresden, einer zusätzlichen Leserbefragung und daraus abgeleiteten Empfehlungen zur Optimierung der bisher „angestaubten“ Zeitschrift als PR-Instrument. sb

Clippen im Morgengrauen

IfK-Studenten erstellen den Pressespiegel für die Sächsische Staatskanzlei

Ich gehöre dazu – zu dem sechsköpfigen Team der Presseclipper, die den Pressespiegel für den sächsischen Ministerpräsidenten und die Mitarbeiter der Staatskanzlei erstellen. Unser Tag beginnt um vier Uhr morgens. Spätestens dann muss jeder von uns aufstehen. Das fällt heute noch schwer, am Anfang jeder neuen Arbeitswoche.

Das Presseclipping beginnt um fünf, die Zeit für die Erstellung des Pressespiegels ist knapp. Um viertel sechs soll er auf dem Tisch des Ministerpräsidenten liegen. Danach erstellen wir eine weitere Version für die Mitarbeiter der Staatskanzlei, halb acht ist sie fertig.

Das Presseclipping-Team besteht aus sechs IfK-Studenten und Veronika Gersdorf, der zuständigen Mitarbeiterin der Staatskanzlei. Zwei Gruppen zu je drei Clippern wechseln sich im Zwei-Wochen-Turnus ab. Die Einsatzwoche erstreckt sich von Montag bis Sonntag, am Wochenende fangen wir erst um sieben Uhr an.

Die Arbeit teilen wir uns auf: Einer liest

die überregionalen Zeitungen, ein anderer die regionalen. Übrig bleibt eine bunte Mischung, in die derjenige lugt, der am Scanner sitzt und die ausgewählten Artikel digitalisiert. Nur allzu gern möchte man hier und da über den flüchtigen Blick hinaus genauer lesen, doch: Die Zeit sitzt uns im Nacken. Der kurze prüfende Blick sucht nach dem Ministerpräsidenten, seinen Ministern, Mitarbeitern und dem Chef der Staatskanzlei. Die relevanten Presseartikel bearbeiten wir so weit, dass wir sie im Pressespiegel später zusammenschneiden können. Bilder, Grafiken und auch Texte werden ‚gedittert‘, d.h., der Kontrast wird verändert, aus Hell wird Dunkel und umgekehrt. Das Hauptaugenmerk liegt hier auf Pressefotos, die Stanislaw Tillich zei-



Was hier wie entspannte Zeitungslektüre anmutet, ist richtige Arbeit – Elke Stange ist eine der sechs Pressespiegler in der Sächsischen Staatskanzlei

Foto: tg

gen. Nach dem Einscannen werden Artikel und Fotos am Computer geschnitten und einzelnen Rubriken zugeordnet: Die Ministerien der sächsischen Staatsregierung, Ostdeutschland und die Nachbar-Bundesländer Thüringen und Sachsen-Anhalt etwa sind darunter – der Ministerpräsident hat natürlich seine eigene.

Lesen, Scannen, Schneiden – und draußen ist es Nacht. Wenn es dann hell ist und der Tag für Land und Leute beginnt, ist der Pressespiegel fertig. Während er im Haus verteilt oder den Empfängern digital zugestellt wird, sind wir auf dem Heimweg, und haben unseren ersten Feierabend – Feierabend zu einer Zeit, da viele noch nicht einmal ans Aufstehen denken.

Thomas Gäbler

Den Mainzelmännchen auf der Spur

Masterstudierende bekamen Einblick in die ZDF-Basis in Mainz

Für uns Masterstudenten der ersten Generation hieß es am 14. November 2008: Auf nach Mainz zum ZDF! Im Rahmen der Kooperation mit dem Zweiten Deutschen Fernsehen führte uns eine Exkursion für zwei Tage in den Hauptsitz des Fernsehsenders. Dank finanzieller Unterstützung durch den Förderverein des IfK reichte ein kleiner Unkostenbeitrag von Seiten der Studierenden, um den Ausflug in den Westen des Landes zu verwirklichen. Direkt nach Ankunft ging es für uns auf Besichtigungstour in die Studios. Neben einem Einblick in Studioteknik und Sendeorganisation hatten wir in einer Blue-Box die wohl einmalige Möglichkeit, mit einem virtuellen Klaus Kleber auf Tuchfühlung zu gehen. Nachdem der offizielle Teil unseres ersten Tages so schnell vorüber war, wurden wir in die Freizeit entlassen. Neugierig gemacht von der köstlichen Berichterstat-

tung auf Kabel 1 und RTL 2, verschlug es uns auf eigene Faust am Abend in den „Waldgeist“ in Hofheim, bekannt für seine riesigen Currywürste und Co. Der nächste Tag führte uns dann in die Abteilung Medienforschung des ZDF, wo uns ein wahrer Vortragsmarathon erwartete. In kuscheliger Atmosphäre erfuhren wir allerlei Altes und Neues über die einzelnen Bereiche der Medienforschung des ZDF. Unseren Aufenthalt in Mainz ließen wir mit einem abendlichen Stadtbummel in Klassenfahrtsatmosphäre ausklingen. Unser Resümee: Der Nutzen für alle Beteiligten lässt sich noch optimieren, indem die Exkursion konzeptionell und organisatorisch noch etwas ausgereifter gestaltet wird. Als teambildendes Event hingegen können wir den Ausflug den künftigen Studenten des Masterstudienganges allemal empfehlen!

Marlen Belafi & Maxie Schulz

Das ZDF in Dresden

Der vor gut einem Jahr eingeführte Masterstudiengang am IfK hat das ZDF als Kooperationspartner gewinnen können. Im November letzten Jahres wurden die Masterstudierenden nun in Mainz begrüßt, durch die Studios des ZDF geführt und hörten erste Vorträge aus der Fernsehforschungsabteilung. Danach waren die Mainzer zu Besuch in Dresden und stellten die verschiedenen Forschungsbereiche und -methoden in vier Blocksitzungen. Dr. Bernhard Engel sprach zum Thema der Konzentrationsbestimmung im Medienbereich, Dr. Ursula Dehm zur Messung von Plakatbewertungen, Martin Fisch zur Onlineforschung und Natalie Beisch zu qualitativen Methoden der Mediaforschung. Die Studenten bewerteten die Veranstaltung überwiegend positiv. Die nächste Exkursion wird im Sommer 2010 stattfinden und ab dem Zeitpunkt gemeinsam für die Masterstudierenden des zweiten und vierten Semesters angeboten. Anja Obermüller & Ingo Bauer

Öffentlich-rechtlicher Stammtisch?

Studierende stellen ihre Studie zum Boulevard in Polit-Talkshows bei ARD und ZDF auf einer Fachtagung vor – und räumen einen Preis ab

Der Vorwurf, Politiker missbrauchten die öffentliche Bühne für ihre individuellen Interessen, ist nicht neu. Diese Kritik am politischen Diskurs ist nicht nur demokratiethoretisch von großem Interesse, sondern spielt auch der Politikverdrossenheit in die Hände. Dennoch hat sich die Forschung diesem Thema bisher erschreckend wenig gewidmet.

Aus diesem Grund haben sich Martin Rentsch, Dorothea Höppner, Karl Probst, Georg Meier und Franziska Springer im Rahmen des Seminars „Politikberichterstattung im Wandel“ dieser Frage angenommen. Gemeinsam mit Dozentin Anja Obermüller erarbeiteten wir fünf Studierenden des IfK eine umfangreiche Studie bei der boulevardeske Elemente in den öffentlich-rechtlichen Polittalkshows *Anne Will* und *Maybrit Illner* untersucht wurden. Es zeigte sich ein hoher Grad an boulevardesken Elementen: So waren über die Hälfte aller Wortmeldungen durch Mimik, Gestik oder Stimmlage

emotionalisiert und inhaltlich personalisiert. Zudem konnte nachgewiesen werden, dass sich vor allem die Gäste, weniger die zwei Moderatorinnen,

unterhaltender Mittel bedienten. Gemeinsam reichten sie die Arbeit beim Düsseldorfer Forum für Politische Kommunikation (DFPK) ein und wurden eingeladen, die Ergebnisse im Rahmen einer Postersession zu präsentieren.

Am 3. April begann die Veranstaltung mit einer hochkarätig besetzten Podiumsdiskussion, bei der Fachgrößen wie Professor Ulrich Sarcinelli über die Herausforderungen des Wahljahres 2009 diskutierten. An den beiden Folgetagen wurden in Vorträgen eine Vielzahl von



Anne Wills Gäste boulevardisieren stärker als die Moderatorin selbst.
Foto: Will Media

Studien vorgestellt, die nicht nur Anregungen für die eigene Forschung lieferten, sondern vor allem auch einen vielseitigen Einblick in die Arbeit anderer Institute in Deutschland und der Schweiz

boten.

Der Höhepunkt für die Gäste aus Dresden war die Prämierung der vorgestellten Poster, bei der sie den ersten Platz belegten. Es muss wohl kaum extra erwähnt werden, dass alle mehr als zufrieden wieder den Heimweg antraten – nicht allein aufgrund der Prämierung, vielmehr aus Freude über die Erkenntnis, dass nicht jede Prüfungsleistung dazu verdammt sein muss, in der Schublade zu verstauben.

Franziska Springer

Studentische Aushänge-Schilder

Dritte Auflage der studentischen Kampagnenplanung in Zusammenarbeit mit Ströer

Zum dritten Mal fand in diesem Wintersemester in Zusammenarbeit mit dem Außenwerbermarkter Ströer das Praxisseminar „Out-of-Home-Medien“ statt. Dabei konnten Studierende der Kommunikationswissenschaft Werbeluft schnupern. Im Mittelpunkt des Seminars stand die Erarbeitung einer



Die glücklichen Studentinnen vor der Frucht ihrer Kreativarbeit. Das Kampagnen-Plakat war in ganz Dresden zu sehen.
Foto: privat

Plakatkampagne für die beiden Auftraggeber – die Sächsische Landeszentrale für politische Bildung (SLpB) und die Dresdner Verkehrsbetriebe (DVB).

In sechs Teams durchliefen die Stu-

dentinnen dabei den Arbeitsprozess einer Werbeagentur vom Briefing bis zum Aushängen der Plakate. Nach einer theoretischen Einführung zu Beginn des Semesters, hatten sie vier Wochen Zeit, die Vorgaben der Auftraggeber in kreative Plakatideen umzusetzen. So sollten die Plakate für die SLpB Erstwähler und junge Leute dazu animieren, im Superwahljahr 2009 wählen zu gehen. Die DVB hingegen wollten mit der Kampagne das Image ihrer Gute-Nacht-Linie verbessern. Schließlich wurden die Slo-

gans „Ein Gewinn für alle.“ für die Gute-Nacht-Linie sowie „Get ready 4 vote.“ für die Plakate der SLpB ausgewählt. Zehn Tage lang hingen diese auf 9m² großen Werbeträgern in ganz Dresden aus. Zum Abschluss kam das Projekt bei einer von den Studierenden selbst organisierten Pressekonferenz in der Dresdner Staatskanzlei. Dabei übten sie auch Kritik: So müsse man die Betreuung und Zusammenarbeit mit Ströer noch optimieren, da die Anforderungen an die Studenten, Plakate in perfekter Druckqualität abzuliefern, recht hoch seien. Dennoch, so auch Professor Lutz Hagen, könne man insgesamt von einer Win-Win-Situation sprechen: „Ströer erhält gute Publicity und die Studenten eine einmalige Chance, sich auszuprobieren und eigene Ideen zu verwirklichen.“

Anne Salbach

Vier Mal junge Power für das IfK

Bekannte Gesichter stellen sich in ihrer neuen Position am IfK vor

Sympathisch sind sie auf ihre Art aber vier – als Mitarbeiter am IfK zu begrüßen sind die liebevolle Nora Jantzen, die eifrige Miriam Weihermüller, die bodenständige Franziska Gersdorf sowie der gelassene Martin Degen.



v.l.n.r.: Franziska Gersdorf, Miriam Weihermüller, Martin Degen und Nora Jantzen
Foto: sj

Fest eingeplant hatte sich die Mitarbeit am Institut eigentlich keiner von ihnen. Weil sie aber auch schon als studentische Hilfskräfte am Institut beschäftigt waren, freuen sie sich nun über diese Chance.

Wenn Nora morgens ihren Hund in den Park ausführt, sinniert sie hier und da sicher noch über ihre Träume aus Kindertagen, als Tänzerin oder Schauspielerin Karriere zu machen. „Das mit dem Schauspielen wird wohl nichts mehr“, meint sie, aber Tanzen zählt noch fest zu ihren Hobbys. Nun zeigt die erfolgreiche Magister-Absolventin am IfK ihre fachlichen sowie persönlichen Stärken bei der Organisation und Mitwir-

kung an Projekten zwischen Theorie und angewandter Forschung. Als Mitarbeiterin von PD Dr. Wolfgang Schweiger betreut sie die methodische und konzeptionelle Unterstützung des „Web Excellence Forum“. Dieses bietet führenden, international agierenden Unternehmen einen kontinuierlichen „Benchmark“ ihrer Corporate Website.

Während sich Nora mit Nutzerbefragungen und „Mystery-Mails“ beschäftigt, geht Miriam die nächsten Arbeitsschritte eines Projektes für die Sächsische Staatskanzlei. Dort geht es für die erfahrene Dressurreiterin darum, ein Presstracking einzuführen, sozusagen eine kontinuierliche Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung. Danach wird die gebürtige Bayreutherin neben ihrer Themensuche für die Doktorarbeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut tätig sein. „Die Denkweise liegt mir“, beschreibt Miriam ihr Interesse für die empirisch-sozialwissen-

schaftliche Herangehensweise. „Dass ich sie kennen gelernt habe, ist für mich der größte Gewinn aus meinem Studium“. Franziska und Martin kennen sich seit ihrem Studienbeginn des ersten Bachelor-Jahrgangs für Medienforschung/Medienpraxis. Nun teilen sie sich zusammen eine „halbe Stelle“ als wissenschaftliche Hilfskraft. „So gesehen stellt sich die entstehende Zehn-Stunden-Woche als recht dynamisch heraus“, bekennt Martin. Durch die Mitarbeit am Projekt „DNN-Barometer“ seit 2006 ist auch er kein kompletter Neuling am Institut. Korrekturassistenz und die Umstellung des Semesterapparates

auf „OPAL“ bestimmen die Aufgaben von Franziska und Martin. Außerdem führen die beiden im Rahmen ihrer Masterarbeit eine Studie zum Thema „Publizistischer Mehrwert von Ballungsraumfernsehen“ für die Sächsische Landesmedienanstalt durch.

Ein Praktikum bei Ipsos in Hamburg weckte in der 23-jährigen Franziska den Wunsch, später in einem Marktforschungsinstitut zu arbeiten – am liebsten in den USA, denn dort wartet ihr Freund bereits auf sie. Martin könnte sich selbst als Dozent im Lehrbereich gut vorstellen. Um dem Stress entgegenzuwirken, hat er seit einem halben Jahr das Boxen für sich entdeckt. Miriam ist eines klar: „Ich will später einmal etwas Eigenes erschaffen.“ So liebäugelt sie mit einer eigenen Modefirma. Im Gegensatz zu den anderen erwähnt Nora bei ihrer Zukunftsvision eine Familie mit Kindern als Schlüssel zum Glück. So werden die vier „Neuen“ dem IfK bei ihrer Arbeit sicher eine Vielzahl ganz unterschiedlicher Impulse geben können.

Steffen Ihlau

Impressum

Herausgeber: Förderverein des IfK

Chefredakteur: Mathias Rentsch (mr)

Redaktion: Marlen Belafi (mb), Susann Bewernick (sb), Anita Digmayer (ad), Silvia Ender (se), Caroline Förster (cf), Enrico Hanisch (eh), Hendrik Herrmann (hh), Steffen Ihlau (si), Jakob Ohme (jo), Anne Salbach (as), Maxie Schulz (ms)

V.i.S.d.P.: Prof. Dr. Wolfgang Donsbach

Layout/Satz: Christina Hoffmann, Mathias Rentsch

Anschrift: Technische Universität Dresden, Institut für Kommunikationswissenschaft, 01062 Dresden

Telefon: (0351) 463 33150

Fax: (0351) 463 37067

E-mail: kowi-news@web.de

<http://tu-dresden.de/ifk>

„Dank Shell schwimmen bald alle Fische im Öl“

Klaus-Peter Johanssen sprach über die Herausforderungen der Krisenkommunikation

Immobilienkrise, Finanzkrise, Wirtschaftskrise. Wie recht er damit behalten würde, dass „Krise“ heutzutage inflationärgebraucht würde, hatte Klaus-Peter Johanssen bei



Von der Krise um „Brent Spar“ überrollt – und sofort gefordert: Klaus-Peter Johanssen Fotos: Helen Frech

seinem Vortrag am 4. Dezember des letzten Jahres in Dresden so sicher noch nicht geahnt. Johanssen war der Einladung des IfK-Fördervereins gefolgt, seine Erfahrungen zum Thema „Kommunikation in der Krise“ im Rahmen eines Vortrags zu präsentieren. Über 300 Gäste kamen in den Vortragssaal der SLUB und hörten interessiert seine Ausführungen zur Unternehmenskommunikation in ihrer schwierigsten Rolle: der Kommunikation in der Krise.

Diese Herausforderungen erklärte Johanssen, der auch schon Lehrbeauftragter am IfK war, am Beispiel der Versenkung der Ölplattform „Brent Spar“ im britischen Nordatlantik Mitte der 90er Jahre. Während die Wellen der Nordsee noch gegen die ausgediente Öl-Plattform schlugen, rollte eine Welle der Entrüstung durch Medien-Deutschland. Von Greenpeace angestachelt wurde „Brent Spar“ zu einem nationalen Thema. „Dass die Verantwortung gar nicht bei Shell Deutschland, sondern beim Mutterkonzern in Großbritannien lag, interessierte niemanden“, so Johanssen, genauso wenig wie der Fakt, dass die Versenkung die Lösung mit der geringsten Belastung für die Umwelt gewesen wäre. „In Großbritannien interessierte das kaum jemand“, erklärt Johanssen. Johanssen hatte von der ganzen Sache erst erfahren, als Greenpeace sich schon umfassend über die Versenkung mittels Gutachten von Shell Großbritannien informiert hatte. „Ich kam aus dem Urlaub zurück und wusste von nix.“ Aufzuhalten war die Krise da nicht mehr, die Kommunikationsstrategie von Greenpeace war einfach und wirkungsvoll: „Dank Shell schwimmen bald alle Fische im Öl“ – Ge-

gen so einen Slogan kommst du mit Argumenten nicht an.“

Es folgte der Shell-Boycott, zu dem Greenpeace aus Protest und zur Verhinderung der Versenkung aufrief – und einen starken Rückhalt bei den Medien und in der Bevölkerung fand. Der Umsatz von Shell ging in Deutschland um 50 Prozent zurück, die Aggressionen gegen den Konzern gipfelten in einem Brandanschlag gegen eine Shell-Tankstelle im Hamburg.

mancher Studenten, die später in großen Unternehmen arbeiten wollen. Doch gab Johanssen Entwarnung: „Heute würde so etwas in dieser Form nicht nochmal passieren“. Es gebe viel mehr Wissen, wie man in einer Krise kommunizieren sollte. Auf die aktuelle Krisensituation angesprochen, verbreitete Johanssen noch ein wenig Optimismus: „Krise ist ein produktiver Zustand. Man muss ihr nur den Beigeschmack der Katastrophe nehmen.“

Shell stoppte die Versenkung. „Die Medien können auch falsche Botschaften so verstärken, dass daraus richtige werden“, kritisiert Johanssen. Sorgenfalten auf den Gesichtern

Jakob Ohme



Anfang

Aller Anfang ist schwer, doch wohnt jedem Anfang auch ein Zauber inne. In

diesem Sinne wagt der Newsletter einen Neuanfang und startet eine Serie, in der er das ABC der Kommunikationswissenschaft einmal durchstreift. Dann wollen wir mal nicht länger abwarten, denn wer A sagt, muss auch B sagen.

Bandwagon

Der sogenannte Mitläufer-Effekt – sich den Einstellungen oder Verhaltensweisen der wahrgenommenen Mehrheit anzuschließen, jenem Wagen hinterherzulaufen, auf dem scheinbar die beste Musik spielt. Der Bandwagon-Effekt ist besonders bei anstehenden Wahlen relevant. Wenn die Ergebnisse von Wahlumfragen kurz vor Stimmabgabe der Wähler veröffentlicht werden, ist es möglich, dass die Stimmabgabe zugunsten der vorhergesagten Gewinner beeinflusst wird. Denn niemand möchte gern auf der

Verlierer-Seite stehen. Diese Orientierung am Umfeld nutzen auch Unternehmen für ihr Marketing, wenn sich Konsumenten (vermeintlichen) Prestigegruppen anschließen wollen.

Corporate Identity

Was in jedem Chor zum guten Ton gehört, wollen Unternehmen vermeiden: Vielstimmigkeit. Um dies zu verhindern, bedienen sie sich einer Corporate Identity. Dahinter steht ein einheitliches Auftreten nach innen und außen in Bezug auf Kommunikationsprozesse und das visuelle Erscheinungsbild. Ziel ist es, ein einheitliches Ganzes zu schaffen – der Traum vom unverwechselbaren Unternehmen eben, ähnlich realistisch wie der Wunsch des Durchschnittsmanns, wie George Clooney zu sein. Eine gelungene Corporate Identity gleicht einem Puzzle mit 1000 Teilen. Zumal das einheitliche Auftreten sich auch im Verhalten der Mitarbeiter niederschlagen muss, mit wachsender Beschäftigtenzahl eine knifflige Aufgabe. Denn eine Reihe guter Solisten ergibt noch keinen stimmigen Chor.

sb

KoWi-TÜV in Israel

Professor Wolfgang Donsbach trifft sich mit israelischen Forschern in Tel Aviv

Professor Wolfgang Donsbach über die Evaluation der israelischen Kommunikationswissenschaft, die ungewöhnlichen Begleitumstände und den Reiz grenzüberschreitender Forschung.

Herr Professor Donsbach, Sie sind dieses Jahr mehrmals in Israel unterwegs. Was ist der Hintergrund Ihrer Reise in den Nahen Osten?

Ich wurde im Sommer 2008 gefragt, ob ich Mitglied der Evaluationskommission für die Kommunikationsforschung in Israel werden möchte. Den Vorsitz der Kommission hat Joe Cappella von der University of Pennsylvania inne, und neben mir sind drei weitere internationale Kommunikationswissenschaftler dabei und ein Jura-Professor der Hebräischen Universität Jerusalem. Innerhalb von drei Besuchen in Israel wird der Stand des Faches an insgesamt sechs Universitäten und Fachhochschulen analysiert. Unsere Evaluierungsberichte dienen dazu, den Instituten Hinweise für deren Weiterentwicklung und zukünftige Arbeit zu geben. Wir lesen die Self-

Assessment-Reports der Institute und bewerten deren Ziele sowie die Stärken und Schwächen in den Bereichen Curriculum, ‚Teaching & Learning‘ und Forschung. Die Evaluation schließt auch Campus-Besuche und Gespräche mit Rektoren, Lehrenden Studenten und Alumni ein.

Ist es Ihnen in dem Fall gelungen, die politischen Aspekte den professionellen unterzuordnen? Was ist der Unterschied zu anderen Auslandsreisen?

In erster Linie leisten wir einen Service für den akademischen Bereich in Israel und da kann man nicht in jedem Fall mit hehren politischen Motiven herangehen. Aber natürlich kann man sich persönlich und emotional der Situation vor Ort nicht komplett

entziehen, zumal ein Campus, nämlich jener des Sapir-Colleges, direkt am Gazastreifen gelegen ist und schon mehrfach Ziel von Raketenbeschuss war. Bei unserem Besuch im Januar waren gerade die Kämpfe zwischen Israelis und Palästinensern wieder ausgebrochen und wir mussten den Rektor und die Wissenschaftler von Sapir College im Hotel in Tel Aviv empfangen. Die Situation war schon etwas merkwürdig: Wir bekamen außer aus dem Fernsehen nichts vom Krieg mit, aber wir wussten, dass nur



Joseph N. Cappella (University of Pennsylvania), Esther Thorson (Missouri School of Journalism), Wolfgang Donsbach
Foto: privat

80 Kilometer weiter Menschen sterben, geschossen und gebombt wird. Der Rektor von Sapir erzählte, dass er während dieses Gesprächs seinen dreijährigen Sohn im Kibbutz am Gazastreifen alleinlassen musste und es dort keine Bunker gäbe. Die Vorstellung, das eigene Kind unter einer derartigen Bedrohung allein zu lassen, ist für uns unvorstellbar. In Israel ist es denkbar, weil die Israelis lernen mussten, mit dieser Bedrohung zu leben. Daraus resultiert die extreme Härte gegenüber anderen, aber auch gegenüber sich selbst. Das unterscheidet dieses Land von allen anderen, die ich kenne.

Israel ist in vielen Wissenschaftsbereichen mit an der Weltspitze. Gibt es denn in der

Kommunikationswissenschaft Nachholbedarf, kann Israel hier von den ausländischen Erfahrungen profitieren?

Die israelische Kommunikationswissenschaft befindet sich auf einem sehr guten Niveau. Es existiert eine merkwürdige Mischung aus amerikanischem und deutschem Universitätssystem. Historisch haben deutschstämmige jüdische Wissenschaftler das System dort mitgeprägt. Die andere Prägung ist die amerikanische, weil viele Wissenschaftler in den USA studiert

haben. Von den Amerikanern haben sie das kompetitive Element, überhaupt solche Evaluierungen durchzuführen, das Sich-Messen am internationalen Standard. Die deutsche Prägung besteht zum Teil in Formalia, wie den unstrukturierten Promotionsordnungen, aber auch die akademische Freiheit der Professoren ist mit jener in Deutschland vergleichbar. Durch Forscher von internationalem Rang wie Elihu Katz oder Gabriel Weimann hat Israel für ein Land seiner Größe einen enormen Output.

Viele Ihrer Projekte haben ja einen internationalen Fokus. Was ist der besondere Reiz an Studien im Ausland?

Zum einen ist man als Wissenschaftler der wissenschaftlichen Community gewisse Services schuldig. Kommt eine Anfrage aus dem Ausland, muss ich zunächst genau wie bei jedem Gutachten für einen Aufsatz prüfen, ob sich das mit den anderen Pflichten, die man hat, vereinbaren lässt. Aber natürlich sind Projekte im Ausland auch prestigereicher und man lässt sich sowas ungern entgehen. Trotzdem fühlt man sich als Deutscher aufgrund der Vergangenheit nie ganz wohl und unbefangen in Israel. Auf der anderen Seite ist es schon eine Bestätigung für die geleistete Arbeit, wenn sie dann doch einen Deutschen fragen.

Interview: Enrico Hanisch

Es geht ohne Medien! Oder doch nicht?

Einen Tag lang ohne Medien – Maxi Störch im Selbstversuch

Zehn Uhr dreißig. Minus vier Grad. Es ist Mitte Februar und ich habe die letzte Prüfung meines ersten Semesters hinter mich gebracht. Doch eines steht mir noch bevor: mein Projekt Medienentzug. Ein Tag ohne Medien – und es soll genau dieser Tag sein!

Als ich zu Hause ankomme, grinst mich mein ausgeschalteter Fernseher an. Aber das macht mir nichts aus. Ich hatte vor knapp einem Jahr mehrere Monate schon einmal ohne Fernseher gelebt.

Nach dem Mittagessen setze ich mich auf den Balkon und überlege, was ich heute mit meiner nicht-medialen Freizeit anfangen könnte. Ich könnte ja nicht mal Musik hören. Gerade will ich mir meine Gitarre schnappen, da klingelt mein Handy. „Oh nee!“, denke ich etwas frustriert, ich hab's vergessen auszuschalten! Aber wollte ich das denn wirklich?

Kurzentschlossen entschied ich mich ranzugehen. Meine Freundin Lisa klang ganz aufgeregt: „Hey, warst du heut schon online? Die KoWi-Noten sind drin!“

Online? Ich? „Nein, ich mache doch heute meinen Selbstversuch, einen Tag ohne Medien, hab ich dir doch erzählt!“ Sie hatte

es vergessen und ich war mir plötzlich überhaupt nicht mehr sicher, wie ich diesen Tag ohne ein einziges Medium überstehen sollte. Es fiel mir immer schwerer. „Da bin ich aber gespannt, ob du das durchhältst. Hast du Lust, nachher in die Stadt zu fahren?“ Wir

verabredeten uns zu halb drei. Kurz bevor ich das Haus verließ, drehte mein Mitbewohner sein Radio immer lauter. War ich froh, dass ich los musste!

Schon von weitem leuchtete mich ein großes schillerndes Plakat an der Haltestelle an. Ich war wohl nirgends sicher! Dann erblickte ich Lisa, die mir zuwinkte und grinsend auf das Plakat zeigte. Die Straßenbahn kommt und wir springen hinein. „Weißt du, im Grunde dürftest du nicht mal mit mir reden. Sprache ist auch ein Medium!“, sagte Lisa. „Mach dich bloß noch lustig über mich! Es geht doch um die



Um tatsächlich einen ganzen Tag ohne Medien zu erleben, musste sich Maxi Störch schon vor ihnen verstecken.
Foto: privat

Massenmedien.“ Das war das Stichwort: Fahrgastfernsehen in der Straßenbahn, das nicht nur Haltestellen, sondern auch Informationen rund um Dresden anzeigt, nebenbei jede Menge Werbung. Am Ende dieses Tages war mir klar: Ohne Medien geht es nicht. Während unseres

Stadtbummels begegneten mir noch weitere Plakate, ein Schaufenster mit Fernseher, ein Zeitschriftenladen, in den Lisa unbedingt wollte und ich wie ein Hund draußen warten musste.

Es ist mir wahnsinnig schwer gefallen, Medien komplett zu ignorieren. Man muss sich informieren können, Zeitung lesen, TV-Nachrichten sehen oder E-Mails checken – Man sollte sich nur im Klaren sein, wie lange und mit welchen Medien man sich befasst. Tägliches, stundenlanges Fernsehen ist vermutlich genauso unnötig wie die totale Medien-Abstinenz.

Maxi Störch

DFG-gefördert

Die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) hat das Projekt zu dem Thema „Nachrichtennutzung und Nachrichtenwissen junger Menschen“ von Professor Donsbach bewilligt. Jugendliche nutzen immer weniger Nachrichten, das Internet läuft den traditionellen Informationsmedien den Rang ab, gleichzeitig ist eine zunehmende Boulevardisierung politischer Berichterstattung zu beobachten. Vor diesem Hintergrund untersucht die Studie das tagesaktuelle Nachrichtenwissen Jugendlicher und die Herkunft und Qualität jener Nachrichteninhalte, über die sich die Jugendlichen informiert haben. Neben einer tagesaktuellen Repräsentativbefragung wird eine umfangreiche Inhaltsanalyse der Nachrichtenquellen durchgeführt. Teile der Studie sind an die Untersuchung „Young People and the Press“ des Shore-

stein Centers der Harvard University angelehnt. Die DFG finanziert zwei Jahre eine ganze Mitarbeiterstelle, außerdem schließt die Förderung eine sechsstellige Summe für Umfragen ein. Bereits seit Oktober 2008 läuft am IfK das von PD Dr. Schweiger geleitete DFG-Projekt zum Agenda-Learning. *mr*

ICA-prämiert

Auf der diesjährigen Jahreskonferenz der International Communication Association (ICA), die vom 21. bis 25. Mai in Chicago veranstaltet wird, ist das IfK mit zwei Beiträgen vertreten. Angenommen wurde das Paper „The Ethics Gap. Why Germans Have Little Esteem and No Trust in Journalists“ von Professor Wolfgang Donsbach, Anna-Maria Mende und Mathias Rentsch sowie der Beitrag „Does the ‘Personality Strength’ Scale Actually Identify

Opinion Leaders?“ von René Jainsch. Beide Einreichungen sind überdies ausgezeichnet worden: Das Paper der Autorengruppe um Wolfgang Donsbach erhält den Top Three Faculty Paper Award der Journalism Division der ICA, das Paper von René Jainsch ist innerhalb der Division Interpersonal Communication als bestes Paper eines Nicht-US-Nachwuchsforschers gewählt worden. Der Jahreskongress der ICA ist die größte und bedeutendste internationale Tagung der Kommunikationswissenschaft. Der Beitrag „The Ethics Gap“ ist aus einer Studie zur öffentlichen Wahrnehmung des Journalismus hervorgegangen, Anfang Mai erscheint hierzu bei UVK das Buch „Entzauberung eines Berufs. Was die Deutschen vom Journalismus erwarten und wie sie enttäuscht werden“ von Wolfgang Donsbach, Mathias Rentsch, Anna-Maria Schielicke und Sandra Degen. *mr*

„Obama has the talent“

Harvard-Professor Thomas Patterson und Lorie Conway über das alte und das neue Amerika

Auf Stehtischen flattern die „Stars and Stripes“ und Schwarz-Rot-Gold – sichtlich war es ein Abend der deutsch-amerikanischen Begegnung im Dresdner Bankhaus Lampe. Am 19. März sprachen Thomas Patterson, Bradlee Professor of Government and the Press am Shorenstein Center der Harvard University, und seine Frau Lorie Conway, die in den USA als Filmemacherin arbeitet, über das alte und das neue Amerika, über die Last der Vergangenheit und die Hoffnung der Zukunft. Eingeladen hatte das Bankhaus Lampe unter der Führung von Eva Donsbach, die American Chamber of Commerce und das IfK, zu Gast waren neben Vertretern und Mitarbeitern der drei Institutionen Fördervereinsmitglieder des IfK und einige Studenten.

„Can Obama Escape Blame for the Economy? Public Opinion, the Media, and the



Thomas Patterson

Foto: cf

President“ war das Thema von Thomas Patterson – und er zog große Vergleiche: Barack Obama werde wohl kein zweiter Abraham Lincoln oder George Washington. Die Hoffnungen in den neuen US-Präsidenten seien groß, auch bei ihm selbst, doch für eine wirklich große Präsidentschaft sei es eine ungünstige Zeit. Die Umstände der gegenwärtigen Krise, so Patterson, sprechen dagegen. So sei Obama eher mit Jimmy Carter und Richard Nixon zu vergleichen, die ebenfalls in einer Krise angetreten sind. Allenfalls die mögliche zweite Amtszeit könne Obama die Möglichkeit geben, das Land tiefgreifend zu verändern. „He has the talent“, bescheinigt Patterson, seine deutschen Zuhörer nicken wohlwollend, schließlich ist Obama hierzulande besonders

beliebt. „Modern und liberal“ – Pattersons Etikett für Obama ist auch eines für jenes Amerika, das während der Bush-Präsidentschaft gerade das Ausland so vermisst hat. Menschlichkeit und die Verheißungskraft als Einwandererland, das sei, wofür Amerika für sie stehe, bekennt Lorie Conway. Sie hat als Filmemacherin eine Dokumentation über die außergewöhnliche Geschichte des Einwandererkrankenhauses auf Ellis Island verwirklicht. Zwölf Millionen Menschen haben die USA zwischen dem Ende des 19. und der Mitte des 20. Jahrhunderts über Ellis Island erreicht. Conway führte Szenen ihres



Lorie Conway

Foto: cf

preisgekrönten Films „Forgotten Ellis Island“ vor, die berührendes Zeugnis ablegen über die Lebensgeschichten früherer Patienten und Mitarbeiter des Krankenhauses, das so viel zu sagen hat über den amerikanischen Traum und die Schicksale jener, die ihn suchten.

Mathias Rentsch

Beeinflusst werden die anderen

Studie zum weiblichen Schönheitsideal in den Medien

„Die Medien beeinflussen die anderen, aber mich doch nicht!“ Diese Behauptung ist die Hauptaussage des Third-Person-Effekts. Im Rahmen unseres Forschungsprojekts im letzten Semester haben wir auf Grundlage dieses Konzepts eine Befragung zum weiblichen Schönheitsideal unter TU-Studierenden durchgeführt. Dabei war es unser Ziel, den Einfluss von Geschlecht, Selbstwertgefühl und Mediennutzung auf die Stärke des wahrgenommenen Medieneinflusses zu untersuchen. Unsere Ergebnisse: Die Annahme, dass die Befragten die Medienwirkung bei anderen stärker einschätzen als auf sich selbst, konnten wir vollständig bestätigen. Bezüglich des Geschlechts stellten wir fest, dass der Third-Person-Effekt bei Männern ein stärkeres Ausmaß zeigte als bei Frauen.



Das gängige mediale Frauen-Bild Foto: mr

Bei Befragten mit einem hohen Selbstwertgefühl tritt der vermutete Wahrnehmungseffekt stärker auf, als bei denen mit einem niedrigeren. Die Mediennutzung hatte dagegen keinen Einfluss auf die Stärke des vermuteten Medieneinflusses bei anderen, fremden Personen. Inhaltsanalysen von Hochglanzmagazinen kommen hinsichtlich der darin abgebildeten Frauen zu einem einheitlichen Ergebnis. Die Medien vermitteln uns ein dünnes, junges und gut aussehendes Frauenbild. Die negativen Seiten dieses Schönheitsideals werden selten gezeigt. Zukünftig sollten die Medien ein realitätsnäheres Bild von Frauen zeigen und dem Streben nach einem unrealistischen Ideal entgegenreten.

Karolin Würfel, Jessica Daniels, Janina Lahn & Marina Wardanjan

Nachwuchs für den NewsLetter

Letzten November startete die Redaktion des NewsLetters einen Aufruf an alle Kowistudenten. Mit einem Tutorium zum „Schreiben für den IfK-NewsLetter“ boten wir zukünftigen Schreibern einen Einblick in die Arbeitsweise und Abläufe unserer kleinen KoWi-Zeitung. Dabei wurden theoretische Grundkenntnisse des journalistischen Schreibens vermittelt, doch am wichtigsten waren die kreativen Arbeitsaufträge. In den sieben Sitzungen wurde recherchiert, geschrieben, redigiert und fotografiert. Neben kleineren Artikeln und Berichten erstellten die 13 Teilnehmer auch eigene Interviews und ausführliche Reportagen. Dabei entstanden witzige und spannende Erstwerke, die teilweise schon in dieser Ausgabe zu lesen sind. Abgeschlossen wurde das Tutorium mit einem Besuch des ehemaligen Dresdner Bild-Chefredakteurs Klaus-Peter Reif, der aus der Praxis erzählte und den Teilnehmern viele Fragen beantwortete.

Anita Digmayer

Von der Gartenlaube in die Kommentatorenkabine

BA-Student Michael Lotzmann will sich einen großen Traum erfüllen

Michaels großer Traum ist es, Sportjournalist zu werden und das will er bereits seit seiner Kindheit. Damals hörte er zum ersten Mal sein großes Vorbild im Radio – den Sportkommentator Gerd Zimmermann, der Fußballspiele ostdeutscher Vereine für den MDR kommentiert. „Ich habe ihn immer samstags bei meiner Oma in der Gartenlaube gehört und er hat mich irgendwie angestachelt, selbst mal so etwas zu machen.“

Dennoch sah es anfangs so aus, als würde es Michael trotz aller Begeisterung für den Beruf des Journalisten in eine andere Richtung verschlagen. Nach dem Abitur machte er zuerst eine dreijährige Ausbildung zum Großhandelskaufmann und später sogar zum Betriebswirt. Die Zeit der Ausbildung aber habe ihm eines ganz

genau gezeigt, nämlich dass ein Job am Schreibtisch für ihn nicht in Frage komme. „Ich bin definitiv kein Bürohengst. Ich brauche eine Stelle, wo ich meiner Kreativität freien Lauf lassen kann“, stellt der 25-Jährige fest. Inzwischen studiert Michael im dritten Semester Medienforschung/Medienpraxis am IFK und hat sich neben der theoretischen Ausbildung in den Vorlesungen schon eine Möglichkeit gesucht, auch erste praktische Erfahrungen im Journalismus zu sammeln. „Lotzi“, wie er von seinen Freunden ge-



Michael Lotzmann Foto: gp

nannt wird, arbeitet und schreibt jetzt für die sächsische Hochschulszene. „Dort lernt man viel über Journalismus, die Arbeitsabläufe, das Recherchieren und Schreiben.“

Für die Zukunft plant Michael Lotzmann auch ein Praktikum bei einer renommierten deutschen Zeitung. Damit wäre er nach dem Abschluss seines Studiums in Dresden seinem Traum vom Sportkommentator wieder einen Schritt näher. Vielleicht ist er ja der nächste Gerd Zimmermann!?

Gretel Pfeiffer

Odyssee im Urlaubsparadies

Michael Ludwig inmitten überschwemmter Gebiete und politischen Wirren

Zugegeben, die sechs Monate Bearbeitungszeit für die Magisterarbeit lassen wenig Raum für ausgedehnte Fernreisen. Dennoch können gewichtige Gründe für eine solche Unterbrechung sprechen – etwa,



Michael Ludwig hat vor der Abgabe seiner Magisterarbeit die Ferne gesucht – und ein bisschen zu viel Abenteuer bekommen. Foto: priv.

wenn die Planungen schon über ein Jahr im Voraus begannen. Umso größer war unsere Ernüchterung nach einer Woche Aufenthalt in Vietnam, als sich das vermeintliche Paradies als Aquarium entpuppte, indem unerwartet intensive Regenfälle zu heftigen Überschwemmungen führten, die meisten Verkehrswege blockierten und das Auswärtige Amt vor Reisen warnte. Erreichbar blieb der Flughafen von Hanoi und so führte uns eine kurzfristige Planänderung nach Thailand und damit zum eigentlichen Beginn der Urlaubsodyssee.

Doch zuerst erscheint alles wie erwünscht:

Sonne beim Klettern in Krabi, Einsamkeit auf Koh Bubu, einer winzigen, palmenbewachsenen Insel in der Andamanensee. Der einzige Kontakt zur Zivilisation sind der Inselbesitzer und sein kleines Kofferradio. Immer häufiger lauscht er den Übertragungen, die von Demonstrationen in Bangkok stammen. Der Flughafen sei geschlossen, verrät er uns nach ein paar Tagen, doch glauben wollten wir diese Nachricht nicht. Sie erscheint erst real, als er verschwunden ist, aufgebrochen nach Bangkok wohl, um sich in die Schar der Protestierenden einzureihen.

Zwei Tage später auf dem Festland liefert das Internet Gewissheit: Demonstranten in gelber Kleidung belagern den Flughafen, alle Flugzeuge bleiben am Boden. Regierungstreue Protestierer in roter Farbe verkünden ihre Meinung im Bangkok-Zen-

trum. Noch verbleiben zwölf Tage bis zur Heimkehr. Noch haben die Bilder von wartenden Reisenden wenig gemeinsam mit dem eigenen Schicksal. In unserer abgelegenen Küstenstadt wirken die Demonstrationen mehr wie ein Volksfest, mit Teilnehmern aller Altersklassen, Live-Musik und allerorten zu vernehmenden Entschuldigungen für unsere missliche Lage.

Inzwischen sitzen über 100.000 Reisende fest. Malaysia scheint eine Alternative für die Heimreise. Viele Wartende nutzen diesen Umweg, wie die knapp werdenden Flugtickets zeigen. Mancher muss zehn Tage Wartezeit in Kauf nehmen, wir nur drei. Auch die Busverbindungen nach Kuala Lumpur sind überlastet. Doch schnell verstärken Minibusse die regulären Busfahrten – wiederum durch überschwemmte Gebiete, Straßen, auf denen Mopeds vor dem kniehohen Wasser kapitulieren und die ersten Busfahrer umdrehen. 18 Stunden später ist das Ziel erreicht, mit ein paar Tagen Verspätung auch die Heimat – zum Glück noch 44 Tage vor Abgabe der Magisterarbeit.

Michael Ludwig

Magisterarbeit ganz kurz

„Ich glaube echt nicht an diesen CO2-Kram“

Befragung zum Klimaschutzbewusstsein von Jugendlichen

„Bei uns ist der Klimawandel nicht so schlimm, aber Spanien ist bei 40 Grad im Schatten bald kein Urlaubsland mehr.“ Florian besucht die 9. Klasse der Mittelschule in Brand-Erbisdorf und spricht das aus, was empirische Studien belegen. Unabhängig von der realen Situation besteht bei der Mehrheit der Deutschen die Vorstellung, dass Umweltprobleme andernorts weitaus größer sind als vor der eigenen Haustür. Ist dieses Wahrnehmungsgefälle Ausdruck einer defizitären Umweltkommunikation? Zumindest die Medien bleiben hinter ihren Möglichkeiten zurück, denn die Umweltberichterstattung schwankt zwischen Verharmlosung und Dramatisierung. Zweifellos können ökologische Probleme noch so bedrohlich sein, ausschlaggebend ist letzten Endes ihre öffentliche Wahrnehmung. In diesem Spannungsfeld bewegt sich die Umweltkommunikation.

Die Sächsische Energieagentur SAE-NA versteht sich als anwaltschaftlicher

Kommunikator des Klimas und sieht sich besonders in der Pflicht, bei sächsischen Jugendlichen und jungen Erwachsenen für die Themen ‚Energie‘ und ‚Klima‘ nachhaltiges Interesse

zu wecken. Im Rahmen einer explorativen Fallstudie bemühte ich mich in meiner Magisterarbeit, Leitlinien für eine Kommunikationskampagne zu entwerfen, die an dem jugendlichen Klimaschutzbewusstsein anknüpfen. Mit einem Methoden-Mix aus qualitativer und quantitativer Befragung konnten sechs Typen mit einem eigenen Klimaschutzbewusstseins-Profil identifiziert werden. Demnach würde Flo-



Sabrina Johannemann

Foto: privat

rian wegen seines Alters und seiner Einschätzung, bei dem Klimawandel handle es sich um ein natürliches Phänomen, zu der Gruppe der „verharmlosenden Jüngeren“ zählen. Charakteristisch ist außerdem seine intensive Internet-

nutzung, weshalb ihn eine grüne Kampagne in den neuen Medien ansprechen sollte. Am Ende ermöglichen die zielgruppenspezifischen Kenntnisse die Gestaltung einer Informationsstrategie, die am Wissensstand, den Einstellungsmustern und dem Informationsverhalten der Jugendlichen orientiert ist.

Sabrina Johannemann

Magisterarbeit ganz kurz

Medienperformanz – auch Ministerien haben ein Image

Analyse der Darstellung des Sächsischen Sozialministeriums in den Medien

Professor Wolfgang Donsbach kann sehr überzeugend sein. So begann ich relativ plötzlich, noch bevor ich alle Prüfungen abgelegt hatte, an einer Studie für das Sächsische Sozialministerium mitzuarbeiten, um die Daten später für meine Magisterarbeit

nutzen zu können. Helma Orosz, damals noch Sozialministerin, und ihre Presseabteilung wollten als Grundlage ihrer Öffentlichkeitsarbeit mehr als die üblichen Clippings: eine solide wissenschaftliche Basis für die strategische Ausrichtung der eigenen PR. Die Mediendarstellung



Miriam Weihermüller

Foto: privat

des Hauses sollte dabei im Mittelpunkt stehen und bewertet werden. Solche Bewertungskategorien zu finden, stellte neben einigen organisatorischen Hürden die größte Herausforderung bei der Konzeption der Studie dar.

Anhand des eigens erfundenen Analysekonzepts der Medienperformanz wurden schließlich die Images von Ministerin und Ministerium und viele weitere Aspekte der Berichterstattung in über 1300 Beiträgen aus dem Jahr 2007 analysiert. Ohne einen passenden Maßstab nützen aber die

schönsten Beurteilungskriterien nichts. Deshalb untersuchte ich zum Vergleich die Berichterstattung über das Thüringische Sozialministerium und das Sächsische Ministerium für Wissenschaft und Kunst im gleichen Zeitraum mit Stichproben von je 400 Beiträgen.

Damit ist die Studie ziemlich aufwändig geworden – es scheint sich aber gelohnt zu haben: Aus der Tatsache, dass Helma Orosz inzwischen Oberbürgermeisterin ist, schließe ich gerne auf die Nützlichkeit der Studie...

Mein persönliches Fazit nach der Arbeit ist wirklich positiv: ich habe viel gelernt und etwas praktisch (wieder)verwendbares geschaffen – aktuell wird das Konzept in Teilen für ein geplantes Pressetracking der Staatskanzlei adaptiert.

Miriam Weihermüller

Mitten in Mitte

Berliner Kreativluft bei Aimaq•Rapp•Stolle

Die große weite Werbewelt rief, prompt folgte ich den Stimmen nach Berlin. Ein wenig blauäugig, aber in jedem Falle motiviert und begeistert, diese Erfahrung endlich sammeln zu dürfen. Warum? Schon während meines Studiums entwickelte ich eine Leidenschaft für Marken, Kommunikation und vor allem für die Strategische Planung. Nach einer Reihe an Erfahrungen mit und in Dresdner Agenturen war es schließlich an der Zeit, neue Eindrücke zu sammeln. Ein Tapetenwechsel musste her. Nach Abgabe der Magisterarbeit im August 2008 hieß es dann schon vier Wochen später „Umzugskisten packen und ab in die Hauptstadt“ – selbstverständlich mit den nötigen Werber-Vorurteilen im Gepäck und gleichzeitig neugierig darauf, endlich Berliner Kreativluft zu schnuppern. Die Entscheidung für Aimaq•Rapp•Stolle war ein bewusster, wenn auch eher zufälliger Schritt. Meine Wahl war eigent-

lich bereits getroffen. Dann kam der unerwartete Anruf der inhabergeführten, 55 Mann starken Kreativagentur. Die folgenden Kennenlerngespräche mit der Geschäftsführung und potentiellen Kollegen verliefen beiderseits mehr als zufriedenstellend. Kurze Zeit später unterschrieb ich meinen Vertrag. Als Manager Business Development betreue ich vor allem das Neugeschäft. Ich begleite Pitches, führe Marktanalysen durch, entwickle Strategieansätze in Zusammenarbeit mit dem Planning Department, bereite Präsentationen vor, akquiriere Neugeschäfte und suche Kundenkontakt. Das alles erfordert viel Orga-



Ein Anruf – und sie war in Berlin: Seit verganginem Herbst arbeitet Nadine Müller als Werberin
Foto: privat

nisation, Koordination, Stressresistenz, Durchhaltevermögen und vor allem Zeit.

Heute, der verflixte siebte Monat ist überstanden und mindestens zwei Falten haben sich auf meiner Stirn ausgebreitet, hat sich der lange Atem ausgezahlt. Das gesamte Team von Aimaq•Rapp•Stolle hat es mir leicht gemacht,

meinen Entschluss nicht zu bereuen. Schon jetzt habe ich unzählige Lernprozesse durchlaufen und entscheidende Momente erlebt – sei es auf beruflicher oder privater Ebene. Wer weiß, was die Zukunft bringt. Im Augenblick liegt sie genau dort, wo ich gerade bin.

Nadine Müller

Ein Ge-Schenk für das IfK

Seit April 2009 bereichert Susan Schenk als wissenschaftliche Mitarbeiterin das Institut. Im Interview zeigte sich die gebürtige Dresdnerin gesprächsfreudig und quicklebendig, und das nach einem anstrengenden Arbeitstag. Wenn das keine energiegeladene Teamarbeit verspricht...



Susan Schenk ist die neue Mitarbeiterin von Professor Hagen
Foto: privat

Hallo Frau Schenk. Sagen Sie doch mal, wie beginnt Ihr typischer Wochentag?

Mhh, mein Tag beginnt mit Müsli und Milchkafee. Halb acht stehe ich auf. Alles in allem scheint mein Morgen recht unspektakulär, bis auf das alltägliche Geräusch meiner Kaffeemahlmaschine – das ist schlimmer als mein Wecker!

Was möchte man werden, wenn man groß

ist? Hatten Sie eine klare Vorstellung in der Schulzeit und was gefiel Ihnen an Ihrem Studium am besten?

Mein Schulpraktikum habe ich in einem Architekturbüro gemacht, später

sollte es Archäologie sein. Ich hatte schon immer Freude daran, etwas zu entdecken. In der Sekundarstufe II schreibe ich dann für das Jahrbuch, Feuilleton-Journalistin war meine Vision. So kam ich auf die Idee, Kommunikationswissenschaft zu studieren, was ich dann kombiniert mit Romanistik und Soziologie als Magister an der TU Dresden getan habe. Am meisten gefielen mir dabei das eigenständige Organisieren und die Abwechslung zwischen realis-

tischer Sozialwissenschaft und Poesie.

Welche Aufgaben meistern Sie am IfK?

Im Rahmen meiner halben Stelle halte ich ein Datenanalyse-I-Seminar für Masterstudenten, betreue Abschlussarbeiten, lese Korrektur und helfe bei Forschungsprojekten, die über Professor Hagen laufen. Außerdem kommen noch kleinere Aufgaben aus allen Richtungen hinzu.

Welche Abenteuer haben Sie schon hinter sich und wo geht es in Zukunft hin?

Abenteuerlich waren meine längeren Auslandsaufenthalte in Frankreich und Spanien. Danach habe ich alles etwas offener gesehen und die räumlichen Distanzen haben sich verändert. Ich finde es unglaublich spannend, Erfahrungen mit Menschen aus anderen Ländern zu teilen. Mein Traum ist es, in die interkulturelle Forschung zu gehen. Die Kommunikationswissenschaft sehe ich als ein Scharnier, um Abläufe in der Gesellschaft greifbar zu machen. Daran möchte ich mitwirken.

Interview: Steffen Ihlau

„Man sollte machen, was einem Spaß macht“

Dr. Bernd Kastler, Mitglied im Förderverein des IfK, stellt sich vor

Bernd Kastler ist schon seit vielen Jahren Mitglied im Förderverein. Über eine langjährige Bekanntschaft mit Prof. Donsbach, den er Anfang der 90er Jahre bei der Arbeit an einem gemeinsamen Projekt kennenlernte, war er damals auf das Institut aufmerksam geworden.

Der gebürtige Baden-Württemberger pendelt im Moment zwischen seiner Wahlheimat Radebeul, Belgien und Finnland, wo er als Mitglied im Aufsichtsrat der finnischen Firma Biotie Therapies tätig ist, welche



Dr. Bernd Kastler Foto: privat

besonders auf die Entwicklung von Medikamenten gegen Erkrankungen des zentralen Nervensystems spezialisiert ist. Biotie fusionierte vergangenen Jahr mit der von Kastler im Jahr 2002 mitbegründeten pharmazeutischen elbion AG in Radebeul, deren Vorstandsvorsitzender Kastler war. Seine Arbeit in der Unternehmensleitung hat ihm immer wieder gezeigt, wie wichtig gute Kommunikation ist, um

Missverständnisse zu vermeiden. Deshalb interessiert ihn die wissenschaftliche Arbeit unseres Instituts besonders. Doch

eigentlich hatte Bernd Kastler einen ganz anderen Weg eingeschlagen. 1979 war er nach dem Abschluss seines Jurastudiums in die Rechtsabteilung eines großen Unternehmens eingetreten. „Ich habe mich aber dort nicht wohl gefühlt und schnell gemerkt, dass mich andere Sachen mehr interessieren“, so Kastler. Deshalb rät er auch allen Studenten, immer nur das zu machen, was ihnen wirklich Spaß macht. „Man sollte immer Freude an seiner Arbeit haben und seine Tätigkeit nicht nur wirtschaftlichen Interessen unterordnen.“ Kastler, der in diesem Jahr seinen 60. Geburtstag feiert, sieht seine Zukunft gelassen. Wenn er irgendwann nicht mehr arbeitet, kann er umso mehr Zeit auf seinem eigenen Weinberg in Radebeul verbringen.

Anita Digmayer

Kampf dem Zeitdieb

Ralf Kämppler engagiert sich im Förderverein

Haben Sie schon mal einen Zeitdieb gesehen? Nein? Doch ganz bestimmt! Denn wir alle werden mehr oder weniger von Ihnen bestohlen: Noch schnell dies, noch schnell das und dann alles irgendwie nicht richtig und was heute zwei Minuten sind, dauert morgen schon eine Stunde. Da hat er schon zugeschlagen: der Zeitdieb. Ein äußerst effektives Mittel, dem ungeliebten Chaosverursacher Herr zu werden ist Ralf Kämppler – der sympathische und insich ruhende Kommunikationsprofi. Denn er weiß, wie man ihn fangen und bekämpfen kann – und nicht nur das, sondern noch vieles mehr. Der gebürtige Nordrhein-westfale ist ein Berater der besonderen Art. Mit seinem Unternehmen STEPOUT verhilft er seit 2003 in Dresden besonders Führungskräften zu einem persönlichen und effektivem Führungsstil. In einzelnen Sitzungen oder auch im Gruppenarbeit werden nicht nur Chefs, sondern auch Mitarbeiter oder Studenten angeleitet, die eigenen Stärken zu entdecken, zu nutzen

und zu kommunizieren. „Zu lernen und zu verstehen, sich zu fokussieren – etwas jetzt und gleich richtig zu machen, kann ganz leicht sein“, sagt der erfolgreiche STEPOUT-Trainer. Mit verschiedenen Verhaltens- und Denkstrategien lernen die Teilnehmer sich selbst und damit dann natürlich auch das Unternehmen zu entwickeln. Dass diese Strategien Wirkung zeigen, bezeugen nicht nur seine zahlreichen zufriedenen Kunden, sondern natürlich auch das Unternehmen selbst. Noch in diesem Jahr plant Kämppler die Eröffnung einer Führungskräfteakademie, in der Unternehmer gezielt und in kurzer Zeit auf ihre Aufgaben vorbereitet werden können. „Wir versuchen, die Entscheider von morgen speziell zu fördern und für ihre anspruchsvolle Aufga-



Ralf Kämppler Foto: privat

be auszubilden.“ Und genau deshalb ist Kämppler vor gut einem halben Jahr dem Förderverein des Instituts beigetreten. „Die Arbeit mit den Studenten der Bergakademie Freiberg war sehr effektiv, insbesondere durch die Nutzung unseres Outdoorpark und Seilgartens, im Kim-Hotel im Park.“ Und das werden demnächst auch Studenten der TU erfahren, da der STEPOUT-Chef als Lehrbeauftragter gewonnen werden konnte. Bis dahin entkomme

Ralf Kämppler auch hin und wieder den Vorstandschefs und Trainingsstunden, nämlich dann, wenn er beim Segeln ganz die Seele baumeln und den Kampf gegen die Zeitdiebe anderen überlässt. Herzlich Willkommen im Förderverein!

Caroline Förster