



veröffentlicht durch *Bayerischer Journalisten Verband* (<https://www.bjv.de>)

[Startseite](#) > Die 'Generation Z' im Visier

BJV-Geschäftsstelle

Die 'Generation Z' im Visier

Fakten und Impressionen von den Münchner Medientagen

München, 25.10.2018

Mit zwei Ständen ist der BJV auf den 32. Münchner Medientagen: Zum einen mit dem 'klassischem Auftritt' im Ausstellerareal, zum anderen im MedienCampus, um dort mit dem journalistischen Nachwuchs ins Gespräch zu kommen.

Zudem beteiligte sich die Fachgruppe Chancengleichheit wieder am Netzwerktreffen Media Women Connect. Einige Eindrücke von den Medientagen im neuen Conference Center Nord der Messe München.

Fachgruppe Junge im Mediensaloon

Besuch im Mediensaloon, wie der diesjährige MedienCampus im Wild-West-Stil heißt. Gleich neben dem hölzernen Eingangstor präsentiert sich die Fachgruppe Junge des BJV bis Freitag am eigenen Stand mit Quiz und Dartspiel.

Viele Erstsemester kämen mit grundlegenden Fragen vorbei, die einen hätten schon vom BJV gehört, für andere sei es der erste Kontakt zum Verband, erzählte die BJV-Hochschulbeauftragte Anette Kolb. Am heutigen Donnerstag um 15.30 Uhr wird Christian Koller, SEO-Manager und in der BJV-Fachgruppe Junge aktiv, auf der Mediacampus-Bühne über 'Gamification in Unternehmen' sprechen.

Nachwuchs weiß, was er will

Auch am klassischen BJV-Stand in direkter Nachbarschaft zur Presseversorgung suchten viele angehende Journalisten das Gespräch mit den BJV-Kollegen.

Ob es sich überhaupt noch lohne, Journalist zu werden, wollten etwa Studenten aus Ansbach wissen. 'Wir sagen jedem: Journalismus hat Zukunft, nur die Formen wandeln sich', erzählte Maria Goblirsch, die beim BJV die Pressearbeit verantwortet und am Messestand Besuchern drei Tage lang Rede und Antwort steht.

Was sie zudem beobachtete und beeindruckte: 'Die jungen Leute sind deutlich selbstbewusster

als wir es in dem Alter waren, können sich darstellen und wissen sehr genau, was sie wollen.?

PR und Journalismus: Erklärungen nötig

Eine Sache allerdings beobachtet Elfi Heinke, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft der Universität Passau und selbst erst 25 Jahre jung, mit gewisser Sorge, wie sie am Rande der Medientage erzählte: ?Vielen Jüngeren ist nicht mehr ganz klar, dass PR kein Journalismus ist.?

Und manch einer würde sich wohl wünschen, dass Influencer als Journalisten durchgehen. Eine andere Sache wiederum freut die Journalistin und Dozentin: Seit in Passau im Wintersemester 2017/18 der Studiengang ?Journalistik und Strategische Kommunikation? neu eingerichtet wurde, habe unter Studenten auch das Interesse am klassischen Journalismus wieder zugenommen.

Wie erreicht man die High-Tech-Jugend?

Um die ?Generation Z? ging es bei den Medientagen auch an anderer Stelle: ?Wie erreicht man die die High-Tech-Jugend??. fragte sich eine Diskussionsrunde im Konferenzbereich. ?Alte Medien werden noch genutzt, aber komplett anders als zu unserer Zeit?, erklärte Verena Zietz, Executive Director *BRAVOfamily*.

Fernseher und Radio dienen kaum mehr der Unterhaltung, sondern vor allem dem Konsum aktueller Nachrichten. Zeitschriften seien Luxusmedium, weil sie Geld kosteten. Vor allem interessierten Jugendliche hier Mode- und Beautytipps.

Smartphone-Nutzung am Tag: Im Schnitt drei Stunden. Interessensbereiche: aktuelle Nachrichten, Infos für Schule, Ausbildung und Beruf sowie Social Media. Und auch hier verwies Zietz auf ein sehr differenziertes Nutzungsverhalten.

WhatsApp sei der Kommunikator, über den sich Jugendliche organisierten, Snapchat werde zum Austausch mit engeren Freunden wie auch zur Selbstinszenierung genutzt, über Instagram als ständig wachsendem Kanal seien junge Menschen emotional zu erreichen, informierten sich über Trends und inszenierten sich. YouTube ist Informations- und Unterhaltungskanal.

?Absolut ausgewähltes Nutzungsverhalten?

Ist das wirklich so? Thimo Hofner von [kontextR](#) [1], 21 Jahre jung, nickt und bestätigt ein ?absolut ausgewähltes Nutzungsverhalten?. Wie damit umgehen als Medienunternehmen? Mediaplanerin Petra Kruse, Geschäftsführerin der Agenturgruppe Pilot, empfiehlt, nicht auf jeden Hype sofort aufzuspringen, sondern von Projekt zu Projekt sehr genau zu prüfen, welche Zielgruppe man über welche Kanäle erreichen wolle. ?Die Generation Z ist sehr inhomogen?, sagt sie.

In kurzer Zeit 35000 Serienfans

Herauskommen können Projekte wie die erste Snapchatserie ?I am Sarafina?. Ideengeber dazu war Kevin Schramm von *Puls*, dem jungen Programm des *Bayerischen Rundfunks*. Die Idee sei aus seinem persönlichen Spieltrieb heraus entstanden. Wird gedreht, gehen die Videos live an die User raus, die wiederum sofort reagieren. Nach kurzer Zeit zählte die Serie 35000 Fans.

Stereotype im Kopf

Dass ein anderes Thema schlicht keines mehr für die nächste Generation sein wird, hoffen die Frauen beim Netzwerktreff ?Media Women Connect?: die Ungleichbehandlung von Frauen und Männern. Als Rednerin konnten sie Professorin Isabell Welpke vom Lehrstuhl für Strategie und Organisation der Technischen Universität München gewinnen.

Sie sprach nicht nur über Herausforderungen und Chancen künstlicher Intelligenz, sondern auch darüber, dass gleiche Leistung in Unternehmen nach wie vor nicht gleichermaßen anerkannt wird. Der Grund aus ihrer Sicht: Stereotype im Kopf. Männer und erfolgreiche Führungskräfte werden mit sehr ähnlichen Begriffen beschrieben, Frauen mit völlig anderen.

Forderung: Mehr Frauen auf Podien

Wie aber lässt sich Chancengleichheit erreichen? Vermutlich nur in vielen einzelnen Schritten ? und einen ging nun das Netzwerk Media Women Connect, dem auch die Fachgruppe Chancengleichheit des BJV angehört.

Die Frauen überreichten dem Geschäftsführer der Münchner Medientage, Stefan Sutor, ein Manifest in dem es unter anderem heißt: ?Wir fordern eine Selbstverpflichtung zu mindestens 30 Prozent Frauen im Programm der Münchner Medientage 2019. Innerhalb von drei Jahren, also bis 2021, ist eine Quote von 50 Prozent anzustreben.? Das Manifest ?Unsere Forderungen für eine moderne, chancengleiche und vielfältige Medienwelt? [2] (PDF) der Media Women Connect können Sie hier runterladen.

Heuer liegt der Frauenanteil auf den Podien der Medientage bei 26,7 Prozent. ?Wir behandeln Medienthemen und können nicht gesellschaftliche Zustände ändern (?) Ihr sprecht uns an und meint die Medienunternehmen?, hielt Sutor gegen.

Neue Vorsitzende für die Fachgruppe Chancengleichheit gewählt

Am Mittwochabend wählte die Fachgruppe Chancengleichheit [3] eine neue Vorsitzende: Uschi Horner, Lifestyle-Journalistin, Bloggerin und Projektmanagerin aus Waging am See leitet die Gruppe in Zukunft. Als Stellvertreterinnen fungieren Sabine Neumann und Johanna Reiter. Horner tritt die Nachfolge von Christiane Krinner an, die die Gruppe jahrelang leitete (Bericht folgt noch).

Michaela Schneider[4]

Weitere Informationen zu den Medientagen finden Sie auf unserer Facebook-Seite [5] und auf unserem Twitter-Angebot [6] sowie in den Presseinformationen der Medientage zu den einzelnen Panels [7]. In der nächsten Ausgabe des BJVreport berichten wir auch.

Schlagworte:

#mtm18 [8]

Externe Links:

-  Presseinformationen der Medientage zu den einzelnen Panels[7]

Source URL: <https://www.bjv.de/news/generation-z-im-visier>

Links:

- [1] <https://www.kontextr.com/>
- [2] https://www.bjv.de/sites/default/files/upload/2018/18-10-manifest_mwc_mtm2018_final.pdf
- [3] <https://www.bjv.de/arbeitsgruppe/fachgruppe-chancengleichheit>
- [4] https://www.bjv.de/arbeitsgruppen_kp/nojs/user/179/xx
- [5] <http://facebook.com/bjvde>
- [6] <http://www.twitter.com/bjvde>
- [7] <https://medientage.de/presenews/>
- [8] <https://www.bjv.de/taxonomy/term/513>