

Pressemitteilung**Hochschule Darmstadt****Simon Colin**

15.10.2018

<http://idw-online.de/de/news704029>Buntes aus der Wissenschaft
Medien- und Kommunikationswissenschaften
regional**h_da****„Kommunikation und PR in Zeiten von Selbstvermarktung und Fake News“:
MediaMonday startet**

Darmstadt/Dieburg – „Kommunikation und PR in Zeiten von Selbstvermarktung und Fake News“ ist das Motto des diesjährigen „MediaMonday“ am Mediocampus der Hochschule Darmstadt (h_da) in Dieburg. Vom 5. November an bis Mitte Dezember berichten Referentinnen und Referenten immer montags aus ihrem Arbeitsfeld.

„Sich mit einer Sache gemein machen? – PR zwischen Bekenntnisbewegung und Söldnertum“ nennt Prof. Dr. Klaus Kocks seinen Auftakt-Vortrag am 5. November. Der Geschäftsführer der Cato Sozietät für Kommunikationsberatung und ehemalige VW-Kommunikationsvorstand sieht zwei unterschiedliche Philosophien, mit denen PR-Profis an ihre Arbeit herangehen. Demnach bekennen sich die einen stark zu der Sache, die sie kommunikativ vertreten, während die anderen PR eher nüchterner als interessen geleitete Kommunikation auffassen. Klaus Kocks zieht hier Parallelen zu Journalisten: gäbe es doch einerseits solche, die es mit Hajo Friedrichs halten und die sich mit keiner Sache gemein machen. Zugleich beobachtet er „Engagement-Journalisten“, die für eine ihrer Meinung nach gute Sache eintreten und somit publizistisch nicht neutral sind.

Lobbyismus sollte demokratieverträglicher sein und hierfür brauche es Transparenz, findet Jan Christian Sahl, Gründer des Berliner Start-ups „wlobby“. „Mehr Demokratie wagen!“ nennt er seinen MediaMonday-Vortrag am 12. November. Zu oft bestimmten finanzielle Möglichkeiten, welche Interessengruppen von der Politik berücksichtigt werden. Daher seien viele Interessen politisch nicht ausreichend vertreten. Dies schwäche das Vertrauen der Menschen in die Demokratie. Sahl: „Es ist Zeit für neue, digitale Werkzeuge für mehr und bessere Bürgerbeteiligung.“

„Alles, was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert.“ Was bedeutet diese These für die tägliche Arbeit in der Unternehmenskommunikation – insbesondere an der Schnittstelle zum Journalismus? Am Beispiel von Bosch fragt sich dies Dr. Christoph Zemelka, der Einblicke in die digitale Transformation in Kommunikation und Marketing gibt. Er ist Senior Vice President Corporate Communications bei der Robert Bosch GmbH. Titel seines Vortrags am 19. November: „50:50 – was bedeutet digitale Transformation für die Kommunikation?“.

Am 26. November ist Nina Schnitzenbaumer beim MediaMonday zu Gast. Sie hat Motion Pictures an der Hochschule Darmstadt studiert und sich inzwischen als Coach für Kreative selbständig gemacht. „Die Fähigkeit zur Selbstvermarktung“ nennt sie ihren Vortrag, in dem sie unter anderem erläutern möchte, wie man erkennen kann, in was es sich persönlich zu investieren lohnt.

„Influencer Marketing aus Unternehmenssicht“ ist das Thema von Daniel Abel, Markenmanager beim Unternehmen „Fit Jeans“ am 3. Dezember. Seiner Ansicht nach haben Unternehmen zwar den Einbezug einflussreicher prominenter Gesichter für Marketingzwecke entdeckt, allerdings sieht er hier noch Luft nach oben. Anhand von Beispielen zeigt er, wie sich Influencer Marketing erfolgreich einsetzen lässt.

Gesellschaftliche Diskussionen scheinen zunehmend emotionsgetrieben zu sein, Fakten an Relevanz zu verlieren. Dabei sind Falschnachrichten und gezielte Desinformationen kein neues Phänomen, sagt Paul Jens, Geschäftsführer von Hater Cater. Das Unternehmen unterstützt Redaktionen und Social Media-Teams beim Umgang mit Kommentaren im Web. Im Rahmen seines Vortrags „Journalismus in der Ära der Desinformation“ am 10. Dezember thematisiert Paul Jens den Umgang von Medienhäusern mit Desinformation und stellt die Frage, was Journalistinnen und Journalisten ändern müssten, um mit „Faktenchecks“ und weiteren Instrumenten mehr Menschen zu erreichen.

Yvonne Lenger ist Alumna der Hochschule Darmstadt und arbeitet heute für das Social Media-Team der Bahn. Im Rahmen ihres Vortrags „Social Media @ Deutsche Bahn-Personenverkehr“ am 17. Dezember erläutert sie, warum Social Media-Kanäle wichtige Kommunikationswege für den Austausch mit Kundinnen und Kunden sind.

Hintergrund: der MediaMonday am Mediacampus der h_da in Dieburg

Der Fachbereich Media der Hochschule Darmstadt veranstaltet seit mittlerweile 21 Semestern unter der Leitung von Alexander Kehry mit dem MediaMonday eine offene Ringvorlesung. Gäste sind Expertinnen und Experten aus den Bereichen Sound, Video, Game, Animation, Interactive Media Design, (Wissenschafts-)Journalismus und Onlinekommunikation – allesamt Lehr- und Forschungsschwerpunkte am Mediacampus. Zielgruppe der Veranstaltungsreihe sind Studierende, Lehrende und ausdrücklich auch die interessierte Öffentlichkeit. Der Besuch der Veranstaltungen ist kostenlos.

MediaMonday – Das Programm

Veranstaltungsort: Campuskino (Haus F 14, Raum 15/003, Max-Planck-Straße 2). Die Veranstaltungen beginnen jeweils um 17.45 Uhr und enden gegen 19.00 Uhr. Im Anschluss gibt es Snacks und Getränke im studentisch betriebenen Café „Zeitraum“.

Montag, 5.11.2018

Sich mit einer Sache gemein machen? – PR zwischen Bekenntnisbewegung und Söldnertum
Prof. Dr. Klaus Kocks, Geschäftsführer der Cato Sozietät für Kommunikationsberatung und ehemaliger VW-Kommunikationsvorstand

Montag, 12.11.2018

Mehr Demokratie wagen!
Jan Christian Sahl, Gründer des Berliner Start-ups „welobby“

Montag, 19.11.2018

50:50 – was bedeutet digitale Transformation für die Kommunikation?
Dr. Christoph Zemelka, Senior Vice President Corporate Communications bei der Robert Bosch GmbH

Montag, 26.11.2018

Die Fähigkeit zur Selbstvermarktung
Nina Schnitzenbaumer, Coach

Montag, 3.12.2018

Influencer Marketing aus Unternehmenssicht
Daniel Abel, Markenmanager beim Unternehmen Fit Jeans

Montag, 10.12.2018

Journalismus in der Ära der Desinformation
Paul Jens, Geschäftsführer von Hater Cater

Montag, 17.12.2018
Social Media @ Deutsche Bahn-Personenverkehr
Yvonne Lenger, Online-Redakteurin bei der Deutschen Bahn

wissenschaftliche Ansprechpartner:
Ansprechpartner für die Medien

Hochschule Darmstadt
Fachbereich Media
Max-Planck-Straße 2 64807 Dieburg

Alexander Kehry

Tel: +49.6151.16-9321
Mobil: +49.171 69 29787
Mail alexander.kehry@h-da.de

URL zur Pressemitteilung: <https://mediencampus.h-da.de/mediamonday/>

URL zur Pressemitteilung: <https://www.facebook.com/mediamonday>

URL zur Pressemitteilung: <https://www.instagram.com/mediamonday/>