



Die Feuertafe mitten im Messegeschehen erleben junge Journalisten in der Gläsernen Redaktion auf der Handwerksmesse.

Fotos: JVH

Handwerk völlig entstaubt

Die „Gläserne Podlab-Redaktion“ der Journalistenvereinigung der Deutschen Handwerkspresse (JVH) produzierte auf der Internationalen Handwerksmesse erstmals neben Texten auch Hörfunk- und Videobeiträge für das Internet.

Das Ziel wurde erreicht, alles gehen mit einem handfesten Vorteil nach Hause.“ Petra Schmieder, stellvertretende Vorsitzende der Journalistenvereinigung der Deutschen Handwerkspresse (JVH), ist mehr als zufrieden. Diese organisierte auf der Internationalen Handwerksmesse in München zum nunmehr dritten Mal eine Gläserne Lehrredaktion. Neu in diesem Jahr: Für das Projekt

„Podlab“ – das ist ein Kunstwort, das sich aus „Podcast“ und „Labor“ zusammensetzt – waren junge Journalisten mit Stift, Mikrophon und Kamera auf der IHM unterwegs. Sie produzierten neben Presstexten Podcasts und Internetvideos rund um das Thema „Junges Handwerk – Zukunft Handwerk“.

Die „Gläserne Podlab-Redaktion“ war mitten im Ausstellungsgeschehen platziert. Die Berichte, Reportagen und Interviews wurden unter www.jungeshandwerk.de veröffentlicht und den Redaktionen der JVH-Mitglieder sowie der Fach- und Tagespresse zum Download angeboten. Möglich wurde dies, weil für das Projekt viele an einem Strang gezogen haben. Die jungen Journalisten wurden sowohl vom Messeveranstalter, der Gesellschaft für Handwerksmessen (GHM), als auch vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), großzügig unterstützt. Die Gläserne Redaktion wäre sonst so nicht möglich gewesen. Neben der Ausstattung des Redaktionsbüros wurden auch das Catering und technisches Equipment von den Sponsoren zur Verfügung gestellt, um dem Journalistennachwuchs Raum für seine Arbeit zu geben. Auch das Förderungswerk der Hanns-Seidel-Stiftung leistete einen Beitrag und ermöglichte so, dass die Redaktion von Michael Bachmann geleitet werden konnte, der viele Jahre unter anderem als Chefredakteur und Programmleiter bei der größten deutschsprachigen Hörfunknachrichten-Agentur BLR und Radio-Dienst in München tätig war. Von einem

Internet-Nutzer in Deutschland

Entwicklung der Onlinenutzung 1997 bis 2007

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Gesamt	6,5	10,4	17,7	28,6	38,8	44,1	53,5	55,3	57,9	59,5	62,7
Geschlecht											
Männlich	10,0	15,7	23,9	36,6	48,3	53,0	62,6	64,2	67,5	67,3	68,9
Weiblich	3,3	5,6	11,7	21,3	30,1	36,0	45,2	47,3	49,1	52,4	56,9
Alter in Jahren											
14-19	6,3	15,6	30,0	48,5	67,4	76,9	92,1	94,7	95,7	97,3	95,8
20-29	13,0	20,7	33,0	54,6	65,5	80,3	81,9	82,8	85,3	87,3	94,3
30-39	12,4	18,9	24,5	41,1	50,3	65,6	73,1	75,9	79,9	80,6	81,9
40-49	7,7	11,1	19,6	32,2	49,3	47,8	67,4	69,9	71,0	72,0	73,8
50-59	3,0	4,4	15,1	22,1	32,2	35,4	48,8	52,7	56,5	60,0	64,2
60 und älter	0,2	0,8	1,9	4,4	8,1	7,8	13,3	14,5	18,4	20,3	25,1
Berufstätigkeit											
in Ausbildung	15,1	24,7	37,9	58,5	79,4	81,1	91,6	94,5	97,4	98,6	97,6
berufstätig	9,1	13,8	23,1	38,4	48,4	59,3	69,6	73,4	77,1	74,0	78,6
Rentner/nicht berufstätig	0,5	1,7	4,2	6,8	14,5	14,8	21,3	22,9	26,3	28,3	32,0

Basis: Onlinenutzer ab 14 Jahren in Deutschland
Quelle: ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudie 1998-2007, Angaben in Prozent



„alten Hasen“ geführt zu werden, erwies sich für den Nachwuchs als großer Vorteil, denn die Arbeit vor Ort orientierte sich hart an der Realität. Um überhaupt am Projekt teilnehmen zu können, mussten die Studenten – Mitglieder der Nachwuchsjournalisten in Bayern, NJB – sich bewerben. Fünf wurden genommen. Mitten im Messegeschehen war Durchhaltevermögen angesagt, denn von 8 bis 18 Uhr war das junge Team unterwegs, um Bilder und Stimmen einzufangen, zu bearbeiten und weiterzuleiten. Dafür gab es immerhin ein Anerkennungshonorar von je 400 € pro Student für die gesamte Messezeit, denn „sie haben wirklich gute Arbeit geleistet und waren mit wirklich bemerkenswertem Engagement mit dabei,“ so das Resümee von Schmieder.

So war der JVH-Messestand ein Brennpunkt öffentlicher Aufmerksamkeit. Die Einbindung ins Messegeschehen war es dann auch, die die stellvertretende Vorsitzende der JVH als so gelungen empfunden hat: „Es war eine Win-win-Situation für alle. Die

Win-Win-Situation für alle Beteiligten – Sponsoren und junge Journalisten

GHM hat mit der Unterstützung für die jungen Leute viel positives Image gewonnen, und das Bundesministerium hat Dank des gemeinsamen Partnerstandes von der Nähe zum Nachwuchs profitiert. Denn die lebendige Arbeit mit dem Medium Podcast erschloss dem Ministerium auch neue, jüngere Zielgruppen. Nicht zuletzt haben die jungen Journalisten weitab jeder Trockenübung die Vielfalt des Wirtschaftszweigs Handwerk kennengelernt und sich mit dem Arbeiten auf Messen sowie dem Umgang mit elektronischen Medien vertraut gemacht.“ Das Ergebnis: rund 30 Produktionen in sieben Tagen Podlab. Viele Medien machten von der kostenlosen Möglichkeit Gebrauch, den Content in ihrem Internetauftritt oder in den verschiedenen Publikationen der deutschen Handwerkspresse zu integrieren.

ank

up to date

Internationale Fach- und Publikumsmessen

Termine in Düsseldorf 2009/2010



Geballte Kompetenz für Branchen und Märkte. Das gesamte Programm zu unseren fünf Kompetenzfeldern finden Sie hier: messe-duesseldorf.de

Meet the world's best

■ viscom	01.10.–03.10.	www.viscom-messe.com
■ METAV	23.02.–27.02.10	www.metav.de
■ Tube	12.04.–16.04.10	www.tube.de
■ wire	12.04.–16.04.10	www.wire.de
■ ElectronicPartner (Herbst)**	18.09.–20.09.	www.electronicpartner.de
■ Business Travel Show	30.09.–01.10.	www.businesstravelshow.de
■ iba®	03.10.–09.10.	www.iba.de
■ EuroCIS	02.03.–04.03.10	www.eurocis.com
■ ProWein®**	26.03.–28.03.10	www.prowein.de
■ INFODENTAL**	11.09.–12.09.	www.infodental-duesseldorf.de
■ EXPOPHARM	24.09.–27.09.	www.expopharm.de
■ REHACARE International®	14.10.–17.10.	www.rehacare.de
■ A+A®	03.11.–06.11.	www.AplusA-online.de
■ MEDICA®	18.11.–21.11.	www.medica.de
■ COMPAMED®	18.11.–20.11.	www.compamed.de
■ CPD**	26.07.–28.07.	www.igedo.com
■ Bodylook**	26.07.–28.07.	www.igedo.com
■ Global Shoes (Herbst)**	11.09.–13.09.	www.globalshoes-online.com
■ GDS (Herbst)®**	11.09.–13.09.	www.gds-online.com
■ CARAVAN SALON DÜSSELDORF	28. ¹⁾ 08.–06.09.	www.caravan-salon.de
■ TourNatur	04.09.–06.09.	www.tournatur.com
■ boot – Düsseldorf	23.01.–31.01.10	www.boot.de

** Nur für Fachbesucher oder Facheinkäufer mit Legitimation

¹⁾ Fachbesucher- und Medientag

® Registered Trade Mark

Stand: 5-2009

Basis for
Business



Dusting off the crafts industries

For the first time at the international crafts industries fair IHM, the JVH association of German crafts industry journalists' "Transparent Podlab Editorial Desk" produced radio and video material for the internet as well as copy.

We achieved our goal, everyone's going home with a tangible benefit." Petra Schmieder, deputy chairperson of the JVH association of German crafts industry journalists, is more than satisfied. For the third time now the association organised a Transparent Educational Editorial Desk at the crafts fair Internationale Handwerksmesse in Munich. New this year was that for the "Podlab" project - the term is coined from

"podcast" and "laboratory" - young journalists toured with IHM with pens, microphones and video cameras. Besides press copy, they also produced podcasts and internet videos on the theme "Young crafts - future crafts". The Transparent Podlab Editorial Desk was positioned in the midst of the exhibition activity. The reports, features and interviews were published at www.jungeshandwerk.de and offered as downloads to the JVH members' editorial departments and to the trade and daily press. This was made possible because many people pulled in the same direction for the project. The young journalists received generous support from both the exhibition organisers, Gesellschaft für Handwerksmessen (GHM), and from the Federal Ministry of Economics and Technology. Otherwise the Transparent Editorial Desk would not have been possible in that form. In addition to fitting out the editorial office, the sponsors also provided the catering and technical equipment to give the

new-generation journalists room to work. The Scholarship Organisation of the Hanns Seidel Foundation also made a contribution, enabling the editorial desk to be directed by Michael Bachmann, who spent many years as editor-in-chief and programme director at the biggest German-language radio news agency BLR and Radio-Dienst in Munich,

Stand was a focus of public attention

among other posts. The young talent benefited enormously from being led by an "old hand", because work on site was very much reality-driven. To take part in the project in the first place, the students - members of the NJB association for young, up-and-coming journalists in Bavaria - had to submit applications. Five were accepted. Audio samples of earlier work and experience of radio work were compulsory. While the exhibition was in full swing stamina was required, because the young team was out and about from 8 am to 6 pm capturing, processing and relaying images and comments. In recognition of their input they were paid a token fee of € 400 per student for the entire duration of the fair, because "they did really well and displayed really remarkable commitment", Schmieder summed up.

Consequently the JVH exhibition stand was a focus of public attention. And it was the assimilation into what was happening at

the fair that the deputy JVH chair found so particularly successful: "It was a win-win situation for everyone.

Organiser GHM did a lot for its image by supporting the

young people, and thanks to the joint stand the economics ministry gained from its proximity to the young elites, as live work with the medium of podcasts opened up new and younger target groups for the ministry. Last but not least, operating in what was far from a dry-run environment the young journalists got to know the variety of the crafts sector and familiarised themselves with work at trade fairs and handling electronic media." The result was roughly 30 productions in seven days of Podlab. Many media took advantage of the opportunity to integrate the content free of charge into their website or include it in the various publications by the German handicrafts press.

ank 



Messe Offenbach

Profitieren Sie von einem optimalen Standort

Als Veranstalter internationaler Fachmessen für Lederwaren sind wir ein Begriff. Weltweit.

Als Messezentrum im Herzen des Rhein-Main-Gebietes eine Alternative, die Sie kennenlernen sollten:

Mit Hallenkapazitäten von 1.200 m² bis zu gut 17.000 m² sowie zusätzlichen Restaurations-/ Show-/ Seminar- und Besprechungsräumen bieten wir Ihnen eine Infrastruktur mit hochgradig flexiblen Nutzungsmöglichkeiten für kleinere bis mittelgroße Fach- und Publikumsmessen, Ausstellungen, Workshops oder Firmenevents.

Sprechen Sie mit uns, wenn Sie Raum für Ihre Veranstaltungsideen suchen - und die verlässliche Planungs- und Durchführungshilfe eines erfahrenen Messeveranstalters.

Messe Offenbach GmbH
Kaiserstr. 108 - 112
D-63065 Offenbach a. M.
Tel. (+49)(0)69/82 97 55 - 0
Fax (+49)(0)69/82 97 55 60
www.messe-offenbach.de
info@messe-offenbach.de

Journalists got to know the variety of the crafts sector