



In der Multimedia-Workshop-Ecke des PresseClubs: Junge Besucher lernen von „alten Hasen“.

Nachwuchs schnuppert Branchenluft

PresseClub auf den Medientagen: Ein lebendiger Club, der die Jugend fördert

MAXIMILIAN VON ROSSEK

Die Münchner Medientage gelten als der Branchentreff für Medienschaffende weit über Bayern hinaus. Während hier die Wichtigen von TV, Radio und Digitalem sich und ihre Werke präsentieren, neue Technologien vorstellen und die Zukunft diskutieren, schnuppert im Medien-campus der Nachwuchs Branchenluft.



Die Münchner Medientage präsentieren die aktuellen Trends der Branche. 80 Aussteller locken in drei Oktober-Tagen über 7.000 Besucher.



Tipps vom erfahrenen Kollegen: Junge Journalistinnen gewinnen im Gespräch mit PresseClub-Fotograf Johann Schweglinger Einblicke in die Welt der Presse-Fotografen.



Jugend informiert sich: PresseClub-Vorstand Michael Pausder und Mentorin Eva Müller (m.) vom *Managermagazin* mit Gast am Stand.



Fröhlicher Gast in der PresseClub-Event-Arena: Israels Generalkonsulin Sandra Simovich.



Hoher Besuch: Landesmedien-Chef Siegfried Schneider (li.) und Staatsminister Florian Herrmann (r.) mit Helmut Gierke und Michael Pausder.

Busweise werden Journalisten und Medientreibende der Zukunft in diese holzverkleidete Halle am Rande der Messe angekarrt. Dort können sie sich ausführlich informieren und auch gleich ausprobieren, in welche Richtung ihre Karriere gehen könnte. An drei Oktobertagen dürfen hier Studenten und Schüler (#nogendering) an Workshops teilnehmen, eine Kamera halten oder mit Influencern diskutieren. Und mittendrin – der Münchner PresseClub.

Aus vergangenen Auftritten haben wir gelernt, schwierige Zeiten brauchen Veränderung. Über Monate feilte ein kleines Gremium an einem Konzept, die Wirkung des PresseClubs nach außen bestmöglich darzustellen. Konkret bedeutet dies „Präsenz zeigen“.

Die Standfläche, nur drei mal drei Meter groß, entwickelt sich insgesamt zu einer beachtlichen 24-Quadratmeter-Eventarena. Hier zeigt sich der Club von seiner besten Seite. Angesiedelt zwischen Kaffeestand und Showbühne gibt es eine Foto- und Videopräsentation über das vielfältige Leben des Clubs, einen Empfangs- und Diskussionstisch und eine Multimedia Workshop-Ecke, an der stündlich die jungen Besucher etwas von uns „alten Hasen“ lernen können – zum Beispiel bei „Journalisten erzählen“. Sie gewinnen aber auch Einblicke in das Mentorenprogramm durch Workshops wie „Fit für die Bewerbung“, „Reportage-Training“, „Karriereberatung“ oder „Instagram“.

Dreh- und Angelpunkt im Mediacampus ist die Bühne gleich neben uns, und natürlich wird auch diese zur Präsentation genutzt. So können wir den Besuchern auch das Projekt „Rainbow Refugees“ näherbringen. Dieses befasst sich mit Frauen und Männern, die aufgrund ihrer sexuellen Orientierung aus ihrer Heimat fliehen mussten. Der daraus entstandene Berichtsband, an dessen Realisierung der PresseClub maßgeblich mitgewirkt hat, liegt auf der Messe kostenlos aus. Die bewegenden Schicksale der Flüchtlinge bringen die jungen Besucher miteinander ins Gespräch.



In einer engagierten Eröffnungsrede plädiert Bayerns Ministerpräsident Markus Söder für mehr Mut der Medienmacher und für weniger Zwänge durch die Bürokratie.

viele freiwillige Freizeitstunden möglich wurde, ist uns dies gelungen. Lob und Anerkennung dafür gibt es auch von prominenten Gästen, die bei uns vorbeischaun, an ihrer Spitze Landesmedien-Chef Siegfried Schneider und Staatskanzlei-Chef Staatsminister Florian Herrmann.

So ermuntert werden wir versuchen, für die diesjährigen Medientage vom 28. bis 30 Oktober (#MTM20) den Stand wie auch unsere Performance weiter zu verbessern. Und damit auch zu zeigen, was wir sind: Ein lebendiger Club, der die Jugend fördert. ■

Auf nur 24 Quadratmetern entwickelte sich eine Event-Arena.



Maximilian von Rossek, 1984 in München geboren, ist als Programmleiter des bayerischen RTL-Fensters *TV BAYERN LIVE** tätig. Im Februar 2020 wurde er zum stellvertretenden PresseClub-Vorsitzenden gewählt.



Stündlich gibt es Workshops zu Themen wie „Fit für die Bewerbung“, „Reportage-Training“, „Karriereberatung“ oder „Instagram“.



Am PresseClub-Stand informieren sich künftige Journalistinnen ausführlich und können auch gleich ausprobieren, in welche Richtung ihre Karriere gehen könnte.