



**mymedia**

**BEWEEERBUNG**



**mymedia**  
ein studentisches Netzwerk  
der Studenten  
des Jahrgangs 2009/2010  
der Akademie der media GmbH

Akademie der media GmbH  
Tübinger Straße. 12-16  
70178 Stuttgart  
Tel: 0711 92543-0

Ansprechpartnerin:

Anna-Lena Gleich



# CONTENT

## Inhaltsverzeichnis

- 1. Einführung**
- 2. mymedia – eine Präsentations- und Kommunikationsplattform**
  - 2.1 Die Idee hinter dem Studentenprojekt
  - 2.2 Struktur und Aufgabenbereiche
- 3. mymedia als studentisches Netzwerk**
  - 3.1 Kommunikationsmittel- und Instrumente
    - 3.1.1 [www.my-media.net](http://www.my-media.net) - die Website
    - 3.1.2 mymedia Post – das Magazin
    - 3.1.3 Social Media – Facebook und Youtube
    - 3.1.4 KehrwocheTV – die TV-Sendung
    - 3.1.5 mediawelle – die Radio-Sendung
    - 3.1.6 Emil, das kleine Zebra – das Hörspiel
- 4. Ausblick - mymedia und die Zukunft**
  - 4.1 Zusammenfassung

Diesem Dokument ist noch eine Präsentation der mymedia Website und der mymedia Post angefügt. Ab Mitte Mai geht das neue kommunikative Konzept von mymedia auf [www.my-media.net](http://www.my-media.net) online. Dort können auch die hier vorgestellten KehrwocheTV-Sendungen bestaunt werden. Tauchen Sie ein in unsere kreative Kommunikationswelt!

# VISION

## 1. Einführung

Wie gelingt es, 30 Medien-Studenten, die in ihrer Persönlichkeit unterschiedlicher nicht sein könnten, miteinander in Kontakt zu bringen?

- Lass ihnen Raum für kreative Ideen und schon bald werden sie dir ein Konzept für ihre individuelle Kommunikations- und Präsentationsplattform präsentieren

Und genau so ist das Crossmedia-Projekt mymedia entstanden. Denn die Studenten des Jahrgangs 2009/2010 hatten das Bedürfnis, auf selbstausgedachten Wegen miteinander und untereinander zu kommunizieren. Aber auch mit der Medienwelt „da draußen“ wollten sie in Kontakt treten und ihr ihre Gedanken, Ideen, Projekte und Werke vorstellen. Daher haben sie sich auf die Suche nach passenden Instrumenten gemacht. Welche sie gefunden haben und wie sie diese benutzen, sowie Informationen zum Background werden nun auf den folgenden Seiten erklärt

Willkommen in unserer kommunikativen Welt!

## 2. mymedia – eine Präsentations- und Kommunikationsplattform

### 2.1 Die Idee hinter dem Studentenprojekt

mymedia ist ein vielseitiges Crossmedia-Projekt von Studenten des Studiengangs Angewandten Medienwirtschaft der Akademie der media GmbH in Stuttgart und wurde vor vier Jahren ins Leben gerufen. Im Oktober letzten Jahres bekamen die Studenten des Wintersemesters BA 2009/2010 die Aufgabe, einen Relaunch an der Homepage und an dem gesamten mymedia-Projekt vorzunehmen, damit einerseits die Studenten und Auszubildenden besser, d.h. effektiver und einfacher miteinander kommunizieren können, andererseits aber auch die Kommunikation mit allen an der Akademie der media GmbH und ihren Teilnehmern Interessierten zu vereinfachen und weiter auszubauen.

Der Relaunch beinhaltete eine neue Corporate Identity anhand eines modernen Konzepts. Nach monatelanger Ausarbeitung dieses Auftrags wird nun ab Mitte Mai 2011 die neue Webpräsenz auf my-media.net erstrahlen.

mymedia setzt sich aus zahlreichen Teil-Projekten zusammen, die von den Studenten des derzeitigen vierten Semesters ins Leben gerufen wurden. Auch die nachfolgenden Semester werden zukünftig hierüber kommunizieren können. Das multimediale Projekt umfasst filmische Beiträgen auf KehrwocheTV, Radio-Sendungen der mediawelle, die Website my-media.net, so wie das Magazin mymedia Post.

mymedia ist somit ein großes und aufwendiges Projekt, das von Auszubildenden und Studenten gleichermaßen unterstützt wird, beispielsweise beim Filmdreh für die KehrwocheTV-Sendungen.

Die Leitung über dieses Projekt haben die Studierenden. In verschiedenen Gruppen (vgl. 2.2) von Design bis Marketing werden Konzepte erarbeitet und umgesetzt. Somit können die in der Theorie erlernten Inhalte mit der Praxis verbunden und konkrete Erfahrungen für das spätere Berufsleben gesammelt werden.

mymedia ist nicht nur eine Präsentations- und Informationsplattform, auf welcher einzelne Projekte vorgestellt werden oder über Geschehnisse rund um die Medienbranche und über akademiespezifische Themen berichtet wird. Sie ist eine Möglichkeit, miteinander in einen Dialog zu treten. Wie soziale Netzwerke dazu einladen, Meinungen und Gedanken zu teilen, so ist dies auch das Bestreben dieses Projektes. Somit ist mymedia viel mehr eine Kommunikationsplattform.

# STRUCTURE

## 2.2 Struktur und Aufgabenbereiche

Um eine erfolgreiche Umsetzung des Projektes zu gewährleisten, wurde das mymedia-Team in sieben Projektgruppen aufgeteilt. Neben einem Redaktion und Marketingteam wurden auch die einzelnen Teil-Projekte in Gruppen mit verantwortlichen Projektleitern aufgeteilt. Dazu zählen Website, KehrwocheTV, mymedia Post und mediawelle.

So sorgt beispielsweise das Design&Website-Team für einen glanzvollen Web- und Printauftritt, während sich die Musik&Sounddesign-Gruppe u.A. mit der Erstellung eines passenden Corporate Sound und eigener mymediaJingles beschäftigt.

Die Studierenden der Angewandten Medienwirtschaft arbeiten hierfür in ihren Studien-Vertiefungen, die sich folgendermaßen zusammensetzen: PR-und Kommunikationsmanagement, Digital Design, Media Acting&Rhetorik, Musikmanagement, sowie TV-Producing. Diese Arbeitsgemeinschaften agieren unter der Schirmherrschaft eines Gesamtprojektleiters, welcher sich um die Koordination und Kommunikation zwischen den einzelnen Teams kümmert. Jede Abteilung arbeitet anhand eines klar strukturierten Konzeptes und stellt ihre Fortschritte und Erfolge bei den wöchentlich stattfindenden Meetings vor, die als wichtiges Instrument zum Ausbau des studentischen Netzwerks implementiert wurden.

# TEAM

### Kehrwoche TV

#### Projektleiter

Roman Merkle

#### Team

Rike Fischer  
Stefanie Ebenhöf  
Alexandra Haar  
Dominik Guyer

### Marketing

#### Projektleiter

Timon Gaus

#### Team

Linda Görlich  
Anna Weber  
Ana-Lena Gleich  
Ana Laura Serrano  
Nadja Elser  
Silke Dieringer

### mediawelle

#### Projektleiter

Rike Fischer

#### Team

Stefanie Ebenhöf  
Alexandra Haar  
René Bauer  
Dominik Guyer

### Design&Website

#### Projektleiter

Sina Rinker

#### Team

Sabrina Rücker  
Matze Gronbach  
Lisa Bauer  
Nathalya Serdyuk  
Markus Liebich  
Ale Dervišević



**mymedia**  
[www.my-media.net](http://www.my-media.net)

#### Gesamtprojektleiter

Dominik Guyer

### mymedia Post

#### Projektleiter

Linda Görlich

#### Team

Sarah Wurth  
Jaqueline Nadj  
Timon Gaus  
Isabel Schürmeyer  
Anastasia Schmidt  
Stefan Gliemann  
Anna Weber  
Ana-Lena Gleich  
Ana Laura Serrano  
Nadja Elser  
Silke Dieringer

### Musik&Sounddesign

#### Teilprojektleiter

Michaela Hörl

#### Team

Elsa Maier  
Constantin Schley  
Florian Schmidt

### Redaktion

#### Projektleiter

Stefan Gliemann

#### Team

Sarah Wurth  
Jaqueline Nadj  
Isabel Schürmeyer  
Anastasia Schmidt

# NETWORKING

## 3. mymedia als studentisches Netzwerk

Egal, ob StudiVZ, facebook, twitter oder auch die ERASMUS-Austausch-Programme, sie alle haben eines gemeinsam: Sie verfolgen das Ziel, national als auch international Menschen miteinander zu vernetzen und die zuvor bestehenden finanziellen, zeitlichen, sozialen und kulturellen Grenzen abzubauen.

Auch mymedia als Studentenprojekt sucht den Kontakt der Studenten und pflegt diesen auf verschiedene Art und Weise. Es vernetzt einerseits die Studenten des ersten bis vierten Semesters (und darüber hinaus) miteinander, andererseits trägt es auch zur Zusammenarbeit und Kommunikation mit den Auszubildenden der media GmbH bei. Auf diese Weise gelingt es diesem Projekt, unterschiedliche Ausbildungswege unter einer kreativen Idee zu vereinen. Hierzu trägt vor allem die Internetplattform mit ihren zahlreichen Interaktionsmöglichkeiten bei. Sei es durch den mymedia Blog oder durch sogenannte KehrwocheTV-Sendungen, deren Erfolg die Mitarbeit, Kreativität und Wissen eines jeden erfordert.

mymedia ist nicht nur eine Referenz- und Präsentationsplattform, sondern besonders ein Tool, um in einem ständigen Arbeits- und Kommunikationsfluss zu bleiben und aktiv die Fähigkeiten eines jeden Einzelnen zu fördern und zu unterstützen.

Des Weiteren können alle am Projekt Beteiligten voneinander lernen und die unterschiedlichsten Fachbereiche der Medienbranche kennenlernen. Angefangen beim redaktionellen Schreiben, über Rhetorik/Moderation und Design, bis hin zu Musik- und TV-Producing. Diese aktive Form der Mitarbeit und des gemeinsamen Lernens trägt zum Erhalt der Studentenplattform bei. Voraussetzung für die Studenten und Auszubildenden, Teil von mymedia zu sein, ist ihr Engagement und ihre Kreativität. Nur die besten Ideen werden umgesetzt, wodurch der interne Wettbewerb gefördert wird und die Beiträge auf qualitativ höchstem (studentischen) Niveau sind. Aufgrund des Gesamtprojektes, mymedia, und den zahlreichen Unterprojekten, ist eine kontinuierliche Möglichkeit zum Austausch und zur Diskussion unter den Projektteilnehmern gegeben. Die gemeinsame Arbeit schafft sozusagen ein Zusammengehörigkeitsgefühl.

Jedoch bietet das neu relaunchede Projekt mehr als das. Studenten und Auszubildende lernen bereits während ihrer Ausbildung, Theorie und Praxis in realen Projekten sinnvoll zu verbinden. Durch aktuelle Informationen von den Vorlesungen, dem Studentenleben allgemein, der Medienwelt und der Gesellschaft über Social Media, die Website, [www.my-media.net](http://www.my-media.net), oder das Magazin, mymedia Post, bleiben die Studenten mit der Akademie verbunden. Ob sie ihre Studienzeit bereits beendet haben, ein Auslandssemester planen oder einen Universitätswechsel anstreben, mymedia sorgt dafür, den Kontakt aufrecht zu erhalten. Zudem vernetzt es Dozenten, Medienunternehmen, Medieninteressierte und Studenten anderer (Medien-) Hochschulen miteinander. Über facebook und diverse Castings und Wettbewerbe, haben diese nämlich die Möglichkeit zur Interaktion. Amüsante Projekte wie das Studentendinner, bei dem sich Hobbyköche aus Stuttgart und der Region bewerben können oder lehrreiche Auftritte vor der Kamera bei Castings für eine Gastmoderation in der KehrwocheTV-Sendung, beziehen interne und externe Kunden der media GmbH mit ein.

Der Inhalt eines jeden Projektes von mymedia, orientiert sich an (Medien-) Studenten. Neben den bereits erwähnten brancheninternen Informationen, werden auch nützliche Alltagshilfen gegeben, wie z.B. Kochrezepte des Studentendinners oder Veranstaltungen in Stuttgart.

Im Folgenden werden die einzelnen Kommunikationsmittel- und Instrumente des multimedialen Projektes dargestellt.

### 3.1 Kommunikationsmittel- und Instrumente

#### 3.1.1 www.my-media.net - die Website (vgl. beigefügtes Dokument)

„WE ARE MEDIA“

Die Website my-media.net erscheint ab Mitte Mai in einem neuen Design. Nach einem aufwendigen Relaunch der Studenten des Wintersemester BA 2009/2010 an der Akademie der media GmbH dient der zukünftige Internetauftritt als Präsentations-, wie auch Kommunikationsplattform mit ihren Stakeholdern. Hierbei geht es in erster Linie darum mymedia ein Gesicht zu geben und zu zeigen, wer hinter diesem studentischen Projekt steht, um eine persönliche Atmosphäre zu schaffen. Dies offenbart schon der Slogan „WE ARE MEDIA“.

Das heißt: mymedia, das sind wir, die Studenten der Angewandten Medienwirtschaft der Akademie der media GmbH in Stuttgart.

Schwarzweiße Fotos und ein verspielter bunter Hintergrund prägen das Corporate Design der Website und veranschaulichen dem Interessierten die Kreativität der Mitwirkenden. Ausdrucksvolle Slogans wie „WE ARE LOUD“ oder „WE ARE CREATIVE“ führen diesen durch die gesamte Internetseite.

In vier Kategorien kann die Leserschaft sich näher über die Website und ihre Hintergründe informieren. Es gibt zunächst die myNews, in denen man Berichte und Reportagen über aktuelle Themen oder Ereignisse an der Akademie der media GmbH, wie auch der Studenten- und Auszubildendenprojekte nachlesen kann. Die zweite Rubrik myProject zeigt die zahlreichen Projekte, u.a. mymedia Post, KehrwocheTV und mediawelle. Unter myUniversity können Informationen über die Projektbeteiligten gewonnen werden. Bilder, Projektvorstellungen und spritzige Personenbeschreibungen geben einen Einblick hinter die Kulissen der Macher der Website.

Im myBlog werden Erfahrungsberichte, einerseits über das Leben der Studierenden erzählt, andererseits dient dieser Bereich auch als Kommunikationsplattform, um sich mit Studierenden und Ehemaligen der Akademie, wie auch Neuankömmlingen in Verbindung zu setzen. Zusätzlich findet ein Informationsaustausch über studentische Belange statt. Die Suche nach Wohnungen wird ebenso berücksichtigt wie Angebote für Nebenjobs und Stellenausschreibungen.

Damit regt die mymedia-Website in erster Linie zur Kommunikation mit- und untereinander an.



#### 3.1.2 mymedia Post – das Magazin (vgl. beigefügtes Dokument)



Um in einem regelmäßigen Kontakt mit den Studenten, Auszubildenden, Dozenten, Partner-Unternehmen zu sein, haben wir ein neues Konzept für das Studentenmagazin, mymedia Post, entwickelt. In Anlehnung an die Website, ist ein frisches, frohes, buntes Printmedium entstanden, das sich über vier Seiten erstreckt und die wichtigsten Neuigkeiten der Akademie der media GmbH vermittelt. Darüber hinaus aber auch anstehende Events und Messen im Großraum Stuttgart, kreative Erfindungen der Auszubildenden, Berichte über Auslandssemester von Kommilitonen oder Neues aus der Medienbranche, hier wird ganz bewusst der Austausch und die Kommunikation all derer großgeschrieben, die in irgendeiner Form mit der media GmbH zu tun haben. Damit dient es auch als Informationsplattform für Schüler und Studenten anderer (Hoch-) Schulen. Ihnen soll das Studium und die Ausbildung näher gebracht werden. Außerdem spiegelt es unseren Wunsch wider, mit ihnen in einen Dialog zu treten. Daher finden sich auch zahlreiche Verlinkungen in der mymedia Post, die viermal im Jahr herausgegeben wird. Neben der Information ist ein weite-

res wichtiges Ziel auch das Wecken von Interesse bei zukünftigen Partner-Unternehmen, Arbeitgebern, Schüler und Studenten.

Damit Studenten den Kontakt zur Akademie und Kommilitonen aufrecht erhalten können, auch nach Beendigung ihres Studiums, werden in jeder Ausgabe der mymedia Post Berichte und Interviews mit Ehemaligen abgedruckt und dann auch auf der Website veröffentlicht.

Um unsere Interkulturalität und Internationalität zu stärken, wird die mymedia Post ab der nächsten Ausgabe (Juni 2011) auch auf Englisch erhältlich sein. Die Übersetzungen der Artikel wurden bereits vorgenommen.

Selbständiges Lernen und Ausprobieren gehören auch hier dazu. Die Redaktion wird komplett von Studenten der Vertiefung PR- und Kommunikationsmanagement übernommen. Beim Design haben die Digital Design-Studenten ihrer Kreativität freien Lauf gelassen. Auf diese Weise entsteht ein Arbeitsumfeld, das dem im späteren Berufsleben gleicht und damit eine hervorragende Vorbereitung ist.

### 3.1.3 Social Media – Facebook und Youtube

„WE ARE LOUD“

Social Media bietet heutzutage eine unbegrenzte Möglichkeit mit anderen Menschen schnell zu kommunizieren und ist aus unserer Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Über unterschiedliche Medien können Informationen und Neuigkeiten in Form von Berichten, Videos oder Bildern innerhalb kürzester Zeit ausgetauscht werden.

mymedia als moderne studentische Kommunikationsplattform nutzt einige dieser sozialen Netzwerke, um nicht nur mit Interessierten in Kontakt zu treten, sondern auch mit Kommilitonen, Lehrern, Dozenten, ehemaligen Studenten der Akademie der media GmbH, Azubis, späteren Arbeitgebern, zukünftigen Medienstudenten oder Medienschaffenden.

Facebook ist einer der größten und derzeit erfolgreichsten Netzwerke. Mit fast 700 Mio. aktiven Nutzern erreicht man damit viele Menschen. Aus diesem Grund präsentiert sich mymedia aktiv auf Facebook und bezieht es als eine Kommunikationsplattform in ihr Konzept mit ein. Indem man mit ihr in ein Dialog tritt kann die Zielgruppe bewusst integrieren werden und sie ein Teil von mymedia werden zu lassen. Die mymedia-Facebook-Präsenz ist seit Januar 2011 aktiv und hat in der Zeit die Anzahl ihrer Fans verdoppelt. Ebenso ist die Klickrate und die Anzahl der aktiven Nutzer auf das 200-fache gestiegen. Durch spritzige und spannende Berichte und Beiträge steigt dies auch stetig an. Mit kreativen Videos aus der Medienwelt und Verweisen zu aktuellen Themen und Berichten auf die Homepage bietet sie ihren Interessenten ein vielseitiges und abwechslungsreiches Programm. Auch finden hier Ausschreibungen, wie aktuell die Suche nach einem Gastkoch für die KehrwocheTV-Sendung statt oder es werden Abstimmungen durchgeführt, wie beispielsweise zu den neuen mymediaT-Shirt-Designs. Es ist wichtig, dass der User sich wohlfühlt und mymedia als Tummelplatz nutzt, um interessante Beiträge zu posten oder um sich einfach zu informieren.

Um die Neugierde bei den Studenten und Auszubildenden der Akademie der media GmbH, sowie derer Freunde, Familien, Dozenten und allgemein medieninteressierten Bürger aus Stuttgart und der Region zu wecken, werden die zwei Mal im Monat erscheinenden KehrwocheTV-Trailer auf Youtube hochgeladen.

Ebenso wie Social Media zu einem festen Bestandteil in der Medienbranche geworden ist, gehört es auch zu einer der wichtigsten Marketingstrategie von mymedia. Dass diese Kommunikationsplattform für unser Projekt geeignet ist, machen die bisherigen Erfolge deutlich (s.o.).



### 3.1.4 KehrwocheTV – die TV-Sendung

„Dein Leben - Deine Stadt - Dein Sender“

KehrwocheTV ist eine Fernsehplattform auf der studentischen Website my-media.net. Sie bietet Einblicke in die Welt der Medienneulinge und zeigt spannende Beiträge über Stuttgart und weit darüber hinaus.

Der Name des Senders soll den regionalen Bezug in jedem filmischen Beitrag verdeutlichen. Denn Kehrwoche ist ein nur in Baden-Württemberg gebräuchlicher Begriff und bedeutet die Reinigung gemeinschaftlich genutzter Bereiche. So soll auch die Sendung zweimal monatlich die Fragen rund um die schwäbische Heimatstadt, wie auch eines bestimmten Themas, beispielsweise Stuttgart21, bereinigen. Ebenso soll dieser eine Hilfe für Neuankommlinge in der Region sein, um sich zu informieren und Einblicke in das Leben in der Landeshauptstadt zu bekommen. Neben regionalen Themen werden aber auch interkulturelle Thematiken filmisch aufgegriffen wie Beiträge über afrikanische und indische kulturelle Besonderheiten.

Inhalte für dieses Teil-Projekt werden eigenständig recherchiert und vorbereitet. So entstand im Laufe der Zeit die Idee eine neue Rubrik zu etablieren, die den Kochproblemen vieler Studenten begegnen soll: „Das perfekte Studenten Dinner“, nach dem berühmten Vorbild der VOX-Sendung „das perfekte Promi Dinner“. Hierbei geht es um fünf Küchenchefs, die kostengünstig kulinarische Köstlichkeiten zaubern und herausgefordert werden, neben dem Preis auch auf die Qualität und Exklusivität der Mahlzeit zu achten. Derzeit werden Gastköche für die letzte Folge des Kochduells gesucht. Die Ausschreibung hierfür findet auf sozialen Netzwerken, z.B. Facebook, statt.

Doch nicht nur für die einzelnen Folgen werden Interessierte gesucht, die sich gerne aktiv an KehrwocheTV beteiligen wollen, sondern auch die Moderation wird von Gastsprecher übernommen. Hierfür haben sich Schüler und Studenten bei einem Moderations-Casting unter Beweis gestellt. Der erste Gewinner hat demnächst die Chance, seine Moderationskünste zu zeigen. Mit dieser Aktion geben wir Studenten unser bisheriges Wissen an Schüler weiter und bringen sie in Kontakt mit der Medienwelt und eventuell sogar mit ihrem späteren Beruf.



mediawelle  
99,20 MHz freies Radio Stuttgart  
WIR SIND DRAUF!  
www.stuttgart21.de



### 3.1.5 mediawelle – die Radio-Sendung

„Mediawelle – wir sind drauf“

Mit diesem Claim gehen die Rhetorik und Media Acting-Studenten des zweiten und vierten Semesters in 52 Wochen pro Jahr auf Sendung. In Kooperation mit dem „freien Radio für Stuttgart“ wird ein komplettes Radioprogramm erarbeitet und schließlich live auf 99,20 Mhz an die Haushalte Stuttgarts ausgestrahlt. Die mediawelle liefert nicht nur interessante und spannende inhaltliche Beiträge, sondern unterstützt darüber hinaus auch Musik unbekannter (Nachwuchs-) Künstler. Der Musikanteil setzt sich nämlich aus 50% Musik bekannter Künstler und 50% (noch) unbekannter Musikern zusammen. Darüber hinaus wird die Corporate Sound Identity komplett von den angehenden Musikmanager in Eigenregie übernommen. Das bedeutet nicht nur die Produktion der Jingles, sondern auch die Aufnahme der Stationvoice, die Musikverwaltung sowie die Musikredaktion für jede Sendung.

Das Programm ist speziell auf die Wünsche von Medienbegeisterten, Kreativschaffenden und Studierenden abgestimmt und setzt sich aus Informationen und News aus der Medienbranche und allgemein dem Leben in der Region, zusammen. Auch Beiträge über Persönlichkeiten, die in der Medienwelt bereits Fuß gefasst haben und uns ihre Erfahrungen mitteilen finden hier Gehör.

### 3.1.6 Emil, das kleine Zebra – das Hörspiel

Die Studenten der Vertiefung Musikmanagement der media GmbH setzen ihre Fähigkeiten unter anderem dafür ein, Hörspiele zu produzieren. Von der Planung bis zur Umsetzung haben sie sich alle Einzelschritte einer Hörspiel-Produktion angeeignet und setzen diese nun mit Hilfe eines Dozenten in die Praxis um.

Das erste entstandene Kinderhörspiel kann unter dem Namen „Emil, das kleine Zebra“ bei youtube oder facebook angehört werden. Ziel damit /mit dieser fiktiv erfundenen ABENTURGESCHICHTE ist es, ein innovatives Projekt zu realisieren, das an jedem Ort, zu jeder Zeit angehört werden kann und ein breites Publikum anspricht. Es wird damit eine andere, besondere Kommunikations- und Unterhaltungsform benutzt. Hinzu kommt, dass Hörspiele in Zeiten von iPhone, iPod und ähnlichen mobilen Geräten Zukunftspotential haben.

Bereits bei den Aufnahmen der Tierstimmen im Zoo wurde deutlich, wie wichtig die gegenseitige Unterstützung der Studenten war. Für Aufnahme, Schnitt, Sounddesign war eine intensive Gruppenarbeit und Teamfähigkeit zwischen den Studenten der Vertiefungen Rhetorik und Media Acting, und Musikmanagement notwendig, sodass ein reibungsloser Erstellungsprozess gewährleistet werden konnte.

Nun hat jeder Auszubildende und Student der Akademie der media GmbH die Chance, ein Hörspiel-Konzept zu entwickeln, das dann nach einer demokratischen Abstimmung in die Tat umgesetzt wird.

# PERSPECTIVE

## 4. Ausblick – mymedia und die Zukunft

Wir wollen mymedia als Kommunikationsplattform noch verstärkt einsetzen.

Mit dem Relaunch der Website wird auch der Inhalt, insbesondere die Blog-Funktion, aktiv gesteuert, um noch mehr in einen Dialog mit den Usern zu treten. Geplant ist eine wöchentlich erscheinende Kolumne sowie ein app. Letzteres ermöglicht den Studenten und Auszubildenden der Akademie der media GmbH ohne Barrieren schnell zu aktuellen Informationen über Studium und Lehre zu gelangen. Redaktionelle Beiträge der Website, ebenso wie die Artikel der mymedia Post werden zusätzlich in Form eines app angeboten.

Um die Interkulturalität der Studenten, Auszubildenden und Lehrenden der Akademie der media GmbH zu unterstützen, wird das Magazin, mymedia Post, und die Website, [www.my-media.net](http://www.my-media.net), in weitere Sprachen übersetzt werden. In Texten, Radio- und TV-Sendungen werden wie bisher verschiedene kulturelle Besonderheiten in Stuttgart und darüber hinaus, wie z.B. die schwäbische Kehrwoche oder Beiträge über Indien, angesprochen. Damit gelingt es uns, einen Beitrag zur Integration von „Ausländern“ in Stuttgart zu leisten und unseren eigenen Horizont zu erweitern.

Letztlich sollen mymedia Workshops für Schüler an Gymnasien angeboten werden, die von uns als Studenten geplant, beworben und durchgeführt werden. Denn wir wollen der häufig existierenden Unsicherheit bei der Studien- und Berufswahl junger Menschen entgegenwirken. In Kooperation mit nahe liegenden Gymnasien werden wir Einblicke in die momentane Situation der Medienbranche geben, Ratschläge zur Studiengangsfindung mitteilen und mit praktischen Aufgaben die Kreativität der Schüler fördern. Für diese Workshop-Reihe liegt bereits ein ausgearbeitetes Konzept vor.

### 4.1 Zusammenfassung

Wie ein Netzwerk aus vielen unterschiedlichen Elementen besteht, die jedoch alle über eine Verbindung miteinander zusammengefügt sind, so setzt sich auch mymedia aus einer Vielzahl kleinerer und größerer Projekte zusammen. Mehr noch, das Projekt besteht aus mehr als 30 unterschiedlichen Persönlichkeiten, deren Know-How, Kreativität und Erfahrung gebündelt werden, um die besten Ideen entstehen zu lassen und ein gemeinsames Ziel zu verfolgen: gemeinsam die crossmedialen Fähigkeiten weiter auszubauen.

Damit dies überhaupt gelingen kann, ist ein ständiger, gut funktionierender Kommunikationsfluss und Austausch zwischen den Studenten unumgänglich. Hierzu gibt es vielfältige Wege: Social Media, die Website, mediawelle, KehrwocheTV, mymedia Post... Diese medialen Plattformen bieten jedem Studenten die Möglichkeit, Kontakte aufzubauen, zu erhalten oder sogar noch zu verstärken und vernetzt zu bleiben. Jeder trägt seinen Teil zum Gelingen der Kommunikation zwischen den Studenten mit der Akademie der media GmbH, aber auch mit der breiten Öffentlichkeit, Medieninteressierten und Studenten anderer Fachrichtungen bei. Denn die Herausforderung wird, trotz modernster Technik und innovativen Erfindungen, stets die Vernetzung aller Mitglieder sein. Doch eben diese Vernetzung unterschiedlicher junger Menschen, Studienvertiefungen, Wissen und Ideen gelingt mymedia und macht es daher zu einem studentischen Netzwerk der besonderen Art.

# WE ARE...

## CREATIVE...

- ...weil wir energiegeladene junge Menschen mit großem Einfallsreichtum sind
- ...weil wir in vernetzten Strukturen denken
- ...weil wir mit originellen und innovativen Ideen kommunizieren

## MOBILE...

- ...weil wir an jedem Ort, zu jeder Zeit Informationen bereitstellen
- ...weil wir nicht nur ein Medium, sondern ganz viele unterschiedliche zur Kommunikation benutzen
- ...weil und weil wir flexibel und in Alternativen denken

## Co OPERATIVE...

- ...weil die Studenten des Jahrgangs 09/10, trotz unterschiedlichen kulturellen und sozialen Hintergrund ein gemeinsames Ziel verfolgen
- ...weil das gesamte Konzept auf Kooperation aufgebaut ist: von der ersten Idee, über die Konzeption, die Entscheidung bis hin zur Umsetzung - mymedia lebt von gemeinschaftlicher Arbeit
- ...weil jedes Projektmitglied von der Arbeit, dem KnowHow, der Zeit und der Power der anderen abhängig ist

