



HTW Chur

Institut für Multimedia
Production

Jahresbericht 2015

Institut für Multimedia Production IMP



**Medienkonvergenz &
Multimedialität
«Studieren und Produzieren»**

Impressum

Fotos

- Titelbild: Tanja Hess
- S. 5–6: <http://www.suedostschweiz.ch/mh-live>; Antonella Nicoli / Sara Lema Vilas auf: <http://www.digezz.ch/impressionen-aus-dem-neuen-medienhaus/>; Ruedi Müller-Beyeler auf: klear.com/profile/ruedialexander
- S. 10: Tobias Haussmann, AXA Winterthur auf: <https://blog.axa.ch/?s=zero+gravity>
- S. 11, 29: Isabelle Bentz; zVg
- S. 12 f., 16, 22, 28, 30, 33, 38, 42, 44: zVg
- S. 14 f.: Meret Steiner / Marcel Eberle / Martin Lustenberger / Fabienne Saner auf: <http://www.digezz.ch/projekte/MMPbern/>
- S. 30: Sven Schnyder / Sarah Vettori auf: <http://www.digezz.ch/mani-matter-und-das-selfie/>
- S. 32: Vanessa Peter auf: <http://www.digezz.ch/home-made-music/>
- S. 34, 44m: SRG Ostschweiz auf: <https://www.srgd.ch/regionen/srg-ostschweiz/aktuelles/2015/09/24/fur-die-gesellschaft-und-von-ihr-kontrolliert/>
- S. 35, 43u: Aristeia Zachariadi
- S. 37: Tamara Schori / Rebecca Studinger / Urs Rey / Roman Fausch auf: <http://www.digezz.ch/die-nacht-der-langen-messer/>
- S. 43: Klassen MMP 14a, b auf: <http://www.digezz.ch/cassian-episode-iii-luisa/>; Facebook / Tele Südostschweiz auf: <https://www.facebook.com/cassianfilm/photos/>
- S. 41: Twitter: #smartculture.
Auf: <https://twitter.com/search?q=%23smartculture%2C%20htw%20chur&src=typd>

Gestaltung/Redaktion: Matthias Künzler, Martin Arnet IMP

Druck: Communicaziun

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Porträt	8
Profil	8
Positionierung des Instituts innerhalb der HTW Chur	8
Enge Verknüpfung von aF&E und Lehre	8
Herzstück von aF&E und Lehre: Medienlabor «digezz»	9
«Internet of Things» und «Aero-Journalismus»: Praktische Lehrprojekte	10
Das IMP-Team	12
Lehre: BA-Studiengang Multimedia Production / Media Engineering	14
Studienkonzept	14
Netz-, Narrations- und Produktionskompetenz	14
Multimediale Produktion von Inhalten – für Medienhäuser und Unternehmen	14
Zielpublikum	15
Generalistische Ausbildung mit Spezialisierung	15
Studienaufbau	16
Majors des Studiengangs «Multimedia Production»	17
Gefragtes Berufsbild	17
Abschlussarbeiten Bachelor-Thesis 2015	18
Weiterbildung: MAS «Multimedia Communication» und massgeschneiderte Weiterbildung in «Redaktioneller Markenführung»	22
MAS «Multimedia Communication»	22
Massgeschneiderte Weiterbildung in «Redaktioneller Markenführung»	23
Angewandte Forschung und Entwicklung	24
Forschungsfelder	24
Ingenieurberufe in den Medien	25
Kurz-Porträt der durchgeführten Projekte	28
Dienstleistung und Beratung	32
Multimedia-Festival Lenzerheide	32
Publikationen	33
Wissenstransfer	33
Referate und Konferenzen	34
Wissenstransfer	34
Blogbeiträge	37
Fotoimpressionen	41
#Smartculture	41
MMP-Dozierende und -Studierende in den Medien	42
Weitere Fotoimpressionen	44
Kontakt	45

Vorwort



Somenia öffnete am 24./25.04.2015 die Türen seines neuen Medienhauses für sein Publikum.

Beziehen und Beleben der Education Zone im Westflügel des neuen Medienhauses der Somenia an der Somneraustasse in Chur:



Auch das IMP der HTW Chur begrüßte die Besucherinnen und Besucher in der «Education Zone».

Rechtzeitig zum Beginn des Frühlingsemesters 2015 konnten – durften – die Studierenden und Dozierenden des Studiengangs Multimedia Production eine für sie ganz neue Lern- und Arbeitsumgebung beziehen, erkunden, mit studentischem Leben füllen. Was damals seinen Anfang nahm, prägte das ganze Jahr 2015.

Die Education Zone besteht aus einem Filmstudio, einem Radiostudio, Schnittplätzen sowie der Working Zone. Letztere ist mit Vorhängen in Kojen unterteilbar. Präsentationsveranstaltungen, Coaching und Projektarbeit können parallel stattfinden. Man hört sich aber und man sieht sich.

Oder mit anderen Worten: Man begegnet sich, kommuniziert und kreierte. Viel mehr und intensiver als in einem traditionellen Schulhaus.

Das Medienhaus wurde Ende März eröffnet. Knapp einen Monat später fanden die offiziellen Feierlichkeiten statt. Selbst Bundesrätin Doris Leuthard hat bei dieser Gelegenheit die Education Zone der HTW Chur besichtigt.

Es sollte im Verlaufe des Jahres nicht der einzige Besuch einer hochrangigen Persönlichkeit bleiben. Wir haben Besuch von internationalen Delegationen erhalten, darunter vom Kulturattaché der US-Botschaft in der Schweiz oder einer grösseren Delegation mit Vertreterinnen und Vertretern eines Verlagshauses aus Luxemburg sowie einer Universität aus China. Auch intern und bei schweizerischen Projektpartnern stiess die



Besucherinnen und Besucher wurden zu Multimedia-Produzierenden. Jung und Alt zeichneten ...



... oder filmten in der Greenbox.

Education Zone auf anhaltend grosses Interesse.

Auch für die Studierenden in Bern konnte im Verlauf des Jahres eine attraktive Produktionsumgebung geschaffen werden. In Kooperation mit dem tpc (television production center) wurde ein Produktionsraum mit Film- und Radiostudio im Gebäude der Radiostudios von SRF in Bern eingerichtet.

Und wie urteilen die Studierenden selbst? In ersten Befragungen lobten sie, dass die Räumlichkeiten einen intensiveren Austausch untereinander und mit den Dozierenden ermöglichen. Andererseits wurden die schlechten Busverbindungen bemängelt und die Geräusche vom Unterricht aus den mit Vorhängen abgetrennten Kojen nebenan benötigten, wie in einem Grossraumbüro, Gewöhnungszeit.



... bevor sie in der darauffolgenden Woche beim Studieren und Produzieren wieder selbst gecoach wurden.

Aber jetzt: Wenn ich wählen müsste, würde ich nicht mehr zurückkehren in die alte Lehr-/Lernumgebung. Durch Optimierung der Stundenplanung konnte die Belegung der Räumlichkeiten optimiert und der Geräuschpegel verkleinert werden. Auch der Bus hält nun direkt vor der Eingangstür.

Ein weiteres Highlight war das zweite Multimedia Festival im Hotel Schweizerhof auf der Lenzerheide Ende November. Es stand unter dem Motto «Bildung als Wellness»: Wissensvermittlung in einer entspannten Atmosphäre. Spannende Referate zu den Themen «Geld» und «Entschleunigung» gehörten dazu, aber auch kurze Präsentationen zu aktuellen Trends aus dem Multimedia-Bereich. Das «Multimedia Schaufenster» bot Einblicke in die Arbeit mit Video, Fotografie und Grafik.



Die mmp-Studierenden beantworteten kompetent alle Fragen rund um Multimedia ...

Erstmals wurde der Digezz Award verliehen für die besten drei Multimedia-Produktionen, die im Verlauf des letzten Jahres von Studierenden des Bachelor-Studiengangs Multimedia Production realisiert wurden.

Der Studiengang kommt bei Studieninteressierten weiterhin sehr gut an. Der Zulauf zum MMP-Studium ist sowohl in Chur als auch in Bern anhaltend gross. Insgesamt haben mehr als 90 Studierende im Herbst 2015 ihr Studium begonnen. Im kommenden Herbst werden es erneut so viele sein.

Das MMP-Studium als Bachelor abgeschlossen haben 65 Absolventinnen und Absolventen.

Aufgrund unserer bisherigen Erfahrungen sind die Absolventen und Absolventinnen auf dem Arbeitsmarkt (Journalismus, Corporate Communication, TV- und Radiostationen, Webagenturen und produktionstechnisch orientierte Unternehmen) gefragte Leute. Denn sie wissen, wie Journalismus und Unternehmenskommunikation heute funktionieren. Sie kennen die Kanäle und Technologien und verstehen es, diese integriert, konvergent, interaktiv und narrativ zu nutzen. Denn sie haben gelernt, dass das Nutzererlebnis im Vordergrund steht. Dass Kommunikation authentisch sein muss – und wie Medieninhalte multimedial vermittelt werden.

Auf den folgenden Seiten geben wir Ihnen einen Einblick in unsere vielfältigen Aktivitäten des vergangenen Jahres. Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Lesen.

Ihr



Ruedi A. Müller-Beyeler



Ruedi A. Müller-Beyeler, Prof., MA ETH
Instituts- und Studiengangsleiter
Tel. +41 (0)81 286 37 05
Fax +41 (0)81 286 37 38
ruedi.mueller@htwchur.ch

Porträt

IMP – Institut für Multimedia Production

Profil

Medienkonvergenz verändert Arbeitsprozesse, Unternehmensstrategien, etablierte Geschäftsmodelle, Produkte und das Nutzerverhalten. Dieser Prozess bietet Chancen für Innovationen: Komplexe Inhalte lassen sich in interaktiven Infografiken multimedial aufbereiten, Unternehmen können über Onlinelösungen mit ihren Mitarbeitenden und Kunden in einen Dialog treten und auf Basis von Onlineanwendungen lassen sich bisherige Geschäftsmodelle weiterentwickeln und neue kreieren.

Mit seiner angewandten Forschung und Entwicklung (aF&E) unterstützt das Institut Unternehmen, Agenturen und Medien dabei, diesen Wandel in einer zunehmend von Medienkonvergenz geprägten Kommunikations- und Medienwelt erfolgreich zu bewältigen.

Das IMP beschäftigt sich in angewandter Forschung, Entwicklung und Lehre mit der Frage, wie sich multimediales Arbeiten im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation umsetzen lässt. Unser Team entwickelt Inhalte, Arbeitsprozesse und technische Anwendungen für multimediales Produzieren. Es erforscht Veränderungen der Mediennutzung und der Produktionsbedingungen, die aufgrund der Medienkonvergenz entstanden sind.

Positionierung des Instituts innerhalb der HTW Chur

Mit diesem Profil positioniert sich das IMP – Institut für Multimedia Production – innerhalb des Departements «Information» der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur. Themenschwerpunkt des Departements «Information» in der angewandten Forschung ist die Entwicklung innovativer Instrumente zur vereinfachten und längerfristigen Organisation von Informationen. Während sich das IMP thematisch auf multimediale Inhalte und deren Produktion

spezialisiert hat, beschäftigen sich das SII – Schweizerisches Institut für Informationswissenschaft – und das IPI – Institut für Photonics und ICT – vorrangig mit der Informationsorganisation und der Entwicklung entsprechender Systeme. Diese Einbettung im Departement erlaubt dem IMP eine optimale interdisziplinäre Zusammenarbeit, die Innovation für Forschungs- und Entwicklungspartner generiert.

Enge Verknüpfung von aF&E und Lehre

Das IMP verknüpft seine anwendungsorientierte Forschung und Entwicklung eng mit der Lehre. In der anwendungsorientierten Forschung wird wissenschaftlich fundiert, auf Grundlage empirischer Forschungsmethoden neues, praxisrelevantes Wissen generiert. Dieses Wissen wird in den Unterricht integriert, u. a. indem die Studierenden über die BA-Thesis an der anwendungsorientierten Forschung direkt beteiligt werden.

In der Entwicklung werden gemeinsam mit Forschungs- und Wirtschaftspartnern aus dem privaten und öffentlichen Sektor massgeschneiderte Lösungen kreiert, welche die Herstellung, Verarbeitung und Verbreitung von Inhalten durch Unternehmen oder Medienhäuser unterstützen. Beispiele dafür sind die inhaltliche und technische Entwicklung von innovativen redaktionellen Strukturen, von umfassenden Kommunikationslösungen für die in- und externe Kommunikation in internationalen Unternehmen oder die prototypische Entwicklung von softwarebasierten Lösungen zur Umsetzung crossmedialer Produktions- und Distributionsprozesse.

Die Studierenden werden an solchen Entwicklungen u. a. durch die Konzeption und Programmierung von Prototypen beteiligt.

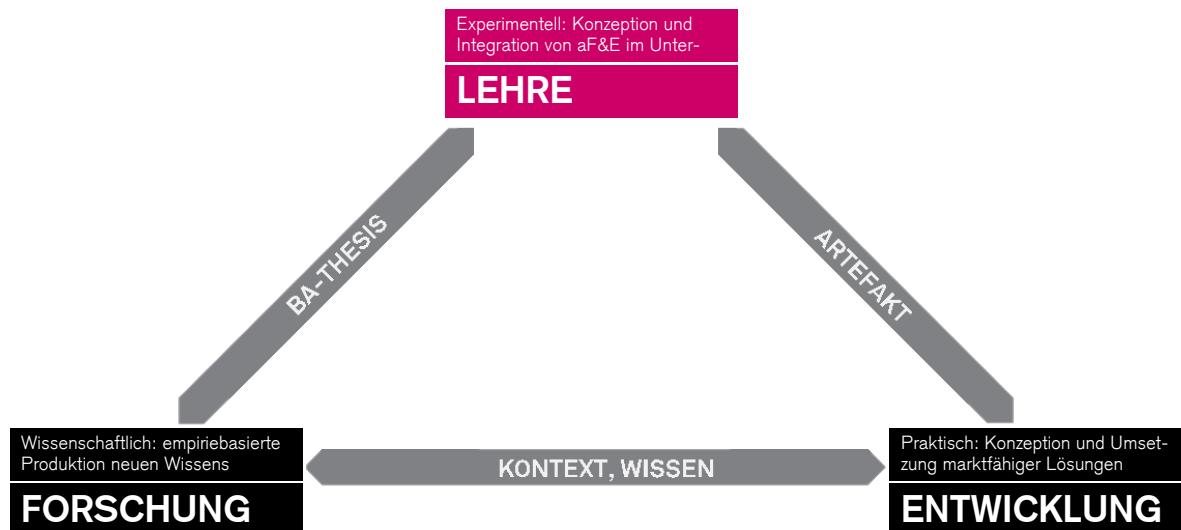


Abbildung 2: Positionierung des IMP innerhalb der HTW Chur

Die anwendungsorientierte Forschung kontextualisiert Erkenntnisse aus der Entwicklung im Wissenschaftsdiskurs und entwickelt daraus neue Fragestellungen. In der Entwicklung wird das im Forschungsprozess generierte Wissen zur Entwicklung marktfähiger Lösungen verwendet. Erkenntnisse aus Forschung und Entwicklung fließen wiederum in die Lehre ein; gleichzeitig gibt die Lehre wiederum Anregungen für aF&E.

**Herzstück von aF&E und Lehre:
Medienlabor «digezz»**

Herzstück von Forschung, Entwicklung und Lehre am IMP ist das konvergente Medienlabor «digezz». Studierende lernen dort, multimediale Inhalte zu produzieren. Dozierende und Forschende entwickeln in diesem Labor gemeinsam mit den Studierenden neue Formen von konvergentem Arbeiten und neue Produktionstechniken. Solche Lösungen – massgeschneidert für Projektpartner entwickelt – lassen sich im Konvergenzlabor unter realen Bedingungen auf ihren Praxiseinsatz testen.

Durch diese Verknüpfung von Forschung, Entwicklung und Lehre ist das IMP nahe am Marktgeschehen und kann gemeinsam mit Projektpartnern und den Studierenden wissenschaftlich fundierte Innovationen entwickeln und erproben. Damit nimmt das IMP eine Brückenfunktion zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft ein. Es trägt zur Entwicklung praxisnaher Lösungen bei, leistet einen Beitrag, um die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaftspartner zu erhöhen und schafft einen volkswirtschaftlichen und gesellschaftlichen Nutzen.

Kontakt



Matthias Künzler, Prof., Dr. phil.
Forschungsleiter
Tel. +41 (0)81 286 37 65
Fax +41 (0)81 286 37 38
matthias.kuenzler@htwchur.ch

«Internet of Things» und «Aero-Journalismus»: Praktische Lehrprojekte

Lehrprojekte stellen die praktische Umsetzung des IMP-Mottos «Studieren und Produzieren» dar: Studierende des Studiengangs «Multimedia Production» führen im Rahmen des Unterrichts ein Entwicklungs- oder Forschungsprojekt für einen Kunden aus der Privatwirtschaft durch.

Über die Erarbeitung des Fachwissens anhand eines Projekts eignen sie sich die Lernziele praktisch an und lernen, kundengerecht und unternehmerisch zu arbeiten. Dabei entstehen oft Innovationen, wie die folgenden zwei Beispiele von Lehrprojekten deutlich machen.

«Internet of Things»

Im Modul «Interaktive Medien V» beschäftigten sich zwei Klassen unter der Leitung von Prof. Martin Vollenweider mit dem Thema «Internet der Dinge / Internet of Things» (IoT). In Zusammenarbeit mit der AXA Winterthur entwickelten sie in Teams innovative Konzepte für IoT-Anwendungen im Versicherungsbereich.

Diese Konzepte konnten sie am «Zero Gravity Event» vorstellen. Dieser Anlass wird vom Versicherungsunternehmen in der Eventhalle 1019 in Winterthur vierteljährlich durchgeführt, um den eigenen Mitarbeitenden inspirierende Anstösse von externen Kreativen zu geben.

Die MMP-Teams stellten ihre Konzepte in einem fünfminütigen Pitch vor. Das Publikum kürte via Onlinevoting das Team «Bodycard» mit ihrem gleichnamigen Mikrochip zum Sieger.¹



Dozent Martin Vollenweider (2. v. r.) und Pascal Reichmuth (r.) von der AXA Winterthur überreichen dem Gewinner-team den Check über 1 000 Fr. Siegerprämie für ihr Projekt.

¹ Die Informationen und das Bild basieren auf: <http://wissensplatz.htwchur.ch/innovation-insurance-zero-gravity/>



Drohne im Einsatz

Aero Journalism

Luftaufnahmen mit «Unmanned Aerial Vehicles» (UAV, z. B. Drohnen) bieten neue Herangehensweisen, schärfere Bildresultate und Möglichkeiten zu innovativen, kaum erforschten Erzählweisen.

Um das journalistische Potenzial aus der nahen Vogelperspektive auszuloten, haben sich MMP-Studierende im Rahmen eines Atelierkurses unter der Leitung von Isabelle Bentz, in Zusammenarbeit mit dem Medienhaus Samedia, mit neuen Aufnahmetechniken aus der Luft beschäftigt. Im Kurs eigneten sie sich das Fliegen und Filmen mit Drohnen unter Anleitung des Drohnenexperten Toni Caradonna an und präsentierten ihre Resultate in 2D-, 3D- und virtuell-reellen Formaten.

Daraus entstanden fünf Projektstudien und die Ausstellung «Aero Journalism» (zu Deutsch: «Drohnenjournalismus»), die im Januar 2016 in der Lobby des Samedia Medienhauses Chur zu besichtigen war. Am 19.01.2016 fand zusätzlich eine Podiumsdiskussion zum Thema statt.



Präsentation im Rahmen der Ausstellung «Aero Journalism» in der Lobby von Samedia

Kontakt



Martin Vollenweider, Prof.,
Dipl. Dozent
Tel. +41 (0)81 286 39 51
Fax. +41 (0)81 286 37 38
martin.vollenweider@htwchur.ch



Isabelle Bentz, Dipl. Arch. ETH
Dozentin
Tel. +41 (0)81 286 37 64
Fax. +41 (0)81 286 37 38
isabelle.bentz@htwchur.ch

Das IMP-Team

Medienkonvergenz ist ein vielschichtiger Prozess, der organisatorische, textliche, visuelle und (programmier-)technische Belange umfasst. Um diese verschiedenen Aspekte von Medienkonvergenz in Forschung, Entwicklung und Lehre integrativ zu bearbeiten, ist das Team des IMP interdisziplinär zusammengesetzt. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind ausgewiesene Spezialistinnen und Spezialisten auf den Fachgebieten Kommunikation, Programmierung und Produktion von Inhalten.



Ruedi A. Müller-Beyeler, Prof.,
MA of Science ETH
Instituts- und Studiengangsleiter
Fachgebiete: Crossmedia, Multimedia Production, Markenführung



Heiner Butz
Standortleiter Bern, stv. Studiengangsleiter; Fachgebiete: Arbeitsorganisation in der Medien-/TV-Produktion, Schreib-/ Sprechcoaching



Matthias Künzler, Prof., Dr. phil.
Forschungsleiter
Fachgebiet: Mediensystem Schweiz im Ländervergleich, Medienkonvergenz, Medienorganisationen



Martin Arnet, Dr. phil.
Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Fachgebiete: Journalismus, Linguistik, Sprachwissenschaft



Isabelle Bentz, Dipl. Arch. ETH
Dozentin
Fachgebiete: Konzeption, Informationsdesign, Datenvisualisierung



Wolfgang Bock, Dipl. Ing.
Dozent
Fachgebiete: digitale Medien, Programmierung und Design, interaktive Medien



Simonne Bosiers, lic. oec.
Dozentin
Fachgebiete: Interaktionsdesign, Programmierung, System-Entwicklung



Yvonne Herzig Gainsford, lic. phil.
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Fachgebiete: Information Retrieval, Mediennutzung, Informations-/Medienwissenschaft



Marius Hagger
Lehrbeauftragter
Fachgebiete: Journalismus, Medienökonomie, Redaktion, Produktionssysteme, Corporate Communication



Tanja Hess, Prof., Dipl. in Gestaltung und Kunst HGK (ZHdK)
Dozentin
Fachgebiete: Visuelle Kommunikation, Sketch & Draw, Digital Design, Infografik, Datenvisualisation



Liselotte Hofer-Bollinger
Organisationsassistentin



Ines Jansky, Prof., Dipl.-Phil.
Dozentin
Fachgebiete: Public Relations, Corporate Communication, Wissenschaftskommunikation



Roland Köppel, Prof., MAS
Dozent, Leiter Weiterbildung
Fachgebiete: Eventkommunikation, Jugendmarketing, Multimedia/Screen Communication



Jürgen Müller, Dr. phil.
Dozent
Fachgebiete: Dokumentarfilm, TV-Dokus, Transmediales Erzählen, Videojournalismus



Marcel Näf, Multimedia Producer
SAE
Fachgebiete: Audio-, Video-, E-Learning-Produktion, Musikvideos, Marketing



Amina Ovcina Cajacob, Prof. Dr. phil. Dozentin
Fachgebiete: Jugendliche und Medien, Mediennutzung, Medienwirkung



Katja Schupp, Dr. phil.
Dozentin
Fachgebiete: multimediales Storytelling, dokumentarisches Erzählen, audiovisuelles Publizieren, Fernsehjournalismus



Christian Stärkle, Prof., lic. iur.
Dozent
Fachgebiete: Medien-/Verwaltungsrecht, Radio-/Werbeproduktion, Rockgeschichte



Martin Vollenweider, Prof., Dipl. Ing. ETH, Dozent
Fachgebiete: Web Engineering, interaktive Medien, interaktive Datenvisualisierung



Thomas Weibel, Prof., M.A.
Dozent
Fachgebiete: Journalismus, Radio-Programmierung, Multimedia Production

Lehre: BA-Studiengang Multimedia Production / Media Engineering

Journalismus – aber multimedial
Kommunikation – aber narrativ
Produktion – aber konvergent

Studienkonzept

Journalismus und Unternehmenskommunikation sind heute multimedial und interaktiv, weil Menschen nicht bloss informiert, sondern auch unterhalten werden möchten – von Unternehmen ebenso wie von Medien. Die wachsende Anzahl an Kanälen, Medien und Endgeräten und die schnelle technologische Entwicklung lassen die Anforderungen an Konzeption und Produktion von multimedialen Inhalten steigen. Neue Berufsbil-



Die Unterrichtsformen sind vielfältig. Sie reichen vom Kurs ...

der entstehen. Spezialistinnen und Spezialisten sind gefragt, aber auch Generalistinnen und Generalisten, die vernetzt denken und wissen, was es braucht, um die neuen Kanäle professionell und effizient zu bespielen.

Das Bachelor-Studium «Multimedia Production – Media Engineering» an der HTW Chur und an der Berner Fachhochschule fokussiert auf die Konzeption und Produktion multimedialer Inhalte, ganz gleich, ob dahinter ein Unternehmen, ein Verlags- oder ein Medienhaus steht. Denn es geht darum, Informationen und Botschaften zu vermitteln und dabei ein aussergewöhnliches Nutzererlebnis zu bieten.

Netz-, Narrations- und Produktionskompetenz

Das Berufsbild Multimedia Producer umfasst drei zentrale Kompetenzen: erstens die Fähigkeit, im globalen Netz und mit interaktiven Medien zu arbeiten; zweitens, erzählerisch zu schreiben, zu sprechen, zu filmen und zu gestalten; und drittens, Inhalte medienspezifisch zu produzieren. Diese Netz-, Narrations- und Produktionskompetenz bilden den Kern des Studiums.

Multimediale Produktion von Inhalten – für Medienhäuser und Unternehmen

Als einziger Studiengang der Schweiz vereint das Studium zum Multimedia Producer Unternehmenskommunikation und Journalismus in einer fundierten Ausbildung. In beiden Berufswelten gibt es heute grosse Überschneidungen. Beide nutzen dieselben Werkzeuge und benötigen deshalb ähnliche Skills und Kompetenzen. Das war bis vor wenigen Jahren nicht so. Die Zeiten, in denen Unternehmen ihre Kunden mit Werbe-Imperativen eindeck-

ten und in ihren Aktivitäten störten, sind ebenso vorbei wie die Zeiten, in denen Journalistinnen und Journalisten arrogant und selbstzufrieden an ihrem Publikum vorbei schrieben.



... über Workshops bis hin ...



... zur eigenständigen Umsetzung multimedialer Projekte. Fürs Technische stehen die Geräteausleihe, fürs Inhaltliche die Dozierenden als Coaches zur Verfügung.

Das Internet hat die Konsumgewohnheiten der Nutzer, Leserinnen und Zuschauer verändert und verlangt das nun auch von den Macherinnen und Machern.

Zielpublikum

Das Studium richtet sich an junge Menschen, die sich für das Inszenieren und Produzieren von Inhalten und ebenso für die dafür erforderliche Medien- und Programmieretechnik interessieren. Die in der Lage sein wollen, sich im Spannungsfeld von Medien, Wirtschaft, Politik, Gesellschaft, Recht, Informatik und Journalismus sicher zu bewegen. Ihr Ziel ist es, medienökonomische Zusammenhänge verstehen und beurteilen zu können, um später auch Managementfunktionen zu übernehmen oder gar selbst Unternehmen zu gründen.

Generalistische Ausbildung mit Spezialisierung

Schreiben und Sprechen, Zeichnen und Filmen, Gestalten und Programmieren – die Studierenden werden in Chur oder Bern von ausgewiesenen Spezialistinnen und Spezialisten praxisnah und projektorientiert ausgebildet. Sie arbeiten intensiv mit Inhalt und Form und erlernen die Techniken, die es für eine multimediale Produktion braucht. Im Verlauf des dreijährigen Studiums vertiefen sie ihre Kompetenzen in einem der Fachgebiete Radio, Videofilm und Fernsehen, markenorientierte Motion Graphics, interaktive Medien, Event-Kommunikation, Corporate Communications, Multimediale Kommunikation in Unternehmen oder Politische Kommunikation.

Studienaufbau

Im generalistischen Teil des Studiums lernen und üben die Studierenden, Inhalte mediengerecht und formatspezifisch zu konzipieren und zu produzieren. Sie schreiben und sprechen, zeichnen und skizzieren, fotografieren und filmen, kurz: Sie produzieren multimediale und interaktive Inhalte. Praktisch und theoretisch lernen sie, worauf es ankommt, wenn sie die Nutzer begeistern wollen.

In Fächern wie Corporate Communications, Medienbetriebswirtschaftslehre oder Medienrecht, -ethik und -politik lernen die Studierenden die Mechanismen von Kommunikation und Information in Medien- und Industriemärkten kennen. Medienforschung und wissenschaftliches Arbeiten stellen einen weiteren Teil der akademischen Ausbildung dar.

Ab dem vierten Semester gestalten die Studierenden ihr individuelles Multimedia-Producer-Profil, indem sie sich für ein Hauptfach (Major) entscheiden und dieses mit drei frei gewählten Nebenfächern (Minors) kombinieren. Im sechsten Semester schliesslich erwerben sie sich mit einem Lehrprojekt und einer wissenschaftlichen Arbeit den Bachelor-Titel in «Media Engineering».

	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
		Audio I 2 ECTS	Audio II 2 ECTS	MajorTeil 1 Wahl zwischen: •Radio Production •Film & TV Formate Aktuell •Integrated Corporate Communications •Branded Media •Event Production •Public Communication •Media Applications 8 ECTS	MajorTeil 2 8 ECTS	Kolloquium (Peer-Veranstaltungen) 3 ECTS
Medienbetriebswirtschaftslehre I 2 ECTS	Medienbetriebswirtschaftslehre II 2 ECTS	Medienbetriebswirtschaftslehre III 2 ECTS	Corporate Communications I 2 ECTS	Corporate Communications II 2 ECTS	Corporate Communications III 2 ECTS	Bachelor-Lehrprojekt (praktische Arbeit) 15 ECTS
Corporate Communications I 2 ECTS	Corporate Communications II 2 ECTS	Corporate Communications III 2 ECTS	Markt & Medienforschung I 4 ECTS	Markt & Medienforschung II 2 ECTS	Markt & Medienforschung III 2 ECTS	Bachelor-Thesis (wissenschaftliche Arbeit und mündliche Verteidigung) 12 ECTS
Markt & Medienforschung I 4 ECTS	Markt & Medienforschung II 2 ECTS	Markt & Medienforschung III 2 ECTS	Medienrecht, -ethik & -politik I 4 ECTS	Medienrecht, -ethik & -politik II 4 ECTS	Medienrecht, -ethik & -politik III 4 ECTS	
Medienrecht, -ethik & -politik I 4 ECTS	Medienrecht, -ethik & -politik II 4 ECTS	Medienrecht, -ethik & -politik III 4 ECTS	Audio- und Kamertechnik 2 ECTS	Filmisches Gestalten I 2 ECTS	Filmisches Gestalten II 2 ECTS	
Audio- und Kamertechnik 2 ECTS	Filmisches Gestalten I 2 ECTS	Filmisches Gestalten II 2 ECTS	Interaktive Medien I 4 ECTS	Interaktive Medien II 4 ECTS	Interaktive Medien III 4 ECTS	
Interaktive Medien I 4 ECTS	Interaktive Medien II 4 ECTS	Interaktive Medien III 4 ECTS	Schreiben & Sprechen I 4 ECTS	Schreiben & Sprechen II 4 ECTS	Schreiben & Sprechen III 4 ECTS	
Schreiben & Sprechen I 4 ECTS	Schreiben & Sprechen II 4 ECTS	Schreiben & Sprechen III 4 ECTS	Visualisieren I 4 ECTS	Visualisieren II 4 ECTS	Visualisieren III 4 ECTS	
Visualisieren I 4 ECTS	Visualisieren II 4 ECTS	Visualisieren III 4 ECTS	Konvergent Arbeiten 4 ECTS	Konvergent Produzieren I 4 ECTS	Konvergent Produzieren II 4 ECTS	
Konvergent Arbeiten 4 ECTS	Konvergent Produzieren I 4 ECTS	Konvergent Produzieren II 4 ECTS		Konvergent Produzieren III 4 ECTS	Konvergent Produzieren IV 4 ECTS	

Studienplan des Bachelor-Studiengangs mmp – Multimedia Production

Majors des Studiengangs «Multimedia Production»

Major	Inhalt
Film & TV Production (in Chur)	Die Studierenden vertiefen die bisherigen Kompetenzen in den Bereichen Bildgestaltung, Montage und Dramaturgie. Neben der Beherrschung der erforderlichen Technik (Kamera-, Studioteknik, Videoschnitt-Programme etc.) üben und verbessern sie ihre Narrationskompetenz (Dramaturgie-Seminar) für verschiedene Genres. Ein weiterer Teil der Ausbildung sind Strategien und Konzepte für Webvideos und Wissen in den Bereichen Sound und Musik im Film.
Branded Motion (in Bern)	Das Modul vermittelt Theorie und Praxis der Markenführung und die dafür notwendigen Tools für Motion Graphics und Motion Design. Praktisch werden diese Kenntnisse mittels Storytelling in Lehrprojekten für Wirtschaftspartner umgesetzt.
Radio Production (in Chur)	Die Studierenden lernen, Inhalte für alle Radiorubriken in Information, Unterhaltung und Public Services zu planen, zu recherchieren und zu realisieren und werden ins Gebiet des Radiomarketings eingeführt. Praktisch setzen die Studierenden ihr Können wöchentlich in einer Radiosendung um.
Media Applications (in Chur)	Die Studierenden eignen sich die Fähigkeit an, Applikationen nach den Methoden des Web- und Usability-Engineerings zu planen und zu analysieren. Sie lernen, dynamische Benutzeroberflächen zu erstellen, bauen interaktive Anwendungen für Datenvisualisierungen und Storytelling.
Integrated Corporate Communication (in Chur)	Die Studierenden lernen, die Kommunikation von Unternehmen und Organisationen crossmedial zu managen; dazu gehören die Konzeption von Business- und sozialen Kampagnen sowie ausgewählte Massnahmen wie Videoproduktion oder die Erstellung von Webplattformen.
Event Production (in Chur)	Der Major vermittelt Handlungs- und Produktionskompetenz im Event-Bereich (u. a. Teamführung, Produktionsplanung, Raumgestaltung, technische Installation, Grafikproduktion). Praxisorientiert wird dieses Wissen in Zusammenarbeit mit Wirtschaftspartnern durch die Veranstaltung multimedialer Events umgesetzt.
Public Communication (in Bern)	Dieser Major beschäftigt sich mit der Kommunikation im öffentlichen Raum – mit Kommunikation aus Sicht der politisch Handelnden und aus der Sicht der Journalistinnen/Journalisten. Multimedial werden Kampagnen analysiert und mit Wirtschaftspartnern realisiert. Videos und Informationsgrafiken bilden zusammen mit Text und Konzepten das Rückgrat des Majors. Weitere Themenfelder sind die kritische Auseinandersetzung mit Lobbying und dem politischen System der Schweiz und der EU.

Das Angebot an Nebenfächern (Minors) wird dem aktuellen Bedarf und dem Stand der Technik laufend angepasst. Zum Angebot gehören beispielsweise internationale und interkulturelle Kommunikation, Musikgeschichte und Hörspiel, Postproduktion, Markenführung und Designmanagement, Filmisches Erzählen, Werbespot und Imagefilm, Narrative Datenvisualisierung, Live-Kommunikation, Musiktheorie und Musikproduktion sowie Markenkommunikation im Raum.

Gefragtes Berufsbild

Multimedia Producers sind in der Wirtschaft und in Medienunternehmen gefragt. Sie wissen, wie Journalismus und Unternehmenskommunikation funktionieren, sie kennen die Kanäle und Technologien und sie verstehen es, diese integriert, crossmedial, interaktiv und narrativ zu nutzen. Denn sie wissen, dass das Nutzererlebnis im Vordergrund steht. Dass Kommunikation authentisch sein muss. Und multimedial.

Abschlussarbeiten Bachelor-Thesis 2015

Major Event

- Amrein, Alain: Multimediale Besucherführung an einem Grossanlass: Prototyp-App für die Luzerner Fasnacht. Referent: Martin Arnet, Korreferent: Marc Fehr.
- Cartillone, Veronica: Die Anwendung des Corporate Designs auf die Kommunikation eines Events. Referent: Roland Köppel, Korreferentin: Tanja Hess.
- Eberle, Marel: Unternehmensfilme in Zeiten von Social Media am Praxisbeispiel des Unternehmens Konform AG. Referentin: Christina Spindler, Korreferent: François Pause.
- Fasel, Regina Elisabeth: Analyse zur Erstellung einer internen Kommunikationsplattform. Referent: Roland Köppel, Korreferentin: Christina Spindler.
- Giori, Diana: Crowdfunding für Städte: Eine Untersuchung zur Messung der Akzeptanzbereitschaft einer Stadtbevölkerung für eine Civic-Crowdfunding-Plattform. Referent: Roland Köppel, Korreferent: Martin Arnet.
- Hoferer, Julia: Einflüsse kultureller Besonderheiten auf die Werbegestaltung in der Schweiz, in Frankreich, Singapur und den USA – Eine Analyse von Werbespots. Referentin: Amina Ovcina Cajacob, Korreferentin: Simonne Bosiers.
- Racine, Isabel: Optimierung von Online-Voting-Prozessen unter Berücksichtigung des Nutzerverhaltens am Beispiel des Projekts Gastro Toilet. Referent: Roland Köppel, Korreferent: Wolfgang Bock.
- Raschein, Helen: Weiterentwicklung eines Veranstaltungsformates. Best-Practice-Beispiel für das Multimedia-Festival. Referent: Roland Köppel, Korreferent: Ruedi Alexander Müller-Beyeler.
- Schmidheini, Michelle: Interaktiver & multimedialer Online-Kinderbereich. Referentin: Tanja Hess, Korreferent: Rolf Hofstetter.
- Ünsal, Yasemin: Risk Transfer. Instrumente und Methoden zur Risikomessung und Absicherung von Marktrisiken. Referent: Heiner Gatzemeier, Korreferent: Roland Köppel.
- von Arx, Tim: Hybride Events in der Live-Kommunikation. Referent: Roland Köppel, Korreferent: Kilian Bamert.

Major Radio Production

- Bertschinger, Mona: Radio im Ereignisfall. Referent: Christian Stärkle, Korreferent: Ruedi Alexander Müller-Beyeler.
- Kopp, Angela: «Feel the Spirit!» – 365 Tage Gigathlon. Social-Media-Kommunikation am Sport-Grossanlass. Referentin: Simonne Bosiers, Korreferentin: Christina Spindler.
- Marty, Lara: Die Kommunikation von Corporate Social Responsibility. Referentin: Ines Jansky, Korreferent: Marc Fehr, Auftraggeber: Sam Kurath.
- Matthaei, Catherin: Der Audioblog – die Zukunft des Radios? Referent: Christian Stärkle, Korreferent: Heiner Butz.
- Salman, Yasemin: Die crossmediale Entwicklung des Radios im Zeitalter des Internets. Referent: Christian Stärkle, Korreferentin: Simonne Bosiers.
- Sieber, Michael: Change-Kommunikation bei einer Vereinsfusion. Referentin: Christina Spindler, Korreferent: Roland Köppel.
- Zeller, Karin: Die Wirkung von Schlagworten in der Werbung. Referentin: Tanja Hess, Korreferent: Rolf Hofstetter.

Major Integrated Corporate Communications

- Grau, Muriel Lilly: Artists-in-Residence-Programme in Tourismusregionen. Referent: Ruedi Alexander Müller-Beyeler, Korreferentin: Heike Brockmann.
- Iten, Marcelline: Die Wiedererkennbarkeit einer Marke in der Bildsprache von werbenden Printfotografien. Referent: Ruedi Alexander Müller-Beyeler, Korreferentin: Simonne Bosiers, Auftraggeber: Migros Genossenschafts-Bund, Zürich.
- Kocaman, Ferhat: Aufbau eines Geschichtsportals mit Archivmaterial. Referent: Simonne Bosiers, Korreferent: Heiner Butz, Auftraggeber: Radio Bremen, Bremen.
- Kool, Leonie: Film zu bildender Kunst: Gestaltung von Filmen im Zusammenhang mit einem Kunstobjekt – am Beispiel eines Artists-in-Residence-Projekts. Referent: Peter Indergand, Korreferentin: Amina Ovcina Cajacob.
- Limacher, Martina: Der Einsatz von Storytelling in Werbespots. Referent: Amina Ovcina Cajacob, Korreferent: Peter Indergand, Auftraggeber: Zürich Versicherung, Zürich.
- Mahmoud, Abdelraouf: Meinung und Informationsbeschaffung der arabischsprachigen Migranten in der Schweiz. Referent: Ines Jansky, Korreferentin: Bruna Toubia, Auftraggeber: Mahmoudmedia.
- Mangott, Ursina: Jugendgerechte Ansprache bei Online-Newsportalen. Referent: Heiner Butz, Korreferentin: Pia Hess.
- Müller, Andrea: Corporate Blogs der Schweizer Krankenversicherer: Analyse und prototypische Umsetzung. Referent: Ines Jansky, Korreferent: Bruno Schatz, Auftraggeber: ÖKK, Landquart.
- Pivonka, Katharina: Stellenbörsen als Kommunikationsplattform. Referent: Heiner Butz, Korreferent: Ruedi Alexander Müller-Beyeler.
- Rutzer, Matthias: Bewegtbild in Marketingkampagnen von Finanzdienstleistern. Referent: Amina Ovcina Cajacob, Korreferentin: Nike Wessel, Auftraggeber: Zürich Versicherung, Zürich.
- Saner, Fabienne: Storytelling im multimedialen Zeitalter – Vom Wandel des Geschichtenerzählens in der Zeit der Digitalisierung. Referent: Heiner Butz, Korreferent: Heiner Gatzemeier.
- Schneider, Fabienne. Der Profisportler als ICH-Marke. Referent: Heike Brockmann, Korreferentin: Simonne Bosiers.
- Stadelmann, Kenny: Digitale Strategien aus der Krise – Eine Analyse von Visualisierung und Sprache. Referent: Ines Jansky, Korreferent: Christopher Schmidt, Auftraggeber: Gebäudeversicherung Graubünden (GVG), Chur.
- Stalder, Marlen: Das Verhältnis von Journalismus und Marke. Referent: Heiner Butz, Korreferent: Ruedi Alexander Müller-Beyeler, Auftraggeber: EDITO+KLARTEXT, Basel.
- Steiner, Meret: Krisenkommunikation im digitalen Zeitalter: Dark Site als interaktives Krisenkommunikations-Tool. Referent: Ines Jansky, Korreferentin: Simonne Bosiers, Auftraggeber: Gebäudeversicherung Graubünden (GVG), Chur.
- Wiss, Andrea: Die Kommunikation von Unternehmen im Wandel: Identifizierung der wichtigsten Voraussetzungen für einen erfolgreichen Wandel. Referent: Ruedi Alexander Müller-Beyeler, Korreferent: Heiner Butz.
- Zimmermann, Thomas: Multimedialität von Konzeptalben. Referent: Thomas Weibel, Korreferent: Ruedi Alexander Müller-Beyeler.

Major Film & TV Production (I)

- Abraham, Sandeep: Vergleich einer Smartphone- und einer Low-Budget-Filmproduktion. Referent: Jürgen Müller, Korreferent: Roberto Liebold.
- Adler, Lorenz: Pädagogische Filmprojekte im Zeitalter digitaler Medien. Referent: Jürgen Müller, Korreferent: Roberto Liebold.
- Aeschlimann, Sven: Erfolgsfaktoren von viralen Videos und Produktion eines Musikvideos mit multimedialer Story. Referentin: Tanja Hess, Korreferent: Peter Indergand.
- Eberhard, Manuela: Der harte Weg in die Schlagzeilen. Medienarbeit humanitärer Hilfsorganisationen in der Schweiz – am Beispiel von World Vision Schweiz. Referentin: Katja Schupp, Korreferentin: Tanja Hess.
- Epprecht, David: Wie verbessern Medien ergänzend zum Aufklärungsgespräch die Information, die ein Patient über die Wachkraniotomie erhält? Referentin: Simonne Bosiers, Korreferentin: Isabelle Bentz, Auftraggeber: Kantonsspital St. Gallen.
- Gadient, Dennys: Merkmale des erfolgreichen Serienvorspanns: Unterschiede im Motion-Design von Titelsequenzen amerikanischer TV-Serien. Referent: Jürgen Müller, Korreferent: Adrian Wisard.
- Hächler, Pascal: Die Auswirkungen der Konvergenz auf die Nachrichtenproduktion der SRG SSR – anhand des iPhone als Produktionsmittel für Videonachrichten. Referent: Heiner Butz, Korreferent: Heiner Gatzemeier.
- Kumar, Vyshnavi: Multimediale Kommunikationsmöglichkeiten für Kleingastronomiebetriebe am Beispiel Shanthi Restaurant in Unterseen BE. Referent: Jürgen Müller, Korreferent: Roland Köppel, Auftraggeber: Restaurant Shanthi, Unterseen.
- Langone, Larissa: Wahrnehmung von Musikvideos. Referent: Peter Indergand, Korreferentin: Tanja Hess.
- Lopez, Sara: Die YouTube-Erfolgsfaktoren von Beauty-, Fashion- und Lifestyle-YouTuberinnen im deutschsprachigen Raum. Referent: Ruedi Alexander Müller-Beyeler, Korreferent: Peter Indergand.
- Lustenberger, Martin: Navigation im Web. Der Umgang mit «alten» Daten. Referentin: Heike Brockmann, Korreferentin: Yvonne Herzig Gainsford, Auftraggeber: SRG Deutschschweiz, Zürich.
- Oeler, Kevin: Filmförderung in der Schweiz: Wie Ostschweizer Filmemacher davon profitieren. Referent: Matthias Künzler, Korreferent: Martin Arnet.
- Schneider, Larissa: Spendengeneration 2.0: Erfolgsfaktor Social Media. Referent: Heiner Gatzemeier, Korreferentin: Yvonne Herzig Gainsford.
- Schnell, Gabriela: Der Einfluss dynamischer Erscheinungsbilder in Kombination mit authentischem Storytelling auf die zeitgenössische Markenführung. Referent: Ruedi Alexander Müller-Beyeler, Korreferent: Martin Vollenweider.
- Schweizer, Martin: YouTube als zukünftiges Leitmedium an Sekundarschulen. Referentin: Tanja Hess, Korreferent: Martin Vollenweider.
-

Major Film & TV Production (II)

- Thut, Marius: Multimedia Storytelling – Vergleich zwischen traditionellem Fernsehdokumentarfilm und interaktiver Webdokumentation. Referent: Heiner Gatzemeier, Korreferentin: Yvonne Herzig Gainsford.
- Vallicotti, Simona: Kino im Ohr – Eine Analyse der auditiven Filmspur. Referent: Jürgen Müller, Korreferent: Peter Philippe Weiss.
- von Ow, Mario: Die Wirkung von Dokumentarfilmen: Eine Studie zur Beeinflussung von Wahrnehmung, Einstellung und Verhalten. Referent: Heiner Gatzemeier, Korreferentin: Yvonne Herzig Gainsford.
- von Peschke, Alexander: Der lokale Händler im 21. Jahrhundert. Referent: Heiner Butz, Korreferent: Ruedi Alexander Müller-Beyeler.
- Welschinger, Marc: Finanzierungsmöglichkeiten von Outdoor-Sportfilmen. Referent: Jürgen Müller, Korreferent: Otmar Graf.
- Wenk, Manuel: Ein Königreich macht Schule: Ein interaktiver Web-Dokumentarfilm aus Kamerun. Referent: Heiner Gatzemeier, Korreferent: Thomas Weibel.
- Wieland, Luca: Bild- und Schnittgestaltung in einer Sportfilm-Produktion. Referent: Jürgen Müller, Korreferent: Otmar Graf.
- Züst, Adrian: Kajakwandern auf der Donau: Wie kommt eine No-Budget-Reportage beim Publikum an? Referent: Heiner Gatzemeier, Korreferentin: Yvonne Herzig Gainsford.

Major Media Applications

- Gross, Florence: The Roots of Beauty – Bewertungskriterien für Porträtfotos. Referent: Martin Vollenweider, Korreferentin: Ellin Anderegg.
- Hanimann, Benjamin: Pflegedokumentation mit iBeacons und Smartphone. Referent: Martin Vollenweider, Korreferent: Wolfgang Bock.
- Kline, Boris: Urbane Stadtentwicklung durch Zwischennutzung. Referent: Tanja Hess, Korreferent: Rolf Hofstetter.
- Marxer, Melanie: Kundenbindung bei Autowaschanlagen: Eine Fallstudie. Referent: Ruedi Alexander Müller-Beyeler, Korreferent: Heiner Gatzemeier, Auftraggeber: ETA-Technik AG (uniwash), Balzers FL.
- Oess, Tamara: Usability im Bereich E-Commerce. Referent: Simonne Bosiers, Korreferent: Tobias Morf, Auftraggeber: OPTEN AG, Zürich.
- Patil, Natasha: Sponsoren von Musikfestivals in ihrer Internetkommunikation. Referent: Ines Jansky, Korreferent: Martin Vollenweider, Auftraggeber: Reeds Festival, Pfäffikon ZH.
- Stieger, Matthias: Stellenwert digitaler Festführer an Turnfesten. Referent: Simonne Bosiers, Korreferent: Daniel Erne, Auftraggeber: Swiss-Development GmbH, Baden.
-

Weiterbildung: MAS «Multimedia Communication» und massgeschneiderte Weiterbildung in «Redaktioneller Markenführung»

MAS «Multimedia Communication»

Der Weiterbildungs-Master «Multimedia Communication» (MAS MMC) trägt den grundlegenden Veränderungen der Kommunikationsbranche Rechnung: Eine moderne Unternehmenskommunikation verwendet Foto, Video, Audio und Text kombiniert und publiziert auf unterschiedlichen Plattformen.

Studienkonzept

Der MAS (Master of Advanced Studies) in «Multimedia Communication» befähigt Berufstätige, die verantwortungsvolle Positionen in der Kommunikation von Unternehmen oder Agenturen anstreben oder bereits innehaben, Inhalte für ihr jeweiliges Berufsumfeld mit Text, Bild, Audio und Video zeitgemäss zu produzieren und zu publizieren. Social Media und medienübergreifendes Kommunikationsmanagement sind Teil des Studiums.



Studienaufbau

Der praxisnahe MAS in «Multimedia Communication» setzt sich aus vier Certificates of Advances Studies (CAS) zusammen. Jedes CAS deckt einen in sich vollständigen Themenbereich ab. Die Reihenfolge, wie die CAS belegt werden, steht den Teilnehmerinnen und Teilnehmern weitgehend frei.

Die CAS können auch einzeln belegt werden.

- **CAS 1 Webkompetenz** vermittelt die grundlegenden technischen Fertigkeiten für den Umgang mit zeitgemässer multimedialer und konvergenter Kommunikation. Die Studierenden lernen HTML, CSS und Javascript sowie aktuelle Content-Management-Systeme und die gängigen Social-Media-Tools kennen und anzuwenden.
- **CAS 2 Storytelling** vermittelt die Kompetenz, im interaktiven und digitalen Raum zu schreiben, zu sprechen, zu skizzieren, zu fotografieren, zu filmen und Sound dramaturgisch einzusetzen. Ergänzt wird der CAS durch eine Einführung in die Adobe Creative Suite (Illustrator, Photoshop, Premiere, Audition usw.).
- **CAS 3 Multimedia Production:** Die Studierenden stellen mit moderner Technik zielgruppengerecht Audio-, Text- und Videobeiträge her – beispielsweise für Unternehmenswebseiten, für Blogs, Facebook, Google+ und Twitter. Die Grundlagen der Bildgestaltung und -komposition, die Ausgestaltung von Texten und der Einsatz von Video- und Audio-schnitt werden vertieft und professionalisiert. Auch die Wirkung von «Musik im Film» und «Sound Design» wird untersucht und genutzt.
 - **CAS 4: Kommunikationsmanagement** beschäftigt sich mit Strategien, Konzepten und Managementaspekten der integrierten internen und externen Corporate Communication sowie der dynamischen Markenführung.

Massgeschneiderte Weiterbildung in «Redaktioneller Markenführung»

Medienkonvergenz stellt nicht nur den Journalismus vor neue Herausforderungen, sondern auch die Unternehmenskommunikation. Redaktionelle Markenführung ist ein neues, vielversprechendes Konzept, um die Kommunikation stärker multimedial auszurichten und die unterschiedlichen Kommunikationskanäle kontinuierlich zu bespielen.

Die Umsetzung dieses neuen Konzepts verändert jedoch etablierte Arbeitsprozesse und stellt die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor neue Herausforderungen. Aus diesem Grund hat das IMP begonnen, massgeschneiderte Weiterbildungsangebote für Unternehmen in redaktioneller Markenführung anzubieten. Diese Weiterbildungsangebote sollen an die Bedürfnisse der Unternehmen angepasst werden, mehrtägige Schulungen durchzuführen. Dabei werden zielgruppenorientiertes Schreiben und die Produktion multimedialer Kommunikationsprodukte (z. B. Bild-, Film-, Audiobeiträge) auf Grundlage der jeweiligen Vorkenntnisse gezielt geschult.

Für Swisscom konnte 2015 prototypisch ein solches massgeschneidertes Angebot kreiert und erstmals durchgeführt werden. Auf Grundlage dieser Erfahrungen ist geplant, ein modulartig aufgebautes Weiterbildungsangebot zu schaffen, aus dem die Unternehmen ihren Bedürfnissen entsprechend ihr individuelles Angebot zur redaktionellen Markenführung baukastenmässig zusammenstellen können.

Kontakt



Roland Köppel, Prof., MAS
Studienleiter MAS
Tel. +41 (0)81 286 37 29
Fax +41 (0)81 286 24 00
roland.koepfel@htwchur.ch



Nicole Reifler
Administration und Anmeldung
Tel. +41 (0)81 286 38 76
Fax +41 (0)81 286 24 00
nicole.reifler@htwchur.ch



Ruedi A. Müller-Beyeler, Prof.
Leiter Weiterbildung «redaktionelle
Markenführung»
Tel. +41 (0)81 286 37 05
Fax +41 (0)81 286 37 38
ruedi.mueller@htwchur.ch

Angewandte Forschung und Entwicklung

Forschungsfelder

Forschungsschwerpunkt des IMP ist das vielschichtige Phänomen der Medienkonvergenz und Multimedialität. Für das Team steht dabei die Frage im Zentrum, welche Auswirkungen Medienkonvergenz auf Mediennutzung, Wissensvermittlung, Geschäftsmodelle und Arbeitsprozesse hat und wie sich multimediales Arbeiten in Journalismus, der Corporate Communication, bei Verbänden oder politischen Akteuren inhaltlich und technisch umsetzen lässt.

Dabei fokussiert das IMP auf folgende drei Forschungsfelder:

– **Mediennutzung in der konvergierenden Medienlandschaft**

In diesem Forschungsfeld liegt der Themenschwerpunkt auf dem Zusammenhang zwischen der konvergierenden Medienlandschaft und dem Nutzerverhalten. Auf Grundlage sozialwissenschaftlicher Methoden wird empirisch untersucht,

- wie sich das Nutzerverhalten verändert
- wie sich das Medienangebot verändert, das den Nutzern zur Verfügung steht
- wie sich die Medienlandschaft (insbes. Medienpolitik, -wirtschaft, -technik) als strukturelle Rahmenbedingung des Nutzerverhaltens verändert.

– **Multi-, cross- und transmediales Storytelling: Innovation von Inhalten und Arbeitsprozessen**

Die Frage, wie sich multi-, cross- und transmediales Storytelling inhaltlich innovativ umsetzen lassen und wie die dahinter liegenden Arbeitsprozesse an die Erfordernisse einer konvergenten Medienwelt angepasst werden können, sind Themen dieses Forschungsfelds. Medien- und andere Unternehmen sowie politische Akteure werden darin unterstützt,

- neue multimediale Formen des Storytellings zu entwickeln
- multimediale Formen cross- und transmedial zu verbreiten
- neue Arbeitsprozesse unter Einbezug der entsprechenden technischen Systeme im institutseigenen Medienlabor «digezz 2.0» zu entwickeln und zu testen.

– **Multimediale Systeme und Formen der Datenvisualisierung**

Die soft- und hardwaretechnischen Systeme zur Datenvisualisierung stehen im Zentrum dieses Forschungsfelds. Die Spezialistinnen und Spezialisten des IMP in Webapplikationen und -services

- evaluieren und adaptieren neue multimediale Systeme
- entwickeln Konzepte und Webapplikationen zur Datenvisualisierung und/oder koordinieren und überwachen Prozesse zur Entwicklung solcher Webapplikationen
- entwickeln auf diesen softwaretechnischen Grundlagen innovative, multimediale Datenvisualisierungen.

Kontakt



Matthias Künzler, Prof., Dr. phil.
Forschungsleiter
Tel. +41 (0)81 286 37 65
Fax +41 (0)81 286 37 38
matthias.kuenzler@htwchur.ch

Ingenieurberufe in den Medien

Digitalisierung und Automatisierung erhöhen den Bedarf an Ingenieurwissen – trotzdem scheint sich ein Mangel an zukünftigen Ingenieurinnen und Ingenieuren abzuzeichnen. Zu wenig Jugendliche interessieren sich für dieses Berufsfeld; nach wie vor gross sind geschlechtsspezifische Unterschiede. Ein Grund für diese Situation ist in der fehlenden medialen Aufmerksamkeit zu suchen. Der Begriff Ingenieurmangel taucht in den Publikumsmedien zwar häufig auf, doch abgesehen von diesen negativen Schlagzeilen scheinen wenig Informationen über die Tätigkeit von Ingenieurinnen und Ingenieuren vorzuliegen.

Dies stellt ein eigentliches Defizit dar, da einer der effektivsten Wege, um Aufmerksamkeit zu gewinnen und zu erzeugen, über die Medien führt. Diese mediale Perspektive, die für die Jugendlichen eine entscheidende Rolle bei der Berufswahl spielt, wurde in der Schweiz wissenschaftlich noch kaum untersucht.

Diese Forschungslücke und das praktische Problem einer vermeintlichen «scientific illiteracy» im MINT-Bereich gaben Anstoss für das Projekt «Ingenieurberufe in den Medien». Das Projekt wird durch die Gebert-Rüf-Stiftung gefördert und umfasst vier Phasen (Teilstudien), die mit jeweils unterschiedlichen Methoden bearbeitet wurden.

Die ersten drei Phasen dienten der Problemanalyse (Medienberichterstattung und Befragung von Jugendlichen), die in der Zwischenzeit abgeschlossen wurde. In der vierten, laufenden Phase wird eine Kommunikationskampagne auf Grundlage der Ergebnisse der wissenschaftlichen Analysen durchgeführt. Das Projekt wird von der Gebert-Rüf-Stiftung finanziell gefördert.

Mehrmethodisches Vorgehen

Im Folgenden werden einige Kernresultate der ersten und dritten Teilstudie präsentiert, also der Wahrnehmung und Attraktivität von Ingenieurberufen durch Jugendliche (Teilstudie 1) und der Analyse der Darstellung von Ingenieurberufen in den Medien (Teilstudie 3).

Methodisch basierte die Befragung der Jugendlichen auf einer Online-Survey von Schülerinnen und Schülern zwischen 12-16 und 17-21 Jahren in der Ostschweiz; gesamthaft wurden 4135 Jugendliche befragt. Die Medienresonanzanalyse wurde von ARGUS im Auftrag des IMP-Projektteams durchgeführt und umfasste Beiträge zum Thema aus Deutschschweizer Printmedien, Onlinemedien und Fernsehsendern des ARGUS-Beobachtungsprogramms im Zeitraum Oktober 2013 – Mai 2014.

Phase	Methode	Inhalt
1	Online-Befragung Jugendlicher (12-16 und 17-21 Jahre)	Image des Ingenieurberufs, Berufswunsch
2	Leitfadengestützte Interviews mit Fachjournalistinnen/-journalisten und Hochschulkommunikation	Entstehung des Medienbilds über Ingenieurberufe im Zusammenspiel zwischen Kommunikationsverantwortlichen und Journalistinnen/Journalisten
3	Medienresonanzanalyse MINT-Berichterstattung	Darstellung der Ingenieurberufe in den Medien
4	Kampagnenkonzeption	Kommunikationskampagne zur Begeisterung Jugendlicher für den Ingenieurberuf

Berufswunsch bestätigt Geschlechterstereotypen

Die Frage nach den Berufspräferenzen bestätigt existierende Geschlechterstereotypen: Während sich rund die Hälfte der jungen Frauen im Sozial- und Gesundheitswesen und nur gerade 10 % im technischen Bereich sehen, interessieren sich über zwei Fünftel der männlichen Befragten für technische Berufe (in der Gruppe der 17- bis 21-Jährigen).

Die oben geäußerte Annahme, dass Medien eine wichtige Rolle bei der Berufswahl spielen, relativierte sich in der Befragung. Für die Berufs- und Studienwahl spielen die persönlichen Kontakte im vertrauten Umfeld (v. a. Eltern) die wichtigste Rolle. Bei den 17- bis 21-Jährigen kommen Berufsberatung und Informationsveranstaltungen als weitere wichtige Informationsquellen hinzu. Für alle Jugendlichen ist das Internet eine wichtige, zusätzliche Informationsquelle. Ebenfalls sind Wissensformate im Fernsehen (insbesondere Galileo) bei den Jugendlichen beliebt. Durch Printmedien informiert sich hingegen lediglich ein Fünftel der 17-bis 21-Jährigen über Berufs- und Wissensthemen.

Grundsätzlich positiv besetztes Berufsbild des Ingenieurs ...

Bei Jugendlichen beider befragter Altersgruppen herrscht grundsätzlich ein positives Image des Berufs «Ingenieur» vor: Der Beruf wird von einer Mehrheit der Befragten für kreativ, abwechslungsreich, innovativ, gut entlohnt und prestigeträchtig gehalten.

... aber: wenig Wissen über den Tätigkeitsbereich

Gleichzeitig jedoch geht die Mehrheit der Jugendlichen davon aus, dass die Ausbildung anspruchsvoll ist und Mathematik- und Planungstalent voraussetzt. Das vermeintlich hohe Anspruchsniveau und die Vorstellung, dass gute Mathematikkenntnisse auf quasi angeborenem «Genie» basieren, schreckt viele Jugendliche von einer

solchen Berufswahl ab. Hinzu kommt, dass das genaue Tätigkeitsfeld der Ingenieurberufe den meisten Jugendlichen unbekannt ist: Sie hatten Mühe, in der Befragung den verschiedenen MINT-Berufen die jeweilige Fachdisziplin zuzuordnen.

Regelmässige Thematisierung von MINT-Berufen in den Printmedien

Dieses Defizit im Wissen über Ingenieurberufe lässt sich jedoch nur bedingt auf die Medienberichterstattung zurückführen. Die Medienresonanzanalyse zeigte, dass Ingenieurberufe zumindest in den Printmedien regelmässig thematisiert werden. Der überwiegende Anteil der Berichterstattung erfolgt in den Printmedien, insbesondere den Tages- und Wochenzeitungen (64 % der Beiträge innerhalb dieser Mediengattung) bzw. deren Onlineausgaben (50 %). Im Fernsehen sind es hauptsächlich Wissensmagazine (63 %), die über MINT-Berufe berichten. In den Beiträgen wird hauptsächlich das Ingenieurwesen im Allgemeinen thematisiert (69 % der Beiträge) und keine spezifische Berufs- oder Fachrichtung genannt.

Fremdinitiierte MINT-Berichterstattung

Die Auswertung der Berichterstattung zeigt, dass rund zwei Drittel der Berichterstattung über MINT-Berufe fremdinitiiert sind – also aufgrund der Kommunikationsaktivitäten der Branche zustande kommen. Eine wesentliche Rolle spielen dabei die Kommunikationsaktivitäten von Bildungsinstitutionen (FH, Uni, 28 %) und von Verbänden (23 %). Die Publikation von Studienergebnissen, die Veranstaltung von Events, die Beschreibung von Ausbildungs- und Weiterbildungsangeboten sowie Porträts von Ingenieurinnen/Ingenieuren und Unternehmen werden von den Print- und Online-medien besonders oft aufgegriffen. Anders verhält es sich bei den Fernsehbeiträgen: Dort ist der geringste Teil der Beiträge brancheninitiiert.

Positive Darstellung des Ingenieurberufs in den Medien

Knapp zwei Drittel der Beiträge stellen Ingenieurberufe positiv dar, ein weiteres Drittel neutral. Negative Beiträge finden sich nur vereinzelt. Dieser hohe Anteil an positiver Berichterstattung lässt sich vermutlich auf den hohen Anteil an brancheninitiierten Beiträgen zurückführen. Oft werden die Verfügbarkeit von Fachkräften, die Ausbildung, Arbeitstätigkeit und der Arbeitsmarkt für MINT-Berufe thematisiert.

Fazit

Die Teilstudien zeigen, dass Ingenieurberufe, entgegen der ursprünglichen Annahme, v. a. in den Printmedien regelmäßig und durchaus positiv thematisiert werden. Auch bei den Jugendlichen selbst liegt ein positives Bild der MINT-Berufe vor, das allerdings nicht frei von gängigen Stereotypen ist: Viele Jugendliche gehen davon aus, für einen MINT-Beruf ein Mathematikgenie sein zu müssen. Diese Fähigkeit sprechen sie sich selbst ab, was dazu führt, diese Berufswahl nicht in Betracht zu ziehen. Eine noch grössere Rolle spielen Geschlechterklischees: Knapp die Hälfte aller jugendlichen Frauen sieht sich in der Zukunft im Sozial- und Gesundheitswesen, während immerhin zwei Fünftel der Männer einen MINT-Beruf in Betracht ziehen.

Die grundsätzlich positive Medienberichterstattung über MINT-Berufe scheint damit bei den Frauen keine Auswirkung auf die Berufswahl zu haben. Die Studienresultate liefern Erklärungen: Eltern und weitere Personen des vertrauten Umfelds sind mit Abstand die wichtigste Informationsquelle für die Berufswahl. Printmedien – jenes Medium mit der umfangreichsten Berichterstattung über Ingenieurberufe – finden bei den Jugendlichen hingegen wenig Beachtung. Zudem herrscht bei den Medien Optimierungspotenzial, indem Informationen und Botschaften zu den MINT-Berufen gerade für weibliche Studienanwärterinnen

noch zielgruppengerechter aufbereitet werden könnten. Die Chancen für entsprechende Informationskampagnen stehen dafür gut, da ein grosser Anteil der Berichterstattung über das Ingenieurwesen branchenfremd initiiert ist und sich dementsprechend in diese Richtung gestalten lässt. Diese praktische Umsetzung ist Teil der angelaufenen vierten Phase des Projekts.

Kontakt



Amina Ovcina Cajacob, Prof. Dr. phil.; Projektleiterin «Scoop-it 2.0»
Tel: +41 (0)81 286 37 24
Fax: +41 (0)81 286 37 38
amina.cajacob@htwchur.ch



Ines Jansky, Prof., Dipl.-Phil. stv. Projektleiterin «Scoop-it 2.0»
Tel: +41 (0)81 286 37 38
Fax: +41 (0)81 286 37 38
ines.jansky@htwchur.ch

Diese Darstellung basiert auf folgenden Veröffentlichungen:

ARGUS (2014): Ingenieurberufe in den Medien. Wahrnehmung und Attraktivität von Ingenieurberufen für potenzielle Studienbewerber: Darstellung in den klassischen Medien Print, Online und TV. Medienresonanzanalyse Oktober 2013 – Mai 2014. Zürich: Argus.

Ovcina Cajacob, Amina / Herzig Gainsford, Yvonne (2015): Mediennutzung und Informationsbeschaffung bzw. Berufswahl. In: [medienimpulse-online 2/2014](http://www.medienimpulse.at/articles/view/652). Auf: <http://www.medienimpulse.at/articles/view/652>

Ovcina Cajacob, Amina / Herzig Gainsford, Yvonne / Jansky, Ines (2015): Der Ingenieur, das unbekannte Wesen. In: [medienimpulse-online 2/2015](http://www.medienimpulse.at/articles/view/794). Auf: <http://www.medienimpulse.at/articles/view/794>.

Ovcina Cajacob, Amina / Klassen MMP 12a & b der HTW Chur (2014): Ingenieurberufe in den Medien, 12-16-Jährige. Chur: HTW Chur.

Ovcina Cajacob, Amina / Klassen MMP 12a & b der HTW Chur (2014): Ingenieurberufe in den Medien, 17-21-Jährige. Chur: HTW Chur.

Kurz-Porträt der durchgeführten Projekte

– Ingenieurberufe in den Medien

Dieses Projekt untersucht den Einfluss von Medien auf die Ingenieurberufswahl. Dazu werden zum einen Darstellungen solcher Berufe in den klassischen Massenmedien und den Social Media verglichen und zum anderen auf Basis einer Onlinebefragung Jugendliche zwischen 12-21 Jahren zur Wahrnehmung und Attraktivität von Ingenieurberufen befragt. Damit ergänzt das Projekt das von der SAGW in Auftrag gegebene MINT-Nachwuchsbarmeter um die Rolle der Medien bei der Studienwahl. Die Ergebnisse des Projekts fließen in eine Sensibilisierungskampagne für potenzielle Studienbewerber ein.

Projektleitung: Amina Ovcina Cajacob
Projektpartner: Argus der Presse
Finanzierung: Gebert-Rüf-Stiftung
Dauer: 10.2013 – 01.2015

– Friend@Facebook

Das Projekt untersucht mittels eines Experiments, wie gross die Bereitschaft von Jugendlichen ist, in sozialen Netzwerken mit unbekanntem Personen «Freundschaft» zu schliessen und diese im realen Leben zu treffen. Zielsetzung des grundfinanzierten Projekts ist die Erarbeitung eines Projektantrags bei Stiftungen und Telekommunikationsunternehmen, um eine multimediale Kampagne zum Thema «Jugendschutz im Internet» zu konzipieren und durchzuführen.

Projektleitung: Amina Ovcina Cajacob / Yvonne Herzig Gainsford
Projektpartner: Pro Juventute
Dauer: 06.2014 – 02.2015

– **Scoop it 2.0:** Das Projekt möchte jungen Menschen aus allen sozialen Schichten eine niederschwellige Möglichkeit bieten, ihre Anliegen in den politischen Planungs- und Entscheidungsprozess besser einzubringen. Basis des Projekts ist eine Analyse des Mediennutzungsverhaltens von Jugendlichen im Bereich der politischen Partizipation. Die Erkenntnisse dieser Studie fließen in die Konzeption einer interaktiven Webplattform ein,

die von den regionalen Jugendparlamenten zusammen mit dem Dachverband der Jugendparlamente (DSJ) betrieben werden soll. Die Jugendparlamentarierinnen und -parlamentarier werden durch ein eLearning-Konzept geschult und in die Lage versetzt, passende und relevante (multimediale) Inhalte für die Zielgruppe zu produzieren.

Projektleitung: Amina Ovcina Cajacob
Projektpartner: DSJ, ZDA
Finanzierung: Stiftungen Mercator und Avina Schweiz, Stiftung Avina, HTW Forschungsfonds/-förderverein, BSV
Dauer: 03.2014 – 12.2015

– **RedLab – RedSys:** Das Projekt untersucht, wie durch die Veränderung der internen und externen Kommunikation in einem Unternehmen Innovationspotenzial freigesetzt werden kann. Dafür wird einerseits eine redaktionelle Struktur entwickelt, die dynamische Unternehmenskommunikation als Redaktion plant, konzipiert und produziert (RedLab). Andererseits wird analysiert,



INGENIEURBERUFE IN DEN MEDIEN

Darstellung und Diskussion von
Ingenieurberufen und -Studienangeboten
in Social Media



wie ein Redaktionsplanungs- und -publikationssystem für multimediale und konvergente Kommunikation als dahinterliegende Infrastruktur ausgestaltet werden kann (RedSys). Diese grundlegenden Analysen liefern die Voraussetzung zur konkreten Implementation der entsprechenden Konzepte bei einem Projektpartner aus der Wirtschaft.

Projektleitung: Isabelle Bentz
 Projektpartner: Oerlikon AG
 Finanzierung: HTW Forschungsfonds
 Dauer: 01.2015 – 12.2015

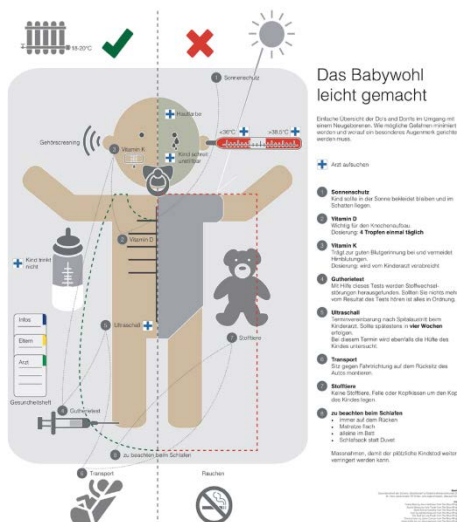
Projektleitung: Ruedi A. Müller-Beyeler
 Projektpartner: Neidhardt & Schön
 Dauer: 03.2015 – 10.2015

– **Service Public im Ländervergleich:** Anlässlich der aktuellen Debatte zum audiovisuellen Service Public analysiert das Projekt, welche alternativen Finanzierungs- und Organisationsformen in anderen Ländern umgesetzt und welche Erfahrungen damit gemacht wurden (USA, Neuseeland, Irland, Österreich, Belgien). Aus diesem Ländervergleich werden medienpolitische Schlussfolgerungen für die Schweiz gezogen.

Projektleitung: Matthias Künzler
 Projektpartner: SRG SSR
 Dauer: 03.2015 – 06.2015

– **Erfolgsfaktoren von Newsroomkonvergenz:** Medienunternehmen reagieren mit neuen Inhalten, multimedialen Formen und veränderten Produktionsprozessen auf das sich wandelnde Nutzerverhalten. Einen wichtigen Stellenwert nehmen dabei Konvergenzstrategien im Sinne einer stärkeren Zusammenarbeit zwischen Journalistinnen und Journalisten verschiedener, bislang getrennter Mediengattungen ein. Ein solcher Wandel stellt Medienunternehmen jedoch vor organisatorische Herausforderungen, müssen sie doch etablierte Arbeitsroutinen verändern und bei den Mitarbeitenden das Verständnis für andere Mediengattungen fördern. Auf Grundlage einer Begleitforschung des Konvergenzprozesses bei Somedia anlässlich des Einzugs in den Newsroom im neuen Medienhaus analysiert das Projekt, was die Erfolgsfaktoren für eine erfolgreiche Umsetzung von Konvergenzprozessen sind.

Projektleitung: Matthias Künzler
 Projektpartner: Somedia
 Finanzierung: HTW Forschungsfonds
 Dauer: 03.2015 – 04.2016



Key-Facts für angehende Eltern infografisch aufbereitet; als Prototyp im Projekt «Multimediale Eltern-Information»

– **Geschäftsmodell Neidhardt & Schön (N&S):** Aufgrund der Medienkonvergenz verändern sich Form, Inhalt und Produktionsprozesse von Unternehmenspublikationen. Diesem Wandel müssen sich auch Dienstleister stellen, die solche Publikationen (v. a. Geschäftsberichte) im Auftrag von Unternehmen produzieren. Das Projekt untersuchte Entwicklungen im Bereich der Geschäftspublikationen, um N&S fundierte Grundlagen zur Anpassung ihres Geschäftsmodells in der Onlinewelt zu liefern.

– **Multimediale Eltern-Information:** Das IMP wurde vom Kinderspital Chur um Unterstützung bei der Entwicklung einer modernen Ärzte/-Eltern-Information angefragt. Im Zentrum steht das sogenannte «kinderärztliche Austrittsgespräch» im Wochenbett, das die Ärzte mehrmals täglich mit jeder Mutter resp. den Eltern führen, bevor die Kinder das Krankenhaus verlassen.

Im Rahmen dieses Projekts entwickelt das IMP prototypisch neue, multimediale Lösungen für eine qualitativ und wirtschaftlich verbesserte Austrittsuntersuchung, welche die Grundlage für eine Erweiterung des Projekts in weiteren Regionen bildet.

Projektleitung: Isabelle Bentz
 Projektpartner: Kinderspital Chur
 Finanzierung: HTW Forschungsfonds
 Dauer: 03.-12.2015

– **Transmedia in der dokumentarischen Film- und TV-Produktion**

Für die dokumentarische Film- und TV-Arbeit ermöglicht das transmediale Erzählen eine grosse Vielfalt an medialen Erweiterungen, die neue Geschäftsmodelle eröffnen. Je nach Thema kann eine App, ein Game, ein Buch, eine Graphic Novel etc. einen Dokumentarfilm ergänzen. Allerdings wurde dieses Potenzial im Dokumentarfilm bislang eher wenig genutzt. Das Projekt untersucht deshalb das Potenzial von transmedialem Erzählen für Schweizer Film-, TV- und Multimediaproduzenten, insbesondere hinsichtlich der Erweiterung bestehender Geschäftsmodelle.

Projektleitung: Jürgen Müller
 Projektpartner: DOCMINE Productions AG
 Finanzierung: HTW Forschungsfonds
 Dauer: 03.2015 – 12.2015

– **Binnenkommunikation im Tourismus**

Ziel dieses interdisziplinären Projekts in Zusammenarbeit mit dem ITF – Institut für Tourismus und Freizeit ist es, Rollenverständnis, kommunikative Bedürfnisse der

Bündner Bevölkerung in Bezug auf die Tourismusweiterentwicklung des Kantons zu analysieren. Dies soll Aufschluss geben, wie die lokale Bevölkerung besser in eine nachhaltige Tourismusplanung einbezogen und für die Bedeutung des Tourismus im Kanton sensibilisiert werden kann.

Projektleitung: Ines Jansky
 Projektpartner: IG Tourismus, ITF
 Finanzierung: HTW Forschungsfonds
 Dauer: 01.2015 – 12.2015

EXKLUSIV IM BT
Viel Erklärungsbedarf in Tourismusfragen

Ist sich die Bevölkerung, welche in touristischen Regionen lebt und arbeitet, bewusst, welche Rolle sie in Bezug auf die Zufriedenheit der Gäste einnimmt? Wollen und können sich die Bündnerinnen und Bündner mit dem für den Kanton Graubünden wichtigsten Wirtschaftszweig identifizieren? Antworten auf diese und ähnliche Fragen soll eine breit angelegte Studie der HTW Chur bringen. Als Pilotprojekt haben Studierende des Bachelor-Lehrgangs Multimedia Production der HTW Chur der Bevölkerung von Chur und Umgebung auf den Zahn gefühlt. Die nun vorliegenden Resultate der Auswertung von 330 Fragebögen zeigen auf, dass in Sachen Tourismus noch viel Erklärungsbedarf besteht.

Obwohl fast 90 Prozent der Befragten angaben, dass dank des Tourismus viele Leute hier wohnen und arbeiten können, die sonst ins Unterland abwandern müssten, scheint vielen die wirkliche Bedeutung des Tourismus kaum bewusst. Die Mehrheit der Umfrageteilnehmenden, die ein Durchschnittsalter von gut 40 Jahren aufweisen, fühlt sich nämlich finanziell vom Tourismus unabhängig (BT-Leitartikel vom 13. Juni). «Da der Tourismus einer der grössten Wirtschaftsfaktoren in Graubünden ist, ist davon auszugehen, dass die Bevölkerung von Chur und Umgebung finanziell weit abhängiger vom Tourismus ist, als sie im Rahmen dieser Befragung erkennt», so ein Fazit der Studie zur Binnenkommunikation im Tourismus. (N+W)

GRAUBÜNDEN Seite 6

– **People focused Destinationsfilms:** Dieses Projekt besteht aus zwei Teilen: Der Erstellung von Imagefilmen für die GKB – Graubündner Kantonalbank – und einer dazugehörigen Publikation zum Thema «Visual Telling». Diese Publikation wird sich mit der Thematik, Skizzen zu filmen und zu planen, sowie Storyboarding als Brandinginstrument auseinandersetzen.

Projektleitung: Tanja Hess
 Projektpartner: GKB
 Dauer: 07.2013 – 03.2015

– **Multimediale Umsetzung eines Sprachlehrmittels:**

In zwei Teilprojekten wird ein Konzept für die multimediale Umsetzung eines Sprachlehrmittels entwickelt. Im Konzept wird gemeinsam mit der PHGR die Informationsarchitektur zur Umsetzung einer multimedialen Online-Applikation ausgearbeitet.

Projektleitung: Tanja Hess (Modul I)
 Simonne Bosiers (II)
 Projektpartner: PHGR
 Dauer: 08.2015 – 01.2016

– **Event & Expo Klima Studie 2016**

Die Marktstudie befragt Unternehmen in der Schweiz, die im Bereich der Live- und Eventkommunikation tätig sind, sowie Wirtschaftsunternehmen als deren potenzielle Kunden. Diese Befragung liefert eine wissenschaftliche Datengrundlage über Grösse, Struktur und Entwicklung der schweizerischen Live-Kommunikations- und Eventbranche und gibt Aufschluss, inwiefern Live- und Event-Kommunikation multimedial ausgestaltet bzw. in einen übergreifenden, multimedialen Kontext eingebettet ist.

Projektleitung: Matthias Künzler
Projektpartner: Verband expo><event
Finanzierung: Verband expo><event
Dauer: 08.2015 – 11.2016

– **Cloudlearning**

Das Projekt untersucht die Voraussetzungen zur Entwicklung eines Learning-Management-Systems (LMS), welches individuelle Lösungen in nicht schulisch geprägten Organisationen, z. B. für KMUs, ermöglicht. Von besonderem Interesse sind dabei Benutzerfreundlichkeit, multimediale Vernetzung und Möglichkeiten, ein solches System cloudbasiert zu etablieren.

Projektleitung: Wolfgang Bock
Projektpartner: ReNovium
Finanzierung: HTW Forschungsfonds
Dauer: 03.2015 – 12.2015

– **Inhalts- und Kommunikationsmodelle für das «Internet der Dinge»**

Das Internet der Dinge (IoT) eröffnet für Unternehmen ein breites Feld neuer Messmethoden, um Zusammenhänge festzustellen, die vorher nicht erkennbar waren. Besonders für Versicherungsunternehmen bietet das IoT neue Möglichkeiten zur Abschätzung und Berechnung von Versicherungsrisiken. Allerdings stellen sich auch Herausforderungen in Sachen Datenschutz.

Das Projekt dient deshalb dazu, die Vielschichtigkeit des Themas auszuloten, die das IoT für Versicherungen bietet.

Projektleitung: Martin Vollenweider
Projektpartner: AXA Winterthur
Dauer: 01.2015 – 12.2015

HIGA-Sonderschau Technik: Smart heisst intelligent – Bildung ist Culture

An der Churer Frühjahrsmesse HIGA präsentierte die HTW Chur unter dem Titel «#smartculture» smarte Technologien aus den Studiengängen Architektur, Ingenieurbau, Informationswissenschaft und Multimedia Production. Die Sonderschau lieferte Einblicke in die smarte Kultur der Hochschule. Mit ihrer «#smartculture» gestaltet die HTW bereits heute über technische und innovative Herangehensweisen in Forschung und Lehre die Zukunft aktiv und nachhaltig mit. Nachhaltigkeit lebte sie an der HIGA praktisch vor: Für die Ausstattung ihrer Ausstellung verwendete sie rezyklierte Materialien: Aus einem Schiffscontainer und Holzpaletten wurde ein Studio für Multimedia-Produktion.

Projektleitung: Tanja Hess
Projektpartner: HIGA
Dauer: 01.2015 – 06.2015

– **HTW Nachhaltigkeitsbericht**

Die HTW Chur trat als erste öffentliche Schweizer Hochschule 2009 der Initiative der Vereinten Nationen für verantwortungsvolle Ausbildung (UN PRME) bei. Um die Nachhaltigkeit in der Ausbildung und im organisatorischen Handeln zu evaluieren, wurde ein Konzept erarbeitet, mit dem die Hochschule jährlich Rechenschaft über nachhaltiges Handeln ablegt.

Projektleitung: Tanja Hess
Projektpartner: HTW Chur
Dauer: 01.2015 – 12.2015

Dienstleistung und Beratung

Multimedia-Festival Lenzerheide

Bereits zum zweiten Mal organisierten das IMP und das Hotel Schweizerhof gemeinsam mit weiteren Projektpartnern vom 20. bis 22. November 2015 das Multimedia-Festival Lenzerheide. Motto des Anlass war «Bildung als Wellness» oder: Wissensvermittlung in entspannter Atmosphäre.

Von der 15-Minuten-Präsentation zur Lesung im Hamam: Das Programm

Hochkarätige Referentinnen und Referenten aus der Privatwirtschaft und dem IMP referierten zu Zustand und Trends aus dem Bereich Multimedia. Themen waren u. a. Geschäftsmodelle in der Medienbranche, die Eroberung der Übertragungstechnik im Haus durch Photonen, multimediale E-Books oder Virtual und Augmented Reality. Auf zwei Podien wurde zu den Themen «Geld» und «Entschleunigung» diskutiert. Die «Multimedia-Schaufenster» gaben Einblicke in die Arbeit mit Video, Fotografie und Grafik. Im Hamam fanden Lesungen der Spoken-Word-Künstler statt.

MMP-Studierende als Coaches für Filmworkshops

Nicht zu kurz kamen auch die mitgereisten Familienmitglieder: Am Sonntag führten MMP-Studierende Filmworkshops für Gross und Klein durch. Die Coaches erklärten, worauf bei der Filmproduktion zu achten ist und wie ein Film zu schneiden ist, damit am Ende ein tolles Resultat entsteht.

Digezz Award

Nicht fehlen durfte das gemeinsame Feiern: Am Freitagabend fand die feierliche

Digezz Awardverleihung mit anschliessender After-Party statt. Die drei besten Multimediaproduktionen wurden prämiert, die innerhalb eines Jahres von den Studierenden des BA-Studiengangs «Multimedia Production» erstellt worden waren.

Das Siegerprojekt «Mani Matter und das Selfie» stammt von Sven Schnyder und Sarah Vettori. Die Autorin und der Autor interpretieren Mani Matter neu: Statt vom «Zundhölzli» singt die Handy-Generation «I



Aus Geräuschen von Alltagsgegenständen entsteht «Home made Music»

ha es Foti vo mir gschosse...». Auf dem zweiten Platz folgte das Projekt «Home made Music» von Vanessa Peter. Den dritten Platz holten sich wiederum Sven Schnyder, Sarah Vettori und Tobias Imbach für ihre Schreib- und Denkplattform «Sehrguet.ch».

Alle Beiträge finden sich auf www.digezz.ch

Kontakt



Roland Köppel, Prof., MAS
Dozent Event Communication
Tel. +41 (0)81 286 37 29
Fax +41 (0)81 286 24 00
roland.koeppel@htwchur.ch

Wissenstransfer

Publikationen

- Butz, Heiner: Konvergenz multimedial und auch ganz lokal. In: Südostschweiz Blog «Ein Tag im Leben der HTW Chur – Bildung und Forschung» vom 18.02.2015. Auf: <http://www.suedostschweiz.ch/blog/ein-tag-im-leben-der-htw-chur-bildung-und-forschung/2015-02-18/konvergenz-multimedial-und-auch>
- Jansky, Ines: Studierende bei MINT-Studie mit im Boot. In: Wissensplatz – Das Magazin der HTW, Ausgabe 1, S. 12 f.
- Klassen MMP 13a / MMP 13b / Ovcina Cajacob, Amina: «Scoop it 2.0!», Studie zur Medienutzung und zur politischen Partizipation von Jugendlichen in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein. Chur: IMP/HTW Chur. Auf: <http://www.htwchur.ch/index.php?id=59>
- Künzler, Matthias: Content Marketing und Corporate Publishing: Definitionen, Zielsetzungen, Anforderungen und Trends. Forschungsbericht auf Grundlage von Desk Research zuhanden Neidhart & Schön. Unveröffentlichter Teilbericht. Chur: IMP/HTW Chur
- Künzler, Matthias: Was heisst Medienqualität? Kriterien, Sichtweisen und mögliche Antworten. In: Lilienberg – Die Zeitschrift für das Unternehmertum 42, Juli 2015. S. 24 f.
- Künzler, Matthias / Herzig Gainsford, Yvonne: «Ich finde es wichtig, dass man abstimmen geht!»: Studie zum politischen Interesse von Jugendlichen mit Empfehlungen für die Praxis. Teilstudie II im Rahmen von «Scoop-it 2.0!» z. H. der Stiftung Mercator Schweiz und des Dachverbands Schweizer Jugendparlamente. Chur: IMP/HTW Chur. Auf: <http://www.htwchur.ch/index.php?id=59>
- Künzler, Matthias / Herzig Gainsford, Yvonne / Arnet, Martin: Finanzierungs- und Organisationsmodelle von Service Public in westeuropäischen Kleinstaaten, den USA und Neuseeland. Chur: IMP/HTW Chur. Auf: <http://www.htwchur.ch/index.php?id=59>
- Ovcina Cajacob, Amina / Herzig Gainsford, Yvonne / Jansky, Ines: Der Ingenieur, das unbekannte Wesen. Einfluss von Hochschulen und Medien auf die Wahrnehmung des MINT-Berufs. In: medienimpulse – Beiträge zur Medienpädagogik, Ausgabe 2 vom 18.06.2015. S. 1-10. Auf: http://www.medienimpulse.at/pdf/Medienimpulse_Der_Ingenieur__das_unbekannte_Wesen_Ovcina_Cajacob_20150505.pdf
- Weibel, Thomas: Nerdcore. Ein Konversationslexikon für Nerds und alle, die es werden wollen. Basel: Johannes Petri.



Referate und Konferenzen

Cajacob Ovcina, Amina / Jansky, Ines: MINT-Berufe in den Medien. Referat gehalten am SWiSE-Innovationstag vom 07.03.2015 an der PH Luzern.

Hess, Tanja: Nachhaltiger Journalismus auf Twitter und Co. Referat gehalten an der Sonderchau Technik der HIGA 2015 am 13.05.2015 in Chur.

Hess, Tanja: Social Media zwischen Freizeit, Unterricht und Business oder wie wir vom Journalismus lernen können. Referat gehalten an der Lehrerweiterbildung Gewerbliche Berufsschule Chur am 22.09.2015 in Bergün.

Hess, Tanja: Digital Sketching – Data Workflow on iPad Pro for Business and Creatives. Referat gehalten am 10.12.2015 im Apple Shop, Bahnhofstrasse, Zürich.

Künzler, Matthias: Was heisst Medienqualität? Kriterien, Sichtweisen und mögliche Antworten. Referat gehalten in der Reihe «Unternehmerisches Gespräch» im «Aktionsfeld Medien & Kommunikation» des Unternehmerforums Lilienberg. Ermatingen, 01.04.2015.

Künzler, Matthias: Finanzierungsmodelle von Service Public im Ländervergleich. Impuls-Referat anlässlich der Podiumsdiskussion «Das neue RTVG: Fairer Kompromiss oder ungerechtfertigte Zwangsabgabe?» vom 21.05.2015 in Zürich, organisiert von SRG ZH SH.

Künzler, Matthias: Switzerland's media system in transition: Eight thesis on the state and the future of the media. Präsentation gehalten an der USI – University of Lugano am 05.05.2015.

Künzler, Matthias: Vermittler zwischen Gesellschaft und Unternehmen SRF: Die Trägerschaft. Referat gehalten anlässlich des «Basisseminars SRG verstehen». Zürich, 23.06.2015.

Künzler, Matthias: Alternative Organisations- und Finanzierungsformen von Service Public: Erfahrungen aus dem Ländervergleich. Referat gehalten am Sessionsanlass «Service Public» der Parlamentarischen Gruppe «Medien & Kommunikation» vom 16.09.2015 in Bern.

Künzler, Matthias: Landliebe statt Analyse? Medienwandel und Medienqualität. Referat im Rahmen der Ringvorlesung «Wer spricht denn da? Medien und Demokratie» in Zusammenarbeit mit dem Verein Medienkritik Schweiz vom 26.10.2015 in Zürich.

Künzler, Matthias: Medienlandschaft Schweiz unter besonderer Berücksichtigung der Organisationsstruktur der SRG SSR. Gastreferat gehalten in einer Vorlesung am IAM – Institut für Angewandte Medienwissenschaft – der ZHAW am 25.11.2015 in Winterthur.

Künzler, Matthias: Schweizer Werbemarkt und Medien: Zustand und Trends. Referat gehalten bei der Fachkommission Verkehr und Kommunikation der SP Schweiz am 07.12.2015 im Bundeshaus Bern.

Müller-Beyeler, Ruedi A.: Umbruch in der Unternehmenskommunikation – Chancen für neue Angebote? Referat gehalten an der Delegiertenversammlung der viscom vom 23.04.2015 in Zürich.

Stärkle, Christian: Änderung des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG). Referat gehalten anlässlich der öffentlichen Bezirks-



Matthias Künzler auf dem Podium des 2. Medienforums der SRG Ostschweiz zum Thema «Medialer Service Public für die Schweiz»

partei-Veranstaltung der SVP Bezirk Aarau vom 14.06.2015 in Aarau.

Weibel, Thomas: Aktiver Teilnehmer an der Jahresversammlung der Schweizerischen Stiftung für audiovisuelle Bildungsmedien (SSAB) vom 12.03.2015 an der Pädagogischen Hochschule Bern.

Wissenstransfer

Arnet, Martin: 100 Sekunden Orgelwissen: Von zicke bis zöcke. Gastreferat bei Windbläss – Verein Toggenburger Hausorgel, gehalten am 20.02.2015 in Nesslau SG. Auf: <http://www.windblaess.org/archiv/100-sekunden-orgelwissen/2015-02-20>

Jansky, Ines: Expertenstatement / Erwähnung im Rahmen der Präsentation von Semesterarbeiten im Rahmen eines Anlasses der schweizer informatikgesellschaft – vom 09.06.2015 in Zürich.

Jansky, Ines: Expertenstatement im Artikel «Firmen erreichen die Jungen nicht». In: 20 Minuten vom 08.05.2015, S. 18.

Köppel, Roland und MMP-Studierende: Gewinner des XAVER Award 2015 (Kategorie Special Award) mit dem Projekt «Gastro Toilet», Preisverleihung am 28.04.2015 in Zürich.

Köppel, Roland und MMP-Studierende, Vertiefung Event: «Audiovisuelle Traumparty» für Publikumswünsche direkt an den neu gewählten Bundesrat. «Glais 2», Mainstation 1901, Chur, 11.12.2015. Auf: <http://www.suedostschweiz.ch/kultur/2015-12-04/mit-musik-direkt-ins-bundeshaus>

Künzler, Matthias: Gutachter mehrerer Papers für die Jahrestagung der DGPK – Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft – vom 13.-15. Mai 2015 in Dortmund.

Künzler, Matthias: Gutachter mehrerer Papers für die internationale Tagung «Re-Inventing Journalism» vom 05./06.02.2015 an der ZHAW Winterthur.

Künzler, Matthias: Expertenstatement im Artikel «Malgré leur défaite, les adversaires de la SSR ne désarment pas et exigent des réformes». In: Le Temps vom 14.06.2015. Auf: <http://www.letemps.ch/Facet/print/Uuid/f3ae83e8-12c0-11e5-bce4-0f>

Künzler, Matthias: Expertenstatement im Artikel «En Europe, des TV publiques remises en question: six études de cas.» In: Le Temps vom 18.06.2015. Auf: <http://www.letemps.ch/suisse/2015/06/18/europe-tv-publiques-remises-question-six-etudes-cas>

Künzler, Matthias: Teilnehmer an der Podiumsdiskussion «Medialer Service Public für die Schweiz» anlässlich des 2. Medienforums der SRG Ostschweiz vom 22.09. 2015 im Kongresszentrum Einstein in St. Gallen.

Künzler, Matthias: Respondent im Seminar Journalismus am IAM – Institut für Angewandte Medienwissenschaft – der ZHAW vom 29.09.2015 in Winterthur.

Künzler, Matthias: Respondent am Nachwuchspanel des «Netzwerks Medienstrukturen» vom 15.10.2015 an der Universität Zürich.

Stärkle, Christian: Talkgast bei Oliver Wagner in der Sendung «25 Jahre Radio Argovia» auf Radio Argovia am 01.05.2015.

Vollenweider, Martin: Die Realität ist nicht genug! Auf SRF online: <http://www.srf.ch/kultur/imfokus/weblese/die-realitaet-ist-nicht-genug>

Weibel, Thomas: Mitglied der Jury «Online», Prix Europa, 17.-24.10.2015, Haus des Rundfunks, Berlin

Weibel, Thomas: «Ich wollte nie im Leben einen Computer anfassen.» Interview mit Thomas Weibel. In: Bieler Tagblatt 05.06.2015. Auf: <http://www.bielertagblatt.ch/unterhaltung/digital/ich-wollte-nie-im-leben-einen-computer-anfassen>.

Weibel, Thomas: Der Safe des kleinen Mannes: Eine kleine Kulturgeschichte des Geldbeutels. In: Geldgeschichten vom 26.05.2015. Auf: <http://www.geldgeschichten.info/artikel/der-safe-des-kleinen-mannes-eine-kleine-kulturgeschichte-des-geldbeutels/>

Weibel, Thomas: Sünder, Verführer, Konkurrent: der ungeliebte Münzautomat. In: Geldgeschichten vom 07.07.2015. Auf: <http://www.geldgeschichten.info/artikel/suender-verfuehrer-konkurrent-der-ungeliebte-muenzautomat/>

Weibel, Thomas: Die zweitälteste Leidenschaft des Menschen. Wetten? In: Geldgeschichten vom 17.03.2015. Auf: <http://www.geldgeschichten.info/artikel/die-zweitaelteste-leidenschaft-des-menschen-jede-wette/>

Weibel, Thomas: Schilling, der Euro des Mittelalters, oder: Der Geniestreich Karls des Grossen. In: Geldgeschichten vom 28.04.2015.



Tanja Hess referiert an der HIGA-Sonderausstellung «Technik» zum Thema «Smartculture»

- Auf: <http://www.geldgeschichten.info/artikel/schilling-der-euro-des-mittelalters-oder-der-geniestreich-karls-des-grossen/>
- Weibel, Thomas: Der Bleistift. Kultur kompakt. Radio SRF 2 Kultur, 15.7.2015, 12.10 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/kultur-kompakt/grexit-ueber-das-wort>
- Weibel, Thomas: Freemium – der Goldesel des digitalen Zeitalters. SRF Wissen, 5.8.2015. Auf: <http://www.srf.ch/wissen/digital/free-mium-der-goldesel-des-digitalen-zeitalters>
- Weibel, Thomas: Duschen ist gesund – und dank dem Militär populär. SRF Gesundheit, 30.1.2015. Auf: <http://www.srf.ch/gesundheit/lifestyle/duschen-ist-gesund-und-dank-dem-militaer-populaer>
- Weibel, Thomas: Bonus. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 9.1.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/bonus>
- Weibel, Thomas: Narrativ. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 22.1.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/narrativ>
- Weibel, Thomas: A4. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 26.1.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/a4-format>
- Weibel, Thomas: Tönerne Füße. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 2.2.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/toenerne-fuesse>
- Weibel, Thomas: Diskette. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 27.2.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/diskette>
- Weibel, Thomas: Papierloses Büro. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 5.3.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/papierloses-buero>
- Weibel, Thomas: Welsch. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 12.3.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/welsch>
- Weibel, Thomas: Visicalc. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 23.3.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/visicalc>
- Weibel, Thomas: Armbrust. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 9.4.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/armbrust>
- Weibel, Thomas: Tschingg. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 13.4.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/tschingg>
- Weibel, Thomas: Moore's Law. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 17.4.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/50-jahre-moores-law>
- Weibel, Thomas: Dilemma. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 28.4.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/dilemma>
- Weibel, Thomas: Bikini. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 5.5.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/bikini>
- Weibel, Thomas: Sündenbock. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 22.5.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/suendenbock>
- Weibel, Thomas: Serviette. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 26.5.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/serviette>
- Weibel, Thomas: Minox. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 25.6.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/minox>
- Weibel, Thomas: Scheitern. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 8.7.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/scheitern>
- Weibel, Thomas: Freemium. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 29.7.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/freemium>
- Weibel, Thomas: Parkuhr. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 7.8.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/parkuhr-2>
- Weibel, Thomas: Münzautomat. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 27.8.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/muenzautomat>
- Weibel, Thomas: Zippo. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 8.9.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/zippo>

Weibel, Thomas: Riesenrad. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 18.9.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/riesenrad>

Weibel, Thomas: Reservebanknoten. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 1.10.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/reservebanknoten>

Weibel, Thomas: Daumen drücken. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 7.10.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/daumen-druecken>

Weibel, Thomas: Postscheck. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 10.11.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/postscheck>

Weibel, Thomas: Emoji. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 19.11.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/das-emoji>

Weibel, Thomas: Dusche. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 27.11.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/dusche>

Weibel, Thomas: Taschenmesser. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 15.12.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/taschenmesser>

Weibel, Thomas: Digitalfotografie. 100 Sekunden Wissen. Radio SRF 2 Kultur, 21.12.2015, 6.20 Uhr. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen/digitalfotografie-2>

Blogbeiträge

Künzler, Matthias: Was heisst Medienqualität? Kriterien, Sichtweisen und mögliche Antworten. In: Blog medienkritik schweiz vom 27.05.2015. Auf: <http://medienkritik-schweiz.ch/2015/05/was-heisst-medienqualitaet-kriterien-sichtweisen-und-moegliche-antworten/>



Konvergenz multimedial und auch ganz lokal

Die Zeitung und Radio sind schon da. Tele Südostschweiz kommt auch bald. Und nun ist auch ein Teil des Instituts für Multimedia Production mit dem Bachelor-Studiengang Multimedia Production der HTW Chur eingezogen. Das neue Medienhaus der Samedia füllt sich - nun auch mit Studierenden.



Hess, Tanja: Nachhaltig Smart. Blogbeitrag. Auf: <http://www.suedostschweiz.ch/blog/ein-tag-im-leben-der-htw-chur-bildung-und-forschung/2015-05-02/nachhaltig-smart>

Hess, Tanja: iPad Pro Pencil Sketching mit Procreate App. Auf: <http://carlotta-pen.ch/2015/11/ipad-pro-pencil-sketching-mit-procreate-app/>

Hess, Tanja: IKEA Block gegen Blockade. Auf: <http://carlottapen.ch/2015/11/ikea-block-gegen-kreativitaets-blockade/>

Hess, Tanja: Digital Paper: Wacom Spark. Auf: <http://carlottapen.ch/2015/11/das-papier-wird-digital-wacom-spark/>



In der «Nacht der langen Messer» diskutierte Christian Stärkle mit Andrea Hämerle (SP) und Terzjus Caviezel (FDP) die bevorstehenden Bundesratswahlen

Hess, Tanja: Karl and Friends. Auf: <http://carlottapen.ch/2015/08/karl-and-friends/>

Hess, Tanja: Rätsel mit rosa Wolke. Auf: <http://carlottapen.ch/2015/08/raetsel-mit-der-rosa-wolke/>

Hess, Tanja: Man muss einen Strich ziehen können. Auf: <http://carlottapen.ch/2015/06/il-faut-savoir-tirer-un-trait/>

Hess, Tanja: «Charlie» Daumier. Auf: <http://carlottapen.ch/2015/02/charlie-daumier/>

Hess, Tanja: Habitat. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/mein-habitat/>

Hess, Tanja: Unglaublich, jetzt pusten sie die Atmosphäre weg! Auf: <http://feedingtheplanet.ch/unglaublich-jetzt-pusten-sie-die-atmosphaere-weg/>

Hess, Tanja: Hast du deine Fahne gehisst? Auf: <http://feedingtheplanet.ch/hast-du-deine-fahne-gehisst/>

Hess, Tanja: Wohnst du auch Open Source? Auf: <http://feedingtheplanet.ch/living-open-source/>

Hess, Tanja: Shabby Chic für mich. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/shabby-chic-fuer-mich/>

Hess, Tanja: Wer leidet zuerst? Hinweis: Nicht du! Auf: <http://feedingtheplanet.ch/wer-leidet-zuerst-hinweis-nicht-du/>

Hess, Tanja: Sonne googeln. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/sonne-googlen/>

Hess, Tanja: Urban Printing. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/urban-printing/>

Hess, Tanja: Rasende Veränderung. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/rasende-veraenderung/>

Hess, Tanja: Wachsen in der Vertikalen. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/wachsen-in-der-vertikalen/>

Hess, Tanja: The Data is the what and Engagement is the why. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/the-data-is-the-what-engagement-is-the-why/>

Hess, Tanja: Auch du musst umlernen. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/auch-du-musst-umlernen/>

Hess, Tanja: Ist da draussen eigentlich jemand? Auf: <http://feedingtheplanet.ch/ist-da-draussen-eigentlich-jemand/>

Hess, Tanja: Die Welt hat Brandlöcher. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/die-welt-hat-brandloecher/>

Hess, Tanja: Ich bin mit dem Universum verbunden. <http://feedingtheplanet.ch/ich-bin-mit-dem-universum-verbunden/>

Hess, Tanja: Früher war der Himmel im Sommer blau. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/frueher-war-der-himmel-im-sommer-blau/>

Hess, Tanja: Kulturförderung ist jetzt Hors sol. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/kulturfoerderung-ist-jetzt-hors-sol/>

Hess, Tanja: Heute ist der erste Tag der Zukunft. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/auch-die-news-brechen-wie-starkregen-ueber-uns-herein/>

Hess, Tanja: Wer barfuss geht, dem kann man nichts in die Schuhe schieben. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/wer-barfuss-geht-dem-kann-man-nichts-in-die-schuhe-schieben/>

Hess, Tanja: Wie sagen wir es den Kids? Auf: <http://feedingtheplanet.ch/wie-sagen-wir-es-den-kids/>

Hess, Tanja: Magst du Regionales? Auf: <http://feedingtheplanet.ch/iss-weniger-aber-iss-mehr-gruenes/>

Hess, Tanja: Nix ist der Reichtum der Zukunft. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/karat-der-zukunft/>

Hess, Tanja: Zwei Grad plus global heisst zehn Grad plus auf dem Land. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/zwei-grad-plus-heisst-10-grad-auf-dem-land/>

- Hess, Tanja: Zahlenfutter für Faktenfreaks. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/zahlenfutter-fuer-faktenfreaks/>
- Hess, Tanja: Rutschhang ade. <http://feedingtheplanet.ch/rutschhang-ade/>
- Hess, Tanja: Wir sind schon unterwegs. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/navigation-starten/>
- Hess, Tanja: Die Couch Potatoes wecken. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/die-couchpotatoes-wecken/>
- Hess, Tanja: Ich bunkere und du? Auf: <http://feedingtheplanet.ch/sie-werden-es-gebunkert-haben/>
- Hess, Tanja: Glückskeks: Biscuit-Factory in a Box. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/biscuit-factory-in-a-box/>
- Hess, Tanja: Wasser ist alles. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/wasser-ist-alles/>
- Hess, Tanja: Ideen bunkern. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/ideen-bunkern/>
- Hess, Tanja: Rabenschwarzer Tee der Zukunft. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/raabenschwarzer-tee-der-zukunft/>
- Hess, Tanja: Und sie lassen uns nicht mal das Gras ... Auf: <http://feedingtheplanet.ch/und-sie-lassen-uns-nicht-mal-das-gras/>
- Hess, Tanja: Mit dem Blinden sehe ich besser. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/mit-dem-blinden-sehe-ich-besser/>
- Hess, Tanja: Der Wald wandert aus. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/der-wald-wandert-aus/>
- Hess, Tanja: Mobile Migration. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/mobile-migration/>
- Hess, Tanja: Wertvoller Dreck: The International Year of Soils. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/wertvoller-dreck/>
- Hess, Tanja: Die Welt neu denken auswählen. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/die-welt-neu-denken/>
- Hess, Tanja: Die Haselnüsse gehören zu den Ersten ... Auf: <http://feedingtheplanet.ch/die-haselnuesse-gehoren-zu-den-ersten/>
- Hess, Tanja: Die Natur ist zum Artefakt geworden. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/die-natur-ist-zum-artefakt-geworden/>
- Hess, Tanja: Smarte Strategien auswählen. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/smartestrategien/>
- Hess, Tanja: Brandreden müssen sein ... Auf: <http://feedingtheplanet.ch/brandreden-muessen-sein/>
- Hess, Tanja: Wie steht es um die Erde? Auf: <http://feedingtheplanet.ch/wie-steht-es-um-die-erde/>
- Hess, Tanja: Think global, act local. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/think-global-act-local/>
- Hess, Tanja: Wir haben nicht drei Welten. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/wir-haben-nicht-drei-welten/>
- Hess, Tanja: Wir müssen was tun ... Auf: <http://feedingtheplanet.ch/wir-muessen-was-tun/>
- Hess, Tanja: Die Welt retten. <http://feedingtheplanet.ch/die-welt-retten/>
- Hess, Tanja: Mit den Wolken skypen. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/mit-den-wolken-skypen-2/>
- Vollenweider, Martin: Neues für Multimedia Producer: Blogbeitrag auf: <https://martinvollenweider.wordpress.com>
- Weibel, Thomas: Dilemma. Blogbeitrag. Auf: <http://www.blogisch.ch/dilemma>
- Weibel, Thomas: Freemium. Blogbeitrag. Auf: <http://www.blogisch.ch/freemium>
- Weibel, Thomas: Kautschuk. Blogbeitrag. Auf: <http://www.blogisch.ch/kautschuk>
- Weibel, Thomas: Milliardenschwere Gratisgames: Der Goldesel namens «Freemium». In: Geldgeschichten vom 24.03.2015. Auf: <http://www.geldgeschichten.info/artikel/milliardenschwere-gratisgames-der-goldesel-namens-freemium/>
- Weibel, Thomas: Minox. Blogbeitrag. Auf: <http://www.blogisch.ch/minox>
- Weibel, Thomas: Parkuhr. Blogbeitrag. Auf: <http://www.blogisch.ch/parkuhr>
- Weibel, Thomas: Scheitern. Blogbeitrag. Auf: <http://www.blogisch.ch/scheitern>
- Weibel, Thomas: Serviette. Blogbeitrag. Auf: <http://www.blogisch.ch/serviette>
- Weibel, Thomas: Solitaire. Blogbeitrag. Auf: <http://www.blogisch.ch/solitaire>
- Weibel, Thomas: Sündenbock. Blogbeitrag. Auf: <http://www.blogisch.ch/suendenbock>

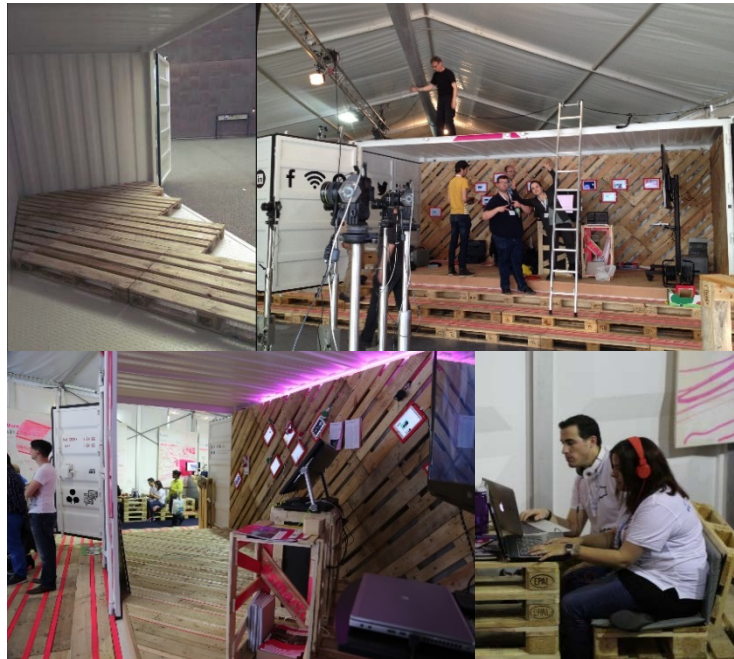
- Weibel, Thomas: Kino im Kopf. Blogbeitrag. Dokublog, 31.10.2015. Auf: <http://www.dokublog.de/a/kino-im-kopf>
- Weibel, Thomas: Grenzen sprengen. Blogbeitrag. Dokublog, 3.11.2015. Auf: <http://www.dokublog.de/a/grenzen-sprengen>
- Weibel, Thomas: Grosse Vergangenheit, grosse Zukunft. Blogbeitrag. Dokublog, 5.11.2015. Auf: <http://www.dokublog.de/a/grosse-vergangenheit-grosse-zukunft>
- Weibel, Thomas: Radio ist ein Toaster. Blogbeitrag. Dokublog, 12.11.2015. Auf: <http://www.dokublog.de/a/radio-ist-ein-toaster>
- Weibel, Thomas: Früher war alles nicht besser. Blogbeitrag. Dokublog, 17.11.2015. Auf: <http://www.dokublog.de/a/fruher-war-alles-nicht-besser>
- Weibel, Thomas: Das Quäken der neuen Zeit. Blogbeitrag. Dokublog, 27.11.2015. <http://www.dokublog.de/a/das-quaken-der-neuen-zeit>
- Weibel, Thomas: Radioblog. Mehrspur. Radio SWR 2, 6.12.2015, 19.30 Uhr. Auf: <http://www.swr.de/swr2/programm/sendungen/feature/swr2-mehrspur/-/id=659934/did=16370126/nid=659934/1uoh4w5>
- Weibel, Thomas: Geld regiert die Welt und Boni steigern die Leistung. Oder auch nicht. LGT-Finanzblog, 13.1.2015. Auf: <http://finanzblog.lgt.com/geld-regiert-die-welt-und-bonisteigern-die-leistung-oder-auch-nicht/>
- Weibel, Thomas: George Soros: Der Mann, der die Bank of England sprengte. LGT-Finanzblog, 20.1.2015. Auf: <http://finanzblog.lgt.com/george-soros-der-mann-der-die-bank-of-england-sprengte/>
- Weibel, Thomas: Kakaogeld: Der unvorstellbare Reichtum des Aztekenkönigs. LGT-Finanzblog, 10.2.2015. Auf: <http://finanzblog.lgt.com/kakaogeld-der-unvorstellbare-reichtum-des-aztekenkoenigs/>
- Weibel, Thomas: «Monopoly» vs. «Anti-Monopoly», oder: Die Spielbretter, die die Welt bedeuten. LGT-Finanzblog, 24.2.2015. Auf: <http://finanzblog.lgt.com/monopoly-vs-anti-monopoly-oder-die-spielbretter-die-die-welt-bedeuten/>
- Weibel, Thomas: Die zweitälteste Leidenschaft des Menschen. Jede Wette. LGT-Finanzblog, 17.3.2015. Auf: <http://finanzblog.lgt.com/die-zweitaelteste-leidenschaft-des-menschen-jede-wette/>
- Weibel, Thomas: Milliarden schwere Gratisgames: Der Goldesel namens «Freemium». LGT-Finanzblog, 24.3.2015. Auf: <http://finanzblog.lgt.com/milliardenschwere-gratisgames-der-goldesel-namens-freemium/>
- Weibel, Thomas: Schilling, der Euro des Mittelalters, oder: Der Geniestreich Karls des Grossen. LGT-Finanzblog, 28.4.2015. Auf: <http://finanzblog.lgt.com/schilling-der-euro-des-mittelalters-oder-der-geniestreich-karls-des-grossen/>
- Weibel, Thomas: Der Safe des kleinen Mannes: Eine kleine Kulturgeschichte des Geldbeutels. LGT-Finanzblog, 26.5.2015. Auf: <http://finanzblog.lgt.com/der-safe-des-kleinen-mannes-eine-kleine-kulturgeschichte-des-geldbeutels/>
- Weibel, Thomas: Sünder, Verführer, Konkurrent: Der ungeliebte Münzautomat. LGT-Finanzblog, 7.7.2015. Auf: <http://finanzblog.lgt.com/suender-verfuehrer-konkurrent-der-ungeliebte-muenzautomat/>
- Weibel, Thomas: Banknoten, die keiner je gesehen hat: Der Plan B der Notenbanker. LGT-Finanzblog, 18.8.2015. Auf: <http://finanzblog.lgt.com/banknoten-die-keiner-je-gesehen-hat-der-plan-b-der-notenbanker/>
- Weibel, Thomas: Ticket ins Jenseits, oder: Geld regiert weit mehr als nur die Welt. LGT-Finanzblog, 29.9.2015. Auf: <http://finanzblog.lgt.com/ticket-ins-jenseits-oder-geld-regiert-weit-mehr-als-nur-die-welt/>
- Weibel, Thomas: Der Postscheck: Die Fahrkarte in die Zukunft des Zahlungsverkehrs. LGT-Finanzblog, 27.10.2015. Auf: <http://finanzblog.lgt.com/der-postscheck-die-fahrkarte-in-die-zukunft-des-zahlungsverkehrs/>
- Weibel, Thomas: Scheck, Kreditkarte, Kryptowährung: Geht es dem Bargeld an den Kragen? LGT-Finanzblog, 24.11.2015. Auf: <http://finanzblog.lgt.com/scheck-kreditkarte-kryptowaehrung-geht-es-dem-bargeld-an-den-kragen/>
- Weibel, Thomas: Gold, Weihrauch und Myrrhe: Die Schätze der Weisen aus dem Morgenland. LGT-Finanzblog, 22.12.2015. Auf: <http://finanzblog.lgt.com/gold-weihrauch-und-myrre-die-schaetze-der-weisen-aus-dem-morgenland/>

Fotoimpressionen

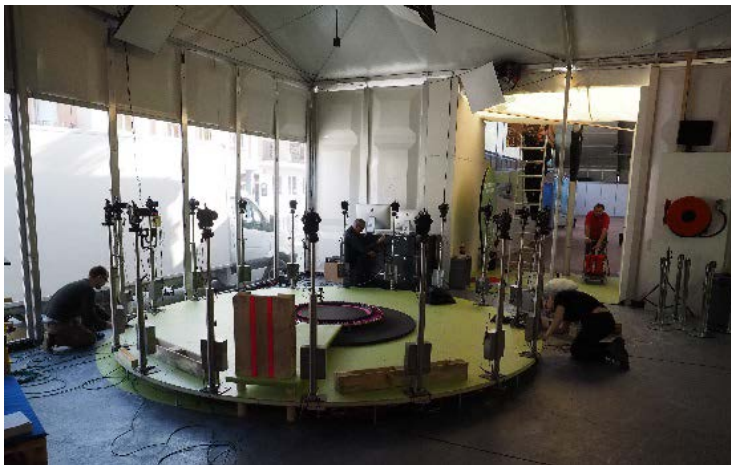
#Smartculture

«Smart denken und handeln, smart forschen und intelligente, nachhaltige Lösungen finden» – dies war die Philosophie der Sonderschau Technik, welche die HTW Chur an der Churer Frühjahrsmesse HIGA unter dem Titel #smartculture vom 09. bis 15.05.2015 veranstaltete.

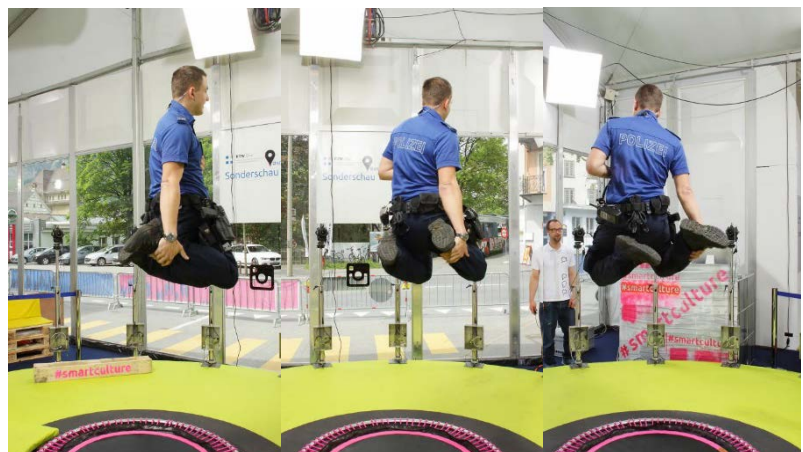
Ziel der HTW Chur war es, der Bevölkerung zu zeigen, welche technischen Veränderungen den Alltag prägen und wie die Hochschule den daraus entstandenen Herausforderungen mit neuen Antworten begegnet.



Der smartculture-Container im Aufbau und in Betrieb: Homebase für Multimedia Production durch MMP-Studierende und Zuschauer während der HIGA.



360°-Selfie: Schärfer, als die Polizei erlaubt! Diesen Spass lässt sich auch MMP-Dozent Wolfgang Bock (u.) nicht entgehen.



MMP-Dozierende und -Studierende in den Medien

Zürich, 16.12.2015

Deshalb erreichen Firmen die Jungen nicht

von Claudia Heffnann - Schweizer Unternehmen klagen, dass es an Ingenieur-Nachwuchs fehlt. Doch schuld am Mangel sind sie teils selbst, wie nun eine Studie zeigt.



Nur wenig Jugendliche entscheiden sich dafür, Ingenieur zu werden. (Bild: Colourbox.com/André de Cade Dena)

«Die meisten machen es falsch», sagt Ines Jander, Multimedia-Expertin an der Fachhochschule HTW Chur. Sie hat gemeinsam mit weiteren Forschern untersucht, wie Ingenieurbereufe auf verschiedenen Kanälen wie Youtube, Twitter oder Facebook dargestellt werden.

Die Werbung für Ingenieurbereufe zu machen und Jugendliche für eine technische Ausbildung zu begeistern, nutzen Unternehmen und Hochschulen bereits verstärkt das Internet und die sozialen Medien.

«Nach, wie's eigentlich ist, ist der Beitrag über's Wis»

Stabschefin Ciba: «Ich möchte die Kinder selber sprechen lassen» http://www.sdfbzg.org/dien/dh/akt13/wel/aktuelle-fron/iz_1_

Weiterbildung im Hamam

Am Wochenende findet auf der Lenzerheide das zweite Multimedia Festival statt. Unter dem Motto «Bildung als Wellness» werden während dreier Tage Referate, Podiumsdiskussion und Workshops durchgeführt. Und am Freitagabend verleiht eine Jury aus zehn Projekten den Digezz-Award.



Auf der Lenzerheide findet das zweite Multimedia Festival statt. Screenshot

Das Multimedia Festival der Hochschule für Technik und Wirtschaft Chur beginnt am Freitag im Hotel «Schweizerhof» auf der Lenzerheide. Ab 9 Uhr finden gemäss einer Mitteilung 15-minütige Referate zu multimedialen Themen statt. Bild: multimedia.ch

E-Mail
Facebook

Wochen Blatt

Freitag
16.12.2015

«Ich möchte die Kinder selber sprechen lassen»



Christina Brun (9) lebt 2 Monate lang mit (v.l.) Malak, Miral, Amal und Sarah im palästinensischen Flüchtlingslager (Bild: ZVG)

Christina Brun Mit «Stories Beyond The Walls» habe sich Christina Brun den ersten Platz beim Jugendprojektwettbewerb Solothurn 2015. Die einunddreissigjährige Grafikerin und Bloggerin palästinensischer Flüchtlingskinder sind noch bis am 3. Januar im Kulturraum Tatarletti zu sehen.

YIPDANS WEBER

Ein Mädchen mit einer grossen Pfandkloache, verfilzten Haaren, barfuss, mit einem etwas traurigen, unschuldigen Blick – so zeigt sich die Fiktion der aktuellen Ausstellung «Stories Beyond The Walls» im Kulturraum Tatarletti in Olten. Fünf palästinensische Kinder aus dem grossen Flüchtlingslager in Bethlehem erzählen hier die Möglichkeiten, ihr Leben, ihre Gefühle und ihre Eindrücke aus ihrer ganz spezifischen und subjektiven Sicht zu zeigen – und dies keinesfalls nur medialistisch.

Zwei Monate im Flüchtlingslager

«Ich wollte Kindern die Chance geben, für sich selbst zu sprechen und zu erzählen. Denn sie spüren zwar viel von den Konflikten, verlieren dadurch jedoch nicht ihren kindlichen Blick und ihre Lebensfreude», erklärt die 27-jährige Inhaberin Christina Brun, welche das Multimedia-Projekt mithilfe einer palästinensischen Non-Profit-Organisation vor Ort und auch durch die finanzielle Unterstützung der Kantone Solothurn verwirklichte. Die gelebte Fotofachfrau führte die Flüchtlingskinder in die Banne der Fotokunst ein, drückten den 8- bis 15-Jährigen je eine Kamera in die Hand und liess sie ihr Alltagsleben, [...]

... dass sich die Situation dort unten nicht wirklich verbessert hat. Ich möchte aufhören.» Aufgrund ihres Studiums in «Multimedia Production» an der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) in Chur für die nächste Woche zusammen nicht nur in den Herischen Film-Produktion und -Vermarktung, sondern lässt sich einen «Story-Telling»-Workshop mit der Projektzweckweisen. In erster Linie fasziniert Christina Brun soziale und gesellschaftliche Themen. So erstelle sie während ihres Studiums bereits Webproduktionen zum Thema Integration sowie Armut in der Schweiz. «Die soziale Ader wurde mir wahscheinlich vererbt. Denn mein Vater ist als Pastoralassistent in Olten und meine Mutter als Halbpädagogin tätig.»

Erster Platz in der Kategorie Jugend

Brun's Engagement für das zivilisatorische Projekt hat sich gelohnt: Nicht nur kann die Multimedialetheorie die antrainierten Bilder und Geschichten der Flüchtlingskinder noch bis am 3. Januar im Kulturraum Tatarletti an der Aarauerstrasse in Olten präsentieren, sondern sie durfte sich auch über den ersten Preis in der Kategorie «Jugend» des Jugendprojektwettbewerbs Solothurn 2015 freuen. «Ich hätte mich nicht getraut und kann den finanziellen Zuspruch wunderbar für mein Bachelorarbeit-Projekt mit erstbunten Flüchtlingsfrauen im Libanon gebrauchen», blickt Christina Brun voller Leidenschaft in die Zukunft.

Weitere Artikel

LE TEMPS

5 minutes de lecture

MÉDIAS

En Europe, des TV publiques remise: en question: six études de cas

La polémique autour de la SSR n'est pas une particularité helvétique. Ces dernières années, les services publics audiovisuels ont été remis en cause ou remaniés dans plusieurs pays. A la lumière des débats suisses, quelques exemples

Que faire avec la SSR? Depuis dimanche, responsables de diffuseur public, politiciens ou même amateurs des chaînes de radio et TV n'en finissent pas de commenter le résultat du vote à propos de la redevance. A la fin de l'année, au plus tard début 2016, le Conseil fédéral produira son très attendu rapport sur l'audiovisuel public, promet Doris Leuthard. Nouveaux échanges en vue. [...]

d'une redevance basée sur un barème adaptés aux revenus – une modulation très rare en Europe.

Cette «taxe YLE», selon le nom du diffuseur, alimente un fonds qui ne dépend pas de l'Etat. Pour un bassin de 5,4 millions d'habitants, auxquels il faut ajouter les communautés, YLE exploite quatre chaînes de TV et cinq de radio, ainsi qu'une radio en langue same avec les Suédois et Norvégiens.

■ En Irlande, crise majeure autour de la publicité

Le service public irlandais, qui comprend deux diffuseurs dont l'un est dévolu au gaélique, a connu une histoire mouvementée ces dernières années. Dès les années 1990, notamment sous pression des TV privées et des éditeurs – à l'instar des exigences des éditeurs suisses aujourd'hui – l'Etat a réduit la part de publicité sur les chaînes publiques. Conséquence, les dépenses publicitaires ont filé en majorité vers les médias anglais. «Après trois ans, le service public a frôlé la faillite», raconte Matthias Künzler, spécialiste en médias, professeur à la Haute école technique et d'économie de Colre, qui a suivi le cas. Conséquence, les autorités ont à nouveau relevé la part de publicité. Actuellement, la RTE est financée à 55,7% par la redevance, le reste en publicité, y compris sur ses sites Internet. [...]

Ein besonders ambitioniertes «digezz»-Projekt realisierten vier MMP-Studenten: Sie produzierten selbständig einen eigenen Thriller in drei Episoden à rund 20 Minuten. Vom Drehbuch über die Produktion bis hin zum Filmplakat wurde alles selbst produziert.

Tobias Imbach und Jonathan Jäggi schrieben das Drehbuch; Johannes Thüring und Sebastian Klinger betätigten sich als Regisseure. Ihre Klassenkolleginnen und -kollegen unterstützten sie bei der Realisierung tatkräftig – sei es als Statistinnen/Statisten, Visagistinnen/Visagisten oder Technikerinnen/Techniker usw.

Als Hauptdarsteller engagierte das Team professionelle Schauspieler. Bei so viel Engagement erstaunt es nicht, dass gar Beat Schlatter und Gilles Tschudi für je einen Kurzauftritt gewonnen wurden.

Der Aufwand lohnte sich: Somedia war vom Projekt so angetan, dass sie alle drei Episoden anfangs Januar auf Tele Südostschweiz ausstrahlten und die beiden Regisseure zum Talk mit «Strauch» einluden.



Weitere Fotoimpressionen



Thomas Weibel im Gespräch mit Bundesrätin Doris Leuthard anlässlich der offiziellen Feier zur Eröffnung des «Medienhauses».



Martin Arnet verfolgt als kritischer Zuschauer die Podiumsdiskussion zum medialen «Service Public».



Interessiert folgen Stephanie Morimura, Presse und Kulturattaché der US-amerikanischen Botschaft in der Schweiz, und ihr Mitarbeiter Alex Sigrist in der Education Zone den Ausführungen von Jürg Kessler (Rektor HTW Chur), Thomas Weibel und Matthias Künzler (beide IMP) über das schweizerische Bildungssystem, die HTW Chur und das IMP im Besonderen.

Kontakt

Postadresse

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
Institut für Multimedia Production
Pulvermühlestrasse 57
CH-7004 Chur

Telefon +41 (0)81 286 24 24
Telefax +41 (0)81 286 24 00

E-Mail: multimediaproduction@htwchur.ch

www.htwchur.ch/multimediaproduction

Administration und Anmeldung



Liselotte Hofer-Bollinger

Organisationsassistentin
Tel. +41 (0)81 286 24 01
Fax +41 (0)81 286 24 00
liselotte.hofer@htwchur.ch

Institutsleitung



Ruedi A. Müller-Beyeler, Prof.,

Instituts- und Studiengangsleiter
Tel. +41 (0)81 286 37 05
Fax +41 (0)81 286 37 38
ruedi.mueller@htwchur.ch



Committed to excellence



HTW Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft
Institut für Multimedia Production IMP
Pulvermühlestrasse 57
CH-7004 Chur

Telefon +41 (0)81 286 24 24

Telefax +41 (0)81 286 24 00

E-Mail hochschule@htwchur.ch

www.htwchur.ch