



**Karrieremesse für Absolventinnen,
Frauen in Fach- und
Führungspositionen und
Existenzgründerinnen**
MOC München
16. - 17. September 2021
www.her-CAREER.com
Twitter: #herCAREER,
@her_CAREER_de
Facebook: /her-CAREER
Instagram: herCAREER/
LinkedIn: /herCAREER

Interview

(17.997 Zeichen mit Leerzeichen)

„Journalismus ist ein Beruf mit Sinn“

Feldkirchen bei München, 18.08.2021

Eine vielfältige Zusammensetzung von Redaktionsteams hatten die Medien bisher selten auf dem Radar, meint Alexandra Borchardt. Die Autorin, Dozentin und Beraterin, die lange als Führungskraft bei Financial Times Deutschland und Süddeutscher Zeitung war und das Frauenwirtschaftsmagazin Plan W gründete, beschreibt in ihrem Buch „Mehr Wahrheit wagen“ die strukturellen Probleme des Journalismus und mögliche Lösungsstrategien. Im herCAREER-Interview erklärt sie, warum Diversity für Medien ein Gebot der Stunde ist und sich trotz angekratzttem Berufsbild eine Karriere im Journalismus noch immer lohnt.

Alexandra, versiegende Einnahmequellen, die Konkurrenz durch Google und Facebook oder die Vertrauenskrise der Nutzer:innen – ist der Journalismus überhaupt noch zu retten?

Da ich Optimistin bin, glaube ich daran – ja! Es gibt gute Gründe dafür, warum wir Qualitätsjournalismus retten sollten: Er ist eine wichtige Stütze unserer Demokratie. Plattformen, Stilmittel und Erzählformen – es war noch nie so einfach möglich, verschiedenste Menschen zu erreichen. Gerade in der Pandemie ist dies beispielweise auch mit Datenjournalismus und Information über aktuelle Gefahrenlagen gelungen. Die Chancen im Journalismus sind immens, doch sie werden noch zu selten ausgeschöpft.

Was ist die Hauptursache für diese Diskrepanz zwischen Möglichkeiten und ihrer praktischen Anwendung?

Die Schwierigkeit besteht vor allem darin, neue Geschäftsmodelle für Journalismus zu entwickeln. Denn die althergebrachten Ansätze funktionieren nicht mehr. Das

Pressekontakt:

Wenn Sie weitere Informationen, Bildmaterial oder Interviewpartner benötigen, wenden Sie sich bitte an:

E-Mail presse@messe.rocks
Tel.: +49 89 124 14 63-30



messe.rocks GmbH
Velaskostraße 6
85622 Feldkirchen
Deutschland
Tel.: +49 89 12 41 463-0
info@messe.rocks



**Karrieremesse für Absolventinnen,
Frauen in Fach- und
Führungspositionen und
Existenzgründerinnen**
MOC München
16. - 17. September 2021
www.her-CAREER.com
Twitter: #herCAREER,
@her_CAREER_de
Facebook: /her-CAREER
Instagram: herCAREER/
LinkedIn: /herCAREER

Anzeigengeschäft ist schwer angeschlagen und das, was oft in den Verlagen noch Geld einbringt, nämlich Print, lohnt sich immer weniger. Die Auflagen von Zeitungen und Zeitschriften bewegen sich steil nach unten, wie der neue Digital News Report des Reuters Institute an der Universität Oxford bestätigt hat. Das ist weltweit die größte Studie über digitalen Medienkonsum. Dieses Jahr wurden rund 90.000 Mediennutzer:innen aus sechsundvierzig Ländern befragt. Die Aufgabe der Medien ist es also, Menschen dazu zu bewegen, auch auf digitalen Plattformen journalistische Inhalte zu abonnieren und dafür zu bezahlen oder andere Einnahmequellen zu erschließen.

Du betonst aber: Neue Geschäftsmodelle alleine werden nicht reichen – die Probleme sind auch inhaltlicher Natur. Es fehlt bisweilen an der Relevanz für die Konsument:innen. Inwiefern hat die Corona-Pandemie daran etwas verändert?

Das Vertrauen in Journalismus und in die Medien hat während der Pandemie sehr deutlich zugenommen. Wie der Digital News Report belegt, zieht sich dieses Phänomen durch sehr viele Länder. Das heißt: Es gibt eine schweigende Mehrheit, die es sehr schätzt, was die Medien machen. Doch eine lautstarke Minderheit radikalisiert sich zunehmend. Journalist:innen werden viel häufiger angegriffen als noch vor ein paar Jahren. Das geschieht massiv in den sozialen Netzwerken aber auch auf der Straße, wenn sie über Demonstrationen berichten möchten.

Journalismus neigt aber doch bisweilen auch zu Negativität, Lautstärke oder Effekthascherei. Fokussieren sich die Medien zu stark auf Hass und Hetze im Netz?

Da die angesprochenen Medien-Verächter zum Teil sogar gewalttätig sind, kann man sie nicht einfach ignorieren. Doch wie thematisiert man das, ohne diesen Menschen zu viel Raum zu geben? Das ist wirklich ein Dilemma und eine Gratwanderung, hier das richtige Maß zu treffen. Journalismus hat die Aufgabe, Missstände aufzudecken. Deswegen nennt man die Medien ja auch die vierte Gewalt. Es gehört quasi zur Jobbeschreibung, anzusprechen, was schief geht. Das Problem ist: Vieles geht auch gut, und die Menschen spüren, wenn ihre alltäglichen Erfahrungen nicht viel mit dem zu tun haben, was sie in den Nachrichten serviert

Pressekontakt:

Wenn Sie weitere Informationen, Bildmaterial oder Interviewpartner benötigen, wenden Sie sich bitte an:

E-Mail presse@messe.rocks
Tel.: +49 89 124 14 63-30



messe.rocks GmbH
Velaskostraße 6
85622 Feldkirchen
Deutschland
Tel.: +49 89 12 41 463-0
info@messe.rocks



**Karrieremesse für Absolventinnen,
Frauen in Fach- und
Führungspositionen und
Existenzgründerinnen**
MOC München
16. - 17. September 2021
www.her-CAREER.com
Twitter: #herCAREER,
@her_CAREER_de
Facebook: /her-CAREER
Instagram: herCAREER/
LinkedIn: /herCAREER

bekommen. Journalismus darf sich nicht auf Katastrophen und Probleme beschränken.

Worauf kommt es bei zielgruppenadäquatem Journalismus vor allem an?

Nutzer:innen möchten nicht nur vom Leid anderer hören oder unterhalten werden, sondern sie wollen vor allen Dingen etwas lernen und über Themen aufgeklärt werden, die für ihr unmittelbares Leben relevant sind. Und da haben unterschiedliche Zielgruppen sehr unterschiedliche Bedürfnisse. Journalismus sollte den Konsument:innen auf Augenhöhe begegnen und ihre Sprache sprechen. In Umfragen zeigt sich jedoch immer wieder: Der Journalismus ist stark darin, über aktuelle Entwicklungen zu informieren, und ganz schwach darin, die richtige Tonlage zu treffen. Medien müssten zukunftsgerichtet informieren. Da setzen neue Ansätze wie konstruktiver Journalismus an. Das heißt nicht alles in rosaroten Farben malen oder zu verschweigen, wenn wir in einem Schlamassel stecken. Aber es ist wichtig, auch mögliche Wege aufzuzeigen, wie wir da wieder herauskommen.

Warum schreiben Journalist:innen so oft an ihrem Publikum vorbei?

In den Redaktionen fehlt es häufig an Vielfalt. In Deutschland hat jede vierte Person eine Einwanderungsgeschichte. Im Journalismus hingegen spiegelt sich das überhaupt nicht wider – vor allem in den leitenden Positionen nicht. Chefredakteure sind meistens ältere Männer und die meisten Redakteur:innen orientieren sich nicht an den Bedürfnissen ihres Publikums, sondern daran, wie sie den Chefredakteur oder ihre unmittelbaren Vorgesetzten beeindrucken können. Eine solche Perspektive fördert nicht gerade das Vertrauen in die Medien. Wenn Menschen sich nicht im Journalismus repräsentiert fühlen, werden sie abschalten.

Pressekontakt:

Wenn Sie weitere Informationen, Bildmaterial oder Interviewpartner benötigen, wenden Sie sich bitte an:

E-Mail presse@messe.rocks
Tel.: +49 89 124 14 63-30

Inwiefern ist Vielfalt eine vertrauensbildende Maßnahme?

Der neue Digital News Report widmet dem Thema Fairness im Journalismus ein ganzes Kapitel. Da geht es vor allem darum, wie stark bestimmte gesellschaftliche Gruppen in den Medien überhaupt vorkommen.

Frauen fühlen sich beispielsweise weniger fair behandelt als Männer. Das kann zur Folge haben, dass Frauen weniger Nachrichten-Medien konsumieren. Es ist



messe.rocks GmbH
Velaskostraße 6
85622 Feldkirchen
Deutschland
Tel.: +49 89 12 41 463-0
info@messe.rocks



**Karrieremesse für Absolventinnen,
Frauen in Fach- und
Führungspositionen und
Existenzgründerinnen**
MOC München
16. - 17. September 2021
www.her-CAREER.com
Twitter: #herCAREER,
@her_CAREER_de
Facebook: /her-CAREER
Instagram: herCAREER/
LinkedIn: /herCAREER

Aufgabe des Journalismus, die Gesellschaft so abzubilden, wie sie ist, und da hat er ganz schön Nachholbedarf. Die Verlage haben jahrzehntelang überhaupt nicht auf Vielfalt geachtet. Die Journalisten-Ausbildung ist eine sehr homogene Sache.

Inwiefern?

Da müssen Leute einen Wissenstest absolvieren, der eine ganz bestimmte Art von Bildung voraussetzt. Redaktionen haben sich immer weiter akademisiert und die Vielfalt in den Redaktionen hat über die Jahre abgenommen. Früher konnte man noch ohne Studium Journalist:in werden, heute hat man als Nicht-Akademiker:in kaum Chancen, ein Volontariat zu bekommen, zumindest bei den großen Marken. Das Bewusstsein, dass da wichtige Perspektiven auf die Gesellschaft fehlen, wächst erst langsam wieder.

Erfassen denn Medienhäuser oder Redaktionen heute, wie vielfältig sie berichten oder wie vielfältig sie aufgestellt sind bei ihrem Personal?

Da ist Deutschland ganz weit hinten. In anderen Ländern gibt es jedoch gute Beispiele. Die BBC etwa nimmt ihren Auftrag vielfältig zu berichten sehr ernst als öffentlich-rechtlicher Sender. Auch die New York Times geht diesen Weg. Dort hat man ganz klare Ziele gesetzt für verschiedene Gesellschaftsgruppen. Die Lokalredaktionen haben es da natürlich deutlich schwerer. Sie können froh sein, wenn sie überhaupt jemand finden, der oder die dort den Job machen möchte. Insgesamt hat der Journalismus zunehmend ein Personalproblem. Junge Menschen fragen sich, ob sie sich das antun möchten.

Gute Frage: Schlechtes Image, miese Arbeitsaussichten, eher geringe Bezahlung, teils sogar Gefahr für Leib und Leben – warum sollten sich junge Menschen für Journalismus entscheiden?

Journalismus ist ein super Beruf, wenn man etwas über die Welt lernen möchte und das auch gerne anderen vermittelt. Es ist ein Beruf mit Sinn, denn Journalismus ist extrem wichtig für eine funktionierende Demokratie. Nur wenn Bürger:innen gut informiert sind, können sie überlegte Entscheidungen treffen. Für mich war das eine unglaubliche Motivation. Heute kommt hinzu, dass Journalismus ein sehr vielfältiger und digitaler Beruf geworden ist. In so gut wie allen Häusern

Pressekontakt:

Wenn Sie weitere Informationen, Bildmaterial oder Interviewpartner benötigen, wenden Sie sich bitte an:

E-Mail presse@messe.rocks
Tel.: +49 89 124 14 63-30



messe.rocks GmbH
Velaskostraße 6
85622 Feldkirchen
Deutschland
Tel.: +49 89 12 41 463-0
info@messe.rocks



**Karrieremesse für Absolventinnen,
Frauen in Fach- und
Führungspositionen und
Existenzgründerinnen**
MOC München
16. - 17. September 2021
www.her-CAREER.com
Twitter: #herCAREER,
@her_CAREER_de
Facebook: /her-CAREER
Instagram: herCAREER/
LinkedIn: /herCAREER

wird medienübergreifend gearbeitet. Früher musste man sich entscheiden, macht man Text, Fernsehen oder Radio – und da blieb man dabei. Heute kann man diverse Erzählformen bedienen und sich in unterschiedlichste Richtungen entwickeln – zum Beispiel was Podcast, Newsletterstrategie, Datenjournalismus oder Audience Development angeht. Im Journalismus lernt man recherchieren, wie Storytelling geht und was es im Marketing braucht. Wer sich also im Journalismus qualifiziert, dem werden auch anderswo die Türen offenstehen.

Demnach ist das angekratzte Image des Berufs eher ein Kommunikationsproblem?

Nun ja, vielen jungen Menschen ist eben ein festes Arbeitsverhältnis und ein gutes Einkommen sehr wichtig. Das bietet Journalismus nicht immer. Doch es fehlt auch an Role Models. Früher war es sehr hoch angesehen Journalist oder Journalistin zu werden. Heute gilt es als cooler, Influencern nachzueifern. Vor allem Leute mit technischem Background gehen lieber zu Google, Facebook oder anderen Plattform-Unternehmen, wo die Gehälter höher und die Arbeitsbedingungen angenehmer sind.

Stichwort Datenjournalismus. Wie verändert sich dadurch das Berufsfeld des Journalismus?

Da muss man unterscheiden: Einerseits geht es um Recherchen, die sich die große Menge an Daten zunutze machen, die heute verfügbar sind. Damit lassen sich ganz neue Geschichten erzählen. Redaktionen nutzen Daten aber auch im Marketing oder dafür, Informationen zu personalisieren und Menschen die Themen auszuspielen, für die sie sich besonders interessieren. Dann gibt es noch den sogenannten Roboter-Journalismus. Damit lassen sich Themen abdecken, die sonst sehr aufwändig aber ohne großen Mehrwert bearbeitet werden müssten. Das betrifft etwa Unternehmens-, Börsen- oder Sportberichte. Auch Wetter-, Verkehrs- oder Pandemielageberichte oder Beobachtungen der Immobilienmärkte funktionieren gut mit Datenjournalismus, da man viele Daten hat und die Informationen ein klares Schema haben. Journalist:innen bekommen dann mehr Freiraum, ihre Zeit in investigative Recherchen zu investieren. So können Medien besondere Geschichten anbieten, die andere nicht haben. Das ist die Basis dafür, loyale Nutzer:innen zu gewinnen.

Pressekontakt:

Wenn Sie weitere Informationen, Bildmaterial oder Interviewpartner benötigen, wenden Sie sich bitte an:

E-Mail presse@messe.rocks
Tel.: +49 89 124 14 63-30



messe.rocks GmbH
Velaskostraße 6
85622 Feldkirchen
Deutschland
Tel.: +49 89 12 41 463-0
info@messe.rocks



**Karrieremesse für Absolventinnen,
Frauen in Fach- und
Führungspositionen und
Existenzgründerinnen**
MOC München
16. - 17. September 2021
www.her-CAREER.com
Twitter: #herCAREER,
@her_CAREER_de
Facebook: /her-CAREER
Instagram: herCAREER/
LinkedIn: /herCAREER

**Wie stark vertrauen Konsument:innen dem sogenannten
Roboterjournalismus, der nicht von Menschen geschrieben oder gemacht
ist?**

Solange die Medien damit sehr transparent umgehen und nicht so tun, als wären Inhalte menschengemacht, haben Nutzer:innen damit kein Problem. Viele finden es sogar gut, wenn sie dadurch einen Service bekommen, den kleine Redaktionen sonst gar nicht anbieten könnten.

**Inwiefern transportieren dabei genutzte Algorithmen aus Deiner Sicht
Vorurteile gegenüber bestimmten Gesellschaftsgruppen?**

Algorithmen sind nur so gut, wie Menschen sie geschrieben haben. Sie transportieren oft die Stereotype, die es in der Gesellschaft gibt. Aber wir sollten uns im Klaren sein, dass auch mediale Inhalte, die von Menschen produziert werden, nicht vorurteilsfrei sind. Doch Medien können Algorithmen auch zur Kontrolle einsetzen. Da schaut man sich zum Beispiel an, wie das Geschlechterverhältnis in den Beiträgen ist, wie viele Männer und Frauen interviewt werden oder wie die Verteilung auf Fotos aussieht.

**Noch einmal zurück zum Berufsbild Journalismus. Was sind die wichtigsten
Kompetenzen, die Journalisten heute mitbringen sollten?**

Kompetenzen wie Neugier und Hartnäckigkeit. Sie sollten getrieben sein von dem Wunsch, Geschichten zu erzählen. Das hat eine Studie ergeben, die ich in Oxford in Kooperation mit der Uni Mainz durchgeführt habe. Beim Thema Sprache ging die Meinung etwas auseinander: Die Mehrheit der Medienvertreter:innen sehen hohe sprachliche Kompetenzen als Grundvoraussetzung. Doch inzwischen lassen sich auch über Video, Podcasts, Datenanalysen oder Bildsprache viele Inhalte umsetzen. In den meisten Redaktionen werden Leute gesucht, die ein Fachstudium abgeschlossen haben. Physik, Mathematik, Biologie, Medizin, Jura – ganz egal. In den Lokalredaktionen wiederum müssen Journalist:innen vor allem in der Lage sein, Menschen zum Reden zu bringen. Jedenfalls muss man kein Journalismusstudium abgeschlossen haben, um die Karriere einzuschlagen. Das habe ich übrigens auch nicht.

Pressekontakt:

Wenn Sie weitere Informationen, Bildmaterial oder Interviewpartner benötigen, wenden Sie sich bitte an:

E-Mail presse@messe.rocks
Tel.: +49 89 124 14 63-30



messe.rocks GmbH
Velaskostraße 6
85622 Feldkirchen
Deutschland
Tel.: +49 89 12 41 463-0
info@messe.rocks



**Karrieremesse für Absolventinnen,
Frauen in Fach- und
Führungspositionen und
Existenzgründerinnen**
MOC München
16. - 17. September 2021
www.her-CAREER.com
Twitter: #herCAREER,
@her_CAREER_de
Facebook: /her-CAREER
Instagram: herCAREER/
LinkedIn: /herCAREER

Du bist ein gutes Beispiel dafür, dass im Journalismus verschiedene Tätigkeitsfelder möglich sind. Wie hat sich Deine Karriere so vielfältig entwickelt?

Als junge Journalistin konnte ich mir keine Führungskarriere vorstellen. Ich wollte schreiben. Aber dann verlief es doch recht klassisch: Bei der Financial Times Deutschland bin ich von der Reporterin zur Teamleiterin aufgestiegen. Ich habe gemerkt, dass Führung mir liegt, weil ich Menschen begeistern und dazu bewegen kann, viel beizutragen. Außerdem bot mir Führung mehr Zeit-Souveränität. Als Reporterin kann man nicht sagen, das mache ich jetzt nicht, wenn irgendwo ein Attentat ist oder ein Haus einstürzt. Als Führungskraft hingegen kann man, ja man muss sogar delegieren. Man kann den Alltag besser strukturieren – was für das Familienleben sehr förderlich war. Jedenfalls bin ich dann mehr als 15 Jahre in Führungspositionen gewesen, darunter sechs Jahre lang als Chefin vom Dienst bei der Süddeutschen Zeitung, wo ich auch das Frauenwirtschaftsmagazin Plan W gegründet habe.

Auch wenn eine Führungsposition mehr Flexibilität bot: Du hast zwei Kinder und musstest Beruf und Familie unter einen Hut bringen. Wie ist Dir das gelungen?

Das lag nicht gerade an der Flexibilität meiner Arbeitgeber, sondern vielmehr daran, dass mein Mann mich sehr unterstützt hat. Er hat mir den Rücken freigehalten wie man so schön sagt. Wir haben ein ganz traditionelles Modell gelebt, nur umgekehrt. Sowas wie Führung in Teilzeit wäre damals undenkbar gewesen.

Pressekontakt:

Wenn Sie weitere Informationen, Bildmaterial oder Interviewpartner benötigen, wenden Sie sich bitte an:

E-Mail presse@messe.rocks
Tel.: +49 89 124 14 63-30

Das hat sich verändert?

Auf jeden Fall. Flexibilität und neue Karrieremodelle sind heute ganz stark gefragt und da müssen sich die Redaktionen etwas einfallen lassen. Aber man sollte sich auch keine Illusionen machen: Es ist immer anspruchsvoll, Beruf und Familie zu vereinbaren, vor allem in der sogenannten Rushhour des Lebens zwischen 30 und 40. Doch als Journalist:innen lernen wir, uns schnell in neue Themen einzuarbeiten. Da gelingt es auch leicht, nach einer Phase der Auszeit oder



messe.rocks GmbH
Velaskostraße 6
85622 Feldkirchen
Deutschland
Tel.: +49 89 12 41 463-0
info@messe.rocks



**Karrieremesse für Absolventinnen,
Frauen in Fach- und
Führungspositionen und
Existenzgründerinnen**
MOC München
16. - 17. September 2021
www.her-CAREER.com
Twitter: #herCAREER,
@her_CAREER_de
Facebook: /her-CAREER
Instagram: herCAREER/
LinkedIn: /herCAREER

Reduzierung der Arbeitszeit wieder mit etwas Neuem einzusteigen. Lernbereitschaft ist übrigens keine Frage des Alters. Ich war 50 Jahre, als ich nach Oxford gegangen bin, um Leadership-Programme aufzubauen.

Was war der Grund, weshalb Du Dich noch einmal beruflich neu erfinden wolltest?

Irgendwann hatte ich das Gefühl, noch mehr über den Beruf Journalismus und die Zukunft der Medien erfahren zu müssen. Am Reuters Institute der Universität Oxford konnte ich die Fortbildungsprogramme für Führungskräfte neu entwickeln. Dort habe ich leitende Medienmanger:innen zusammengebracht, die sich gegenseitig von ihren Erfahrungen berichteten. Das waren intensive Einblicke, von denen ich heute sehr stark profitiere – in meiner Tätigkeit als Lehrende an der Universität der Künste in Berlin und der Hamburg Media School sowie als Coach und Beraterin für digitale Transformation.

Inwiefern ist Dein Beispiel, dass man auch später im Leben noch einen neuen Karriereanlauf nehmen kann, heute schon Normalität?

In Bezug auf Altersdiversität im Journalismus habe ich leider nicht so viele Hoffnungen. Gerade wenn es um Digitalthemen geht, kommen in Redaktionen vorwiegend Dreissigjährige in Führung, weil man denen einfach mehr Digitalkompetenz zutraut – Stichwort Digital Natives. Die älteren Redakteur:innen bekommen hingegen Abfindungsangebote. Das würde auch anders gehen: In unserem Stipendiaten-Programm der Hamburg Media School reichte die Altersbandbreite der Teilnehmenden von 28 bis 59 Jahre. Das war ein tolles und sehr bereicherndes Erlebnis. Durch einen respektvollen Umgang und große Lernbereitschaft haben sich alle sehr stark weiterentwickelt. Das ist aber bis heute die Ausnahme.

Kann Vielfalt allein die Probleme des Journalismus lösen?

Vielfalt ist ein Muss und Kern der digitalen Transformation. Denn das heißt auch, dass Angebote den Bedürfnissen der Konsument:innen entsprechen sollen – und das geht nicht ohne Vielfalt. Aber natürlich reicht das allein nicht. Erfolgreich sind diejenigen, die in der Vielzahl der Angebote und der Konkurrenz von Plattformen

Pressekontakt:
Wenn Sie weitere Informationen, Bildmaterial oder Interviewpartner benötigen, wenden Sie sich bitte an:

E-Mail presse@messe.rocks
Tel.: +49 89 124 14 63-30



messe.rocks GmbH
Velaskostraße 6
85622 Feldkirchen
Deutschland
Tel.: +49 89 12 41 463-0
info@messe.rocks



**Karrieremesse für Absolventinnen,
Frauen in Fach- und
Führungspositionen und
Existenzgründerinnen**
MOC München
16. - 17. September 2021
www.her-CAREER.com
Twitter: #herCAREER,
@her_CAREER_de
Facebook: /her-CAREER
Instagram: herCAREER/
LinkedIn: /herCAREER

bestehen können. Damit qualitativ hochwertiger Journalismus eine Zukunft hat, ist auch die Politik gefragt. Man könnte mehr Geld in Ausbildungsförderung stecken und Stipendien für Menschen mit verschiedensten Hintergründen vergeben – das sollte man nicht nur Google und Facebook überlassen, die hier eine Menge tun, dabei aber natürlich auch ihre eigenen Interessen im Blick haben. Die größte Verantwortung liegt aber bei den Redaktionen selbst: Sie brauchen stabile Beziehungen zu ihren Nutzer:innen. Dann werden auch die Einnahmen fließen.

Auf der Messe herCAREER in München spricht Alexandra Borchardt im Authors-Meetup über ihr neuestes Buch „Mehr Wahrheit wagen“: am Donnerstag 16. September 2021 von 11.50 bis 12.30 Uhr.

Über Alexandra Borchardt

Prof. Dr. Alexandra Borchardt ist Autorin, Dozentin und Beraterin. Sie war mehr als zwei Jahrzehnte im tagesaktuellen Journalismus tätig – zunächst bei der Deutschen Presse Agentur, später bei der Financial Times Deutschland. Zuletzt war sie Chefin vom Dienst der Süddeutschen Zeitung. Heute unterstützt sie als Coach des internationalen Medienverbandes Wan-Ifra lokale und regionale Medienhäuser in Europa bei der digitalen Transformation. Außerdem engagiert sich die Politikwissenschaftlerin, die einen Dokortitel von der Tulane University New Orleans hat, als Co-Leiterin des Masterstudiengangs Kulturjournalismus an der Universität der Künste in Berlin sowie des Journalism Innovators Program an der Hamburg Media School. An der TU München unterrichtet sie als Honorarprofessorin Leadership und Digitalisierung. Dem renommierten Reuters Institute for the Study of Journalism der University of Oxford ist sie als Senior Research Associate verbunden geblieben. Nach dem Buch „Mensch 4.0 – Frei bleiben in einer digitalen Welt“, das 2018 erschien, veröffentlichte sie in 2020 ihre Analyse zum Status quo des Journalismus „Mehr Wahrheit wagen – Warum die Demokratie einen starken Journalismus braucht“.

Pressekontakt:

Wenn Sie weitere Informationen, Bildmaterial oder Interviewpartner benötigen, wenden Sie sich bitte an:

E-Mail presse@messe.rocks
Tel.: +49 89 124 14 63-30



messe.rocks GmbH
Velaskostraße 6
85622 Feldkirchen
Deutschland
Tel.: +49 89 12 41 463-0
info@messe.rocks



**Karrieremesse für Absolventinnen,
Frauen in Fach- und
Führungspositionen und
Existenzgründerinnen**
MOC München
16. - 17. September 2021
www.her-CAREER.com
Twitter: #herCAREER,
@her_CAREER_de
Facebook: /her-CAREER
Instagram: herCAREER/
LinkedIn: /herCAREER

Über die herCAREER

Die herCAREER ist DIE Plattform für die weibliche Karriereplanung. Die deutsche Leitmesse findet vom 16. bis 17. September 2021 bereits zum sechsten Mal in München statt – erstmals in neuer Location, dem MOC. Rund um die Messe schafft die herCAREER weitere Angebote, die für Jobeinsteiger:innen, Fach- und Führungskräften sowie Gründer:innen Netzwerke erschließen, die sie beruflich besser und schneller voranbringen.

Das Besondere an der herCAREER: Sie bricht Hierarchien auf und ermöglicht einen Austausch auf Augenhöhe. Die Besucher:innen können vom Wissen der Community und von den Erfahrungen und dem Know-how erfahrener Role Models und Insider lernen. Auf der herCAREER kommen sie in lockerer Atmosphäre mit Expert:innen ins Gespräch und können ihr berufliches Netzwerk strategisch und gezielt ausbauen. Damit setzt die Messe auf dem Trend auf, dass inzwischen nahezu jeder 2. Job über persönliche Kontakte besetzt wird.

Einzigartig ist auch das Ausstellungsspektrum: Im Fokus stehen Arbeitgeber aus verschiedensten Branchen, Weiterbildungsangebote, Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Angebote für Gründer:innen und Unternehmer:innen. Ergänzt wird das Leistungsspektrum um den Themenbereich Finanzen, Geld und Vorsorge. Außerdem stellen Unternehmen bei den Future Talks vor, an welchen Innovationen sie arbeiten und wie sie Digitalisierung und New Work vorantreiben.

Angereichert wird das Programm um über 60 Vorträge und Diskussionen mit Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik sowie um rund 300 MeetUps und Talks mit Role Models. Darunter sind auch zahlreiche Gründerinnen, die bereit sind, ihr Wissen zu teilen und über ihre Erfahrungen und Lernkurven zu berichten. Das umfangreiche Vortragsprogramm ist im Eintrittspreis inkludiert. Für Studierende sowie Absolventinnen und Absolventen ist die Messe kostenfrei sowie die An- und Heimreise mit FlixBus aus dem gesamten Bundesgebiet. www.her-career.com/FlixBus

Weitere Informationen über die Karrieremesse für Frauen gibt es unter www.her-career.com, über Facebook: www.facebook.com/herCAREER.de/ über Twitter @her_CAREER_de, #herCAREER, Instagram www.instagram.com/herCAREER/ und bei LinkedIn www.linkedin.com/company/herCAREER. Bereits wie im Vorjahr ist die Veranstaltung in einigen Bundesländern als Weiterbildungsveranstaltung anerkannt: www.her-career.com/Bildungsurlaub

Pressekontakt:

Wenn Sie weitere Informationen, Bildmaterial oder Interviewpartner benötigen, wenden Sie sich bitte an:

E-Mail presse@messe.rocks
Tel.: +49 89 124 14 63-30

Über Natascha Hoffner

Natascha Hoffner ist die Initiatorin der herCAREER – der Plattform für die weibliche Karriereplanung. Sie verfügt über 20 Jahre Erfahrung in der Messebranche und gründete 2015 die messe.rocks GmbH mit Sitz im Münchner Osten. Sie möchte es nicht hinnehmen, dass die Gleichstellung von Männern und Frauen in der Arbeitswelt laut Prognose des Weltwirtschaftsforums erst in 136 Jahren erreicht wird und tut alles dafür, dass das schneller geht. Rund um die Messe herCAREER hat die Geschäftsführerin der messe.rocks GmbH zahlreiche Angebote zur Vernetzung und Information von Frauen lanciert: Expert:innen-Interviews, den Podcast herCAREER oder den digitalen herCAREER-Jobmatch. Demnächst launcht sie die herCAREER-Lunchdates für den fachlichen Karriere-Austausch zu Themen wie Berufseinstieg, Aufstieg ins nächste Karrierelevel oder Gründung.



messe.rocks GmbH
Velaskostraße 6
85622 Feldkirchen
Deutschland
Tel.: +49 89 12 41 463-0
info@messe.rocks