

Alexandra Stark

Studienleiterin Diplomausbildung Journalismus, MAZ

alexandra.stark@maz.ch

Tipps & Tricks beim Planen von cross- und multimedialen Inhalten

Gute Planung spart Ressourcen, nimmt den Druck und erhöht die Qualität. Schon mit kleinem Aufwand kannst du eine grosse Wirkung erzielen.

Dieses Handout basiert auf einem Workshop, an dem Alexander Sautter, Programmentwickler SRF, mitgearbeitet hat

1. Gute Planung beginnt beim Nutzer.
Denk vom Nutzer/ Output her (wer sind die User, was ist das Bedürfnis und wie viel will das Publikum wann auf welchem Kanal und in welcher Kombination von Kanälen?)
2. Gute Planung setzt Wissen und Verständnis voraus.
 - Über die *Strategie des Hauses* (sendungsnah oder stand-alone?)
 - Über die *Marke / Sendung* (für was stehen wir und was machen wir aus diesem Grund und was nicht?)
 - Über die *Kanäle und Plattformen* (auf welchem Kanal? Kenne die Besonderheiten der verschiedenen Plattformen)
 - Über *Tools und Technik* (damit die richtige Technologie journalistisch sinnvoll eingesetzt wird und wir Dinge nicht nur deshalb tun, weil es möglich ist).
3. Gute Planung beginnt bei Geschichten.
Denk erst in Geschichten, nicht in Themen! Und erst dann in Kanälen. Denk niemals (niemals!) in Tools!
4. Gute Planung denkt Cross- und Multimedia von Anfang an mit.
 - Crossmedia: Welche Kanäle machen für unsere Geschichten Sinn?
 - Multimedia: Wie setzen wir unsere Geschichten im Netz um? (Siehe Storytelling-Tool www.maz.ch/storytelling-tool)
5. Gute Planung ist langfristig.
Online (Multimedia) ist der langsamste Kanal. Der «Langsamste» im Team bestimmt das Tempo».
6. Gute Planung schont Ressourcen.
Gutes Online ist aufwendig. Je weniger Ressourcen, desto mehr Planung.
7. Gute Planung umfasst auch den Verzicht.
Kill your darlings. Und zwar von Anfang an.

8. Gute Planung ist verbindlich, klar kommuniziert und nachvollziehbar.
Planung muss immer überall für alle Beteiligten nachvollziehbar sein, auch wenn sie erst später einsteigen. Es braucht Mindeststandards für Einträge in ein Planungstool:
 - Gedanken ausformulieren (keine Stichworte), keine Abkürzungen.
 - Übergaben sicherstellen (Zeit für mündliche Nachfragen einplanen).
 - Mail-Regel: Es ist nur kommuniziert, was quittiert ist.
 - Planungsstand (verbindlich) und Planungsprozess (Generierung weiterer Ideen) müssen getrennt sein.

9. Gute Planung ist Bring- und Holschuld zugleich.
Wissen über den Planungsstand ist nicht nur ein Bringschuld des Planers, sondern auch eine Holschuld aller Beteiligten.

10. Gute Planung ist umfassend und fokussiert.
Sie beantwortet folgende Fragen:

Was (Themen, Form) und was nicht (Verzichtsplanung) bekommt **unser Publikum** (unser erweitertes Publikum)
wann (Publikationstermin, Kadenz) auf **welchem** Kanal / welcher **Kombination** von Kanälen (R, TV, O, Social Media, ...)
warum (publizistisches Konzept / Publikumsbedürfnisse)?

11. Gute Planung umfasst immer den Einsatz von Ressourcen.
Sie beantwortet folgende Fragen:

Wer (Zuständigkeit, Verantwortung) macht es in welchem Zeitraum (Planung) womit (Ressourcen, Know-how, Infrastruktur) und wie (Prozesse, Abläufe)?

12. Gute Planung ist koordiniert.
Du kannst es nicht alleine, also beziehe frühzeitig viele Leute mit ein (Programmierer, Design, Archiv, etc). Wissen, wer was kann und welche Ressourcen jemand wann zur Verfügung hat und was wie lange dauert / wie aufwendig ist.
Und immer daran denken: Plane die Planung!

13. Gute Planung bezieht bereits Vorhandenes ein.
Nutze vorhandenes Material (besser) | Geschichten besser über die Zeit stückeln und neue Zugänge bieten / bündeln.

14. Gute Planung muss immer einer besseren Geschichte weichen.
Trotzdem gilt: Nur wer ein Plan hat, kann ihn auch über den Haufen werfen.