

Berlin, 27. September 2018

Neuausrichtung der Medienarbeit bei Fraport

Alexander Zell, Leiter Media Relations



Fraport in Zahlen

Ein Airport-Konzern: kompetent – erfahren – international



Konzernumsatz:

2.934 Mio €



Beschäftigte im Konzern

24.598



Flugbewegungen im Jahr

475.537



Tonnen Cargo

2,2 Mio

In Frankfurt

**64,5 Mio
Passagiere
in 2017**



Von FRA starten
99 Airlines
zu weltweit
311 Zielen
in 97 Ländern



Fraport AG ist an
30 Flughäfen
weltweit aktiv



Passagierzufriedenheit

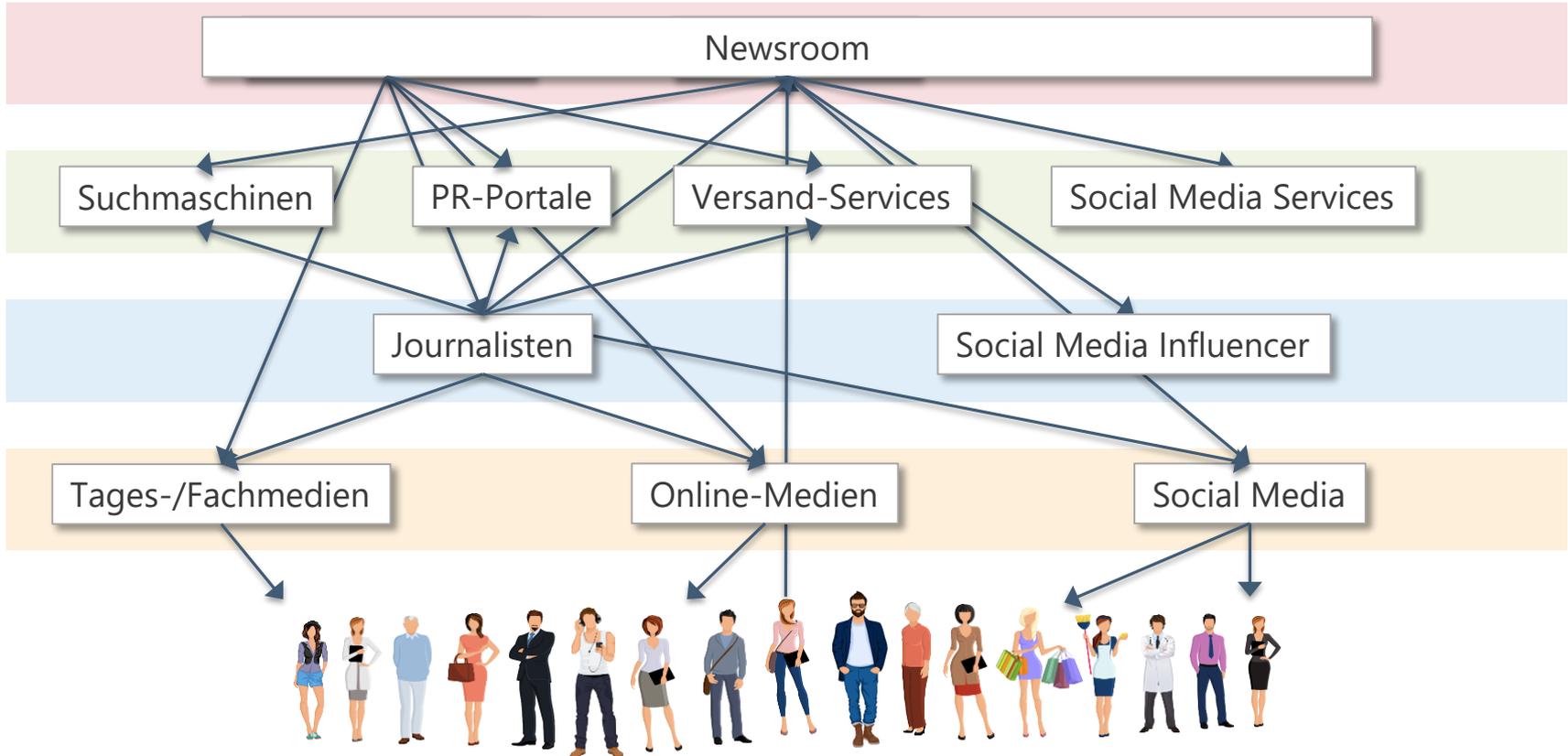
85%

Status quo: Anfang 2017



Kommunikation im Wandel

Medienarbeit verändert sich



Ausgangslage

Ansprüche an moderne Kommunikationsarbeit steigen

Interne

ERWARTUNGSHALTUNG

Externe

- hohe Frequenz in der Medienpräsenz
- positive Berichterstattung
- Themenführerschaft
- Produkte und Dienstleistungen lancieren
- Prinzip: „One message policy“
- an Interessen & Mediennutzungsgewohnheit der Zielgruppen ausgerichtet



- steigende Erwartungshaltung der Zielgruppen nach gut aufbereiteten und spannenden Informationen
- Kommunikation in Echtzeit (d.h. Zunahme an Geschwindigkeit)
- zunehmender Kampf um Aufmerksamkeit: Wettbewerb um das beste Thema, die beste Gestaltung und die beste Vermarktung des Contents
- Angebote in bevorzugten Kanälen der Zielgruppen

Vorüberlegungen Neuausrichtung



Lösungsansatz

Themen rücken in den Mittelpunkt

Inhalte in den Mittelpunkt stellen – Wettbewerb um die besten Themen



Crossmedial arbeiten, d.h. konsistente Inhalte passgenau über alle relevanten Kanäle vermitteln



Themen und Kanäle trennen im operativen Kommunikationsgeschäft



Markenmanagement (Markenstrategie, CD, etc.) aus dem operativen Geschäft herauslösen, deren Arbeitsergebnisse aber allen Beteiligten zentral zur Verfügung stellen



Corporate Newsroom für die Fraport AG

Interne und Externe Kommunikation wachsen zusammen



Newsroom - Modell:

transparente Strukturen – definierte Prozesse – integrierte Kommunikation



Strategieteam

Themenmanager

Themendesk 1

Themendesk 2

Themendesk 3

Themendesk 4

Themendesk 5

← initiieren Themen →



CvD

← informieren über Zielgruppenreaktionen →

Medienmanager

Mitarbeiter/Führungskräfte

Online/Social Media

Print

TV

Vorteile Newsroom

alle an einem Tisch: effizient – schnell – gesteuert

synergetische Bündelung der Ressourcen

weniger Doppelarbeiten bei
der Themenaufbereitung

transparente Prozesse in der
Unternehmenskommunikation

ein Thema für mehrere Medien und
Zielgruppen aufbereitet

kreatives Potenzial der
Beschäftigten entfalten



engere interne Abstimmungen

kürzere Reaktionszeiten

klare Entscheidungshierarchie

zentrale Beauftragung externer Dienstleister

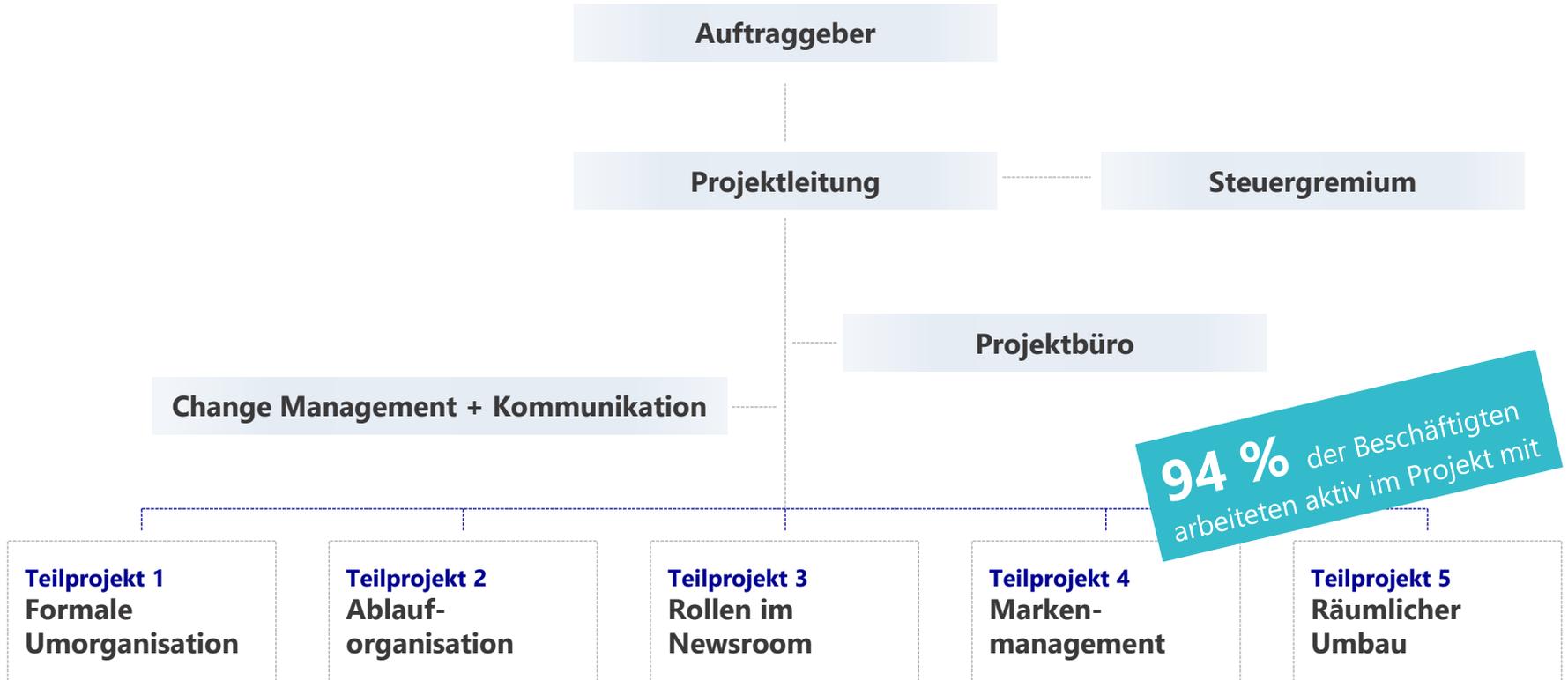
schnelle und dynamische
Kommunikationskultur

*Neue Route: Projekt
Newsroom*



Projektorganisation

Neuausrichtung UKM



94 % der Beschäftigten
arbeiteten aktiv im Projekt mit

Projektzeitplan

Motto: gemeinsam – gezielt – umsetzen



Steckbriefe mit Aufgabenstellung für alle Teilprojekte

hier beispielhaft Steckbrief für Teilprojekt 3

Rollen im Newsroom

Ausgangslage

- Die neue Organisationsform „Newsroom“, mit räumlich und inhaltlich integrierten Untereinheiten, orientiert sich an Themen.
- Die unterschiedlichen Zielgruppen werden bedürfnisorientiert über alle Kanäle und Formate aus einer Hand angesprochen.

Ziele 1. Phase

- Liste aller aktuellen Aufgaben/Medien/Kanäle ist erstellt
- Aufgabenprofile der Rollen CvD, Themenmanager, Medienmanager und Supportteam sind definiert
- Gruppierungen/Cluster bei Themen- und Medienmanagement sind gebildet

Inhalte

- Welche Aufgaben haben die einzelnen Rollen im Newsroom, damit sie optimal zusammenarbeiten können?
- Wie können Themen- bzw. Kanalmanager zu Desks (Teams) zusammengeführt werden (nach welchen Kriterien)?
- Wie entsteht ein Ausgleich zwischen Spezialisierung und Generalisierung?

Ziele 2. Phase

- Konzept zur Trennung von Themen und Kanälen ist erarbeitet
- Qualifikationsmaßnahmen (für die jeweilige Rollengruppe) sind aus einem Abgleich von Ist- und Soll-Profilen erarbeitet
- Einüben der Rollen im Rahmen der Simulation der Kernprozesse / Training Konferenzsystem (gemeinsam mit TP2)

Projektleiter

Hr. Harrer

Teilprojektleitung

Hr. Beckmann,
Fr. Scheffler

Laufzeit Konzeptphase

1. Phase: Grobkonzept
21.08. – 13.10.2017
2. Phase: Feinkonzept
16.10. – 15.12.2017

Schnittstellen zu anderen Teilprojekten

TP2 Ablauforganisation,
TP4 Markenmanagement,
TP5 Räumlicher Umbau

Cluster der Themen

Corporate		Betrieb & Infrastruktur	Digitalisierung & Services
Quartalsberichte und Hauptversammlung		Flug- und Terminalbetrieb, Ground Handling, Airlines	Digitalisierung und Multi-Channel-Strategie
Verkehrszahlen		Infrastrukturthemen am Standort FRA inkl. Ausbau T3, Airport City	IT
Finanzen		Umweltthemen (Lärmschutz, Boden/Wasser/Luft)	Retail
Internationale Beteiligungen und Töchter		Sicherheit	Erlebnisswelt Flughafen
Strategische Konzern- und Beteiligungsthemen	Gesundheit und Sport	Cargo (Luftfracht und Cargo-Cities)	Frankfurt Airport Passagier- und Kundenservices
Engagement + Sponsoring	Personal (AG, Ausbildung, Fach- und Führungskräfte, BR, ...)	Verkehr und Flugpläne	Immobilienentwicklung und -vermarktung, Facility Management
CSR und Nachhaltigkeit	Unternehmenskultur	Vertrieb (Airlines)	

Cluster der Medien

Beschäftigte & Führungskräfte	Online & Social Media	Journalisten & externe Publikationen
Mitarbeiterkommunikation (Mitarbeiterbriefe, -veranstaltungen etc.)	Social Media Kanäle (facebook, twitter etc.)	Infrastruktur Pressearbeit
Fraport World (Mitarbeiterzeitung)	Blogger Relations	Presseveranstaltungen
Führungskräftekommunikation	fraport.com/de	Publikation Startfrei
Interne Online-Formate (bspw. Intranet)	(frankfurt-airport.com)	Publikation FRAporter/FRAfeatures
Cargo (Luftfracht und Cargo-Cities)		(Publikation Aviation World)
Verkehr und Flugpläne		
Vertrieb (Airlines)		

Aufgabenliste

Aufteilung Aufgaben auf zukünftige Rollen (Ausschnitt)

Aufgabe	bisher	Themen- hub	Medien- hub	Service- hub	Marken- mgmt.	Strategie- team / CvD
...						
Publikation Zahlen, Daten, Fakten am Flughafen Frankfurt	UKM-PS	X				
Bearbeitung von Bildanfragen	UKM-PS			X		
Unterstützung bei der Entwicklung von Kommunikationskonzepten und Kampagnen für Standorte und Konzern	UKM-IK2, -IK1	X				
Monitoring aktueller Online-Kommunikationstechnologien/-Instrumente als Basis für Weiterentwicklung der Online-Medien	UKM-IK2, -IK1		X			
Corporate Language: Definition von Schreibweisen, Verwendung/Definition von Begrifflichkeiten, diskriminierungsfreie Sprache, Weiterentwicklung	UKM-IK2				X	
Corporate Sound: Erstellung und Pflege/Weiterentwicklung eines Soundpakets	UKM-IK2				X	
Corporate Publishing: Definition von Standardimagepublikationen, Text und Bildauswahl, Konzeption, Erstellung (Imagebroschüre, Kinderheft, A380 Bastelflieger etc.)	UKM-IK2	X	X	X	X	X
Layout Erstellung und Umsetzung von Layouts für alle Medien auf Basis des CD	UKM-IK2			X		
Designentwicklung, Templateerstellung, Weiterentwicklung Design und Rahmen schaffen CI/CD	UKM-IK2				X	
Pflege und Weiterentwicklung Bilddatenbank, Sicherstellung Imagebilderbestand Bilddatenbank	UKM-IK2		X			
...						

Zukünftige Kern-Prozesse

„Eingang und Bearbeitung von Medienanfragen“



Newsroom

Führungsmodell mit Teamleitern und CvDs

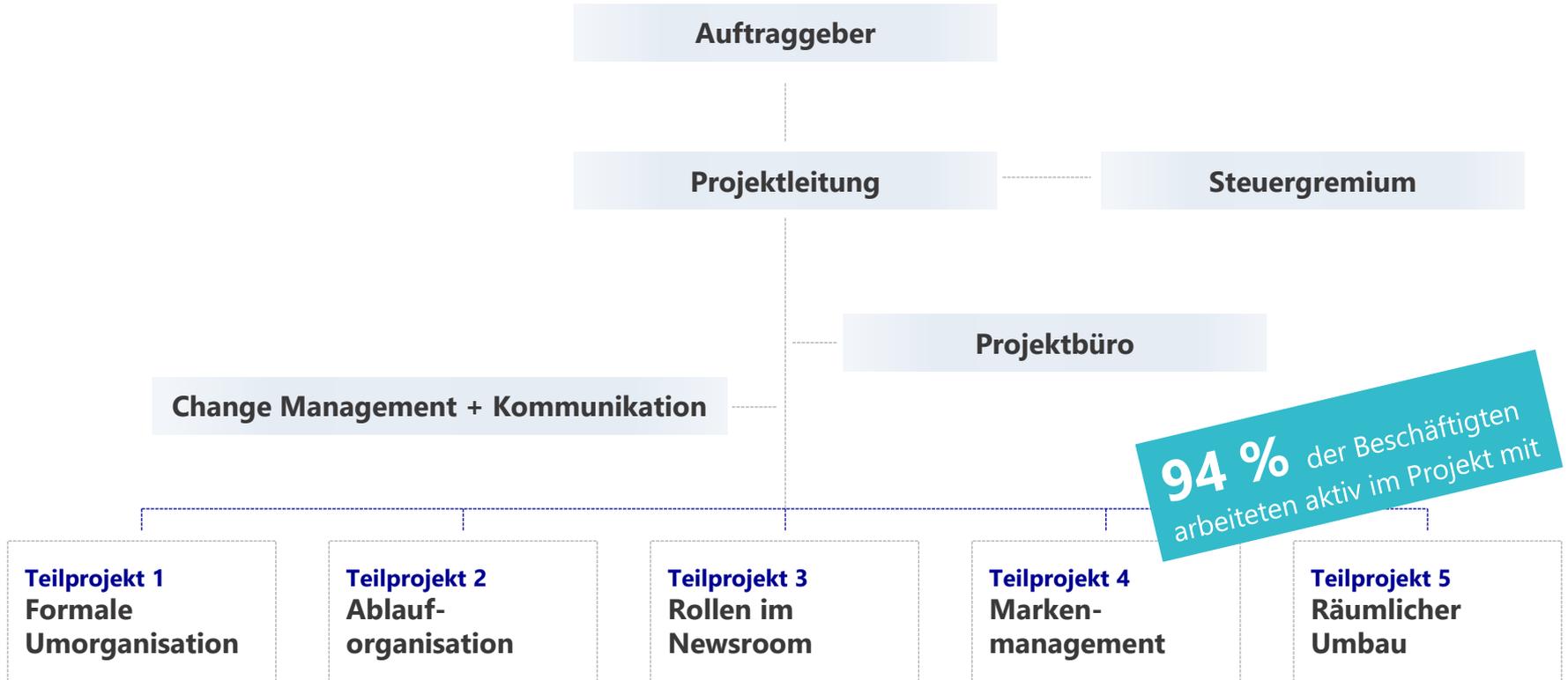


*Neue Route: Projekt
Newsroom*



Projektorganisation

Neuausrichtung UKM



94 % der Beschäftigten
arbeiteten aktiv im Projekt mit

Projektzeitplan

Motto: *gemeinsam – gezielt – umsetzen*



Steckbriefe mit Aufgabenstellung für alle Teilprojekte

hier beispielhaft Steckbrief für Teilprojekt 3

Rollen im Newsroom

Ausgangslage

- Die neue Organisationsform „Newsroom“, mit räumlich und inhaltlich integrierten Untereinheiten, orientiert sich an Themen.
- Die unterschiedlichen Zielgruppen werden bedürfnisorientiert über alle Kanäle und Formate aus einer Hand angesprochen.

Ziele 1. Phase

- Liste aller aktuellen Aufgaben/Medien/Kanäle ist erstellt
- Aufgabenprofile der Rollen CvD, Themenmanager, Medienmanager und Supportteam sind definiert
- Gruppierungen/Cluster bei Themen- und Medienmanagement sind gebildet

Inhalte

- Welche Aufgaben haben die einzelnen Rollen im Newsroom, damit sie optimal zusammenarbeiten können?
- Wie können Themen- bzw. Kanalmanager zu Desks (Teams) zusammengeführt werden (nach welchen Kriterien)?
- Wie entsteht ein Ausgleich zwischen Spezialisierung und Generalisierung?

Ziele 2. Phase

- Konzept zur Trennung von Themen und Kanälen ist erarbeitet
- Qualifikationsmaßnahmen (für die jeweilige Rollengruppe) sind aus einem Abgleich von Ist- und Soll-Profilen erarbeitet
- Einüben der Rollen im Rahmen der Simulation der Kernprozesse / Training Konferenzsystem (gemeinsam mit TP2)

Projektleiter

Hr. Harrer

Teilprojektleitung

Hr. Beckmann,
Fr. Scheffler

Laufzeit Konzeptphase

1. Phase: Grobkonzept
21.08. – 13.10.2017
2. Phase: Feinkonzept
16.10. – 15.12.2017

Schnittstellen zu anderen Teilprojekten

TP2 Ablauforganisation,
TP4 Markenmanagement,
TP5 Räumlicher Umbau

Cluster der Themen

Corporate		Betrieb & Infrastruktur	Digitalisierung & Services
Quartalsberichte und Hauptversammlung		Flug- und Terminalbetrieb, Ground Handling, Airlines	Digitalisierung und Multi-Channel-Strategie
Verkehrszahlen		Infrastrukturthemen am Standort FRA inkl. Ausbau T3, Airport City	IT
Finanzen		Umweltthemen (Lärmschutz, Boden/Wasser/Luft)	Retail
Internationale Beteiligungen und Töchter		Sicherheit	Erlebniswelt Flughafen
Strategische Konzern- und Beteiligungsthemen	Gesundheit und Sport	Cargo (Luftfracht und Cargo-Cities)	Frankfurt Airport Passagier- und Kundenservices
Engagement + Sponsoring	Personal (AG, Ausbildung, Fach- und Führungskräfte, BR)	Verkehr und Flugpläne	Immobilienentwicklung und -vermarktung, Facility Management
CSR und Nachhaltigkeit	Unternehmenskultur	Vertrieb (Airlines)	

Cluster der Medien

Beschäftigte & Führungskräfte	Online & Social Media	Journalisten & externe Publikationen
Mitarbeiterkommunikation (Mitarbeiterbriefe, -veranstaltungen etc.)	Social Media Kanäle (facebook, twitter etc.)	Presseservice
Fraport World (Mitarbeiterzeitung)	Blogger Relations	Presseveranstaltungen
Führungskräftekommunikation	fraport.com/de	Publikation Startfrei
Interne Online-Formate (bspw. Intranet)	(frankfurt-airport.com)	Publikation FRAporter
		(Publikation Aviation World)

Aufgabenliste

Aufteilung Aufgaben auf zukünftige Rollen (Ausschnitt)

Aufgabe	bisher	Themen- hub	Medien- hub	Service- hub	Marken- mgmt.	Strategie- team / CvD
...						
Publikation Zahlen, Daten, Fakten am Flughafen Frankfurt	UKM-PS	X				
Bearbeitung von Bildanfragen	UKM-PS			X		
Unterstützung bei der Entwicklung von Kommunikationskonzepten und Kampagnen für Standorte und Konzern	UKM-IK2, -IK1	X				
Monitoring aktueller Online-Kommunikationstechnologien/-Instrumente als Basis für Weiterentwicklung der Online-Medien	UKM-IK2, -IK1		X			
Corporate Language: Definition von Schreibweisen, Verwendung/Definition von Begrifflichkeiten, diskriminierungsfreie Sprache, Weiterentwicklung	UKM-IK2				X	
Corporate Sound: Erstellung und Pflege/Weiterentwicklung eines Soundpakets	UKM-IK2				X	
Corporate Publishing: Definition von Standardimagepublikationen, Text und Bildauswahl, Konzeption, Erstellung (Imagebroschüre, Kinderheft, A380 Bastelflieger etc.)	UKM-IK2	X	X	X	X	X
Layout Erstellung und Umsetzung von Layouts für alle Medien auf Basis des CD	UKM-IK2			X		
Designentwicklung, Templateerstellung, Weiterentwicklung Design und Rahmen schaffen CI/CD	UKM-IK2				X	
Pflege und Weiterentwicklung Bilddatenbank, Sicherstellung Imagebilderbestand Bilddatenbank	UKM-IK2		X			
...						

Zukünftige Kern-Prozesse

„Eingang und Bearbeitung von Medienanfragen“



Newsroom

Führungsmodell mit Teamleitern und CvDs



Die Rollen im Newsroom

CvD

Leitet die Redaktionskonferenzen und **steuert** die Themen und Medien

Verantwortet den Redaktionsplan / das Planungstool und stellt deren kontinuierliche Pflege und Weiterentwicklung sicher

Stellt die Umsetzung der übergeordneten Strategie im Tagesgeschäft sicher

Entscheidet über die Prioritäten von Themen

Bindeglied zwischen Newsroom und Strategieteam / Abteilungsleitung und bringt Feedback aus den Themen- und Medienhubs zur weitere Planung

Verantwortet und steuert Sonderprojekte

Erstellt Konzepte für zentrale, übergeordnete Kampagnen und koordiniert die Umsetzung

Steht als **Ansprechpartner bei kritischen Fragen** zur Verfügung und vermittelt

Fungiert bei Bedarf ergänzend zu den Themen- und Medienmanagern – als Ansprechpartner für interne und externe Zielgruppen

Liefert und sammelt Impulse **zur strategischen Weiterentwicklung der Medien**

Liefert und sammelt Impulse **zu relevanten Themenfeldern, Positionierungen und Kernbotschaften**

Ansprechpartner und Ratgeber bei inhaltlichen Fragestellungen

Die Rollen im Newsroom

Themenmanager

Verantwortet einen definierten Themenbereich und ist Schnittstelle zu Fachbereichen, Tochtergesellschaften und Partnern/Behörden

Identifiziert kontinuierlich relevante Themen und Positionierungsmöglichkeiten und bringt sie in die Themenkonferenz ein

Identifiziert mögliche kritische Themen und bereitet diese inhaltlich auf

Recherchiert und erstellt themenspezifische Inhalte (u.a. Texte für verschiedene Medien/Formate)

Stimmt Inhalte ab und holt Freigaben aus Fachabteilungen ein

Initiiert und produziert, ggf. in Zusammenarbeit mit den Servicedesks und Dienstleistern, **ergänzende Medien** wie bspw. Infografiken, Foto- und Filmmaterial

Berät interne Ansprechpartner bei allen Fragen der Kommunikation, ggf. in Abstimmung mit den Medienhubs

Pflegt und erweitert sein internes und externes **Kontakt Netzwerk kontinuierlich**

Plant und steuert übergreifende Projekte und Kampagnen mit Bezug zu seinem Themenbereich

Zusätzlich: Sprecher-Rolle

- Betreibt proaktive Pressearbeit und steht Journalisten als Ansprechpartner zur Verfügung
- Beteiligt sich an der Wochenend-Rufbereitschaft
- Konzipiert und begleitet Presseveranstaltungen
- Erstellt und versendet Pressemitteilungen und Service News

Die Rollen im Newsroom

Medienmanager

Verantwortet, steuert und pflegt die definierten Medien / Formate und entwickelt diese strategisch weiter

Stellt sicher, dass die Inhalte den Anforderungen des Mediums / der Zielgruppe entsprechen und adaptiert sie ggf. entsprechend

Initiiert, erstellt und koordiniert medienspezifische Inhalte (z.B. Texte, Bild- und Bewegtbildformate), ggf. in Zusammenarbeit mit den Servicehubs

Plant und begleitet Live-Events für die relevanten Zielgruppen

Steuert und begleitet den Produktionsprozess der relevanten Produkte

Plant und überwacht Budgets für die relevanten Medien / Formate / Produkte

Steuert Dienstleister

Betreibt aktives Community-Management sowie Monitoring und Erfolgskontrolle

Berät interne Ansprechpartner bei allen Fragen rund um die relevanten Medien / Formate, ggf. in Abstimmung mit den Themenmanagern

Nimmt an Themen-/Redaktionskonferenzen teil und **ist Impulsgeber für die Themenmanager**

Die Rollen im Newsroom

Servicemanager

Layout, Lektorat & Produktion

Erstellt das Layout für alle Medien und Produkte (bspw. Anzeigen, Plakate, Flyer, etc.)

Sichert die Qualität und lektoriert Texte für alle Medien

Prüft Texte für Print und Online auf Basis der definierten Corporate Language

Begleitet die Produktion von Printpublikationen

Fotografie & Bilddatenbank

Fotografiert bei Veranstaltungen und Terminen für interne und externe Medien

Initiiert, produziert und bearbeitet neues Bildmaterial

Pflegt und entwickelt die **Bilddatenbank** weiter; bearbeitet Bildanfragen

Übersetzung

Übersetzt Texte aller Art

Lektoriert übersetzte Texte

Koordiniert externe Übersetzungsdienstleistungen

Neue Struktur der Redaktionskonferenzen

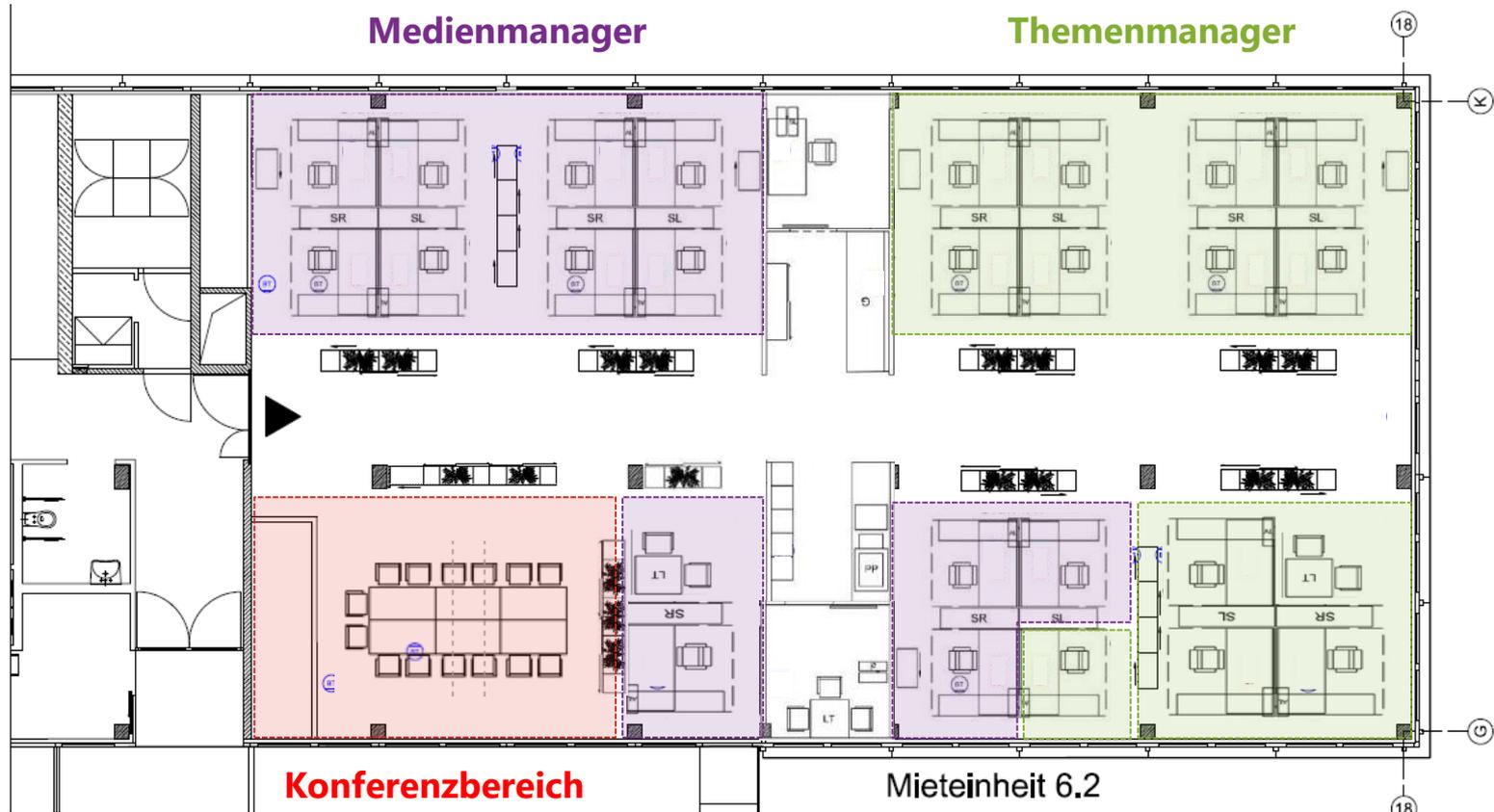
Corporate	Turnus	Inhalte	Teilnehmer
1. „Morgenlage“	Tgl., 10-15 Min., 9:30 Uhr, Leitung CvD	Tagesaktuelle Themen, „Was steht an?“	Potenziell Gesamt UKM-MR, je nach Verfügbarkeit
2. „Themenkonferenz“	2x wöchentlich (Mo/Do), 30 Min., Leitung CvD	Strateg. Themenplanung u. Priorisierung	Je 1 Vertreter pro Themen-, Medien- und Servicehub, CvD, Leitung UKM-MR, ggf. weitere Vertreter der Hubs
3. „Strategierunde“	1x pro Monat, 60 Min., Leitung UKM	Strategische Abstimmung Kommunikationslinie; übergeordnete Themen	Leitung UKM, Leitung UKM-MR, CvDs, Teamleiter Hubs
4. „Jour fixe UKM-MR“	Ggf. 1x pro Monat	Orga-Themen+ Übergeordnetes, Expertenvorträge	UKM-MR

An aerial photograph of an airport runway. In the foreground, a white airplane with red and blue accents is positioned on a runway, facing away from the viewer. The runway is marked with white and yellow lines. In the background, another white airplane is visible on a taxiway. The surrounding area consists of grassy fields and some airport buildings in the distance.

*Take-off: Räumliche
Gestaltung des Newsrooms*

Newsroom

Umbau von 2 Mieteinheiten



Newsroom

Umbau von 2 Mieteinheiten

Service-Manager

Leitung



Mieteinheit 6.4

Media Relations bei Fraport

betriebswirtschaftlich effizient und kommunikativ effektiv



Gestiegene Erwartungen an Geschwindigkeit, Quantität und Qualität der Kommunikation werden erfüllt



Verschmelzung von interner und externer Kommunikation hilft, enger zusammenzuarbeiten, kreatives Potenzial freizusetzen und bürokratische Hierarchien abzubauen



Integrierte Kommunikation verstärkt Wirkung bei internen und externen Zielgruppen, sodass ein stimmiges einheitliches Vorstellungsbild entsteht



Effiziente Themensteuerung schafft Transparenz, Klarheit, Glaubwürdigkeit und Kundennähe



Gute Reise!



Wir sorgen dafür