

Frank Müller

Multimedialer Kommunikationsprofi, routinierte Führungskraft und Perspektivenwechsler



Mein Angebot

Mein Angebot richtet sich an Unternehmen, Behörden oder Einrichtungen, die öffentlich präsent sind, sich in oder vor einer Veränderung z.B. der Kultur, der Ausrichtung oder des Images befinden und aktuell einen erhöhten Kommunikationsbedarf haben.

Meine Stärke ist es dabei, die Unternehmens- und Nutzerinteressen bestmöglich aufeinander abzustimmen und über die passenden Kanäle zu distribuieren, um die maximale Aufmerksamkeit bzw. die optimale Wirkung zu garantieren.

Meine Merkmale

Insgesamt bin ich über 20 Jahre für alle relevanten Medien bzw. Kanäle wie Print, Radio, TV, Online, Mobile, Social Media operativ und verantwortlich tätig.

Schnelle Auffassungsgabe und die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte durch klare Fokussierung und eindeutige Zielsetzung zu durchdringen und strukturiert umzusetzen.

Umsetzungsstark mit großer Überzeugungskraft und hoher Umsetzungsgeschwindigkeit.

Ich stehe für einen respektvollen und wertschätzenden Umgang bei gleichzeitiger Klarheit und hoher Transparenz.

Case 1: Aufbau Qualitätsmanagement

Die Planung und Umsetzung eines umfassenden Bewertungssystems für die journalistische Arbeit in Medienunternehmen

Journalistische Arbeit ist heutzutage weit mehr als das reine Erstellen von Content. Unter meiner Leitung wurde ein Kriterienkatalog erstellt, anhand dessen jeder Redakteur eigenständig die Qualität seiner Arbeit überprüfen kann.

Ausgangssituation:

Die Qualität eines Contents in den digitalen Medien drohte nur noch durch den „Klick-Erfolg“ bewertet zu werden. Diese einseitige Betrachtungsweise barg die Gefahr auch nur noch solchen Content zu erstellen. Zudem drohten selbst traditionell sehr wichtige Bewertungskriterien wie umfassende Quellenprüfung, korrekte Rechtschreibung etc. „hinten rüber“ zu fallen.

Herangehensweise:

- Initialisierung einer 1-Jahres-Workshop-Reihe. Darin:
 - Zusammenstellung der unterschiedlichen Arten von digitalem Content und dessen Einflussfaktoren
 - Festlegung von contentindividuellen Bewertungskriterien
 - Zusammenführung der Bewertungskriterien in einem handlichen Katalog
- Erarbeitung eines Einführungs- und Schulungskonzepts für die gesamte Redaktion
- Gründung einer Qualitätsmanagement Unit zur weiteren Optimierung des Konzepts

Ergebnis:

- Deutlich höhere Arbeitszufriedenheit bei Mitarbeitern durch individuelle Betrachtungsweise ihrer Arbeit. Dadurch schlicht mehr Spaß an der Arbeit
- größere Vielfalt in den erstellten Contents
- nachhaltig attraktiveres Userexperience
- Steigerung der Wiederkehrtrate auf den Angeboten

Case 2: RTL Aktuell und Peter Kloeppe

Transformation einer täglich ausgestrahlten TV-Nachrichtenmarke und deren Anchor in die „24/7 Social Media Welt“

RTL Aktuell ist die Hauptnachrichtensendung bei RTL. Die Sendung wird einmal täglich um 18:45 Uhr ausgestrahlt. Unter meiner Leitung wurde aus RTL Aktuell und Peter Kloeppe die erfolgreichste Nachrichtenmarke in den sozialen Medien (Facebook, Instagram, Twitter etc.).

Ausgangssituation:

RTL Aktuell wurde nur als „einmal tägliche TV-Nachrichtensendung“ wahrgenommen, ist mit ihrem Anchor Peter Kloeppe jedoch die stärkste Nachrichtenmarke der Mediengruppe RTL Deutschland. Nicht mehr steigende Einschaltquoten, einhergehend mit einem vor allem durch die sozialen Medien initiierten deutlich veränderten Nutzerverhalten, gaben den Impuls ein Social-Media-Konzept für die Marke zu erstellen.

Herangehensweise:

- Gemeinsame Zusammenstellung wichtiger Charakteristika der Nachrichtenmarke RTL Aktuell und deren Anchor incl. Absprache von No Go's (Marke aufweichen, Anchor beschädigen usw.)
- Abgleich der erfolgreichen Social Media Mechanismen mit diesen Vorgaben
- Definition von Ausnahmen sowie den Prozess zur Umsetzung dieser Ausnahmen
- Erarbeitung eines täglichen Routine-Posting-Konzepts incl. Quantität und Timing und Verlinkungsstrategie

Ergebnis:

- Social Media Pole Position: RTL Aktuell ist das nach Nutzerzahlen erfolgreichste Nachrichtenangebot in den sozialen Medien. (über 1 Mio. Fans – Stand: 04 / 2017)
- Erfolgreiches Marketing: Durch die massive Präsenz auf Facebook ist RTL Aktuell und Peter Kloeppe auch bei den „Jüngeren“ wieder mehr im Fokus
- Nachhaltige Trafficsteigerung: Zugriffe auf den digitalen Angeboten der Mediengruppe (RTL NEXT) wurden durch das Verlinkungskonzept nachhaltig gesteigert.

Case 3: Elastische Redaktionsstruktur

Planung und Umsetzung einer weitestgehend flexiblen Redaktionsstruktur zur optimalen Umsetzung neuer Anforderungen

Radikale, teilweise disruptive und komplexe aber vor allem permanente Veränderungen im Umfeld der Redaktion erfordern eine nahezu genauso permanente Inszenierung von Nachjustierungen an Redaktionsstruktur und –prozessen.

Ausgangssituation:

Die immer schneller voranschreitende Digitalisierung mit immer neuen Devices und neuen Nutzungsszenarien, neue redaktionelle Anforderungen durch neue oder veränderte TV Formate sowie eine veränderte Arbeitsmentalität stellen neue Anforderungen an eine redaktionelle Organisation. Vollkommen starre Redaktionsstrukturen machen eine rechtzeitige und adäquate Reaktion auf diese Herausforderungen unmöglich.

Herangehensweise:

- Zusammenstellung aller Einflussfaktoren auf die redaktionelle Arbeit
 - Neue devices (mobile first)
 - Veränderte Nutzung (social media)
 - Neue Formate (Prio 1 im TV)
 - Breaking news (Germanwings, Paris, München)
- Charakterisierung der Faktoren im Sinne der Bedeutung pro Einzelredaktion
- Definition einer mindestens notwendigen fixen redaktionellen Besetzung (Führungskräfte, Redakteure, Praktikanten) pro Einheit
- Festlegung von variablen Ressourcen zur Umsetzung kurzfristiger Anforderungen

Ergebnis:

- Weitestgehende Sicherstellung der Umsetzung aller redaktionellen Anforderungen
- Hohe Zufriedenheit bei den Redakteuren durch ausgewogene Belastung aller Units und Mitarbeiter
- Flexibilität ermöglicht kurzfristige Reaktionen bei unerwarteten personellen Veränderungen