



„Glitter – The Beauty Event“ im PZ-Forum: Thomas Satinsky, Geschäftsführender Verleger der Pforzheimer Zeitung, (links) und Chefredakteur Magnus Schlecht (rechts) sowie die Studentinnen Cecile Petry, Nicole Hepp, Van-Anh Vo mit Professor Dieter Pflaum bei der Präsentation des Eventkonzepts.  
Foto: Gerhard Ketterl

## „PZ“ TRIFFT „GENERATION Z“

### Spezielles Event soll die Pforzheimer Zeitung für junge Frauen attraktiver machen

>> von Nina Giesecke und Dieter Pflaum > Wie können wir das PZ-Medienhaus für eine jüngere Zielgruppe noch interessanter machen? Diese Frage stellte sich der Geschäftsführende Verleger der Pforzheimer Zeitung, Thomas Satinsky. Moderne, frische Ideen kommen von modernen, jungen Menschen, sagte er sich und stellte den Studierenden aus Professor Pflaums Projektseminar „Sales Promotion and Event Marketing“ die Aufgabe, ein Eventkonzept für die Pforzheimer Zeitung zu entwickeln.

Zunächst definierten Cecile Petry, Nicole Hepp, Van-Anh Vo und Christiane Valoskova die Zielgruppe für ihr Konzept und einigten sich auf weibliche Mitglieder der „Generation Z“ im Alter von dreizehn bis neunzehn Jahren, bei denen das Smartphone und Social Media eine übergeordnete Rolle spielen, weil sie damit aufgewachsen sind. Doch wie lässt sich diese Zielgruppe erreichen?

Mit einer sogenannten „Customer Journey“ analysierten die Studentinnen des Studiengangs Marketingkommunikation und Werbung im Rahmen einer Fallstudie den Tagesablauf ihrer Zielgruppe. Dabei stellte sich heraus, dass die Mitglieder der „Generation Z“ den Großteil ihrer Freizeit am Smartphone verbringen. Gedruckte Zeitungen oder das Radio spielen für sie nur noch eine untergeordnete Rolle.

Dies führt so weit, dass sie selbst zu Produzenten von Inhalten auf Plattformen wie Instagram, Snapchat oder Youtube werden; einige wenige verdienen damit sogar Geld. Deshalb war für die Studentinnen schnell klar, dass junge Leute am besten über diese Medienkanäle erreicht werden können. In der Onlineredaktion des Medienhauses der „PZ“ ist man längst im digitalen Zeitalter angekommen: Die PZ Facebookseite wird inzwischen von über 36.000 Usern genutzt. Außerdem postet die PZ regionale Bilder für 1.600 Follower über den Onlinedienst Instagram.

Auf der Suche nach einer Leitidee wurde als wichtigstes Ziel festgelegt, mehr Social Media Follower für die PZ zu ge-

nerieren, um so auch potenzielle neue Leser für die Zeitung zu gewinnen. Das Resultat eines kreativen Brainstormings war schließlich: **„Glitter – The Beauty Event“**.

Ausgewählt wurden bei der Zielgruppe bekannte Social-Media-Stars aus der Region, wie beispielsweise Anna Maria Damm. Sie ist eine erfolgreiche Youtuberin und war „Germany’s- Next- Topmodel“-Kandidatin aus Pforzheim. Laut Van-Anh Vo „sind alle Überlegungen erst einmal rein hypothetisch und lassen sich noch modifizieren“. Wichtig ist die regionale Affinität der Stars, ferner die regionale Informiertheit und die regionale Authentizität, ergänzte Professor Pflaum.

Als ideale Location für dieses Event wählte die Projektgruppe das Kupferdächle aus. Unter anderem könnte es dort eine Bühne geben, auf der sich Blogger austauschen und sich den Fragen ihrer Fans stellen, Stände mit Kosmetik-Bedarf, an denen sich die Teenager schminken und stylen lassen, Fotoboxen mit witzigen Accessoires für ausgefallene Selfies und ein professioneller Fotograf, der seine Bilder später auf der Online-Plattform PZ-news.de veröffentlicht.

Die Veranstaltung sollte im Vorfeld und während des Events mit Fotos, Videos und Gewinnspielen, vor allem auf den Online-Kanälen der PZ, begleitet und vermarktet werden. Auf diese Weise könne die „Pforzheimer Zeitung“ auch für die „Generation Z“ zur relevanten Marke werden, so der Vorschlag der Studentinnen. Ausführungen über das notwendige Budget, d.h. die zu erwirtschaftenden Einnahmen und die notwendigen Ausgaben schlossen die Präsentation ab. Das Team der „PZ“ war von diesem Konzept begeistert und plant die Realisierung des Events in Kooperation mit den Studentinnen für 2018.

**Nina Giesecke**

ist bei der PZ tätig.

**Dieter Pflaum**

ist Professor im Studiengang Marketingkommunikation und Werbung.