

Pauline Beckmann

Mit Weltsprachen im Homeoffice – Sechs Monate bei den Spotlight Magazinen der ZEIT-Verlagsgruppe

Ein Praktikumsbericht über die Verlagsbranche

TYP DES DOKUMENTS | TYPE OF THE DOCUMENT

Zeitschriftenartikel / Journal Article

Nachnutzung | Reuse

Diese Publikation steht unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung 4.0 International (CC BY 4.0 International). Sofern die Namen der Autor*innen/ Rechteinhaber*innen genannt werden, kann der Inhalt vervielfältigt, verbreitet, öffentlich aufgeführt und kommerziell genutzt werden. Außerdem dürfen Bearbeitungen angefertigt und verbreitet werden. Weitere Informationen und die vollständigen Bedingungen der Lizenz finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>.



Zeitschriftenartikel*Begutachtet***Begutachtet:**Dr. Steffen Rudolph HAW Hamburg
Deutschland**Erhalten:** 12. Dezember 2021**Akzeptiert:** 17. Dezember 2021**Publiziert:** 27. Januar 2022**Copyright:**

© Pauline Beckmann.

*Dieses Werk steht unter der Lizenz**Creative Commons Namens-*
nennung 4.0 International (CC BY 4.0).**Empfohlene Zitierung:**

BECKMANN, Pauline, 2022: Mit
Weltsprachen im Homeoffice –
Sechs Monate bei den Spotlight
Magazinen der ZEIT-Verlagsgruppe.
In: *API Magazin* 3(1) [Online]
Verfügbar unter: [DOI 10.15460/
apimagazin.2022.3.1.91](https://doi.org/10.15460/apimagazin.2022.3.1.91)

Mit Weltsprachen im Homeoffice – Sechs Monate bei den Spotlight Magazinen der ZEIT-Verlagsgruppe

Ein Praktikumsbericht über die Verlagsbranche

Pauline Beckmann^{1*} ¹ Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Hamburg, Deutschland

Studentin im 5. Semester des Bachelorstudiengangs Medien und Information

* Korrespondenz: redaktion-api@haw-hamburg.de

Zusammenfassung

Im Rahmen des Studiengangs „Medien und Information“, welcher an der HAW Hamburg angeboten wird, ist ein Pflichtpraktikum im 4. Semester vorgesehen. Auch dieses Jahr wurde das Praxissemester von der Corona-Pandemie bestimmt. Die Autorin gibt einen persönlichen Einblick in ihr Praktikum, welches sie im Marketing-Bereich bei den Sprachmagazinen der ZEIT-Verlagsgruppe absolviert hat. Außerdem berichtet sie über den Einfluss von Covid-19 auf die Bewerbungsphase.

Schlagwörter: Praktikum, Verlagsbranche, Marketing, Covid-19

Working from home with world languages – Six months at the Spotlight Magazines of the ZEIT Publishing Group

An internship report on the publishing industry

Abstract

As part of the bachelor's degree program „Media and Information“ which is offered at HAW Hamburg, a mandatory internship is scheduled in the 4th semester. Again this year the internship semester was affected by the Corona pandemic. The author gives a personal insight into her internship which she completed in the marketing department at the language magazines of the ZEIT publishing group. She also reports on Covid-19's impact on the application process.

Keywords: Internship, Publishing Industry, Marketing, Covid-19

1 Bewerbungsphase während der Corona-Pandemie

Im Rahmen meines Bachelorstudiums „Medien und Information“ an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Hamburg ist ein Pflichtpraktikum im 4. Semester vorgeschrieben. Diese zunächst einfach klingende Aufgabe wurde durch das grassierende Corona-Virus und die daraus entstandene Pandemie erschwert. Insbesondere die beiden Lockdowns im Winter 2020 und Frühjahr 2021 haben uns Studierende stark auf die Probe gestellt, da sie genau in den Bewerbungszeitraum fielen. Von vielen Unternehmen habe ich die Rückmeldung erhalten, dass sie aufgrund der derzeitigen Lage leider keine neuen Praktikant*innen einstellen wollten. Vereinzelt mussten Kommiliton*innen sogar ihr Praxissemester verschieben und andere Lehrveranstaltungen vorziehen.

Ich habe im Verlaufe des Bewerbungsprozesses jedoch eine Rückmeldung von der ZEIT-Verlagsgruppe erhalten, auf deren Webseite ich mich ursprünglich auf eine Werkstudentenstelle im Marketing des Spotlight Verlags beworben hatte. Hier wurde ich direkt zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen, welches angesichts der pandemischen Lage digital über Microsoft Teams stattfand. Bereits im ersten Gespräch versuchte ich, das Thema Praktikum einzubringen, da mir direkt mitgeteilt wurde, dass ich ab Februar benötigt würde, was mit meiner Praktikumszeit kollidiert wäre. Daher habe ich unmittelbar den Konflikt kommuniziert und im selben Zuge gefragt, ob es auch möglich wäre, anstelle einer Werkstudententätigkeit in diesem Bereich ein Praktikum auszuüben. Meine Chefin war zuerst etwas überrascht, aber auch nicht abgeneigt, allerdings mussten noch intern Absprachen gehalten werden. Nach zweieinhalb Wochen wurde ich dann zu einem weiteren Gespräch eingeladen, bei dem mir nach weiteren Nachfragen die Zusage für einen Praktikumsplatz gegeben wurde.

2 Der Spotlight Verlag und seine Rolle in der ZEIT-Verlagsgruppe

Der Spotlight Verlag wurde mit der Erstveröffentlichung des englischsprachigen Magazins „Spotlight“ im Jahr 1981 gegründet. In den folgenden Jahren wurde die Produktpalette immer weiter ausgebaut. Im Jahr 1984 wurde das Magazin „Écoute“ als französisches Pendant erstmals veröffentlicht, danach folgte das spanischsprachige Magazin „Ecos“ im Jahr 1991. Das italienische Magazin „Adesso“ erschien 1994, bevor dann im neuen Jahrtausend der Launch von Business Spotlight stattfand (2001). Die Sprachmagazine wurden 2005 mit dem Magazin „Deutsch perfekt“ abgerundet.

Die Magazine legen den Fokus auf die Erweiterung der Sprachkenntnisse durch Grammatik- und Wortschatzübungen. Gleichzeitig ermöglichen sie durch Reportagen, Artikel und Reiseberichten einen detaillierten Einblick in das jeweilige Land. Somit lernen die Leser mehr als nur eine Sprache. Zu den didaktisch sehr gut aufbe-

reiteten Sprachmagazinen werden außerdem noch passende Audio-Produkte, Übungshefte und Unterrichtsbeilagen für Lehrpersonen angeboten. Diese können sowohl in der Print- als auch in der Digitalvariante erworben werden.

Seit 2018 sind die Spotlight Magazine Teil der ZEIT-Verlagsgruppe und agieren seither auch verstärkt unter dem Namen „ZEIT Sprachen“ ([Spotlight Verlag 2021](#)). Die Redaktion hat ihren Hauptsitz in München, das Marketingteam sitzt allerdings in Hamburg und hat ihren Standort im Helmut-Schmidt-Haus der ZEIT.

3 Die Einarbeitungsphase

Offiziell begann das Praktikum am 01.03.2021. Im Gegensatz zu den anderen Studierenden war dieser Tag für mich kein besonderer Stichtag, da ich bereits einen Monat früher im Unternehmen angefangen hatte. Die erste Zeit, in der ich zunächst als Werkstudentin angestellt war, konnte ich sehr gut für die Einarbeitung und das Ankommen im Team nutzen. An meinem allerersten Tag wurde ich morgens an der Zentrale des ZEIT-Verlags von meiner Chefin abgeholt und in den siebten Stock geführt. Sie zeigte mir die einzelnen Bereiche auf dem Flur, stellte mich einigen Personen vor und führte mich letztendlich in unser Büro. Dieses hat eine wunderschöne Aussicht auf die Stadt Hamburg und man kann von der Elbphilharmonie bis zu den Tanzenden Türmen alles erblicken.

Nachdem wir meinen Laptop und einige Programme eingerichtet hatten, war bereits um 10 Uhr mein erstes Onboarding-Event in Form einer von der ZEIT organisierten Veranstaltungsreihe für neue Mitarbeiter*innen. Dort erhielt ich viele allgemeine Informationen zur ZEIT und der Verlagsgruppe und fühlte mich direkt aufgenommen. Letztendlich war dieser Tag mit viel Organisatorischem gefüllt und ging sehr schnell vorbei. Leider war es angesichts der pandemischen Lage der erste, aber vorerst letzte Tag, den ich im Verlag verbracht habe. Die Wochen danach habe ich zum einen mein Team kennengelernt, welches mich direkt zu Beginn mit offenen Armen aufnahm und immer für Fragen bereitstand. Gleichzeitig wurde ich durch meine Vorgängerin herzlich aufgenommen und eingearbeitet. Trotz vieler Fragen war sie immer geduldig und stellte sicher, dass ich alle Prozesse und Abläufe verstanden habe.

Da ich in kurzer Zeit sehr viele neue Informationen und Eindrücke erhalten hatte, ging gerade die Anfangszeit sehr schnell vorbei und auf einmal war auch schon ein Monat rum. Die Tatsache, dass ich im Februar als Werkstudentin nur 20 Stunden arbeitete, hat diesen Eindruck verstärkt. Zum offiziellen Praktikumsbeginn war ich bereits in viele Abläufe eingebunden und habe mich schon als Teil des Teams gefühlt. Dennoch war ich sehr gespannt, was der Wechsel in das Vollzeit-Praktikum verändern würde.

4 Meine Aufgabenbereiche

Mein Praktikum wurde zum einen mit Aufgaben gefüllt, die eine gewisse Regelmäßigkeit in meinen Arbeitswochen genossen. Zum anderen wurden mir parallel aber immer wieder zeitintensivere Aufgaben beziehungsweise kleine Projekte zugeteilt, die ich neben den alltäglichen Aufgaben bewältigte.

4.1 Operatives Tagesgeschäft

In meinem Praktikum habe ich mich mit Aufgaben beschäftigt, die dem operativen Tagesgeschäft zugeordnet werden können. Ein wesentlicher Teil war das Anlegen von Aktionen in dem Produktmanagement-Programm Maisy. Bei einem neuen Angebot muss zu jedem Titel eine passende Aktion erstellt werden, welche mit den jeweiligen Informationen des Angebotes hinterlegt ist. Diesen Aktionen werden Aktionsnummern zugeteilt, die eine wesentliche Rolle in dem Marketing des Spotlight Verlages spielen, da sie in vielfacher Weise eingesetzt werden. Zum Beispiel werden die Aktionsnummern für die Produkte im Aboshop benötigt, welcher mit einem Produkt-Management-System gepflegt wird. Wenn die Aktionen in Maisy bereits angelegt wurden, erscheinen diese automatisch in dem Produkt-Management-System und weitere Informationen werden dann gegebenenfalls manuell hinzugefügt. Bei der Pflege des Aboshops war ich hauptsächlich für die Audio-CDs, die monatlich erscheinen, zuständig.

Ein weiterer Bereich, den ich während meines Praktikums unterstützt habe, sind die Landingpages, welche auf Wordpress erstellt werden. Sobald eine neue Kampagne, ein neues Kooperationsgeschäft oder ein neues Mailing geplant wurde, musste eine adäquate Landingpage erstellt werden. Hier wird einem stringenten Aufbau mit gleichen Bestandteilen gefolgt. In den Headern wird dann je nach Angebot variiert und es wird entschieden, mit welchen Elementen und Produktabbildungen gearbeitet wird. Auch in diesem Bereich sind hinter jeder Landingpage die passenden Aktionsnummern hinterlegt, damit die Landingpage auch mit dem richtigen Angebot verknüpft ist. Mit der jeweiligen URL wurde zur besseren Angebotsanalyse meist ein zusätzlicher Trackinglink generiert.

Weiterhin habe ich mich um das Thema Anzeigen gekümmert. Dafür hat die Abteilung einen Anzeigenplan, der jederzeit gepflegt und gegebenenfalls angepasst werden muss. Bei einer neuen Anzeige habe ich mir oft Gedanken um Aufbau, Text und Produktabbildung gemacht. Außerdem war ich dafür zuständig, unsere Anzeigen an die ZEIT oder anderen externen Magazinen weiterzuleiten.

Insbesondere grafische Aufgaben haben mir sehr viel Freude bereitet. Diese implizierten einerseits Präsentationen in Form von Mediadaten oder Verkaufsunterlagen, andererseits habe ich auch oft E-Mail-Header gestaltet, welche in wöchentlichen

Mailings implementiert wurden. Zudem habe ich monatlich Gewinnspielbeiträge für unseren Instagram-Kanal erstellt.

Die Spotlight Magazine werden auch im ZEIT-Shop angeboten. Hier war ich dafür zuständig, den Shop-Kolleg*innen die kommenden Cover mit jeweiligen Informationen zum Magazininhalt zukommen zu lassen. Diese Aufgabe habe ich immer als interessant empfunden, da ich somit wusste, welche Themen in den neuen Ausgaben behandelt werden. Natürlich gestaltet sich eine kurze Zusammenfassung des Inhaltes bei Sprachmagazinen schwierig, da ich leider nicht so multilingual aufgestellt bin, wie ich es mir wünschen würde. Dementsprechend musste ich mich oftmals an Übersetzungstools bedienen, um den Inhalt einiger Magazine nachvollziehen zu können.

In den letzten Monaten meines Praktikums übernahm ich zudem das Postfach der Zentrale, welche die Anlaufstelle für Anfragen von Kund*innen oder Interessenten ist. Hierrunter fallen beispielsweise Leserbriefe, Fragen zu den Inhalten der jeweiligen Magazine, Newsletter-Abmeldungen oder aber auch Vertragskündigungen.

4.2 Kleine Projekte

Neben dem operativen Tagesgeschäft hatte ich immer parallel kleine Projekte in Bearbeitung. Dazu gehörten beispielsweise Recherchen zu möglichen Kooperationspartnern, Konkurrenzanalysen oder das Verfassen von Beiträgen zu verschiedenen Themen. Ein Projekt, das sehr viel Zeit in Anspruch genommen hat, war das Umbauen von alten Landingpages in unserem Wordpress-System. Bis zu einem gewissen Zeitpunkt lag der Großteil unserer Landingpages beim Deutschen Pressevertrieb. Mit dem Hintergrund, dass wir Kosten sparen würden, habe ich mich an die Aufgabe gesetzt, alle bestehenden Landingpages umzubauen und in unser eigenes System zu integrieren. Dadurch habe ich meine Wordpress-Kenntnisse deutlich vertiefen können, da hier teilweise auch Elemente eingebaut wurden, die mir bis zu dem Zeitpunkt noch fremd waren.

Darüber hinaus unterstützte ich meine Chefin bei der Preisumstellung. Dabei handelte es sich um ein Projekt, welches mehrere Wochen in Anspruch genommen hat. Die Umstellung bezog sich auf unsere Abonnement-Preise, die in vielen Bereichen eingebunden sind. Dementsprechend mussten wir in vielen Systemen die Aktionen neu einpflegen und prüfen. Aber auch andere weniger offensichtliche Aufgabenbereiche, wie die Anpassung der AGB auf den Landingpages, mussten bearbeitet werden. Hierbei waren gerade zu Beginn des Projektes eine genaue Absprache und Aufgabenverteilung, aber auch ein klares Zeitmanagement von signifikanter Bedeutung.

5 Fazit

Für mich war dieses Praktikum das erste im Bereich Marketing und zugleich in einem großen Unternehmen. Natürlich habe ich zu Beginn meines Studiums, als mir in der Orientierungswoche von dem Praxissemester berichtet wurde, etwas anderes erwartet als ein Praktikum im Homeoffice. Gerade aus meinem engen Familienkreis wurde mir oft gesagt, dass das Arbeiten am Arbeitsplatz ein ganz anderes ist und eine stärkere Bindung zum Unternehmen entwickelt werden kann. Das blieb bei mir leider gerade in der Anfangs- und Hauptphase meines Praktikums aus, doch in den letzten Monaten kam ich zeitweise auch zum Verlag und konnte selbst das von meiner Familie beschriebene Gefühl bestätigen.

Die Zeit im Homeoffice war gerade in Hinblick auf den Lockdown im Frühjahr 2021 nicht immer angenehm, aber mit einem sehr liebevollen Team brachten wir uns gegenseitig durch diese Zeit. In fast täglichen Jour Fixes kamen wir für eine morgendliche Einstimmung zusammen und trafen gegebenenfalls Absprachen für den weiteren Tagesverlauf. Somit schafften wir es durch verschiedene Formate, die Kommunikation und das Persönliche trotz virtuellen Arbeitens aufrechtzuerhalten.

In Bezug auf meine Aufgabenbereiche habe ich insbesondere die große Diversität und den Einblick in viele unterschiedliche Bereiche als sehr positiv wahrgenommen. Neben meinen Aufgaben wurde mir beispielsweise auch die Möglichkeit gegeben, an einem B2B-Kund*innengespräch mit einem britischen Kooperationspartner teilzunehmen. Für mich war dieses Praktikum ein sehr guter Einstieg in den Marketing-Bereich, bei welchem ich viele Parallelen zu meinem Studium ziehen konnte, mir aber auch Möglichkeiten für zukünftige Bereiche gezeigt wurden.

Auch von der gesamten ZEIT-Verlagsgruppe habe ich ein sehr positives Bild erhalten. Trotz der Größe des Unternehmens ist meines Erachtens nach die interne Kommunikation sehr stark und durch viele Teamevents und Formate habe ich sehr schnell gemerkt, dass es sich um ein Unternehmen handelt, bei dem ein harmonisches Miteinander große Bedeutung hat

Somit kann ich zusammenfassend sagen, dass ich mit meinem Praktikum sowohl in Hinblick auf die Aufgaben als auch auf das Arbeitsklima sehr zufrieden war. Dementsprechend bin ich auch sehr glücklich, dass ich dort weiterhin als Werkstudentin angestellt bin und meine Ideen einbringen darf.

Literatur

SPOTLIGHT VERLAG, 2021. *Über den Verlag: Die Chronik des Spotlight Verlags* [online]. [Zugriff am: 12.12.2021]. Verfügbar unter: <https://www.spotlight-verlag.de/ueber-den-verlag>