

# Start-up-Unternehmen mit Tradition

Am 17. April 1998 startete Infoscreen mit drei Bildflächen und markierte damit die Geburtsstunde einer neuen Mediengattung.



## Team

Die Infoscreen-Chefredakteurin Stefanie Paffendorf und Grafikchef Gerald Strehlow bestimmen das Erscheinungsbild des Senders.

**A**ls Chefredakteurin und als Grafikchef bestimmen Stefanie Paffendorf und Gerald Strehlow das Erscheinungsbild von Infoscreen ganz maßgeblich. Wir baten die beiden zu einer Zeitreise in die Vergangenheit und die Zukunft ihres Mediums.

**medianet:** *Gab es ein prägendes Erlebnis aus den letzten 20 Jahren, das den Charakter Ihres Unternehmens besonders gut beschreibt?*

**Stefanie Paffendorf:** Weil die Basis für den Erfolg von Infoscreen der enorme Zusammen-

auch die besten Werbekunden des Landes.

**Gerald Strehlow:** Dass Schriftenguru Erik Spiekermann eine eigene Infoscreen-Typografie entwickelt hat, charakterisiert uns gut. Als völlig neuartige Mediengattung waren wir immer gezwungen, Neues auszuprobieren und ausgetreten Pfade zu verlassen; gleichzeitig haben wir uns aber niemals mit zweitklassigen Lösungen zufriedengegeben.

**medianet:** *Sie haben für das Jubiläum ein eigenes Programm gestaltet. Was war Ihnen dabei besonders wichtig?*

seher gewissermaßen auf eine Zeitreise geschickt.

**Strehlow:** Dieser Rückblick hat viele Aha-Momente ausgelöst und ein Wiedersehen mit dem Klassiker Mordillo ermöglicht.

**medianet:** *Infoscreen kommt ohne Ton aus, braucht starke Bilder und markante Botschaften. Hat das Medium einen jetzt aktuellen Medientrend vorweggenommen?*

**Strehlow:** Das kann man so sehen. Wir arbeiten schon seit 20 Jahren mit kompakten Text-Bild-Botschaften und haben schon damals nach heute gängi-

**Paffendorf:** Ganz sicher der hervorragende Team-Geist und der Wille, unsere Zuseher auch in Zukunft immer wieder mit neuen Formaten zu überraschen.

**medianet:** *Blieben wir beim Thema Zukunft. Was erwartet die Zuseher in den nächsten Jahren? Sind die Bildflächen auf jedem Smartphone nicht die größten Konkurrenten von Infoscreen?*

**Strehlow:** Auch die Zukunft hat eine Konstante: Die Wartezeit auf und in den öffentlichen Verkehrsmitteln. Wir verkürzen diese mit topaktuellen Nachrichten, Wetter, Sport, Kultur und Veranstaltungstipps, die perfekt auf diese Wartesituation abgestimmt sind. Deshalb bleiben auch in Zukunft viele Mobiltelefone in den Taschen.

**Paffendorf:** Smartphones sind technische Geräte und kein Medium. Aber natürlich sind wir uns der Konkurrenz um Aufmerksamkeit bewusst. Darum bieten wir mit der Infoscreen App eine interessante Nachlese mit spannenden Zusatzinfos, Gewinnspielen und vielem mehr. Womit wir unsere Zuseher aber ganz sicher überraschen wollen, sind völlig neue Programmelemente. Wir können aber noch nichts Konkretes verraten.

**medianet:** *Was bringt das Jubiläumsjahr sonst noch?*

**Paffendorf:** Der April stand ganz im Zeichen unseres 20-Jahres-Jubiläums. Im Sommer kommt ein Programmschwerpunkt zur Fußball-WM und im Herbst unser großer Programm-Relaunch.

**Strehlow:** Ja, wir erfinden uns praktisch neu. Das komplette Programmdesign, die Lesbarkeit, die Schriftgrößen werden hinterfragt. Was gut ist, wird verbessert, was in die Jahre gekommen ist, verschwindet. Wir haben keine Tabus, aber viel Mut. (gs)

”

*Als völlig neuartige Mediengattung waren wir immer gezwungen, Neues auszuprobieren und ausgetretene Pfade zu verlassen.*

**Gerald Strehlow**  
Infoscreen

“



© Infoscreen

halt in unserem Team ist, ist die Auszeichnung ‚Great Place to Work‘ vermutlich ein solcher Moment. Wir arbeiten aber nicht nur gut zusammen, wir lassen es uns auch gemeinsam gut gehen. Etwa in Lissabon bei unserem 10-Jahres-Jubiläum. Diesen Qualitätsanspruch in der Zusammenarbeit suchen wir auch bei unseren Content-Partnern. So konnten wir einige der besten Redaktionen des Landes gewinnen. Natürlich haben wir

**Paffendorf:** Unsere Zuseher sollten mitbekommen, dass es Infoscreen tatsächlich schon seit 20 Jahren gibt. Dafür haben wir interessante Meldungen aus unserem Archiv geholt und mit unserem 20-Jahres-Logo gekennzeichnet. Indem wir – neben dem tagesaktuellen Programm – in Spezialformaten die Mode vor 20 Jahren, Nachrichten von damals oder die Veränderung von Infoscreen-Mitarbeitern gezeigt haben, haben wir unsere Zu-

gen Social-Media-Kriterien gearbeitet – allerdings immer mit seriös recherchierten Nachrichten. Jetzt funktioniert etwa auch das ‚ZiB20‘-Format nach diesem Prinzip.

**medianet:** *Vor 20 Jahren gab es einen bescheidenen Start mit drei Bildflächen. Jetzt hat Infoscreen 1,3 Millionen Zuseher pro Woche. Was ist vom Start-up-Geist von damals geblieben?*