



LENNART | THEEDE

MEDIEN & INTERNET

PROFIL

Als echtes Nordlicht und gebürtiger Schleswig-Holsteiner habe ich mein Studium an der Fachhochschule Kiel absolviert. Große Freude bereiten mir Tätigkeiten im journalistischen Bereich. Während meiner Zeit als Redaktionsassistent beim Norddeutschen Rundfunk konnte ich viele wertvolle Erfahrungen sammeln. Meine Abschlussarbeit verfasste ich über die Usability von Content-Management-Systemen anhand Contao und Wordpress für Onlineredakteure. Nach meiner Anstellung als Projektleiter, Content- und Social Media-Manager bei der ideenwerft GmbH, bringe ich nun den Relaunch der Website für das Institut für Weltwirtschaft in Kiel voran.

ERFAHRUNG

Norddeutscher Rundfunk

Redaktionsassistent // Juni, 2013 - Oktober, 2015

Beim NDR arbeitete ich in der Onlineredaktion als Redaktionsassistent. Meine Aufgabe bestand darin, die Redakteure mit medialen Bausteinen für Artikel zu versorgen. Ich bestückte also das CMS „Sophora“ mit Videos, Bildern oder Audiodateien, welche vorher als Rohmaterial die Redaktion erreichten und von mir bearbeitet wurden.

brandpublishers GmbH

Content/Social-Media Manager // Januar, 2015 - April, 2016

Im Ausbildungs-Marketingverlag brandpublishers GmbH arbeitete ich als Multimedia-Producer/Content-Manager im Bereich Webpräsentation. Ich pflegte Inhalte in das Wordpress-System der Website me2be.de ein, bearbeitete Bilder, erledigte kleinere CSS-Arbeiten im Frontend, kümmerte mich um neue Beiträge auf Facebook und optimierte die Seite für Suchmaschinen. Außerdem war ich auch als Redakteur unterwegs.

ideenwerft GmbH

Projektleiter / Content-Manager / Social-Media-Manager // April, 2016 - Oktober 2016

In der ideenwerft GmbH konzipierte ich Web-Auftritte für verschiedenste Unternehmen, beriet Kunden und kümmerte mich um deren Content auf den entsprechenden Websites sowie in sozialen Netzwerken. Genau wie mein Studium war meine Anstellung bei der Ideenwerft sehr interdisziplinär ausgerichtet und eine tolle Herausforderung.

Institut für Weltwirtschaft in Kiel

Content-Manager // Oktober, 2016 bis jetzt

Das Institut für Weltwirtschaft in Kiel setzt mich im Zentrum für Kommunikation als Content-Manager ein. Zu meinen Aufgaben gehört es zielgruppengerechte Web-Formate zu entwickeln, Usability-Probleme zu ermitteln und zu prüfen, wie eine zeitgemäße Außendarstellung über das Internet für das Institut aussehen könnte. Außerdem erstelle und betreue ich Websites für das Instituts.

BILDUNG

Bachelor of Arts - Multimedia Production

Fachhochschule Kiel

In meinem Studium lernte ich viele Bereiche der Medienproduktion kennen. Ich erstellte journalistischen Beiträge mithilfe verschiedener Medien, produzierte 3D-Animationen, programmierte Webseiten und lernte wissenschaftlich zu arbeiten.

KENNTNISSE

Journalismus

Schon während meines Studiums bemerkte ich meine Leidenschaft für spannende Geschichten. Die einzelnen Stärken der Medien herauszuarbeiten und dem Leser, Hörer oder Zuschauer zu präsentieren, bereitet mir große Freude.

Social Media

Social Media bleibt und geht auch nicht wieder weg. Im Kern ist es nämlich nichts Neues, sondern zwischenmenschliche Interaktion – Kommunikation. Als Digital Native fühle ich mich auf *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* & Co zuhause und kann Ihnen dabei helfen die richtigen Inhalte für Ihre Zielgruppe zu konzipieren.

Content Management

In meinem bisherigen Arbeitsleben habe ich schon einige Content-Management-Systeme kennen gelernt. Mit Open-Source-Lösungen wie *Contao* und *Wordpress* bis hin zu kommerziellen Lösungen wie *Sophora* (wird vom Norddeutschen Rundfunk verwendet) verwaltete ich Inhalte auf Webseiten.

Usability-Tests

Der Besitzer oder Redakteur auf einer Website kennt sich gut in den Menüs und Kategorien aus. Man selbst geht die Wege zu den jeweiligen Inhalten jeden Tag. Die Kunden auch? Während meiner Abschlussarbeit habe ich mich intensiv mit Usability-Tests beschäftigt. Diese können dabei helfen Probleme aufzuzeigen, die man an der jeweiligen Stelle niemals vermutet hätte.

SEO

SEO ist tot. Das ist natürlich völliger Unsinn. Seitdem die in Deutschland mit Abstand meist genutzte Suchmaschine *Google* im Jahr 2013 ihre Suchparadigmen veränderte, funktioniert SEO lediglich ein wenig anders. Endlose Keyword-Teppiche werden heutzutage (zurecht) von *Google* abgestraft - genauso wie Linkbuilding auf qualitativ schlechten Internetseiten, Linkmiete oder Linkkauf. Was ist also zu tun? Nachhaltige OnPage-Optimierung und wohlüberlegter Linkaufbau. Übrigens: Keine seriöse Agentur wird einem Kunden nach getaner Arbeit Platz 1 bei *Google* garantieren.

Kiel, März 2019

L. Thiele