
EINLADUNG

Donnerstag, 21. Juni 2018
18.30 Uhr, St.Gallen

Medien und PR heute – wo die Reise hingeht

Wie sehen die Veränderungen beim grössten Ostschweizer Medienhaus aus – und wie beeinflussen diese die Arbeit von PR-Schaffenden? Welche Strategien planen Verlag und Redaktion? Und was ist aus dem neuen Zusammenschluss mit der AZ-Gruppe zu erwarten? Antworten auf diese und weitere Fragen gibt es am PROL-Anlass. Dabeisein und aktiv Mitdiskutieren heisst die Devise. Darüber hinaus gibt es einen Augenschein im neuen Newsroom der Tagblatt-Redaktion.



DATUM, ZEIT, ORT

Donnerstag, 21. Juni 2018, 18.30 Uhr

St.Galler Tagblatt AG, Fürstenlandstrasse 122, 9001 St.Gallen
Telefon 071 272 72 72

Situationsplan auf Google Map

Parkplätze sind vor dem Gebäude vorhanden

Ab Bahnhof SG ca. 8 Minuten mit Bus Nr. 7 (Richtung Abtwil/St.Josefen)
bis zur Haltestelle Moos

PROGRAMM

18.30 Uhr Begrüssung durch Anita Schweizer, Präsidentin PROL

18.35 Uhr Kurzbesichtigung des Newsrooms

Ein- und Ausblicke mit Christine Bolt, Stefan Schmid
und Martin Oswald von der St.Galler Tagblatt AG –
ein aktiver Dialog ist erwünscht

19.45 Uhr ca. Austausch und Kontaktpflege beim Netzwerk-Apéro

ANMELDUNG

Danke für Ihre Anmeldung bis zum 13. Juni 2018.

PROL-Mitglieder melden sich via [PROL-Website](#) an (persönliches Login
nutzen).

PRVA-/DPRG-Mitglieder oder Gäste melden sich ebenfalls via PROL-
Website an („Anmeldung für Gäste/Nichtmitglieder“) oder senden eine
Mail mit Vermerk an das PROL-Sekretariat info@prol.ch.

Der Anlass ist für PROL-Mitglieder sowie für PRVA- und DPRG-Mitglieder
kostenlos. Gäste/Begleitpersonen zahlen vor Ort einen Beitrag von 30
Franken. Fragen? Das PROL-Sekretariat gibt Antwort: 076 529 20 22.

WORUM ES GEHT

PR und Medien – ein altes Thema? Eigentlich schon – und doch ist es heutzutage
aktueller denn je. Die Rahmenbedingungen sind nämlich grad auf beiden Seiten
einem starken Wandel unterworfen. Mechanismen, die jahrelang klar schienen,
verlieren an Bedeutung. Redaktioneller Raum wird knapp – die Kanäle im Gegen-
zug vielfältiger. Die Publireportage von einst heisst heute „Native Advertising“.
Wie die Tagblatt-Gruppe dem Wandel begegnet und was dies für Ostschweizer PR-
Schaffende heisst – darum dreht sich der Juni-Anlass der PROL. Erfahren Sie aus
allererster Hand, wohin die Reise geht und vor allem: Diskutieren Sie aktiv mit. Zu-
dem sehen wir, was und wie es im neuen Newsroom der Redaktion läuft.

WER SPRICHT



Christine Bolt ist seit Herbst 2014 stellvertretende Leiterin der St.Galler
Tagblatt AG und verantwortet die Bereiche Lesermarkt und Mar-
keting. Damit kehrte sie nach rund 10 Jahren Tätigkeit im Tourismus
zu ihrer ursprünglichen Wirkungsstätte zurück. Nach der Matura stu-
dierte sie vier Semester an der HSG, absolvierte eine Bankausbildung
sowie die Ausbildungen zum eidg. FA Marketingplaner und eidg.dipl.
Verkaufsleiter ab. 2017 schloss sie am IAP der ZHAW das MAS-Studium «Coaching
und Supervision in Organisationen» erfolgreich ab.



Stefan Schmid ist seit August 2016 Chefredaktor des «St.Galler Tag-
blatts» und seiner Regionalausgaben. Zuvor führte er viereinhalb
Jahre die gemeinsame Bundeshausredaktion von AZ Medien und
Südostschweiz in Bern. Zwischen 2005 und 2011 war Schmid bereits
einmal für das «St.Galler Tagblatt» tätig. Zuerst als Inlandredaktor,
ab 2007 als Ressortleiter Inland, ab 2009 als Blattmacher und Mit-
glied der Chefredaktion. Schmid hat in Bern und Paris internationale Geschichte,
Schweizer Geschichte und Politikwissenschaften studiert.



Martin Oswald leitet seit August 2017 die Online-Redaktion des
«St.Galler Tagblatts» und verantwortet die Weiterentwicklung der di-
gitalen Plattformen der NZZ-Regionalmedien Ostschweiz. Oswald
hat in den USA Kommunikationswissenschaften studiert und das
Masterstudium in Journalismus am MAZ in Luzern absolviert. 2005
folgte der Einstieg beim Schweizer Radio und Fernsehen: Zu Beginn
als Reporter und Redaktor der Morgensendung von SRF 3; ab 2015 leitete er die
digitale Produktentwicklung bei SRF Online. Martin Oswald ist Referent für Me-
dienentwicklung und Social-Media-Strategie an verschiedenen Fachhochschulen.