

Wohin steuern die Medien?



Hochkarätiges Podium – Moderator Jochen Kalka (Chefredakteur W & V), Bettina Reitz (Präsidentin Hochschule für Fernsehen und Film München), Karlheinz Hörhammer (Geschäftsführer Antenne Bayern), Stefan Hilscher (Geschäftsführer Süddeutscher Verlag), Christian Franckenstein (Geschäftsführer Bavaria Film) und Jonathan Beck (Geschäftsführer C.H. Beck Verlag) – v.l.

Fotos: Goran Gajanny/IHK

Entertainment, Fake-News, Trash oder Qualitätsjournalismus – was wollen die Medienkonsumenten heute wirklich? Mit diesem Thema beschäftigte sich der Mediendialog der IHK für München und Oberbayern im Forum der Münchner IHK Akademie. Stefan Hilscher, Geschäftsführer des Süddeutschen Verlags, und Sabine Vöhringer, D & S Medien, luden als gewählte Branchenvertreter der IHK-Vollversammlung zur Podiumsdiskussion unter dem Motto „Qualität & Markterfolg – Was fordern Kunden im digitalen Zeitalter?“ ein.

IHK-Präsident Eberhard Sasse begrüßte die Gäste per Videobotschaft, Jochen Kalka, Chefredakteur Verlag Werben & Verkaufen, moderierte die Veranstaltung. Die Experten diskutierten angesichts der Digitalisierung der Medien und der Herausforderungen für Medienschaffende in Zeiten von Social Media & Co. unter anderem darüber, wie es gelingt, angesichts der wachsenden Datenflut, anspruchsvolle Themen zu transportieren. ■



Konzentriertes Publikum – rund 120 Teilnehmer verfolgten den Mediendialog



Begrüßte die Teilnehmer – Otto Heinz, IHK-Vizepräsident und Geschäftsführer der Heinz Entsorgung GmbH & Co. KG



„Qualität = Online Hype?“ Unter dieses Motto stellte Bettina Reitz, Präsidentin der Hochschule für Fernsehen und Film, ihren Vortrag

Qualität setzt sich durch

Stefan Hilscher, Chef des Süddeutschen Verlags, über Journalismus in Zeiten von Trump und Fake News.

Herr Hilscher, der Mediendialog stand unter dem Motto „Was fordern Kunden im digitalen Zeitalter?“ Aber es ist gar nicht mehr klar, wer dieser Kunde ist ...

Das stimmt. Einerseits wird unser Markt immer feingliedriger. Man versucht, die vielen unterschiedlichen Zielgruppen immer gezielter anzusprechen. Und dann haben wir immer noch Medien, die alle Altersstufen und sozialen Gruppen bedienen und erfassen wollen. Das ist eine spannende Aufgabe. Der entscheidende Punkt ist aber, dass wir uns als Medienschaffende fragen müssen: Was will der Kunde eigentlich? Welchen Nutzen und Mehrwert hat

er durch unsere Angebote? Sonst produzieren wir völlig am Bedarf vorbei.

Gibt es so eine Art Trump-Effekt, eine neue Sehnsucht des Verbrauchers nach gutem Journalismus?

Ja, den gibt es. Das haben als erste unsere Kollegen in den USA erlebt. Die „Washington Post“ und die „New York Times“ haben einen deutlichen Zuwachs bei ihren digitalen Angeboten. Das ist ein richtiger Nachfrageprung. Diesen Trend spüren wir aber auch hier.

Wie drückt sich das aus?

Wir erleben gerade ein ganz spannendes Wahljahr, in dem sich viele fragen: Was ist



Stefan Hilscher, Geschäftsführer des Süddeutschen Verlags in München

Wahrheit und was nicht. Wir hören derzeit häufig die Aussage: Ich brauche jetzt eine gute Zeitung, ich blicke nicht mehr durch. Das gilt nicht nur für die Süddeutsche Zeitung. Davon kann auch jede regionale Zeitung und jeder Radiosender profitieren. Gute Qualität – das honorieren die Menschen wieder. ar

Digitales Dokumentenmanagement (DMS)

Möchten Sie Zeit sparen und Kosten optimieren?

MuP Consulting lädt Sie herzlich zu informativen Live-Präsentationen zum Thema DMS ein. Die Teilnahme ist kostenfrei.

Termine

21.06.17, 17 - 19 Uhr
13.07.17, 17 - 19 Uhr
19.07.17, 17 - 19 Uhr



Wer Informationen zum korrekten Zeitpunkt der richtigen Person bereitstellt, kann schneller am Markt agieren. Ein Dokumentenmanagement (DMS) bildet die zentrale Wissensplattform und dient der zentralen Speicherung und Verwaltung von Geschäftsdokumenten unter Berücksichtigung von Zugriffsrechten.

Wir bieten messbare Vorteile

- Einheitliche und transparente Wissensstände im Unternehmen
- Optimierte Dokumentensicherheit
- Einhaltung von Aufbewahrungsfristen
- Überblick über alle auslaufenden Verträge/Kündigungsoptionen
- Automatisierung operativer Workflows
- Kosten- und Zeitersparnis

Kostenfreie Anmeldung

MuP Medien Gruppe
Nymphenburger Str. 20b
80335 München
Tel.: +49 89 139 28 42 10
kerstin.ferst@muP-consulting.de
www.MuP-Consulting.de

