

PRESSEMITTEILUNG

IFRA und DCX 2019, Nr. 3, Frankfurt am Main, 11. Juni 2019

Zur sofortigen Veröffentlichung

Innovation im Mediengeschäft

Neuste Technik braucht echte Innovationskultur und guten Content

- Auf der Conference Stage der IFRA und DCX sprechen Medienexperten über die Erfolgsfaktoren von Innovation.
- Der Print Innovation Award, der am ersten Messeabend verliehen wird, demonstriert: Auch Printmedien können Innovation.

Zwei Messen, ein Programm: Auf der Conference Stage der IFRA World Publishing Expo und der DCX Digital Content Expo drehen sich am 8. und 9. Oktober in der Messe Berlin viele Beiträge um Innovationen für Digital- und Printmedien. Während es auf der Bühne vor allem um neue Geschäftsmodelle und Unternehmenskultur geht, stehen im Ausstellungsbereich die Produktneuheiten der Anbieter im Fokus.

40 Prozent des Umsatzes über Paid Content und somit über Leser generieren – das hält Juan Señor für eine geeignete Zielmarke von Nachrichtenmedien. Der Präsident der Innovation Media Consulting Group widmet sich in seiner Keynote am Mittwoch, 9. Oktober 2019, auf der Conference Stage der Messen IFRA und DCX ganz seinem Metier: der Innovation im Mediengeschäft. Bereits 2018 forderte er in einem Innovationsreport des Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien WAN-IFRA einen Kurswechsel: Nicht warten bis hohe Online-Nutzerzahlen sich irgendwann mittels Werbegelder auszahlen, sondern auf soliden Journalismus setzen, für die Leser bereit sind zu bezahlen – das ist laut Señor der Innovationsansatz der Zukunft.

Denn eine magische Lösung, beispielweise technischer Natur, wird es dem Innovationsexperten zufolge nicht geben. Deshalb kommen Verlage seiner Meinung nach nicht darum herum, wieder verstärkt auf journalistische Kernkompetenz zu setzen und Metriken auszubauen, mit denen sie ihre Nutzer und ihre Vorlieben besser kennenlernen. In seinem Vortrag stellt er Geschäftsmodelle und Geschäftsstrategien vor, die Nachrichtenmedien bereits erfolgreich eingesetzt haben und plädiert gleichzeitig für einen radikalen Kulturwandel in Organisationen.

Kulturwandel in Medienunternehmen

Prof. Dr. Sonja Kretzschmar, Leiterin des Instituts für Journalistik im Studiengang Management und Medien an der Universität der Bundeswehr in München, empfiehlt in



ihrem Vortrag am Dienstag, 8. Oktober, in Sachen Innovationsstrategie ganzheitlicher zu denken, über einzelne Produkte hinaus. Ein wichtiger Punkt sind aus ihrer Sicht Qualitätskriterien im Zusammenspiel mit einem bestimmten Budget – etwa in Bezug auf Recherchezeit oder die Überprüfung von Informationen. Doch auch sie hat in der Unternehmenskultur einen Hebel für mehr Innovation erkannt: Projekte wie die Einführung neuer Produkte oder Arbeitsabläufe seien erfolgversprechender, wenn man die Mitarbeiter in die Auswahl und Zielsetzung von Innovation einbeziehe.

Die Professorin hat beobachtet, dass die Herausforderungen je nach Medium sehr unterschiedlich sind: Vor allem regionale und lokale Tageszeitungen hätten mit einem deutlichen Wandel der Nutzerschaft sowie einer Organisationsstruktur zu kämpfen, die sehr schwerfällig gegenüber Innovationen sei. „Es wäre die Aufgabe der Personalführung, eine Unternehmenskultur zu fördern, in der Menschen sich auf Innovationen einlassen.“ Dies gilt laut Prof. Dr. Sonja Kretzschmar insbesondere beim Einsatz neuer Technik wie automatisierte Textgenerierungsprogramme, die unter dem Schlagwort Roboterjournalismus bei Mitarbeitern die Angst vor Jobverlust schüre. Eine wichtige Zukunftsaufgabe der Nachrichtenmedien sei vor diesem Hintergrund auch die Weiterbildung und Erhaltung der Employability ihrer Beschäftigten.

Neuste Technik mit Qualitätsinhalten kombinieren

Denn technische Neuerungen wie Künstliche Intelligenz, Voice oder Big Data spielen eine zunehmende Rolle für alle Facetten der Medienproduktion und -verbreitung. Diese Entwicklung spiegelt die Ausstellungsfläche der beiden Messen. Dort sind neben gesetzten Branchengrößen auch zahlreiche Gründer mit ihren neusten Lösungen vertreten, die gleichermaßen für Nachrichtenmedien und Corporate Publisher einsetzbar sind. Neben Online-Medien können jedoch auch Print-Medien Innovation. Das demonstrieren die Print Innovation Awards, die schon zum zweiten Mal in Berlin verliehen werden. Auf der Berlin Publishing Night am Dienstag, 8. Oktober 2019, im Tipi am Kanzleramt werden die Gewinner in Gold, Silber und Bronze, bekannt gegeben und geehrt.

Über IFRA, DCX und Berlin Publishing Days

Die IFRA World Publishing Expo bietet die Möglichkeit, alle Facetten der Zeitungsproduktion auszuloten: von der technischen Herstellung von Inhalten über die Produktion bis zur Distribution. Verleger erhalten die Gelegenheit, sich aus erster Hand über internationale Entwicklungen und Neuigkeiten zu informieren.

Die DCX Digital Content Expo widmet sich der digitalen Seite des Publishing. Neben Nachrichtenmedien und ihren journalistischen Inhalten richtet sich die Messe auch an



IFRA World Publishing Expo
DCX Digital Content Expo
Berlin Publishing Days 2019
7. bis 10. Oktober 2019, Messe Berlin
www.ifra-expo.com

DCX
Digital
Content
Expo

IFRA
World
Publishing
Expo

Verantwortliche für Content Services und Content Marketing, die Unternehmens- und Produktinformationen lancieren, um ihre Kunden so präzise und effizient wie möglich zu bedienen. Als Marktplatz der Medienbranche zeigt die DCX Digital Content Expo digitale Trends für die Produktion, Verteilung, Verwaltung und Monetarisierung von Inhalten – mit einem hochwertigen Begleitprogramm und einer großen Auswahl an Ausstellern und Start-ups.

Die parallellaufenden Expos IFRA und DCX sind erstmals Teil der Berlin Publishing Days. Die Medientage bespielen vom 7. bis 10. Oktober 2019 auch World Printers Forum Conference und führen Medienentscheider auf Publishing Tours quer durch Berlin.

Das Ticket zur IFRA World Publishing Expo und DCX Digital Content Expo ist auch im Komplettpaket der Berlin Publishing Days buchbar – inklusive World Printers Forum Conference, Messen und Berlin Publishing Tours. Die Anmeldung ist unter www.ifra-dcx.com möglich.

Über den Veranstalter

WAN-IFRA ist der Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien und vertritt mehr als 18.000 Publikationen, 15.000 Online-Sites und über 3.000 Unternehmen in mehr als 120 Ländern. WAN-IFRA unterstützt weltweit die Zeitungsbranche bei der Verteidigung und Förderung von Pressefreiheit, Qualitätsjournalismus und redaktioneller Integrität. WAN-IFRA bietet ihren Mitgliedern ein breites Spektrum an Fachveranstaltungen, Publikationen und Forschungsberichten. Der Verband ist außerdem eine weltweite Plattform von Ideen, Informationen und Erfahrungen. Als Joint Venture von WAN-IFRA und bødning Holding GmbH (bødning messe) ist die **Publishing Exhibition GmbH & Co. KG** für die Organisation und Messe-Entwicklung von IFRA und DCX verantwortlich.

Ihr Kontakt für Rückfragen:

Heiko Stock
Project Manager
Publishing Exhibition GmbH & Co. KG
Rheinkaistraße 2
68159 Mannheim, Germany
Phone: +49 621 401 66-121
h.stock@ifra-dcx.com

Sabine C. Sirach
Deputy Director World Printers Forum
WAN-IFRA
Rotfeder-Ring 11
60327 Frankfurt am Main, Germany
Phone +49 69 24 00 63-251
sabine.sirach@wan-ifra.org

