Chancen und Risiken in Zeiten der zweiten digitalen Revolution

Analysiert – Atomisiert – Algorithmisiert

Das Forum Medienmanagement des Bayerischen Rundfunks und der MedienWirtschaft bei den Medientagen München 2016

Mobile, social, distributed: Die zweite digitale Medienrevolution führt zu einer Disruption „online to online". Das digitale Werbesystem ist „kaputt", Online-Agenturen werden zu neuen Konkurrenten der digitalen Medienanbieter, Google und Facebook beherrschen die mobilen Ökosysteme. Das Medienmanagement der Publishing-Häuser und der Öffentlich-rechtlichen muss alles neu denken und anders machen. Der Revolution der Branche folgen die Management-Revolutionen in den Unternehmen: Wie sollen die Medienunternehmen auf die aktuellen Paradigmenwechsel in der Nutzung und Vermarktung digitaler Inhalte reagieren? Welche Chancen und Risiken ergeben sich im mobilen und sozialen Zeitalter für private und öffentlich-rechtliche Anbieter?

Diese aktuellen Fragen werden auf dem diesjährigen Forum Medienmanagement des Bayerischen Rundfunks und der MedienWirtschaft auf den Medientagen München unter dem Titel „Analysiert – Atomisiert – Algorithmisiert" aus verschiedenen Branchen-Blickwinkeln thematisiert und diskutiert (am Donnerstag, 27.10.2016, 11:15-12:15 Uhr).

Die Veranstaltung wird zudem am 12.11.2016 um 22:30 Uhr im Rahmen der „Denkzeit" auf ARD-Alpha ausgestrahlt.

Moderator der Veranstaltung ist der MW-Mitherausgeber Frank Lobigs.

Foto: privat

Prof. Dr. Frank Lobigs
Technische Universität Dortmund
✉ *frank.lobigs@udo.edu*

Schlüsselbegriffe: Medientage München | Forum von BR und MedienWirtschaft | Digitalisierung

Die Referenten des Forum Medienmanagement 2016 sind:

Foto: SinnerSchrader

Matthias Schrader, CEO der SinnerSchrader AG, Hamburg. Matthias Schrader stellt in seinem Eingangsstatement fest: „Der digitale Werbemarkt ist kaputt."

Foto: BurdaForward

Oliver Eckert, CEO der BurdaForward GmbH, München. Oliver Eckert benennt seine Erfolgsfaktoren für Publisher in der neuen digitalen Welt. Sein Vortragstitel lautet: „Alles anders: Erfolgreiches Publishing im mobilen und sozialen Zeitalter".

Foto: Reuters Institute

Dr. Annika Sehl, Research Fellow am Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford stellt eine international vergleichende Studie zu den Erfolgsfaktoren des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im neuen digitalen Paradigma vor unter dem Statement-Titel: „Starke Bremsklötze: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland im internationalen Benchmark-Vergleich".

Foto: BR

Mustafa Isik, Leiter Softwareentwicklung und Plattformen beim Bayerischen Rundfunk, München. Mustafa Isik erklärt, wie sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk erfolgreich in der neuen digitalen Welt aufstellen kann: „Fast forward: Die digitale Produktstrategie des Bayerischen Rundfunks".

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2016-3-51, am 27.09.2024, 04:48:46
Open Access – (cc) BY - https://www.beck-elibrary.de/agb

Mit Gastbeiträgen erfolgreicher Kommunikations-Typen und Statements zur Agenturführung u.a. von ***Jung von Matt***, ***Heimat***, ***Serviceplan*** und ***antoni***.

WELCHER FÜHRUNGS-TYP BIST **DU?**

Buchgestaltung Studio Belser / Portrait-Fotografie Sina Görtz

Mit 25 Jahren Branchenerfahrung im Gepäck skizziert Wulf-Peter Kemper die Typologie der Agenturführung. Das heißt, er beschreibt die Persönlichkeitsmerkmale und Charaktereigenschaften - die Kernstärken - von zehn TYPEN, die in der Führungsriege der Agentur in Summe vorhanden sein sollten. Das bedeutet nicht, dass die Führung der Agentur immer zehn Leute umfassen muss. Jede Führungskraft kann einen oder mehrere TYPEN repräsentieren.

Das Buch ist ein Selbsterfahrungsbericht für alle, die ihre Führungsqualität reflektieren. Und für diejenigen, die wissen wollen, ob ihre Agentur(-führung) in Zukunft eine Chance auf Erfolg hat. Es richtet sich somit an Gründer, Inhaber, Chefs, Mitarbeiter, Bewerber und Auftraggeber von Agenturen im Bereich der Marketing-Kommunikation.

TYPEN ist ab dem 20. April 2016 erhältlich. Im Buchhandel oder direkt unter **www.new-business.de/TYPEN**

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2016-3-51, am 27.09.2024, 04:48:46
Open Access – (cc) BY - https://www.beck-elibrary.de/agb