

New Perspectives

... gab's so oder so Ende Oktober in München, auch als Motto der 2021er Medientage: Nun wieder realiter und auch via Streaming zu verfolgen waren 400 „Speaker“- und das taten offenbar deutlich mehr online als persönlich vor Ort. Vor Ort: Das Isarforum war die Lokation der Wahl, vorm Deutschen Museum gelegen, an der doppelten Ludwigs-Brücke über die Isar, das frühere IMAX-Kino. Neue Perspektiven also allemal, das auch inhaltlich: Eine volle Arbeitswoche immer nachmittags, von TV und Audio bis Marketing/Werbung und bis hin zu gesellschaftspolitischen Themen, u.a. Nachhaltigkeit.



© HPR

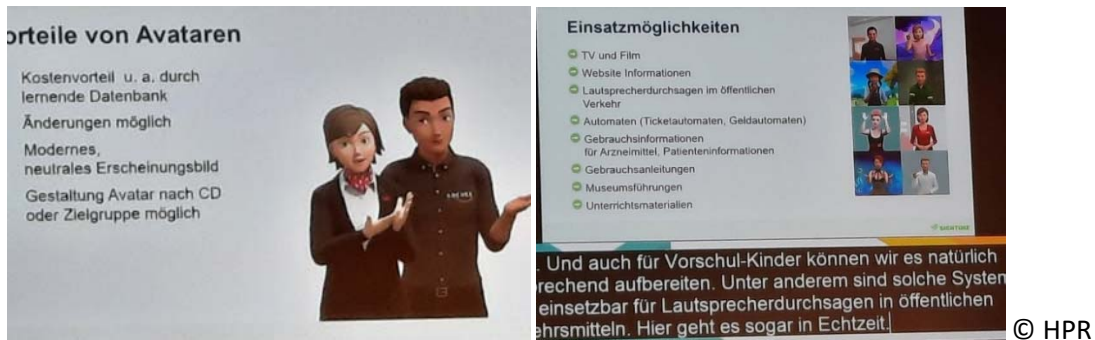
...mal aus einer anderen Perspektive: Das Begleitheft ☺

Am Dienstag und Freitag verfolgte ich einige Slots am Monitor, mit jeweils ca. 250 TN auf zwei je parallele Sessions verteilt. Durchaus beeindruckend, wie die Technik (fast) reibungsfrei funktioniert hat! Denn am Mittwoch und Donnerstag konnte ich jeweils einen Strang live-live erleben, einmal im Raum Planetarium, einmal im Raum IMAX. Mit teils digital-online zugeschalteten Talk-Beteiligten, die dann am großen Bildschirm zu Präsentationen integriert wurden – und das dann auch noch gestreamt... Persönlich anwesend waren dann offenbar deutlich weniger Menschen, in manchen Panels gerade mal gut zwei Dutzend oder auch knapp eines. Das bestätigte den Trend, dass „Massen-„Events noch zurück haltend besucht werden, siehe Buchmesse Frankfurt, siehe Fußball-Spiele: Vernunft vor Vergnügen?! Jedenfalls wurden bei den MTM21 die Vorsichts-Maßnahmen peinlich genau befolgt, very good! Gemeldet wurden abschließend dann übrigens abschließend per Pressemitteilung 9.000 Besucher, 2.000 vor Ort und 7.000 online – natürlich auf fünf Tage verteilt.

Barrierefrei

... war fürs Event angesagt – und im Event ebenfalls, mit einem ausführlichen Start-Panel am Mittwoch, zu „Barrierefreie Medien: Neue Technologien | Neue Anforderungen“. Sehr interessant die Präsentation zu Gebärdensprachen-Avataren, Vielfalt und Anwendung von derlei Kunst-Figuren im Web mal transparent(er) machend. Zwei Folien zu SIMAX seien zitiert:

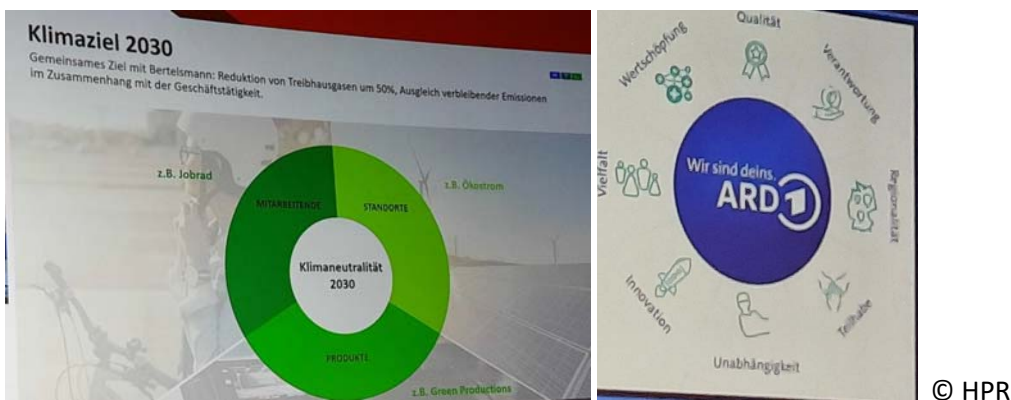
MTM21 – die Medientage München hybrid



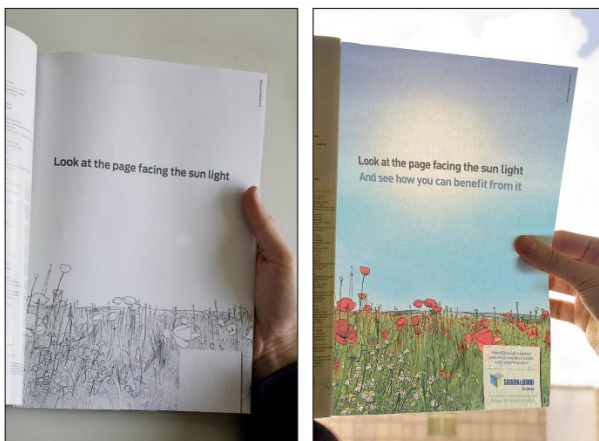
... die zweite Abbildung gleich illustrierend, wie die kurzfristig erkrankte Gebärdensprachdolmetscherin vor Ort für gehörlose TN „ersetzt wurde“: Audio-Deskription, synchron gleich manuell korrigiert.

Nachhaltig?

Das Berichten über Klima-Themen und der eigene Umgang mit (hoffentlich) klimafreundlicher(er) Produktion waren Thema, auch und gerade im Vorfeld der COP26 in Glasgow. Aus einem Talk hier Folien aus Beiträgen von Sibel Boner (BBC) und Dr. Markus Riese (BR):



Dass Print da schon weiter ist (oder zumindest sein könnte), mag dies zeigen (gefunden auf FB):



Dieses Papier mit integriertem Sonnen-„Kollektor“ stammt offenbar bereits aus dem Jahr 2011: Derlei Innovatives stünde auch MTM gut zu Gesicht 😊 ...

Die Expo

... war durchaus überschaubar, auch den verfügbaren Räumen geschuldet a bissal beengt, ergänzt durch das schon gewohnte XR-AR-Area:

Perspektiven für Weiterbildner

Lernen von Anderen sollte für unsereins ja immer Begleit-Thema sein! Was also waren mögliche Learnings?

1. Print ist in und bleibt in: Das klang durchaus mehrfach an (siehe auch unten „must reads“) Etwa O-Ton der Moderatorin eines Talks von KPMG, die betonte, sie selbst (durchaus jüngere Generation) greife gerne zu Print...

Wobei Print-Medien wie Zeitungen und Zeitschriften seit Jahren ja um die Transformation ringen, mit disruptiven Effekten geradezu kämpfen – und die „jungen Generationen“ mit eben digitalen Online-Angeboten einzufangen versuchen, was ein weiteres Panel illustrierte: „Während beispielsweise der „Spiegel“ sein Angebot „Bento“ gänzlich eingestellt hat, wurde „Ze:tt“ zum Ressort von „Zeit Online“ degradiert. Gleichwohl bleiben und blieben den „Millennial-Medien“ verwandte Angebote wie „Watson“ oder die „Huffington Post“ – die mittlerweile gänzlich eingestellt wurde – hinter den in sie gesteckten Erwartungen zurück. Die Gründe reichen von Problemen bei der Kapitalisierung der Inhalte bis zum Vorwurf, die „Millennial-Medien“ seien zu sehr in ihrem Milieu verhaftet.“ Das war’s dann schon: In früheren Jahren ging es noch deutlich mehr um Gedrucktes ☹ ...

Exkurs: Apropos, der Branchen-Dienst PZ-Online titelte den Monats-Newsletter Oktober wie folgt: „Der Cocooning-Trend stützt das Auflagenwachstum in manchen Segmenten“, etwa SPIEGEL und Landslust und „alles rund ums Heim“-Sparte, siehe <https://bit.ly/3Cu3Lok>. Cocooning natürlich forciert durch die Pandemie, doch nach so langer Zeit...?! Auch der Presseclub München hat diesem Thema eine Veranstaltung gewidmet, quasi im Nachklang zu den mtm21 am 04. November: „Wann wird die letzte Zeitung gedruckt? ...mit dem Publizisten und Verleger Dr. Wolfram Weimer“.



© HPR

Erinnert hat mich das an dreierlei: 1. Print fand bei MTM21 nur mehr „unter ferner liefern“ statt. 2. Schon vor Jahren hatte ZDF-heute-Chef-Moderator Claus Kleber entschieden, ein (fast unmoralisches) Angebot der SPIEGEL-Gruppe abzulehnen, zu Gunsten ZDF = TV gewann gegen (primär) Print. 3. Print geht, wenn a. entsprechend investiert wird und b. flankierend Werbe-Einnahmen möglich sind, wie der Red-Bull-Chef Dietrich Mateschitz eindrücklich bewiesen hat: Sein Konzern ist heutzutage ein Medien-Unternehmen, neben Servus-TV mit einigen gedruckten Magazinen (wie Servus, Terra Mater, The Red Bulletin - oder völlig neu: Pragmaticus!). Tja, Perspektiven wechseln?!

Gute Aussichten dabei: Der Ehrenvorsitzende (und Talk-Master) Peter Schmalz ist dabei, Dr. Rainer Esser aufs Podium einzuladen, den erfolgreichen Geschäftsführer der ZEIT-Gruppe, fein!

Ihn kenne ich noch aus seiner Spotlight-Zeit, nach Übernahme dieses heute weiterhin sehr erfolgreichen Sprachlern-Magazins durch Holtzbrinck (von Richterdruck und Dr. Egon Müller, den Gründer – ich durfte seinerzeit Anfang der 1980er Jahre Geburtshelfer spielen ☺ ...). Als Wochenzeitung das einzige Print-Medium, das seit vielen Jahren steten Zuwachs zu verzeichnen hat - wohl auch wegen der 360-Grad-Konzepte, wie Dr. Weimer auf dem Presseclub-Medium interpretierte. – NB: Zu erwähnen ist auch noch, dass Unternehmens-Beratungen wie KPMG ihre jährliche Studie zur Entwicklung von Verlagen (Medien ...) heraus gebracht haben. Aus deren Mega-Trends im Summary sei folgender Ausblick zitiert: „Aus Sicht der Verlage sind ... die Veränderung von Arbeitseinstellungen und Arbeitsbedingungen ... besonders wichtige Trends“, siehe New Work und Demografie... (Exkurs Ende)

2. Catering lässt sich gut über vorhandene Räume verteilen, will sagen: Immer nur eine geringe Zahl auf einem „Haufen“. Relevant für alles, was über Seminare hinaus geht, also Konferenzen und Kongresse ...
3. Formate: Neben Präsentationen, Talk-Runden, Vorführungen (XR!) gab es zudem Master-Classes, und zwar digital! In diesem Sinne erwiesen sich die mtm21 gar als Blended-Learning-Maßnahme, weil vertiefend eine Fülle an Themen adressiert waren, mit Insights zu Podcasts, Newsletter, Community-Management – oder eben auch:
4. Digitalisierung hat eine Menge Facetten, sei es zu Monetarisierung von Inhalten im Internet, sei es das Hybride dieser Veranstaltung selbst: Parallel persönlich wie gestreamt aus der Ferne erleben, jedenfalls zukunftssträchtig! Oh Kollegenschaft, lasset uns ein Beispiel nehmen! Bewegt jedenfalls „is it“, das zeigt auch die Konzentration auf derlei Themen bei den MTM! Auch klassisches TV kümmert sich inzwischen um „on Demand“ oder auch paralleles Streaming via Internet, quasi auch das hybrid: Zeitgleiches Agieren, Präsentieren und Interagieren ist also klarer Zukunfts-Trend. Siehe dazu übrigens ein Interview mit mir hier: <https://www.youtube.com/watch?v=pwkyvvnjL9I>. Ach ja, dann noch XR, also alles von Augmented bis Virtual Reality, für vielerlei Hard-Skills mehr und mehr Thema in der Weiterbildung...

Gerade dazu gab es eine Reihe von Angeboten, über diverse Nischen-Räume verteilt – u.a. konnte wer wollte ins All starten: Ein Besuch der ISS, näher erläutert in einem Slot mit dem Initiator und Umsetzer Paul Raphaël, Felix & Paul Studios, plus Suzanna Randall, die (voraussichtlich) als erste deutsche Astronautin zur ISS fliegen wird...



© Medientage

Und natürlich interessant für unsereins Weiterbildungler:

Lernen der Zukunft

Ein kompletter Strang war am abschließenden Freitag dem Umgehen junger Generationen mit dem Thema Lernen reserviert, im BLITZ CLUB – als singuläre Lokation für diesen Tag. Darin u.a. „So lernen

junge Leute heute“, „Future Skills“, „Lern-Communities“ und „Diese neuen Technologien machen hybride Lehre möglich“.

Must reads

... waren auch geboten – will sagen: Autoren waren mit Lesungen und/oder als Talk-Partner anwesend, mit ihren Publikationen zu Medien-relevanten Themen, etwa „Du gehörst uns! Die psychologischen Strategien von Facebook, TikTok, Snapchat & Co und wie wir uns vor der großen Manipulation schützen“ oder „Reboot. Der Code für eine widerstandsfähige Wirtschaft, Politik und Gesellschaft“. Interessantes Format auch deshalb, weil allenthalben „Digitalisierung“ im Fokus stand – und doch Bücher?! Ja, erfreulich durchaus... Im Grunde auch dazu gehört eine wahre Flut an Studien, die in Talk-Runden eingebracht und diskutiert wurden, seien sie getriggert von Institutionen wie ARD/BR oder von den üblichen Verdächtigen, die jedes Jahr ihre höchst relevanten Erkenntnisse und Aussichten zur Media-&Entertainment-Branche updaten, etwa KPMG, Deloitte oder PwC...



© HPR

Mehr zu all dem

... gibt's naturgemäß im Web, siehe u.a. Podcasts & Co.: <https://medientage.de/> - einfach wählen! Vom Überblick (Programm en detail) über Infos zu den „Speakern“ (nennen wir sie Beiträger...) und Berichte – und natürlich mehr zu Ausstellern, etwa im XR-Area... Und wie soll's weiter gehen? Save the date für 2022!

Hanspeter Reiter

www.dialogprofi.de