# Medieninnovationsmonitor: Treiber und Trends

*von* ***Klaus Goldhammer*** *am* ***12. Mai 2015***

*Medienunternehmen sind gefordert, mit dem hohen Innovationstempo Schritt zu halten und ihre Angebote immer wieder neu anzupassen und weiter zu entwickeln. Vor allem der Journalismus steht dabei vor großen Herausforderungen, wie nun erstmals ein Medieninnovations-Monitoring zeigt*.

Um die neuen Entwicklungen, die aus dem technischen Wandel und sich ändernden Mediennutzungsgewohnheiten resultieren, strukturiert darzustellen, hat das Beratungsunternehmen Goldmedia Strategy Consulting im Auftrag der BLM einen Medieninnovations-Monitor realisiert, der bei den media:innovations Ende April vorgestellt wurde.

Die Kernfrage lautet: Welche aktuellen Trends und Entwicklungen sind in den Bereichen Audio, Video, Messaging und Journalismus bereits am Markt, die für die Medienwelt relevant werden?

## Soziale Netzwerke werden zur Informationsquelle

Soziale Netzwerke avancieren insbesondere bei Jugendlichen zur wichtigsten Informationsquelle und ersetzen immer öfter die herkömmliche Suche nach Online-Nachrichten. Dieser Entwicklung trägt insbesondere Facebook Rechnung, indem es den Algorithmus seines Newsfeeds anpasst: Mehr Mediencontent soll gezeigt werden, und statt bloßer Verlinkungen zu den Websites der Medienunternehmen sollen mehr Inhalte direkt auf Facebook bereitgestellt werden. Das US-Medienunternehmen BuzzFeed hat bereits angekündigt, ein Team zusammenzustellen, welches Inhalte genuin für Social Media-Plattformen erstellt.

## Whats App als neuer Nachrichtenkanal

Parallel dazu werden Messenger-Dienste selbst zu relevanten Newsquellen. Einige Medienunternehmen versenden Teaser und Links via WhatsApp auf direktem Wege an Endkonsumenten. Das vor allem in den USA beliebte Snapchat attackiert unterdessen etablierte Medienmodelle mit „Snapchat Discover“, indem es Inhalte renommierter Medienhäuser direkt aufbereitet. Die einzelnen Inhalte der Anbieter werden, in Anlehnung an das Grundprinzip von Snapchat, nach 24 Stunden gelöscht und durch neue ersetzt.

Sprachbarrieren für Interviews gehören dank neuer Dienste schon bald der Vergangenheit an. Mit „Skype Translate“ etwa werden Gespräche via Skype in Echtzeit automatisch übersetzt. Andere Dienste wie z.B. die App „Word Lens“ übersetzt automatisch Texte, die per Smartphone-Kamera aufgezeichnet werden. Damit werden auch Interviews mit Menschen aus exotischen Ländern einfacher.

## Periscope & Co: Live-Streaming wird Mainstream

Wer braucht noch CNN, wenn es Periscope gibt? Mit den neusten Live-Streaming-Apps wie Twitter’s Periscope oder Konkurrent Meerkat oder auch YouNow wird jeder Nutzer zum potenziellen Live-Reporter. Während das klassische Fernsehen Live-Events aufwändig broadcastet, ermöglichen die Apps es, ungefiltert direkt vom Ort des Geschehens ins Netz zu streamen. Auch Videoriese YouTube springt auf den Live-Zug auf und will laut

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien

Medienberichten noch 2015 eine Live-Stream-Lösung präsentieren.

## Audio-Streaming erobert das Auto

Das Naturschutzgebiet UKW gibt es schon lange nicht mehr. Der klassische Radiomarkt hat sich zu einem komplexen „Audio-Universum“ erweitert. Für die Hörer verlieren die technischen Standards an Bedeutung, inhaltlicher Nutzen gewinnt an Relevanz. Musik-Streaming in Autos ist dabei ein wichtiger Treiber im Audiomarkt: Angebote wie Apple’s CarPlay oder der von Panasonic übernommene Streaming-Service AUPEO revolutionieren das Autoradio. Radiosender müssen auf diesen digitalen In Car Entertainment-Systemen präsent sein, wollen sie im Audio-Markt in Zukunft weiter eine Rolle spielen.

Als neue Nutzungszugänge für Radiosender dienen ebenfalls SmartTV-Geräte oder Wearables wie die Apple Watch. So ist Antenne Bayern über eine App bereits auch am Handgelenk der Zuhörer abrufbar.

## Roboterjournalismus und transmediales Storytelling

Selbst die Zukunft des Journalismus wird durch das Thema Automatisierung geprägt. Programme wie Wordsmith können etwa 2.000 Artikel pro Sekunde und etwa 100 verschiedene Report-Gattungen generieren. Schon jetzt setzen Presseagenturen solche Software ein, um zum Beispiel Wetter-, Börsen-, oder Sportnachrichten seriell zu produzieren.

Doch das Thema polarisiert: Während die einen die Arbeitserleichterungen und Potenziale erkennen, sehen andere im Roboterjournalismus eine Bedrohung für den Redakteursberuf und den Qualitätsjournalismus.

Für den Erfolg von Inhalten wird es künftig elementar sein, diese über mehrere Medien hinweg zu erzählen. Transmediales Storytelling bekommt hier z.B. durch neuartige Videobooks einen Schub. Als Weiterentwicklung der E-Books vereinen sie alle multimedialen Darstellungsformen (Text, Ton, Bild, Links) zu einer Storyline. Aber es geht noch weiter.

Die Konsumenten werden in Zukunft nicht nur einen Text lesen oder ein Video anschauen können: Virtual Reality-Brillen stehen vor der Einführung in den Massenmarkt und lassen den Nutzer in eine Story dreidimensional eintauchen. Aufwändigere Simulatoren ermöglichen ein Erlebnis mit allen Sinnen.

Der Virtual Reality-Simulator „Birdly“ beispielsweise ist mit einem Oculus Rift-Headset und einem Cockpit ausgestattet, mit dem der Nutzer virtuell wie ein Vogel fliegen kann: Mit seinen Armen und Händen bewegt der Nutzer die Flügel, um zu steuern, während ihm ein Ventilator Wind entgegenbläst.

## Medienlandschaft wird bunter

Die Medienbranche blickt in eine spannende Zukunft. Der Konsument bleibt nicht länger nur zahlender Kunde, sondern er wird viel direkter in die Contenterstellung einbezogen. Disruptive Innovationen attackieren dabei laufend die etablierten Geschäftsmodelle. Die Akteure tun deshalb gut daran, sich den Innovationen nicht zu verschließen, sondern sie ideenreich auszunutzen. Die Medienlandschaft wird zukünftig noch deutlich bunter; sie wird aus alten und zahlreichen neuen journalistischen Formen, Endgeräten, Inhalten und Geschäftsmodellen bestehen.

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien