

Experten-Lounge Digitale Transformation



Interview mit
Martin Deitenbeck



HMM

Best in eHealth

Ausgabe 07/2017



Interview mit Martin Deitenbeck

Vita

Martin Deitenbeck, Geschäftsführer
Sächsische Landesmedienanstalt

- » Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Heidelberg
- » Mitglied im Bundesverband deutscher Pressesprecher
- » Vorstandsmitglied im Verein Programmberatung für Eltern e.V. (FLIMMO)

beruflicher Werdegang:

- » 1992 – 1999 wissenschaftl. Referent der CDU-Fraktion im Sächsischen Landtag
- » 1999 – 2000 Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Gremienbüro in der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM)
- » seit 2000 Geschäftsführer der SLM
- » seit 2002 Lehrbeauftragter für Medienrecht an der Hochschule Mittweida
- » von 2008 bis 2013 Vorsitzender der Technischen Konferenz der Landesmedienanstalten (TKLM)
- » seit 2014 Mitglied im Fachausschusses Netze, Technik und Konvergenz, welcher die Entscheidungen von ZAK und Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) zu technischen Fragestellungen vorbereitet



HMM

Best in eHealth

Medienunternehmen sind im Digitalisierungsprozess in der Regel weiter fortgeschritten als die Unternehmen anderer Branchen. Wie wirkt sich das ganz persönlich auf Ihre Tätigkeit als Geschäftsführer der SLM aus?



Die Digitalisierung und ihre Folgen bilden den Schwerpunkt der aktuellen Arbeit in der Landesmedienanstalt. Das betrifft die klassischen Bereiche des Fernsehens und des Radios und deren Übertragungswege ebenso wie die allgemeinen Entwicklungen im Internet.

Während wir hier im TV-Bereich schon weit fortgeschritten sind (analoge Übertragung gibt es nur noch im Breitbandkabel, und auch hier ist ein Ende absehbar), gibt es auf dem Sektor des Radios noch viel zu tun. Aber auch hier rollt der Zug."

Immer wieder kann man lesen, dass die Digitalisierung klassische Medien wie die Zeitung oder das Fernsehen schon bald verdrängen wird. Das ist bisher nicht passiert – und es sieht auch nicht so aus, als würde dies so schnell stattfinden. Sind die Medienhäuser doch besser aufgestellt als gedacht?



Ich glaube nicht, dass es zu einer Verdrängung im Sinne einer Substitution kommen wird, denke aber, dass die "klassischen Medien" sich anpassen müssen. Im Print-Bereich gibt es hierfür schon zahlreiche Beispiele, wo dem Nutzer im Internet gegenüber demjenigen der reinen Printausgabe zahlreiche Zusatzmöglichkeiten bereitgestellt werden.

Die 1:1-Bereitstellung der Printausgabe als pdf wird in der Zukunft nicht reichen. Und auch auf dem Gebiet der elektronischen Medien geht der Trend zunehmend dahin, den neuen Nutzergewohnheiten entgegenzukommen. Linearer Konsum wird weiter zurückgehen, nicht-lineare Nutzungsformen werden weiter ausgebaut. Viele Unternehmen haben das erkannt und darauf reagiert.



HMM

Best in eHealth



“ Für Qualität sind viele Menschen bereit, Geld auszugeben.”

Seit 1990 haben Tageszeitungen rund ein Viertel ihrer verkauften Auflage verloren. Journalistische Inhalte sind immer und überall frei verfügbar, Rezipienten sind nicht mehr in dem Maße wie früher bereit, für Medienangebote zu bezahlen. Wie schafft es die Branche, auch künftig nennenswerte Erlöse zu erzielen?

“ Es ist schwer für die Unternehmen, in diesem Umfeld profitabel zu bleiben. Es ist aber nicht unmöglich. Es gibt gute Beispiele dafür, dass mit hochwertigen, gut recherchierten Beiträgen auch im Internet Interesse geweckt werden kann und Einnahmen erzielt werden. Wichtig ist, dass die Qualität stimmt. Denn für Qualität sind viele Menschen bereit, auch Geld auszugeben.

Der Abbau von Redaktionsstellen mag zwar unumgänglich sein, lässt sich aber nicht beliebig fortsetzen. Wir haben heute die Situation, dass aufgrund der Bildung von "Redaktionsnetzwerken" die Inhalte vieler Zeitungen, zumindest was die überregionalen Nachrichten angeht, quasi nicht mehr unterscheidbar sind. Ein Faustpfand kann hier die lokale Information sein, denn die Menschen interessiert immer, was in ihrer unmittelbaren Umgebung passiert."

Wie lassen sich neue digitale Angebote, Geschäftsmodelle und Denkweisen in bestehende Strukturen integrieren und möglicherweise Synergien mit klassischen Geschäftsbereichen erzielen?

“ Das ist zugegebenermaßen schwer. Hier muss zunächst einmal die Bereitschaft zum Umdenken gegeben sein. Der Mitteldeutsche Rundfunk hat mit der Auflösung der traditionellen Bereiche und der Schaffung neuer, flexiblerer Strukturen vorgemacht, wie es gehen kann. Man muss sicherlich nicht alles, was bisher galt, über Bord werfen."

Nicht nur im Zeitungsmarkt schreitet die digitale Transformation voran – auch die TV-Landschaft verändert sich stark. Digitale Angebote wie Netflix oder Amazon Prime erobern den Markt. In diesem Punkt steht die Medienwelt erst am Anfang. Welche Anknüpfungspunkte gibt es aus Ihrer Sicht zu innovativen Konzepten?

“ Der Erfolg von Netflix und Amazon Prime, um nur die beiden größten Anbieter zu nennen, rührt daher, dass sie attraktive Dienste non-linear darbieten. Das heißt: Der Kunde kann sie schauen, wann und wo er will. Hier hat das lineare Fernsehen einen strukturellen Nachgleich, der aber mittlerweile von allen großen Anbietern adressiert wird. Das non-lineare Angebot über das, was herkömmlich Mediatheken genannt wird, wird von allen Anbietern permanent ausgebaut. Die zeitsouveräne Nutzung von Inhalten wird sicherlich noch weiter ausgebaut werden.

Ich sehe allerdings auch weiterhin Bedarf für lineare Ausstrahlungen, etwa bei großen Show- oder Sportevents. Die Spiele der Fussball-Weltmeisterschaft wird man sich sicherlich auch in Zukunft eher live als zeitversetzt anschauen.

Die Rechteinhaber wissen dies allerdings auch sehr genau, wie die jüngsten Rechtevergaben der Champions-League zeigen. Das herkömmliche "Free-TV" kommt bei solchen Summen an seine Grenzen."

Die zunehmende Digitalisierung bringt auch neue Gefahren mit sich – Cyberattacken nehmen zu, Hacker agieren heute raffinierter denn je. Wie schaffen es Medienunternehmen, sich dieser neuen Herausforderung zu stellen?

“ Der wirksame Schutz der digitalen Infrastruktur muss bei allen, die sich im Internet bewegen, höchste Priorität haben. Dazu gehören aktuelle Betriebssysteme, regelmäßige Updates und hierarchische Zugriffsrechte ebenso wie ein gutes EDV-Team. Die erpresserische Datenverschlüsselung in britischen Krankenhäusern war ja in erster Linie auf veraltete Betriebssysteme zurückzuführen.

Völlige Sicherheit gibt es aber wohl nicht. Selbst die angeblich als sicher geltenden Verschlüsselungssysteme der neuen UHD-Disks sind mittlerweile angreifbar, wie das jüngste Auftauchen von Raubkopien im Netz zeigt.

Wichtig ist es jedenfalls, Fachleute zu haben, die ständig die neuesten Entwicklungen beobachten und, sofern erforderlich, schnell reagieren können."



“ Ich denke, dass analoge Übertragungsverfahren ein Auslaufmodell sind.”

Welche Visionen haben Sie für die „digitale Transformation“? Wo steht die deutsche Medienlandschaft in 10 Jahren und wo in 20 Jahren?

“ Diese Frage ist sehr schwer zu beantworten. Ich denke, dass zunächst einmal analoge Übertragungsverfahren ein Auslaufmodell sind und, zumindest was audiovisuelle Inhalte angeht, in 10 Jahren nicht mehr bestehen. Bei Audiodiensten (Radio) kann das allerdings in Deutschland auch noch länger dauern.

Inhaltlich wird es immer mehr Angebote auf immer mehr Plattformen geben. Diese müssen allerdings auch von irgendjemandem bezahlt werden. Ob Dienste wie Netflix und Amazon Prime ihre Preise halten können, wage ich zu bezweifeln. Non-lineare Angebote werden die lineare Welt in den kommenden zehn Jahren überholen, die lineare Welt wird in 20 Jahren ein Nischendasein fristen.

Und, wer weiß: vielleicht werden ja in 20 Jahren alle digital terrestrisch zu transportierenden Daten, egal ob Sprache, Audio oder Video, und egal, an welches Endgerät, über denselben Standard und im selben Netz verbreitet.

Auch in andere Branchen vollzieht sich die digitale Disruption, wie beispielsweise im Gesundheitswesen. Vervollständigen Sie in diesem Zusammenhang bitte folgenden Satz: „Wenn ich an ein digitalisiertes Gesundheitswesen denke, dann ...“

“ ... sehe ich sehr große Chancen, aber auch große Gefahren, denen der Gesetzgeber mit einer durchdachten Gesetzgebung, insbesondere, was den Schutz der Daten angeht, schnell begegnen muss.



HMM

Best in eHealth



Experten-Lounge

Sie sind Entscheider und Vordenker im Gesundheitswesen und Ihnen gefallen die Interviews in der "Experten Lounge Digitale Transformation"? Sie können sich vorstellen, die Digitale Transformation aus Ihrer Sicht selbst in einem Whitepaper vorzustellen?

Dann freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme unter marketing@hmmdeutschland.de

Experten-Lounge Digitale Transformation

Dieses Dokument, dessen Texte, Grafiken und sonstigen Inhalte genießen Schutz nach dem Urheberrechtsgesetz (UrhG). Die HMM Deutschland GmbH ist Inhaberin der ausschließlichen Nutzungsrechte gemäß § 31 Abs. 3 Satz 1 UrhG. Deshalb sind ohne vorherige Einwilligung der HMM Deutschland GmbH Kopieren und Nachdruck verboten.

Alle Zahlenangaben beziehen sich auf den Zeitpunkt der Drucklegung.

Alle Markennamen, Warenzeichen und eingetragenen Warenzeichen von Drittfirmen, die in diesem Dokument genannt werden, sind Eigentum Ihrer rechtmäßigen Eigentümer. Sie dienen hier nur der Beschreibung bzw. der Identifikation der jeweiligen Firmen, Produkte und Dienstleistungen.

HMM Deutschland GmbH

Eurotec-Ring 10
D-47445 Moers

T +49 (0) 2841 88825.1000
F +49 (0) 2841 88825.1100
E info@hmmdeutschland.de
www.hmmdeutschland.de



HMM

Best in eHealth