

Medientage München

Branded Content – Wenn Big Brands zu Medienmarken transformieren

Donnerstag, 26. Oktober 2017 um 13:30 Uhr

ICM – Internationales Congress Center München, Raum 12

Am Messesee 6, 81829 München

Begrüßung

Bertram Brossardt

Hauptgeschäftsführer

vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V.

Es gilt das gesprochene Wort.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,
herzlich willkommen zu unserem Panel „Branded Content – Wenn Big Brands zu Medienmarken transformieren“!

Es freut uns, dass wir heute bereits zum vierten Mal mit einem eigenen Panel auf den Medientagen München vertreten sind.

Die Medientage sind ein Leuchtturm für den Medienstandort München.

Die Vernetzung der Medienbranche – auch über den eigenen Tellerrand hinaus – ist wichtig, um frühzeitig Trends zu erkennen und erfolgversprechende Kooperationen zu schmieden.

Gerade durch die digitale Transformation ist Vieles im Fluss.

Was heute noch als Neuheit daherkommt, hat morgen vielleicht schon ausgedient.

Vieles, was lange gut funktioniert hat, funktioniert plötzlich nicht mehr.

Die Medienbranche hat hier früher als andere Lehrgeld zahlen müssen.

Von ihren Erfahrungen können jetzt Branchen profitieren, die in der digitalen Welt noch nicht so gut aufgestellt sind.

Die Nachfrage nach medialer und digitaler Kompetenz wird in allen Branchen immer größer.

Gleichzeitig müssen die Medienunternehmen noch stärker als bisher mit Technologieunternehmen und mit der Wissenschaft kooperieren, um neue Wachstumspfade zu erschließen.

Diese Vernetzung wollen wir, die Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft, weiter vorantreiben und mit Veranstaltungen wie heute auch inhaltlich einen Beitrag leisten.

Für diejenigen unter Ihnen, die uns noch nicht so gut kennen, ein Wort dazu, wer wir sind und was wir machen:

Die vbw ist die freiwillige Interessenvertretung der bayerischen Wirtschaft – unter ihrem Dach sind 133 Verbände und 41 Einzelunternehmen organisiert, die für 4,7 Millionen Erwerbstätige stehen.

Dazu gehört auch eine innovative und kreative Medienwirtschaft.

Deshalb haben wir in den letzten Jahren unser Engagement in diesem Bereich kontinuierlich ausgebaut und freuen uns, dass wir zahlreiche Verbände der Medienwirtschaft zu unseren Mitgliedern zählen dürfen.

Dazu gehören unter anderem:

- die Allianz der Produzenten Film und Fernsehen,
- der Börsenverein des Deutschen Buchhandels,
- der Bundesverband der Deutschen Games-Branche sowie
- der Verband Druck und Medien.
- Auch freuen wir uns, dass der Branchenverband Eyes & Ears, mit dem wir heute dieses Panel veranstalten, Mitglied bei uns ist!

Als Mitglied des Mediennetzwerkes unterstützen wir zahlreiche medienpolitische Aktivitäten – mit dem Ziel, unseren Medienstandort weiter zu stärken.

Außerdem haben wir fünf eigene Medienkongresse veranstaltet und mit der „GamifyCon“ ein eigenes Format speziell für die Games-Branche auf die Beine gestellt.

An dieser Stelle möchte ich Sie noch auf zwei Veranstaltungen aufmerksam machen:

- Am 23. November 2017 stellen wir im Haus der Bayerischen Wirtschaft unsere Medienstandortanalyse vor.
- Und am 11. Dezember 2017 findet – ebenfalls in unserem Haus – die Konferenz des Mediennetzwerks „Media meets Automotive“ statt.

Zu beiden Veranstaltungen sind Sie herzlich eingeladen!

Eine weitere Initiative von uns ist der Zukunftsrat der Bayerischen Wirtschaft.

Hochrangige Vertreter aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft beschäftigen sich in unserem Auftrag mit den großen Fragen, die von den neuen Technologien ausgehen.

Das ist gerade für die Medienindustrie relevant, die von den technologischen Umwälzungen stark betroffen ist und häufig auch zu den ersten gehört, die die neuen Technologien ausprobiert.

Bereits im Jahr 2015 haben wir genau analysiert, wie die Digitalisierung innovative Zukunftstechnologien in Bayern antreibt.

2016 haben wir uns daher den „Digitalen Zukunftsentwurf“ zum Thema gemacht.

Erster Schwerpunkt war „Big Data“, in diesem Jahr ist der Schwerpunkt die „Neue Wertschöpfung durch die Digitalisierung“.

Der Zukunftsrat hat eine ganze Reihe von Handlungsempfehlungen erarbeitet, wie wir die Digitalisierung in Bayern zum Erfolg führen können.

Ein Ergebnis ist das inzwischen gegründete Zentrum.Digitalisierung Bayern.

Auch im Masterplan der Staatsregierung „Bayern Digital II“ zum Ausbau der digitalen Infrastruktur werden Empfehlungen des Zukunftsrats aufgegriffen.

Das sind wichtige Schritte für einen international starken Internet- und Medienstandort Bayern.

Meine Damen und Herren,

am Thema „Branded Content“ kann man besonders gut erkennen, wie im Zuge der Digitalisierung die verschiedenen Branchen miteinander verschmelzen.

Unternehmen, die bisher nichts oder nur am Rande etwas mit Medien zu tun hatten, vertreiben und produzieren jetzt eigene redaktionelle Inhalte – angefangen bei Blogs über Whitepapers bis hin zu aufwendigen Video-Produktionen.

Der entscheidende Unterschied zur herkömmlichen Werbung ist, dass beim Content Marketing der informierende und nützliche Aspekt im Vordergrund steht.

Das stärkt die Kundenbindung und hilft der Marke, Kompetenz und Vertrauen auszustrahlen.

Für die Unternehmen bedeutet das häufig eine grundlegende Umstellung ihrer Kommunikationsstrategie.

Hier gibt es viele Fallstricke.

Die Unternehmen müssen lernen, wie Publisher zu denken.

Das erfordert Mut – und die Bereitschaft, die eigene Komfortzone ein Stück weit zu verlassen.

Meine Damen und Herren,

ich wünsche Ihnen jetzt spannende Vorträge von unseren Experten und übergebe das Wort an Corinna Kamphausen von Eyes & Ears.

Vielen Dank!