

Das bringt Tag eins der Österreichischen Medientage 2019



Lukas Zimmer 24. September 2019

Teilen



Die Bundeskanzlerin und weitere hochpolitische Themen zu Beginn - und eine potenziell gesundheitsgefährdende Debatte zum Abschluss: der erste von zwei Tagen der Österreichischen Medientage 2019 © Erste Campus/Christian Wind

Bundeskanzlerin Brigitte Bierlein bestreitet am Mittwoch das Auftaktgespräch zu den Österreichischen Medientagen 2019. Auch danach geht es hochkarätig weiter: etwa mit einer Keynote von Silicon-Valley-Mentor Roger McNamee, einem Talk mit P7S1-Chef Max Conze, ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz und zahlreichen hochkarätig besetzten Panels mit Schwerpunkten von Medien, Marketing und Digital.

Noch vor dem Gespräch zwischen Bierlein und HORIZONT-Herausgeberin Dagmar Lang werden die [Medientage](#) durch Chefredakteur Jürgen Hofer eröffnet. Nach dem Dialog mit der Kanzlerin zu drängenden medienpolitischen Fragen geht es ebenfalls politisch weiter: US-Botschafter Trevor D. Traina will im heiklen Feld digitaler "Frenemies" vermittelnd wirken und dafür plädieren, dass die Vereinigten Staaten und Europa vor allem wechselseitig voneinander lernen sollten. Der Übergang zum nächsten Programmpunkt wird damit ein fließender: Als erster Keynoter betritt Roger McNamee die Bühne. Der Silicon-Valley-Mentor, dessen Einflussphäre von Wikipedia bis Facebook reicht, und der sich zu einem der profiliertesten Kritiker der US-Digitalriesen entwickelt hat, wird sich danach auch mit ORF-Moderatorin Nadja Bernhard Fragen stellen.

Mit Fragen und ORF geht es auch weiter, wenn auch in umgekehrter Konstellation, wenn Presse-Redakteurin Anna-Maria Wallner ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz zum Gespräch bittet. Wrabetz ist auch Teil des gleich darauf folgenden TV-Gipfels, bei dem nicht nur das Aufeinandertreffen mit P7S1P4-Chef Markus Breitenecker - Stichwort etwa Mediaplayer und Public-Value-Debatte - definierte Antworten verlangen wird. Vielmehr verspricht allein die Auswahl der Gäste eine Bestandsaufnahme aller Themen, die TV derzeit unter den Fingern brennt: Mit Katharina Behrends (NBC), Holger Enßlin (Sky), Julia Reuter (RTL) und Reinhard Skolic (BR) sind die Standpunkte der privaten und Pay-TV-Anbieter ebenso vertreten wie US-"Angreifer" und Öffentlich-Rechtliche jenseits der Landesgrenze - letzteres in der Gestalt von Skolic noch dazu mit 33-jähriger ORF-Erfahrung.

Qual der Panel-Wahl

Ab etwa dem Ende des TV-Gipfels haben Besucher der Medientage die Qual der Wahl, wenn parallel zu den Gesprächen in der Grand Hall des Erste Campus auch auf der Stage One Programm gemacht wird: Dort steht ab 12:00 Uhr vorerst alles im Zeichen von Radio. Eröffnet wird diese Programmstrecke von Larry Rosin, der mit seinem Unternehmen Edison Research nicht nur die erste Adresse etwa für Exit Polls nach US-Wahlen ist, sondern mit seiner "Share of Ear"-Untersuchung auch Maßstäbe in der Bewertung von Audio-Konsumverhalten in der digitalen Disruption gesetzt hat. Insgesamt bis 14:45 Uhr dreht sich auf der Stage One mit mehreren Impulsreferaten, Panels und Case Studies alles um Radio, mit Vertretern des Mediums wie Monika Eigensperger (ORF), Rüdiger Landgraf (KroneHit), Joachim Feher (RMS), Susanne Koll (OMD) und Wolfgang Struber (Verrein Digitalradio Österreich).

Während des Radio-Gipfels auf der Stage One vollzieht sich in der Grand Hall ein Schwenk hin zum generellen Medienfragen und dem digitalen Feld: Zuerst werfen Corinna Milborn (Puls4), Lisa Totzauer (ORF) und Ferdinand Wegscheider (ServusTV) ihre Public-Value-Konzepte und ihr Verständnis davon in die Waagschale, bevor Wiens Digitalisierungsstadtrat Peter Hanke die digitale Tangente eröffnet, die - unterbrochen durch eine Mittagspause - wohl auch in Diskussionsrunde darüber, ob und wie Medien und Marketing die "Generation Alpha" noch erreichen können, dominieren wird. Es diskutieren Ursula Arnold (Mindshare), Maximilian Dasch (SM), Michael Eder (Krone Multimedia), Joachim Feher (RMS) und Niki Fellner (oe24). Darauf folgt ein Talk zwischen zwei Medienmachern, die die Medienklassik beherzt ins Digitale tragen: Gerold Riedmann (VN) neuerdings mit vn.at und Bewegtbild-Urgestein Georg Kofler mit seiner Social Chain Group.

Durchleuchtete Netzwerke und potenziell gefährliche Debatten

Mit zwei großen thematischen Debatten biegt Tag eins der Medientage in der Grand Hall in die Zielgerade ein - zuerst jener, wie Journalismus "aus der Bredouille" finden kann; mit Michael Fleischhacker (Quo Vadis Media), Jan Fleischhauer (Burda), Anneliese Rohrer (*Die Presse*) und Sonja Schwetje (n-tv). Darauf folgt das Themenfeld "Macht, Kontrolle, Netzwerke". Nach einem Impulsvortrag von Harald Katzmair (FASresearch) zum Thema "Macht, Kontrolle, Netzwerke" werden sich Aufsichtsrätin Brigitte Ederer, Silvia Grünberger (Change Communications), Christoph Neumayer (IV), Monika Racek (Admiral) und Ali Rahimi kritische Fragen dazu von Martin Thür (ORF) gefallen lassen müssen.

Der Nachmittag auf der Stage One verspricht allerdings ebenfalls ein spannendes StandOff, treffen doch, nach einem einleitenden Referat von Karin Seywald-Czihak, so ziemlich alle Player der heimischen Medienforschung beim Panel "Marktforschung im Umbruch"

aufeinander: Oliver Böhm (ORF Enterprise), Helmut Hanusch (MA), Gerlinde Hinterleitner (ÖWA), Doris Ragetté (RMS), Walter Zinggl (IP Österreich) und außerdem Daniel Meyer (Google). Bei einem Panel in ähnlicher Konstellation scherzten die Teilnehmer letztes Jahr, für jede Erwähnung des "Media-Server" müsse ein Schnaps getrunken werden - dementsprechend könnte die diesjährige Debatte angesichts der angekündigten Rückkehr der "allumfassenden" heimischen Medienstudie gesundheitsgefährdende Ausmaße annehmen.

Die letzten beiden Stunden der Stage One gehören digitalen Themen: Nach einem Impulsreferat von Franz Renkin (*Kronen Zeitung*) ist die fester werdende "europäische Union" zwischen den IAB-Verbänden des D-A-CH-Raums Thema, bevor es zum Ende des Programms programmatisch wird: Josef Almer (Goldbach), Martin Gaiger (Kurier Digital), Herbert Pratter (Vizeum Austria), Benedikt Schmitt-Homann (UIM) und Siegfried Stepke (e-dialog) diskutieren die Möglichkeiten und Chancen von Personalisierung und programmatischem Targeting.