

PRESSEMITTEILUNG

25. Oktober 2021

Bayerische Medienunternehmen auf Innovationskurs – XPLR: MEDIA in Bavaria beleuchtet in Studie Innovationslage am Standort und stellt Bedarfe der Branche heraus

München, 25. Oktober 2021 – Neue Mediennutzungsgewohnheiten und veränderte Kundenbedürfnisse sind für die bayerische Medienbranche die wichtigsten Treiber für Innovationen. Um innovative Projekte erfolgreich umsetzen zu können, werden mehr Fachkräfte, gezieltere Austauschmöglichkeiten und das nötige methodische und strukturelle Know-how in Unternehmen benötigt. Für die repräsentative Studie „Media innovation made in Bavaria. Innovationsstudie 2021“ hat XPLR: MEDIA in Bavaria die Beratungs- und Forschungsgruppe GOLDMEDIA beauftragt und über 250 bayerische Medienunternehmen zu aktuellen Herausforderungen, Bedürfnissen und Prioritäten beim Thema Innovation befragt.

„Für Medienschaffende gibt es in Bayern bereits beste Voraussetzungen, um an Innovationen zu arbeiten: Zum einen deckt die Medienbranche im Freistaat ein breites Spektrum an Unternehmensformen ab, von großen etablierten Medienunternehmen bis hin zu jungen Start-ups. Damit ist die ideale Grundlage für einen kreativen Austausch zwischen ganz unterschiedlichen Akteuren gegeben. Zusätzlich profitieren Medienschaffende in Bayern vom ausgezeichneten Hochschulnetzwerk, dem Sitz vieler globaler Software- und Tech-Unternehmen und nicht zuletzt von zahlreichen staatlich unterstützten Fördereinrichtungen wie wir sie etwa in der Medien.Bayern GmbH bündeln“, so Stefan Sutor, Geschäftsführer der Medien.Bayern GmbH.

Dass Innovationen ein hoher bis sehr hoher Stellenwert zukommt, bestätigen über 70 Prozent der befragten Medienunternehmen. Neben einem veränderten Mediennutzungsverhalten und neuen Kundenbedürfnissen sind neue Kanäle, Plattformen und Technologien – allen voran künstliche Intelligenz – für über 35 Prozent der Befragten die stärksten Treiber für Innovationen. „Die Digitalisierung erhöht schon lange den Veränderungsdruck auf viele klassische Medien-Bereiche. Hier zeigt unsere Studie deutlich, dass bayerische Medienunternehmen die Zügel bereits in die Hand genommen haben und außerordentliche Pionierarbeit leisten. Über 50 Prozent der befragten Unternehmen haben in den vergangenen Jahren innovative Dienstleistungen oder Produkte entwickelt. Innovative Arbeitsprozesse beziehungsweise eine neue Führungskultur wurden bei knapp 40 Prozent der Unternehmen etabliert. Darüber hinaus planen bis zum Jahr 2026 über 40 Prozent der befragten Medienunternehmen, neue Geschäftsmodelle zu etablieren. Die bayerische Medienbranche ist längst auf

Innovationskurs, hat aber auch noch Entwicklungsbedarf“, erklärt Kerstin Deixler, Teamlead Marketing bei XPLR: MEDIA in Bavaria.

Bedarf besteht vor allem an passenden Fachkräften. Knapp 90 Prozent der Medienunternehmen benötigen Experten auf den unterschiedlichsten Gebieten. Insbesondere im Bereich IT / Software ist die Nachfrage groß: Nahezu jedes zweite Unternehmen ist hier auf der Suche nach geeigneten Fachkräften. Intern fehlt es vielen Unternehmen zusätzlich an methodischem Wissen und geeigneten Strukturen für Innovationsprozesse. Unternehmensübergreifend wünschen sich die Befragten gezieltere Vernetzungsmöglichkeiten mit anderen Akteuren rund um das Thema Innovationen. Als gefragteste Vernetzungspartner gelten Unternehmen der eigenen und anderer Branchen sowie potenzielle Kunden.

An der Studie „Media innovation made in Bavaria. Innovationsstudie 2021“ haben über 250 Medienunternehmen aus ganz Bayern teilgenommen. In qualitativen Interviews und einer quantitativen Umfrage wurden von April bis August 2021 Vertreter aus den folgenden Teil-Branchen befragt: Verlage, Audio, VR / XR / AR, Software und Games, Marketing und Werbung, Publishing und Presse, TV, Streaming und Film.

Zur Studie: <https://www.xplr-media.com/de/studien.html>

Über XPLR: Media in Bavaria

XPLR: MEDIA in Bavaria sorgt dafür, dass Bayern als innovativer Medienstandort wahrgenommen wird. Mit Geschichten über inspirierende Medienmacher:innen, deren innovative Produkte und Projekte stärkt XPLR: MEDIA die Strahlkraft des Standorts und bietet mit Studien, Reports, einem Eventkalender und der Media Map Orientierung in der bayerischen Medienbranche. XPLR: MEDIA in Bavaria ist Teil der Medien.Bayern GmbH und wird von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert.