

# Diese Technologie-Trends werden 2016 die Medien prägen

Roboter-Journalisten, ein fortwährender Kampf zwischen Verlagen und Adblockern, biegsame Smartphones und Social Media für die Kommunikation am Arbeitsplatz – das Reuters Institute for the Study of Journalism trifft in seinem gerade erschienenen ersten Teil des „Digital News Project“ eine Reihe von Prognosen, welche Technologie-Trends die Medien in diesem Jahr prägen könnten.



„Für Medienunternehmen startet das Jahr 2016 damit, dass sie sich Sorgen über Einkünfte in einer digitalen Welt machen, die zunehmend durch die Blockierung von Werbung und dem Anstieg von geteilten Inhalten [in sozialen Netzwerken] geprägt ist“, so Nic Newman, Autor des Berichts und

wissenschaftlicher Mitarbeiter am Reuters Institute.

„Die Medienindustrie weiß auch, dass sie in Zukunft Online-Videos und neue Formen des immersiven Storytellings wie 360-Grad-Videos im Auge behalten müssen“, so Newman.

Der Bericht [Journalism, Media and Technology Predictions 2016](#) basiert auf 130 Interviews mit digitalen Marktführern in 25 Ländern und bietet einen umfassenden Einblick in die Technologie-Trends, die in diesem Jahr voraussichtlich in der Medienindustrie aufkommen werden.

## **Online-Videos: hochkant, immersiv, mobil und viral**

78 Prozent der Befragten sagten, sie würden dieses Jahr mehr in Online-Nachrichtenvideos investieren. Für die nächsten Jahre wird ein exponentielles Wachstum des Online-Video-

Konsums erwartet, das auf einem billigeren und schnelleren Internetzugang – auch mobil – gründet.

Newman sieht für den Online-Videojournalismus folgende Trends:

- verstärkte Präsenz und Diskussion von Hochkant-Videos
- immersives Storytelling, 360-Grad-Videos und Live-Videos
- weitere Experimente mit Virtual Reality im Rahmen der Olympischen Spiele und der US-Wahlen
- traditionelle Verlage werden Interesse an innovativem Video-Content zeigen, wie ihn zum Beispiel [NowThis](#) und [Vocativ](#) produzieren

### **Mobil: Content, der auf einen Blick erfassbar ist, biegsame Smartphones, persönliche Assistenten-Funktion**

Bis 2020 werden Smartphones voraussichtlich rund 80 Prozent der Weltbevölkerung erreichen. Laut Newman wird es bald eine 3D-Touch-Technologie auf faltbaren wasserdichten Smartphones geben. Drahtloses Aufladen wird zum Alltag gehören, während höhere Datengeschwindigkeiten und Rechenleistungen neue Möglichkeiten eröffnen werden:

- Etablierung von digitalen Assistenten auf dem Smartphone, die für den Nutzer Aufträge erledigen, wie z.B. „M“ von Facebook
- Bezahlen per Smartphone und „Mobile commerce“
- Zunahme von Push-Benachrichtigungen
- Weiterentwicklung von „Wearable Technology“ – in Kleidung oder Accessoires integrierte Technologie
- „glanceable content“ – Inhalte, die auf einen Blick erfasst werden können

### **Online-Werbung – Werbeapokalypse?**

Rund 20 Prozent der Online-Nutzer haben bereits einen Adblocker installiert. Newman erwartet

- dass Adblocker 2016 auch auf mobilen Plattformen

eingesetzt werden

- Adblocker-Kämpfe, da Verlage ihre Leser davon überzeugen wollen werden, sie abzuschalten
- neue Maßnahmen für den Rechtsschutz von Verlagen
- dass Facebook, Google und Apple nicht betroffen sein werden
- mehr Werbung in Videos, da es dort schwieriger ist sie zu blockieren
- qualitativ hochwertigere Werbung in dem Bestreben, das Publikum für sich zu gewinnen

### **Weitere Trends, die man laut Newman im Auge behalten sollte:**

- ein Knacks für das Fernsehen, da das Internet, das sich zunehmend auf Videos konzentriert, Druck auf die Fernsehsender ausüben wird
- Podcasting ist auf dem Vormarsch. Barack Obama gab im vergangenen Jahr sein [Podcast-Debüt](#) und die wirtschaftlichen Gegebenheiten des Podcasting haben sich zum Positiven verändert
- eine zunehmende Bedeutung von Social Media und Messaging-Apps – u.a. auch Chat-Anwendungen als Medienkanal, über den Eilmeldungen verbreitet werden
- eine verbesserte Sicherheit
- stärkere Nutzung von sozialen Medien wie [Slack HipChat](#) und [Facebook at Work](#) für die Kommunikation am Arbeitsplatz

### **Folgen für Verlage:**

Die wirtschaftlichen Aussichten bleiben ambivalent. Einige der befragten Medienvertreter, die keine festen digitalen Einnahmen haben oder sich auf digitale Werbung verlassen haben, sorgen sich mehr um ihren Umsatz als im vergangenen Jahr (22 Prozent). Die Verlage aber, die Bezahlinhalte anbieten oder ein gemischtes Geschäftsmodell aufweisen, sind entweder weniger (20 Prozent) oder genauso beunruhigt (50 Prozent) wie im Vorjahr. Aber welche Entwicklungen können die

Verlage 2016 erwarten?

- eine Zunahme von Crowdfunding und [Mitgliedsprogrammen](#)
- neue Abo-Formen und weitere Experimente mit Mikrozahlungen (micropayment)
- ein größerer Fokus auf die Analyse der Publikumsbindung
- eine Weiterentwicklung des [Roboter-Journalismus](#) sowohl in der Produktion als auch Verteilung von Inhalten



### Über das Digital News Project:

Das „Digital News Project“ baut auf dem Erfolg des jährlichen [Digital News Report](#) des Reuters Institute als weltweit größte vergleichende Befragung zur Mediennutzung auf. Die neue Serie wirft einen Blick auf journalistische Innovationen und Medienstrategien auf der ganzen Welt und begleitet damit wie der Digital News Report den digitalen Wandel der Medienindustrie.

Rasmus Kleis Nielsen, Forschungsdirektor am Reuters Institute, sagt: „Wir wissen ganz genau, dass die gleichen Technologietrends in verschiedenen Ländern unterschiedliche Auswirkungen haben. Das ‚Digital News Project‘ zielt darauf ab, diese Unterschiede besser zu verstehen und Journalisten und Entscheidungsträger in den Medien dabei zu helfen, sich in einer rasch wandelnden Umgebung zurechtzufinden.“

Bildquelle: [The People Speak! / Flickr CC](#)

Original-Artikel auf Englisch: [Robo-Journalists, Ad-Blockers And Bendy Phones – Technology Predictions 2016](#)

Übersetzt aus dem Englischen von Tina Bettels-Schwabbauer