



PRESSEMITTEILUNG

25. Oktober 2021

MEDIENTAGE MÜNCHEN 2021 vom 25. bis 29. Oktober

Media goes New Work:

Die Zukunft von Arbeit und Zusammenarbeit in der schönsten Branche der Welt

„Am Ende werden wir noch schöner!“

München – Die zunehmend besser funktionierende digitale Vernetzung und die Corona-Pandemie haben die Entwicklung neuer Arbeitsformen enorm beschleunigt. Wie sich der Trend zum sogenannten New Working auf die Arbeitswelt in den großen Medienhäusern auswirkt, damit setzte sich eine Expert:innen-Runde während der MEDIENTAGE MÜNCHEN auseinander. Dabei ging es um das Büro der Zukunft, um Digital Leadership und letztlich auch um daraus resultierende Chancen für junge Talente.

Mitarbeiter:innen, die ihr ganzes Berufsleben in ein und demselben Büro mit eigenen Pflanzen und privaten Familienfotos auf dem Schreibtisch verbringen, gehören in der heutigen Medienwelt zu einer aussterbenden Spezies. Das weiß auch Julia Nestle, Moderatorin bei Hit Radio FFH, die das klassische Bild des Medienschaffenden alter Prägung provokant für die Eingangstatements der Diskutierenden entwarf.

Schreibtische gebe es zwar auch bei der RTL-Group noch, räumte Marc Haberland, Geschäftsführer des RTL Audio Center Berlin, ein. Aber eigene Pflanzen und private Bilder auf den Schreibtischen passten nicht mehr in die heutige Konzeption. Sein Unternehmen habe die Arbeitsabläufe bereits vor vier Jahren im Hinblick auf eine höhere Flexibilität der Arbeit umgestaltet. Denn Arbeitsprozesse in den Medien seien zunehmend auf Begegnung ausgerichtet. Mitarbeiter:innen müssten dazu ihre Arbeit ganz automatisch immer wieder auch zu Kolleg:innen und deren Arbeitsplatz mitnehmen, verdeutlichte Haberland die Veränderungen durch das Shared-Desk-Konzept bei RTL.

Bei ProSiebenSat.1 Media steht der baldige Umzug in die neuen Räume des kurz vor der Fertigstellung befindlichen unternehmenseigenen Mediacampus in Unterföhring bevor. Arbeitskolleg:innen seines Medienhauses seien deshalb eigens in die USA gereist, um sich dort für die optimale Ausgestaltung der Räumlichkeiten und Strukturen des neuen Campus inspirieren zu lassen, berichtete Marc Elbers, der bei ProSiebenSat.1 Media als Head of HR Entertainment Segment fungiert. Auch im Mediacampus brauche man künftig mehr und besser geeignete Flächen für die Kooperation untereinander. Grundsätzlich jedoch verfüge die Medien-Branche über einen gewissen Vorteil. „Wir sind es gewohnt, mit Veränderungen umzugehen und darauf zu reagieren“, sagte Elbers.

Bei einer Bestandsimmobilie, über die das Unterföhringer Nachbarunternehmen Sky Deutschland verfügt, ließen sich derartige bauliche Veränderungen nicht so leicht realisieren, berichtete Danja Frech, Executive Vice President People & Organisation und Mitglied der Geschäftsführung bei Sky Deutschland. Allerdings habe auch Sky die früheren Einzelbüros abgeschafft. Neuen und jungen Talenten könne man so „das Beste aus beiden Welten“ bieten. Frech betonte besonders die internationale Ausrichtung ihres Unternehmens. Dadurch werde die Tätigkeit bei Sky Deutschland besonders interessant für Menschen, die gerne in einem internationalen Umfeld arbeiten.

Während der Pandemie habe sich die internationale Ausrichtung von Sky als vorteilhaft erwiesen, blickte Frech zurück. So sei gerade in der Anfangszeit der Corona-Krise Italien stets etwas früher von notwendigen Veränderungen betroffen gewesen und man habe durch den Austausch mit Kolleg:innen von Sky Italia in Unterföhring ausreichend Zeit gehabt, sich entsprechend darauf vorzubereiten, was später auch in Deutschland kommen werde.

Grundsätzlich waren sich die Expert:innen darin einig, dass gerade in der ersten Phase der Pandemie eine transparente Kommunikation unter den Mitarbeiter:innen notwendig wurde. Die große Herausforderung in der zweiten Phase bestehe nun daraus, ein funktionierendes hybrides Arbeiten mit der virtuellen Arbeit im Homeoffice zusammenzuführen, wie es Marc Haberland formulierte. Die Arbeitswelt von morgen betrachtete Haberland voller Optimismus. „Wir machen vieles parallel und am Ende werden wir noch schöner!“

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.medientage.de.