

26.10.2012 - 15:29 Uhr

MEDIENTAGE MÜNCHEN 2012 vom 24. bis 26. Oktober: Weichen für die Medienwelt gestellt Rund 6.000 Teilnehmer bei den 26. MEDIENTAGEN MÜNCHEN

München (ots) -

Die Distribution und Monetarisierung von Internetinhalten entwickelt sich zu einem wesentlichen Faktor der Medienwirtschaft. Die Werbung im digitalen Zeitalter wird mobiler, interaktiver und messbarer. Im Bereich der Bewegtbilder gewinnen Online-Angebote stark an Bedeutung, die zunehmend auch auf hybride TV-Flachbildschirme gelangen. Die Konvergenz von Fernsehen und Internet führt aber auch zu neuen Verteilungskämpfen zwischen den traditionellen Anbietern und Wettbewerbern aus dem Online-Bereich. Die Zeitungs- und Zeitschriftenverlage haben mit den ersten Bezahlschranken zwar die Weichen für die Finanzierung von digitalen Inhalten gestellt. Allerdings fehlt der Print-Branche nach wie vor eine erfolgreiche Digitalstrategie.

Die Medienbranche verändert sich nicht nur durch die Digitalisierung, sondern auch durch den wachsenden Einfluss transnational agierender Online-Konzerne aus den USA. Daraus resultieren neue Kräfteverhältnisse, oft aber auch regulatorische Ungleichgewichte. Dies wurde vor allem während der Gipfel-Veranstaltungen der MEDIENTAGE MÜNCHEN deutlich. Durch die Konvergenz der digitalen Medienwelt bestehen unterschiedliche Regulierungssysteme. Während etwa für den klassischen Rundfunksektor Zuschauermarktanteilsmodell und Werbezeitenbeschränkungen gelten, ist im globalen Internet alles nahezu unlimitiert möglich. Deshalb forderten Vertreter des dualen Rundfunks in Deutschland einen Abbau regulatorischer Ungleichgewichte. Sowohl Rundfunkprogrammanbieter als auch Verlage wehren sich gegen die Marktdominanz von Google. Das US-Unternehmen müsse transparenter und von staatlichen Behörden stärker kontrolliert werden. Der Bayerische Ministerpräsident Horst Seehofer sagte deshalb bei der Auftaktveranstaltung zu, Bayern werde einen Runden Tisch zu Fragen der Medienregulierung initiieren, an dem auch ein Vertreter von Google sitzen soll. Während im Fall Google nach Regulierung verlangt wird, waren sich in puncto Datenschutz die Vertreter aller Branchen darüber einig, dass eine Überregulierung etwa für die Online-Werbung auch Geschäftsmodelle bedrohen könne.

Der Kongress wurde von etwa 6.000 Teilnehmern besucht. Bei der kongressbegleitenden Messe präsentierten im Rahmen der MEDIENTAGE MÜNCHEN etwa sechzig Aussteller Neuheiten aus den Bereichen Fernsehen (IPTV, Smart TV, 3D), Hörfunk (DAB+, Hybrid-Radio), Film/Produktion, Werbung/Marketing, Online, Mobile Media und Publishing.

Auf dem MedienCampus Bayern diskutierten Nachwuchsjournalisten, Studierende und Praktiker sowie Dozenten aus dem Bereich der Aus- und Fortbildung Modelle für den Weg in Medienberufe. Zu den beliebten Events der 26. MEDIENTAGE MÜNCHEN zählten außerdem die Nacht der Medien im Münchner Justizpalast, die Verleihung der Eyes & Ears Awards 2012 sowie die Verleihung des Bayerischen Printmedienpreises.

Die 27. MEDIENTAGE MÜNCHEN finden vom 16. bis 18. Oktober 2013 statt. Zusammenfassungen aller Panel-Diskussionen, Bildmaterial sowie Video- und Audiostreams erhalten Sie unter: <http://www.medientage.de/mediathek.php>

Kontakt:

Medientage München
Anja Kistler
Telefon: 089/68999250
Fax: 089/68999199
anja.kistler@medientage.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010538/100727198> abgerufen werden.