

26.10.2017 - 16:57 Uhr

Media, Trust, Machines - Vertrauen in der neuen Mediengesellschaft Bilanz der 31. MEDIENTAGE MÜNCHEN: mehr als 7.000 Kongress- und Messebesucher

München (ots) -

Die Mediengesellschaft 4.0 wird geprägt von neuen, digitalen Kommunikationsräumen und -strukturen, von der Ausdifferenzierung der Nutzerinteressen und Inhalte, von computergesteuerten Plattformen für Rezipienten- und Anzeigenmärkte. Während das Angebot an Informationen und Medien wächst, geht deren Glaubwürdigkeit bei vielen Nutzern zurück. Diese Entwicklungen spiegeln sich in Vorträgen und Präsentationen, Dialogen und Debatten der 31. MEDIENTAGE MÜNCHEN wider. Unter dem Motto "Media, Trust, Machines - Vertrauen in der neuen Mediengesellschaft" setzten sich mehr als 7.000 Kongress- und Messebesucher drei Tage lang mit aktuellen Trends der Medienbranche auseinander. Auf der Agenda ganz oben standen Themen wie Automatisierung und Algorithmen, Künstliche Intelligenz und lernende Maschinen, Aufmerksamkeitsökonomie und Vertrauenskrise.

Um dem Medienwandel, den Bedürfnissen der Medienbranche und der Teilnehmer gerecht zu werden, haben die MEDIENTAGE MÜNCHEN auch in diesem Jahr wieder eine Reihe von Neuerungen angeboten. "Wir haben viele Sachen angepackt und verändert, vor allem dem Kongress haben wir ein internationaleres Profil gegeben und noch größeren Wert auf die Integration von Innovationsthemen gelegt", blickt Stefan Sutor, Geschäftsführer der MEDIENTAGE MÜNCHEN, zurück. Wie sehr sich die Rollen in der neuen Mediengesellschaft verändern, wurde bei Keynotes und Diskussionen der MEDIENTAGE MÜNCHEN immer wieder deutlich: Journalisten haben ihre Rolle als Gatekeeper für den globalen Datenstrom verloren. Das Publikum gewinnt an Bedeutung, und in den Medienunternehmen sorgen zunehmend Algorithmen für die Produktion, Kuratierung und Distribution von Inhalten und Werbung. Die Vorteile dieses Trends: Nutzer werden selbst zu Kommunikatoren und erhalten auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Inhalte und Informationen. Zugleich birgt diese Entwicklung aber auch Risiken. Sie lauten Fake News, Desinformation und Demagogie. Für die Medienpolitik ergibt sich dadurch die Herausforderung, Medienvielfalt und Meinungsfreiheit zu sichern, Daten- sowie Verbraucherschutz zu optimieren und Konzepte für die Vermittlung von Medienkompetenz zu initiieren.

Ilse Aigner, Stellvertretende Ministerpräsidentin des Freistaates Bayern, wies beim MEDIENTAGE-Gipfel darauf hin, dass sich angesichts von Automatisierung und Digitalisierung in der Medienwelt die Frage nach dem Vertrauen mehr denn je stelle. Bei dem rasanten technischen Fortschritt dürften Qualitätsansprüche nicht reduziert werden. Benötigt würden Medien, die das Wachstumspotenzial der Digitalisierung ausschöpfen, aber glaubwürdig bleiben müssten, betonte die bayerische Staatsministerin für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie. Zum Qualitätsanspruch gehöre, dass sich journalistische Standards auch in den Kommunikationsräumen der sozialen Online-Netzwerke durchsetzen müssten. Wenn hingegen Social Bots Meinungen machen könnten, bedeute dies eine Gefahr für die Demokratie.

Die MEDIENTAGE MÜNCHEN hätten in diesem Jahr durch den internationalen Blick auf die Entwicklungen der Medienwelt in besonderer Weise deutlich gemacht, welche Chancen sich für die Medienunternehmen durch Technologien wie Künstliche Intelligenz und lernende Maschinen ergeben, erklärte BLM-Präsident Siegfried Schneider, der Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der MEDIENTAGE MÜNCHEN ist. Es sei auch deutlich geworden, dass eine neue Medienregulierung notwendig sei, die neben den Rundfunkangeboten die neuen digitalen Player in den Blick nehme. Die 31. MEDIENTAGE MÜNCHEN boten eine Mischung aus bewährten und innovativen Inhalten und Formaten. Zu den Experten auf den Podien gehörten Spitzenmanager wie Anke Schäferkordt (Mediengruppe RTL Deutschland), Dr. Hannes Ametsreiter (Vodafone Deutschland) und Philipp Justus (Google), Intendanten wie Prof. Dr. Karola Wille (MDR) und Peter Limbourg (Deutsche Welle), Digital-Experten wie Sascha Lobo und Christof Baron sowie amerikanische Wissenschaftler wie Bill Adair und Dan Gillmor. Einblicke in die Digitalstrategien von internationalen Medienhäusern gaben unter anderem Scot Gillespie (The Washington Post), Sunnie Huang (The Economist), Sam Williams (Quartz), Steven Oh (The Young Turks) und Laura R. Walker (New York Public Radio). In den acht Kongresssparten Trending Topics, Bewegtbild, Digital Media, Innovation, Medien & Gesellschaft, Medien & Netzpolitik, Werbung & Marketing sowie Audio & Radio fanden mehr als hundert Diskussionsrunden und Vorträge mit mehr als 400 Experten statt. Themenschwerpunkte der kongressbegleitenden Messe waren Digital Broadcasting, Onlinemedien, Content & Distribution, Mobile Media, Social Media, Virtual Reality, Digital Advertising, Games, Recruiting sowie Work@Media. Auf der Messe präsentierten etwa achtzig Aussteller Neuheiten aus der digitalen Medienwelt, darunter der Bayerische Rundfunk, Deutschlandradio, Facebook, Google, Media Broadcast, Microsoft, MX1, ProSiebenSat.1 Media und Mediengruppe RTL. Zum neuen Messebereich Rockets & Unicorns by Media Lab Bayern gehörten Stage, Expo und Lounge. Dort ermöglichten Startups Einblicke in innovative Ideen der Branche. Die Immersive Media Area und der Immersive Media Day des MedienNetzwerkes Bayern boten VR-, AR- und 360-Grad-Anwendungen zum Erleben und Anfassen. Auf dem MedienCampus informierten sich während der drei Kongresstage Nachwuchsjournalisten, Schüler und Studierende bei Workshops, Vorträgen sowie an Info-Ständen über Branchentrends, Start-up-Firmen, Ausbildungswege und andere Themen aus der beruflichen Praxis. Zu den Events der 31. MEDIENTAGE MÜNCHEN zählten die Nacht der Medien (im Haus der Kunst) und die Verleihung der 19. Internationalen Eyes & Ears Awards. Hinzu kamen die Tatfunk-Preisverleihung, der Schülermedientag und der Thementag von Media Women Connect zum Thema Mentoring.

Zusammenfassungen wichtiger Panel-Diskussionen, Bildmaterial sowie Video- und Audiostreams erhalten Sie unter:
<http://www.medientage.de/mediathek/>

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/100010538/100808504> abgerufen werden.