

25.10.2019 - 16:20 Uhr

Next Digital Level - Let's build the Media we want! Erfolgreiche Bilanz der 33. MEDIENTAGE MÜNCHEN

München (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial wird über obs versandt und ist
abrufbar unter <http://www.presseportal.de/pm/61644/4414789> -

Medienmacher und -nutzer, Medienpolitik und -wirtschaft, Individuen und Öffentlichkeit stehen in der digitalen Gesellschaft vor eine Zeitenwende: Wenn Künstliche Intelligenz Medieninhalte erstellt oder empfiehlt, wenn Software Nutzerdaten analysiert oder Werbeflächen verkauft und wenn Informationsintermediäre wie Google oder Facebook bestimmen, wer wann welche Informationen erhält, prägen Algorithmen menschliches Verhalten. Das bedeutet für die vernetzte Gesellschaft Chancen und auch Risiken. Im Rahmen der 33. MEDIENTAGE MÜNCHEN wurde drei Tage lang darüber diskutiert, wie das von digitaler Technologie geprägte Mediensystem der Zukunft aussehen soll. Über 7.000 Besucher loteten bei Konferenz-Debatten und an Expo-Ständen aus, wie die nächste Transformationsstufe der digitalen Evolution unser Leben verändert - ganz nach dem Konferenz-Motto "Next Digital Level - Let's build the Media we want".

Drei Tage lang wurde bei Europas größter Medien-Fachkonferenz präsentiert und debattiert, wurden Studien referiert und Best-Case-Szenarios vorgestellt, ethische Fragen diskutiert und technologische Entwicklungen auf den gesellschaftlichen und ökonomischen Prüfstand gestellt. Bei mehr als hundert Einzelveranstaltungen kamen etwa 500 Expertinnen und Experten zu Wort. Das Angebot reichte von der Keynote und der Panel-Diskussion über Talk-Formate im Expo-Programm bis zum Workshop in der Masterclass oder auf dem MedienCampus Bayern. Wie schaffen es Medien, das Vertrauen, das sie als Multiplikatoren verdienen, wieder zu stärken? Wie sollen die Medien der Zukunft aussehen? Und welche Werte, welche digitale Ethik bilden die nicht verhandelbare Basis unseres Mediensystems der Zukunft? Diese Fragen hatte Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der Medien.Bayern GmbH, bei seinem Grußwort zu Beginn der Veranstaltung an die Konferenzteilnehmerinnen und -teilnehmer gerichtet. "Wie die Medien in Europa ein Stück weit Souveränität zurückgewinnen können und wie wir es schaffen, ein eigenes Ökosystem zu schaffen, um den Wettbewerb mit den internationalen Giganten wieder aufzunehmen - das war dieses Jahr der rote Faden, der sich durch viele Diskussionen zog", resümierte Siegfried Schneider am dritten Tag der MEDIENTAGE MÜNCHEN. "Deutlich geworden ist: Die Medienmacher in Deutschland und Europa wollen die Digitalisierung für sich nutzen und entsprechend gestalten." Dabei gehe es nicht nur um ökonomische, sondern auch um gesellschaftliche und moralische Werte.

Der Bayerische Ministerpräsident Dr. Markus Söder hatte am ersten Konferenztag die Richtung vorgegeben: Wer nicht selbst den Kurs bestimme, sei gezwungen, am Ende nur passiv zuschauen zu können. Als Risiken der aktuellen Entwicklung nannte der Ministerpräsident Hate Speech sowie die sinkende Relevanz von Fakten in öffentlichen Debatten. Um nicht zu einer "digitalen Kolonie" von großen US-Internetkonzernen zu werden, sollten europäische Unternehmen ihre Kräfte bündeln. Söder ermunterte zu einer "Vernetzung der Systeme", um eine "gemeinsame, starke Plattform" zu schaffen. Außerdem forderte er eine aktive statt eine "sich selbst verzweigende Medienpolitik". Zu den wichtigsten Referenten und Diskussionsteilnehmern der 33. MEDIENTAGE MÜNCHEN zählten außer Markus Söder auch Bayerns Medienminister Dr. Florian Herrmann, CSU-Generalsekretär Markus Blume, Staatsminister a.D. Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin, der ARD-Vorsitzende Ulrich Wilhelm, die Radio-Bremen-Intendantin Dr. Yvette Gerner, ARD-Programmdirektor Volker Herres, WDR-Programmdirektorin Valerie Weber, der DJV-Vorsitzende Prof. Dr. Frank Überall, der Autor Juan Moreno sowie die TV-Manager Conrad Albert (ProSieben-Sat.1 Media), Andreas Bartl (RTL II), Susanne Aigner-Drews (Discovery), Katja Hofem (Joyn) und Tanit Koch (Mediengruppe RTL Deutschland). Zu den Top-Speakern aus dem Ausland gehörten James Farrell (Amazon Studios), Ralph Pighin (Deezer), Steve Boom (Amazon Music), Petri Kokko (Google), Zeynep Tufekci (Associate Professor UNC School) sowie Guillaume Klossa (Sonderberater des für Digitaltechnik zuständigen Vizepräsidenten in der EU-Kommission).

Das Konferenz-Programm der 33. MEDIENTAGE MÜNCHEN bot Veranstaltungen in den Bereichen TV & Streaming, Journalismus & Publishing, Audio & Radio, Medien & Netzpolitik, Werbung & Marketing sowie Social Media. Mit dem R U Ready Summit des Media Lab Bayern wurde erstmals eine eigene Innovationskonferenz organisiert. Spitzenvertreter der jeweiligen Branchen trafen sich darüber hinaus beim TV-Gipfel, beim Audio-Gipfel, beim Journalismus Summit sowie beim R U Ready Summit für die Startup-Branche. Hinzu kamen Specials zu den Themen China, New Technologies, Lokal-TV und Automotive sowie der Europatag.

Die konsequente Fokussierung von Konferenz und Expo auf die wichtigsten Veränderungen der einzelnen Mediensparten durch neue Technologien sei von Tagungsteilnehmern und Messebesuchern gut angenommen worden, bilanzierte Stefan Sutor, Geschäftsführer der Medien.Bayern GmbH. Auch künftig werde es ein Markenzeichen der MEDIENTAGE MÜNCHEN bleiben, technologische, ökonomische und politische Herausforderungen des Medienwandels ebenso interdisziplinär zu diskutieren wie journalistische oder ethische Themen. Zu den Events der 33. MEDIENTAGE MÜNCHEN zählten die Nacht der Medien im Haus der Kunst, die Expo-Party auf dem Messe-Areal sowie die Siegerehrung des dreitägigen R U Ready Hackathons. Bei der kongressbegleitenden Expo der MEDIENTAGE MÜNCHEN präsentierten fast achtzig Aussteller auf mehr als 6.000 Quadratmetern Software und Services aus den Bereichen Fernsehen, Hörfunk, Print, Online, Content Management, Social Media, Virtual Reality,

Start-ups und Recruiting. Auf dem MedienCampus Bayern informierten sich während der drei Kongresstage Nachwuchsjournalisten, Schüler und Studierende bei Workshops, Vorträgen sowie an Info-Ständen über Branchentrends, Startup-Firmen, Ausbildungswege und praktische Themen aus der beruflichen Praxis.

Die 34. MEDIENTAGE MÜNCHEN finden vom 28. bis 30. Oktober 2020 statt.

Zusammenfassungen wichtiger Panel-Diskussionen, Bildmaterial sowie Videomitschnitte erhalten Sie unter:
<https://medientage.de/mediathek-2019/>

Kontakt:

Medien.Bayern GmbH
Anja Kistler
Telefon: 089/68999250
Fax: 089/68999199
anja.kistler@medientage.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010538/100834774> abgerufen werden.