

## 25. MEDIENTAGE MÜNCHEN

# Neue Gesetze für bessere Wettbewerbsfähigkeit

Deutschlands Medienwirtschaft benötigt Chancengleichheit im globalen Wettbewerb. Erster Schritt muss dabei ein neuer Rechtsrahmen sein, der gleichermaßen für internationale Konzerne wie nationale Medienunternehmen gilt. Dies war nach drei Kongresstagen ein wesentliches Ergebnis der 25. MEDIENTAGE MÜNCHEN, die vom 19. bis 21.10 im Internationalen Congress Center München ICM stattfanden. Das neue Regelwerk sollte außerdem auch gleiche Rahmenbedingungen für Fernsehen und Online-Angebote schaffen. Neu geordnet werden müssten auch die Bereiche Datenschutz, Medienkonzentrations- und Urheberrecht. Unter dem Motto „Mobile – Local – Social: Dreiklang der vernetzten Gesellschaft“ haben bei den MEDIENTAGEN MÜNCHEN diesmal mehr als 500

erodieren, zugleich bietet die Digitalisierung mit ihrem unglaublichen Innovationstempo in immer kürzeren Zeitabständen neue Möglichkeiten und Business-Modelle“, fasst Kors zentrale Erkenntnisse zusammen.

Bei den Veranstaltungen wurde einmal mehr deutlich, wie stark technologische Entwicklungen Mediennutzung und -inhalte prägen: Dies gilt für TV-Bildschirme, auf denen TV-Programme neben Online-Videos erscheinen, und auch für Smartphones sowie andere digitale Devices, die dank des neuen Mobilfunkstandards Long Term Evolution (LTE) mobil ebenso große Datenmengen empfangen wie ein Festnetzanschluss.

Und auch die Werbebranche ist in Bewegung: Dort landen immer größere Etat-Anteile im Internet, wo anonymisierte Nutzerprofile dabei helfen, Streuverluste zu vermeiden. Digitale Medien werden lokal oder global, stationär oder mobil, allein oder sozial genutzt. In allen Fällen aber kommt es auf ausreichende Qualität an. Dies wurde auch bei den fünf Gipfel-Veranstaltungen der MEDIENTAGE deutlich. Ohne eine leistungsfähige Infrastruktur, ohne verantwortungsvolle Akteure im Internet, ohne

publizistische Vielfalt und ohne vorausschauende Medienpolitik lassen sich die Herausforderungen des rasanten digitalen Wandels nicht bewältigen. Klassische Medien und Online-Publikationen nähern sich in jedem Fall immer weiter an. „Qualität hier oder dort wird sich in jedem Fall durchsetzen“, zeigte sich Staatsminister Dr. Marcel Huber beim Publishing-Gipfel optimistisch. Um ihre Position in der neuen Medienwelt nachhaltig zu stärken, setzen immer



**Eröffnung mit dem Mediengipfel im Internationalen Congress Center München.**

Experten in 90 Veranstaltungen über aktuelle Entwicklungen der Medienbranche diskutiert. „Die Konvergenz der Medien differenziert den Markt immer stärker“, bilanziert Johannes Kors, Geschäftsführer der Medientage München GmbH. Dabei zeigte sich, dass vor allem breitbandige Online-Anschlüsse und internetfähige Smartphones sowie Tablet-PCs Mediennutzung, Geschäftsmodelle und schließlich die gesamte Gesellschaft nachhaltig verändern. „Traditionelle Geschäftsmodelle

### Neuheiten, Diskussionen & Events

\*Bei der kongressbegleitenden Medienmesse im präsentierten rund sechzig Aussteller Neuheiten aus den Bereichen Fernsehen (IPTV, HbbTV, 3D), Hörfunk (DAB+, Hybrid-Radio), Film/Produktion, Werbung/Marketing, Online, Mobile Media und Print.

\*Auf dem MedienCampus Bayern diskutierten Nachwuchsjournalisten, Studierende und Praktiker sowie Dozenten aus dem Bereich der Aus- und Fortbildung alte und neue Modelle für den Weg in Medienberufe.

\*Zu den beliebten Events der 25. MEDIENTAGE zählten außerdem die „Nacht der Medien“ im Justizpalast, ein Jubiläumserfeuerwerk sowie die Verleihung des Camgaroo Award.

\*Eine Zusammenfassung der Panel-Diskussionen sowie Video- und Audiostreams unter:

<http://www.medientage.de/mediathek.php>.

Die 26. MEDIENTAGE MÜNCHEN finden vom 24. bis 26. Oktober 2012 statt.

mehr Anbieter auf eine Qualitäts-offensive bei ihren Digitalangeboten. Sie zeigten sich dabei bei den MEDIENTAGEN durchaus selbstkritisch: „Unser Online-Produkt ist heute viel schlechter als die Zeitung“, lautete etwa die Einschätzung von Peter Hogenkamp, Leiter Digitale Medien bei der NZZ. Die Qualität der Online-Inhalte müsse deutlich gesteigert werden. Dem pflichtete indirekt Christoph Keese bei: Techblogs wie Mashable oder AllThingsD würden ihre Themen besser covern als traditionelle Medien, betonte der Konzerngeschäftsführer Public Affairs der Axel Springer AG.

*Damian Holmer*

### IMPRESSUM

#### Herausgeber

Theo Kersche

#### Chefredakteur

Theo Kersche

#### Redaktion

Theo Kersche, Judith Karan,  
Damian Holmer

#### Schlussredaktion

Jens Maasberg

#### Fotoquellen

soweit nicht im Bild ausgewiesen:  
Privat und autorisierte Presse- und  
PR-Büros

#### Anschrift

Bonner Platz 4, 80803 München

#### Kontakt

Tel.: +49 89 36 99 05

Fax: +49 89 36 31 81

pressworldteam@aol.com

www.pressworldteam.com