

MEDIENTAGE MÜNCHEN

Wert(e) der Medien in der digitalen Welt



Foto: Medientage München

Eröffnung mit Dr. Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender der Axel Springer AG und dem bayerischen Ministerpräsidenten Horst Seehofer.

Die Digitalisierung der Medien und eine sich erholende Werbekonjunktur, so wurde bei den 24. MEDIENTAGEN MÜNCHEN deutlich, sorgen in fast allen Segmenten der Medienmärkte für positive Impulse. Treibender Innovations- und Transformationsfaktor bleibt dabei das Internet, das für immer mehr Menschen zur zentralen Informationsplattform wird.

Ende Oktober nun haben in München mehr als 500 Experten bei neunzig Veranstaltungen drei Tage lang über „Wert(e) der Medien in der digitalen Welt“ diskutiert. Mit

rund 6.000 Besuchern konnte der Branchentreff einmal mehr seine führende Position als Deutschlands größter Medienkongress untermauern. In der digitalen Ökonomie prä-

gen vor allem Großkonzerne der Medien- und Computerbranche sowie der Unterhaltungselektronik-Industrie neue Geschäftsmodelle und zentrale Netz-Strukturen. So steht die Medienpolitik verstärkt vor der Aufgabe, die Rechte des Einzelnen sowie eine größtmögliche Medien- und Meinungsvielfalt zu gewährleisten. Auch Medienmanager und Journalisten sowie nicht zuletzt die Politik erkennen das weltweite Datennetz mit seinen neuen Kommunikations- und Werbeformen als große Herausforderung.

Der Bayerische Ministerpräsident Horst Seehofer betonte bei der Eröffnung, im Rahmen einer werteorientierten Medienpolitik müsse der Gesetzgeber vor allem Verbraucher-, Jugend- und Daten-

schutzrecht an die digitale Medienwelt anpassen. Seehofer sprach sich gegen die sogenannte Kulturflaute und gegen staatliche Pressesubventionen, aber für ein Leistungsschutzrecht aus. Aufgabe der Medienpolitik müsse es primär sein, Wettbewerb und Vielfalt zu sichern, ergänzte Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, der Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und Vorsitzende der Gesellschafterversammlung der MEDIENTAGE MÜNCHEN.

Branche hofft auf Digital Devices

Dr. Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender der Axel Springer AG, zeigte sich beim Mediengipfel in München davon überzeugt, dass die Digitalisierung für die Medienbranche mehr Chancen als Risiken bringe. Er sprach von einer „neuen Ära der Technologie, bei der wir erst am Anfang stehen“. Vor allem die neue Generation von Digital Devices wie Smartphones und Tablet-PCs ermögliche neue Geschäftsmodelle. Voraussetzung aber seien einfache Bedienbarkeit und optimierte Bezahlssysteme. Schließlich seien Smartphone-Nutzer das Bezahlen für Inhalte bereits gewohnt, so dass ein Abschied von der All-for-free-Philosophie des Internet möglich sei. Die neuen Touchscreen-Endgeräte, so lobte Döpfner, kämen traditionellen Lesegewohnheiten entgegen und ermöglichten einen bequemen „Lean-Back-Medienkonsum“. Voraussetzung für geschäftliche Erfolge mit digitalen Inhalten sei allerdings, dass die Branche zwei große Gefahren abwehre: die Gratis-Mentalität von Online-Nutzern und die Konkurrenz der öffentlich-rechtlichen Programmanbieter.

Offene Regulierungsfragen

Zu den meistdiskutierten Kongress Themen gehörte das vor allem

von Verlagen geforderte Leistungsschutzrecht. Der Burda-Vorstandsvorsitzende Dr. Paul-Bernhard Kalten zeigte ebenso wie Mathias Döpfner Unverständnis gegenüber der Haltung des Bundesverbands der Deutschen Industrie (BDI), der ein entsprechendes System ablehnt. Kalten verwies darauf, der BDI kämpfe gegen Patentverletzungen in China, wolle aber zugleich zulassen, dass im Internet Dritte mit fremden Inhalten Geld verdienen könnten. Philipp Schindler, Managing Director Northern & Central Europe von Google, hielt entgegen, das deutsche Urheberrecht reiche völlig aus. Mit dem zurzeit diskutierten Modell für ein Leistungsschutzrecht würden zugleich Zitatrecht und Informationsfreiheit gefährdet.

Plädoyer für Qualität und die Macht der Inhalte

Beim Printgipfel forderte Focus-Chefredakteur Dr. Wolfram Weimer von den Printmedien mehr Mut bei Investitionen in journalistische Ressourcen. „Die Macht der Inhalte ist größer als die der Funktionalitäten“, sagte Weimer vor dem Hintergrund der Debatte um die Zukunft der Zeitung in der digitalen Welt. „Wir dürfen nicht zu den Content-Abfüllern werden“, forderte er mit Blick auf journalistische Mainstream-Modelle im Internet. Entscheidend sei es, nach professionellen Maßstäben mit relevanten Inhalten entsprechende Orientierung zu bieten. Wenn die Zeitungsverlage sich nicht entschließen, auf hochwertige Inhalte zu setzen, drohe der Branche eine Erosion. Im Idealfall könnten sich Inhalte in der gedruckten Zeitung und im Internet hervorragend ergänzen und wechselseitig verstärken. Bei der Diskussion des Contentgipfels waren sich prominente Medienmacher einig, dass journalistische Qualität keine Frage der Plattform, sondern der Ressourcen ist. Allerdings müssten



Offizieller Sendestart von Deutschlands erstem 3D Event-Sender.

sich die Journalisten im digitalen Zeitalter umstellen, und zwar auf Dialog statt Monolog.

Offizieller Sendestart von SKY 3D

Bereits am 13. Oktober gaben der Bayerische Finanzminister Georg Fahrenschon, BLM-Präsident Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Sky CEO Brian Sullivan, Sky Sportvorstand Carsten Schmidt, Sky Chefkommentator Marcel Reif und Sky Moderatorin Joey Grit Winkler den Startschuss für die regelmäßige Ausstrahlung von Sky 3D. Interessierte Besucher konnten sich am Messestand einen ersten Eindruck von der neuen Technik machen. Erstmals wurde ein Konzertmitschnitt der „Fantastischen Vier“ in 3D präsentiert.

Kongressmesse mit siebzig Ausstellern

Die Veranstaltung bietet als Deutschlands größter Medien-Branchentreff

zahlreiche Plattformen, um sich in Theorie und Praxis mit aktuellen Entwicklungen auseinanderzusetzen und vertraut zu machen. Erstmals gehörte zum Programm auch der Mobile Communications Day. Bei der Kongressbegleitenden Medienmesse präsentierten rund siebzig Aussteller Neuheiten aus den Bereichen Fernsehen, IPTV, HbbTV, 3D, Hörfunk, Film/Produktion, Werbung/Marketing, Mobile Media, sowie Print. Auf dem MedienCampus Bayern und im Rahmen der Jugendmedientage 2010 diskutierten Nachwuchsjournalisten, Studierende und Praktiker sowie Dozenten aus dem Bereich der Aus- und Fortbildung neue Modelle für den Weg in die Medienberufe.

Die 25. MEDIENTAGE MÜNCHEN finden vom 19. bis 21. Oktober 2011 statt. Zusammenfassungen aller Panel-Diskussionen, Bildmaterial sowie Video- und Audiostreams erhalten Sie unter:

www.medientage.de/mediathek.html

Damian Holmer