

# Medientage München

MEDIENTAGE MÜNCHEN 2009 vom 28. bis 30. Oktober 2009  
Medien und Transformation: MUT zum Qualitätsjournalismus  
Mehr als 7.000 Teilnehmer bei den 23. MEDIENTAGEN MÜNCHEN

30.10.2009 - 15:02 Uhr, Medientage München

München (ots) - Die MEDIENTAGE MÜNCHEN haben mit rund 7.000 Teilnehmern und etwa 500 Referenten in mehr als achtzig Panels erneut ihre führende Position als Deutschlands größter Medienkongress untermauert. Wissenschaftler, Unternehmensberater, Manager, Journalisten und Programmierer diskutierten drei Tage lang die Auswirkungen der Wirtschaftskrise und die durch das Internet verursachte Transformation klassischer Medienmärkte. Mit ihrem Motto "MUT - Medien und Transformation" haben die Medientage ein Signal für die Branche gesetzt, den Wandel im Medienbereich positiv anzunehmen und sich mit Mut den notwendigen Veränderungen zu stellen. Angesichts der Werbemarkt-Krise und einer zunehmenden Konkurrenz durch das Internet sind neue Konzepte gefragt. Das gilt vor allem für die Printmedien, die unter Verlusten im Leser- und Anzeigenmarkt leiden. Als Auswege aus der Krise empfahlen Experten - vor allem den Printmedien - die Besinnung auf die zentralen Elemente des Qualitätsjournalismus: gründliche Recherche, Analyse und Hintergrundberichterstattung. Das machte auch Richard David Precht zum Auftakt der Medientage deutlich. Er regte für Zeitungen ein Stiftungsmodell an, um Qualitätsjournalismus zu finanzieren. Nur so lasse sich dauerhaft eine Öffentlichkeit herstellen, die eine unverzichtbare Basis für die Demokratie und den Zusammenhalt in einer zunehmend fragmentierten Gesellschaft sei. Die Qualität von Medieninhalten und deren Finanzierung stand im Zentrum fast aller Debatten auf den Podien der MEDIENTAGE MÜNCHEN. Unter anderem wurde dabei auch über eine übergreifende Medienabgabe diskutiert, die dazu beitragen soll, Qualitätsjournalismus in privatwirtschaftlichen Medien zu sichern.

## Herausforderung Internet

Das zweite prägende Thema der MEDIENTAGE MÜNCHEN war die Entwicklung des Internet mit seinen neuen Distributions-, Kommunikations- und Werbeformen. Angesichts geringer Online-Streuverluste und einer verbesserten Kontrolle von Werbewirksamkeit und Tarifen, bei denen nur für tatsächlich erzielte Werbekontakte gezahlt werden muss, geraten die traditionellen Werbemärkte unter Druck. Deshalb geht es für die Anbieter klassischer Medien darum, ihre Wertschöpfungsketten in das World Wide Web hinein zu verlängern.

"Wir befinden uns in einer neuen Geschäftsrealität, in der es nicht mehr um Inhalte, sondern um Links geht", sagte der US-Medienexperte Jeff Jarvis, der am Printgipfel des MEDIENTAGE MÜNCHEN via Skype teilnahm. Viele Vertreter der großen deutschen Medienhäuser bezweifeln jedoch die These von Jarvis: Nachrichten besäßen noch immer einen großen monetären Wert, wenn sie exklusiv seien. Dann lasse sich - egal ob analog oder im Internet - auch Geld verdienen. Bei dem Versuch, Qualität durch neue Paid-Content-Modelle zu gewährleisten, suchen zurzeit fast alle Akteure auf den Medienmärkten nach neuen Konzepten. Während sich entgeltpflichtige Angebote im Internet angesichts der dort herrschenden All-for-free-Mentalität nur zögernd durchsetzen, bestehen im Mobile-Media-Sektor bessere Voraussetzungen. Schließlich sind es Smartphone-Besitzer bereits gewohnt, für Applikationen zu zahlen.

Eine große Herausforderung für die Regulierung der Medienbranche liegt künftig darin, Vielfalt so zu gewährleisten, dass die richtige Balance zwischen Medienförderung und Konzentrationskontrolle gefunden wird. Der Bayerische Staatsminister Siegfried Schneider forderte für die Medienregulierung eine "sektorübergreifende Rechtsordnung". Dabei müsse das gegenwärtig existierende Medienkonzentrationsrecht "zu einem übergreifenden Instrument der Vielfaltsicherung weiterentwickelt werden". Schließlich könnte, so wurde bei vielen Podiumsdiskussionen der MEDIENTAGE MÜNCHEN deutlich, eine übergreifende Medienordnung geschaffen und der Rundfunkstaatsvertrag durch einen Medienstaatsvertrag ersetzt werden.

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der Medientage München und Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), warnte, wenn die Balance im dualen Rundfunksystem nicht gewahrt werde, sei die Qualität in Gefahr. "Während beim privaten Rundfunk nach zwei einschneidenden Werberezzionen in den zurückliegenden acht Jahren die finanzielle Basis und damit ein Stück weit auch publizistische Substanz schwindet, rüstet der öffentlich-rechtliche Rundfunk, ausgestattet mit einer Gebührenerhöhung, zusätzlich im Internet auf", sagte Ring.

Zu den wichtigen Themen auf der Agenda der MEDIENTAGE MÜNCHEN zählten auch die Bereiche Online und Netzinfrastruktur. Jeff Jarvis' These von einer medialen Zukunft, in der die Konzepte "Besitz" und "Bezahlung" einer (Geschäfts-)Welt von Plattformen und Netzwerken weichen, wurde bei den MEDIENTAGEN MÜNCHEN von vielen Experten geteilt. Suranga Chandratillake sagte beim Online-Gipfel, bei der Schaffung neuer Geschäftsmodelle im Internet müsse man das Publikums-Verhalten analysieren, um nutzerorientierte Anwendungen zu schaffen. Dass für Inhalte bezahlt werden müsse, sei selbstverständlich. Beim Infrastrukturgipfel äußerten Netzbetreiber Kritik an der Bundesnetzagentur, die bereits eine Ausschreibung von Kapazitäten der Digitalen Dividende initiiert hat - ohne die Auswirkungen der neuen Funktechnologie auf die Rundfunk-Verbreitung zu kennen. Außerdem sei nicht geklärt, welche Technik die günstigste sei.

Kongressmesse mit neunzig Ausstellern  
Die MEDIENTAGE MÜNCHEN bieten als Deutschlands größter Medien-Branchentreff zahlreiche Plattformen, um sich in Theorie und Praxis mit aktuellen Entwicklungen auseinanderzusetzen. So präsentierten bei der kongressbegleitenden Medienmesse neunzig Aussteller Neuheiten aus den Bereichen Fernsehen, IPTV, Hörfunk, Multimedia, Film/Produktion, Werbung/Marketing und Print. Auf dem MedienCampus Bayern diskutierten Studierende und Praktiker sowie Dozenten aus dem Bereich der Aus- und Fortbildung neue Modelle für den Weg in Medienberufe. Darüber hinaus wurden der Filmpreis des MedienCampus Bayern verliehen. Zu den zahlreichen Events der MEDIENTAGE MÜNCHEN zählten außerdem die Nacht der Medien im Münchner Justizpalast sowie die Verleihung der Eyes & Ears Awards und des Camgaroo Award.

Die 24. MEDIENTAGE MÜNCHEN finden vom 13. bis 15. Oktober 2010 statt.  
Zusammenfassungen aller Panel-Diskussionen, Bildmaterial sowie Video- und Audiostreams erhalten Sie unter:  
<http://www.medientage.de/mediathek.html>

@@infblk@@

Pressekontakt:  
Medientage München  
Anja Kistler  
Telefon: 089/68999250  
Fax: 089/68999199  
[anja.kistler@medientage.de](mailto:anja.kistler@medientage.de)

Originaltext:	Medientage München
Pressemappe:	<a href="http://www.presseportal.de/pm/61644/medientage-muenchen">http://www.presseportal.de/pm/61644/medientage-muenchen</a>
Pressemappe als RSS:	<a href="http://presseportal.de/rss/pm_61644.rss2">http://presseportal.de/rss/pm_61644.rss2</a>