



ABSCHLUSSPRESSEMITTEILUNG

15. Oktober 2010

MEDIENTAGE MÜNCHEN 2010 vom 13. bis 15. Oktober

Wert(e) der Medien in der digitalen Welt

6.000 Teilnehmer bei den 24. MEDIENTAGEN MÜNCHEN

München – Bei den MEDIENTAGEN MÜNCHEN haben mehr als 500 Experten in 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. Die Digitalisierung der Medien und eine sich erholende Werbekonjunktur, so wurde in 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. In der digitalen Ökonomie prägen vor allem große Konzerne der Medien- und Computerbranche sowie der Unterhaltungselektronik-Industrie neue Geschäftsmodelle und zentrale Netz-Strukturen. Deshalb kommt der Medienpolitik verstärkt die Aufgabe zu, die Rechte des Einzelnen sowie eine größtmögliche Medien- und Meinungsvielfalt zu gewährleisten.

Das weltweite Datennetz stellt mit seinen neuen Kommunikations- und Werbeformen Medienmanager und Journalisten sowie nicht zuletzt die Politik vor große Herausforderungen. Der Bayerische Ministerpräsident Horst Seehofer sagte bei der Eröffnung der MEDIENTAGE MÜNCHEN, im Rahmen einer werteorientierten Medienpolitik müsse der Gesetzgeber vor allem Verbraucher-, Jugend- und Datenschutzrecht an die digitale Medienwelt anpassen. Seehofer sprach sich gegen die sogenannte Kulturflattrate 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

Der Vorstandsvorsitzende der Axel Springer AG, Dr. Mathias Döpfner, 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. Deshalb müsse für die neuen digitalen Angebote – entweder von Nutzern oder im Rahmen eines Leistungsschutzes – ein Entgelt verlangt werden.

Döpfner forderte, künftig müssten auch ARD und ZDF dazu verpflichtet werden, ihre öffentlich-rechtlichen Mobile-Media-Applikationen (Apps) ausschließlich gegen eine zusätzliche Gebühr anbieten zu dürfen. Der ARD-Vorsitzende Peter Boudgoust merkte in diesem Zusammenhang an, es sei durchaus vorstellbar, dass die ARD für ähnliche Angebote wie die gratis angebotene Tagesschau-App in Zukunft ein Entgelt verlange.

Offene Regulierungsfragen

Zu den meistdiskutierten Kongressthemen gehörte das vor allem von Verlagen geforderte Leistungsschutzrecht. Der Burda-Vorstandsvorsitzende Dr. Paul-Bernhard Kallen zeigte ebenso wie Matthias Döpfner Unverständnis für die Haltung des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI), der ein entsprechendes System ablehnt. Kallen 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, erklärte, das deutsche Urheberrecht reiche völlig aus. Mit dem zurzeit diskutierten Modell für ein Leistungsschutzrecht würden zugleich Zitatrecht und Informationsfreiheit gefährdet.

Bundesjustizministerin Sabine Leutheusser-Schnarrenberger sagte beim Online-Gipfel, das im Koalitionsvertrag verabredete Leistungsschutzrecht sei weder als „Sonder-Gema“ noch als „Goldtopf für Verlage“ gedacht. Vor der Verabschiedung einer entsprechenden rechtlichen Regelung müssten noch wichtige Details geklärt werden, zum Beispiel die Frage, wie die Verlage auch die Rechte der Journalisten schützen wollten. Bundesverbraucherschutzministerin Ilse Aigner thematisierte beim Onlinegipfel ein weiteres politisches Feld, in dem Regelungsbedarf herrscht. Im Zeitalter von Google, Twitter und Facebook hätten manche Verbraucher berechtigterweise kein Vertrauen mehr in die Datenschutz und -sicherheit. Deshalb bedürfe das Datenschutzgesetz dringend einer Überarbeitung. Den Verbrauchern müsse vor allem ein Widerspruchsrecht im Umgang mit ihren Daten eingeräumt werden, betonten Aigner und Leutheusser-Schnarrenberger einhellig.

Plädoyer für Qualität und die Macht der Inhalte

Beim Printgipfel rief Focus-Chefredakteur Dr. Wolfram Weimer die Printmedien dazu auf, mutiger bei Investitionen in journalistische Ressourcen zu sein. „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, nach professionellen Maßstäben mit relevanten Inhalten Orientierung zu bieten. Wenn die Zeitungsverlage sich nicht entschlossen, 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.

Auch Bayerns Medienminister Siegfried Schneider betonte, nur eine große inhaltliche Qualität könne zum Zukunftsgaranten der Printmedien werden, was durch verstärktes unternehmerisches Know-how unterstützt werden müsse. Bei der Diskussion des Contentgipfels waren sich prominente Medienmacher einig, dass journalistische Qualität keine Frage der Plattform, sondern der Ressourcen ist. Allerdings müssten sich die Journalisten im digitalen Zeitalter umstellen, und zwar auf Dialog statt Monolog.

Kongressmesse mit siebzig Ausstellern

Die MEDIENTAGE MÜNCHEN bieten als Deutschlands größter Medien-Branchentreff zahlreiche Plattformen, um sich in Theorie und Praxis mit aktuellen Entwicklungen auseinanderzusetzen. 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, Print und Edutainment.

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 Medienberufe. Darüber hinaus wurde der Bayerische Printmedienpreis 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 25. MEDIENTAGE MÜNCHEN finden vom **19. bis 21. Oktober 2011** statt.

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