



PRESSEMITTEILUNG

29. Oktober 2021

**MEDIENTAGE MÜNCHEN 2021 vom 25. bis 29. Oktober**

## **New Perspectives: Aufbruchstimmung für eine digitale Zukunft der Medien**

9.000 Besucher:innen bei den 35. MEDIENTAGEN MÜNCHEN

**München** – Erstmals haben die MEDIENTAGE MÜNCHEN in diesem Jahr unter dem Titel *New Perspectives* eine Konferenz angeboten, die zugleich vor Ort und online besucht werden konnte. Während die Veranstaltung 2020 wegen der Corona-Pandemie ausschließlich per Internet stattfand, war in diesem Jahr eine hybride Lösung möglich: Das Publikum konnte entweder vor Ort im Münchener Isarforum dabei sein oder auch sämtliche Veranstaltungen online per Live-Videostream verfolgen. So wurden innerhalb einer Woche insgesamt mehr als 9.000 Besucher:innen erreicht. Das Programm bestand aus mehr als hundert Einzelveranstaltungen mit etwa 400 Referent:innen und Diskussionsteilnehmer:innen aus Medienwirtschaft und -politik, aus Kultur, Wissenschaft und Gesellschaft.

Die Folgen der Corona-Pandemie, Nachhaltigkeit und der digitale Strukturwandel von Medienunternehmen und Öffentlichkeit: Diese drei zentralen Themen prägten die meisten der Vorträge und Diskussionen, Talk- und Gesprächsrunden. Dabei zeigte sich einmal mehr, mit welcher Dynamik Medientechnologie und -ökonomie die Art, mit der sich eine plurale, offene Gesellschaft über zentrale Ziele und Werte verständigt, verändern. Über die zwei kontinuierlichen Konferenz-Streams hinaus wurden digitale Plattformen für Chats und Networking, für Masterclasses, Buch-Präsentationen, Specials und Networking geboten. Hinzu kamen – vor Ort und online zugänglich – der EXPO-Bereich sowie Informationen aus dem Bereich „Extended Reality“ (XR).

Ergänzend zum Medientage-Gipfel, zum Audio-Gipfel, zum TV-Gipfel sowie zu Europatag und Journalism Summit fand in diesem Jahr erstmals auch ein Nachhaltigkeitsgipfel statt. Wie ein roter Faden zog sich durch die meisten Veranstaltungen die Erkenntnis, dass die Kommunikationsinfrastruktur unseres Mediensystems nicht allein den Marktgesetzen ausgesetzt werden darf. Vielmehr müssen Meinungsmacht und wirtschaftliche Marktzutrittsbarrieren verhindert werden, um in einer pluralen Gesellschaft einerseits Medien- und Meinungsfreiheit, Vielfalt und publizistische Qualität zu sichern und andererseits faire und transparente Artikulationschancen für alle zu ermöglichen. Dabei kommt den Aspekten Nachhaltigkeit und Diversity eine wachsende Bedeutung zu. Und noch etwas hat sich geändert: Wurde Regulierung früher von Medienunternehmen häufig als staatlicher, das Wachstum behindernder Eingriff in das freie Wettbewerbsgeschehen kritisiert, so wird eben diese Regulierung inzwischen von vielen Führungskräften der Medienbranche gefordert, um einen chancengleichen Wettbewerb zu gewährleisten.

Die 35. MEDIENTAGE MÜNCHEN wurden von der Medien.Bayern GmbH veranstaltet und von der Bayerischen Staatskanzlei und der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) gefördert. Dr. Thorsten Schmiege, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der Medien.Bayern GmbH, zieht ein positives Fazit: „Medienintermediäre als *die* Gatekeeper in der digitalen Welt waren das zentrale Thema der Medientage 2021. Überrascht hat mich, wie klar die Verantwortung von Facebook, YouTube und Co. thematisiert wurde – bis hin zu der Forderung, den Algorithmus neu zu strukturieren, um gesellschaftsspaltenden Blasen und Hass gegenzusteuern.“

Nach Ansicht des BLM-Präsidenten spielen die Regulierung und die Medienanstalten dabei eine wichtige Rolle: „Wir stellen fest: Der Medienstaatsvertrag wirkt. Die neue Regulierung von Intermediären und Medienplattformen beeinflusst die Diskussion in Europa.“ Nun gehe es darum zu prüfen, wie sich die Vielfalt in der digitalen Welt sichern lasse. „Das bleibt unsere wichtigste Aufgabe“, betont Schmiege. „Aber auch die Medien selbst sind gefragt: Sie müssen einen breiten Diskurs abbilden und Polarisierungen auflösen. Einen Diskurs, wie wir ihn während der MEIDIENTAGE MÜNCHEN 2021 geführt haben.“

„Die hybride Konferenz war zu diesem Zeitpunkt das bestmögliche Veranstaltungsformat. Das zeigen die 2.000 Besucher:innen vor Ort und die 7.000 Online-Besuche auf unserer Plattform“, lautet die Bilanz von Stefan Sutor, Geschäftsführer der Medien.Bayern GmbH. Passend zum Motto „New Perspectives“ richte die Branche den Blick nach vorne: „Die Medien gehen durch einen intensiven Digitalisierungsschub während der Pandemie gestärkt in die Zukunft; viele Diskussionen waren geprägt von dieser Aufbruchsstimmung.“

Das Konferenz-Programm der MEDIENTAGE MÜNCHEN bot Veranstaltungen in den Bereichen *Politik & Gesellschaft, Nachhaltigkeit, Diversity, TV & Streaming, Social Media, Journalismus & Publishing, Audio & Radio, Podcast, Werbung & Marketing, Medienausbildung und Creative Perspectives*. Zu den Events zählten in diesem Jahr ein *Get-Together* am ersten Kongresstag, die Verleihung der *Connect! Smart TV Awards* am Dienstag, die Verleihung des *Politischen Influencer Preis* der Hanns-Seidel-Stiftung am Mittwoch sowie die Verleihung der *VisionAwards* und das *XR Meet up* am Donnerstag.

Wichtige Referent:innen und Diskussionsteilnehmer:innen der MEDIENTAGE MÜNCHEN waren der bayerische Ministerpräsident *Dr. Markus Söder*, die Präsidentin des Bayerischen Landtags *Ilse Aigner*, Bayerns Medienminister *Dr. Florian Herrmann*, der CSU-Generalsekretär *Markus Blume*, der Präsident des Bundeskartellamtes *Andreas Mundt*, die für die Medienpolitik der Bundesländer zuständige Staatssekretärin der Landesregierung von Rheinland-Pfalz *Heike Raab*, der Beauftragte der Bundesregierung für die Belange von Menschen mit Behinderungen *Jürgen Dusel*, die Vizepräsidentin der EU-Kommission und Kommissarin für Werte und Transparenz *Věra Jourová*, die Vizepräsidentin des Europäischen Parlaments *Dr. Katarina Barley*, der Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) *Dr. Wolfgang Kreißig* sowie der ARD-Vorsitzende *Tom Buhrow*, die ARD-Generalsekretärin *Dr. Susanne Pfab* und die BR-Intendantin *Dr. Katja Wildermuth*. Außerdem zählten zahlreiche Entscheidungsträger privatwirtschaftlicher Unternehmen zu den Akteur:innen auf den Podien, darunter der Chief Financial Officer von Discovery *Gunnar Wiedenfels*, der Chief Executive Officer von Vodafone *Dr. Hannes Ametsreiter*, der Vorsitzende der Geschäftsführung von Sky Deutschland *Devesh Ray*, ITV-Geschäftsführerin *Carolyn McCall* sowie *Claus Grewenig* (Mediengruppe RTL), *Susanne Aigner* (Discovery), *Gerrit Rabenstein* (Google), *Oliver Friedrich* (Google), *Guido Bülow* (Facebook), *Dr. Dietrich von Klaeden* (Axel Springer SE) und *Meinolf Ellers* (dpa).

► **Video-Aufzeichnungen** vieler Sessions sind noch vier Wochen *on Demand* über den folgenden Link verfügbar: <https://medientage-digital.de>.

Außerdem stehen die Zusammenfassungen wichtiger Panel-Diskussionen sowie Bildmaterial in der **Mediathek** der Medientage-Homepage (<https://medientage.de>) und auch im **MedientageMünchen-Blog** (<https://blog.medientage.de/>) bereit.