

ABSCHLUSS-PRESSEMITTEILUNG**MEDIENTAGE MÜNCHEN 2024 vom 23. bis 25. Oktober****Realities: KI-Debatten über Ware und Wahrheit**

München, 25.10.2024 – Generative Künstliche Intelligenz (KI) schafft neue Märkte, synthetische Weltbilder, neue Möglichkeiten und Risiken. Künstlich erzeugte Wirklichkeiten werden zur Ware und fordern neue Wahrheitsbegriffe. Das wurde bei mehr als hundert Einzelveranstaltungen im Rahmen der **38. MEDIENTAGE MÜNCHEN** deutlich, deren Motto in diesem Jahr schlicht „Realities“ lautete. Im House of Communication der Serviceplan Group suchten mehr als 300 Referent:innen und über 5.000 Besucher:innen nach Antworten auf Fragen zu KI-Aspekten wie Kreativität und Kosten, Verantwortung und Folgen, Echtheit und Ethik. Drei Tage lang ging es in München aber auch um die Themen Politik, Pluralismus und Partizipation, Relevanz, Resilienz und Reformen. Ganz gleich, ob Vortrag oder Diskussion, ob Workshop, Präsentation oder Masterclass: Bei allen Veranstaltungen zeigte sich, dass KI als grundlegende Technologie unsere Gesellschaft und ihre Medien, den Journalismus und PR zwingt, neu über Wahrheit und Wahrhaftigkeit, über Wirklichkeit, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit nachzudenken.

Während der MEDIENTAGE MÜNCHEN warnte der KI-Experte **Henry Ajder** vor den Gefahren synthetisch erzeugter Medieninhalte, welche die Wirklichkeit verzerren und unsere Gesellschaft destabilisieren könnten. Bayerns Ministerpräsident **Dr. Markus Söder** mahnte, neue Kommunikationstechnologien müssten demokratisch reguliert und dürften nicht extremen gesellschaftlichen Gruppen überlassen werden. Zugleich aber birgt Künstliche Intelligenz auch viele Chancen: Journalist:innen können KI für Recherchen einsetzen, die Filmbranche nutzt virtuelle Charaktere, PR-Agenturen experimentieren mit automatisiert erstellten Texten, Werbeagenturen lassen sich von der KI beim Storytelling inspirieren und Medienhäuser werten Nutzer:innen-Daten für die Personalisierung von Inhalten aus. Voraussetzung dafür, dass KI unsere Gesellschaft nicht destabilisiert, ist Vertrauen in die verantwortungsbewusste Nutzung. In diesem Zusammenhang spielt Transparenz eine zentrale Rolle, um in Zeiten von Deep Fakes Glaubwürdigkeit zu erlangen.

Die 38. MEDIENTAGE MÜNCHEN wurden von der Medien.Bayern GmbH, einer Tochtergesellschaft der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), veranstaltet und von der Bayerischen Staatskanzlei sowie der BLM gefördert. **Dr. Thorsten Schmiede**, Präsident der BLM und Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der Medien.Bayern GmbH, zog eine positive Bilanz: „Verantwortung, Vielfalt und Vertrauen: Diese drei Begriffe werden auch weiterhin zentral in der Debatte über Chancen und Risiken der generativen KI sein. Die Chancen sehen Medienunternehmen als enorm an. Diese Aufbruchstimmung habe ich bei den MEDIENTAGEN MÜNCHEN auf beeindruckende Weise erlebt – genauso wie das Bekenntnis, Verantwortung wahrzunehmen.“

„Die Medienbranche hat in den vergangenen drei Tagen bewiesen, dass sie nicht nur im KI-Zeitalter angekommen ist, sondern mit einer optimistischen Haltung die Chancen und Potenziale der KI für eine zukunftsfähige Medienwelt nutzt,“ lautet die Bilanz von **Stefan Sutor**, Geschäftsführer der Medien.Bayern GmbH. Angesichts der medialen Zeitenwende gehe es auch in den kommenden Jahren bei den MEDIENTAGEN MÜNCHEN darum, den Wandel aktiv zu begleiten und zu fördern.



Das umfangreiche Konferenz-Programm der MEDIENTAGE MÜNCHEN bot Veranstaltungen in den Bereichen Politik & Gesellschaft, Künstliche Intelligenz, Nachhaltigkeit, Europa, TV & Streaming, Social Media, Journalismus, Publishing, Audio, Werbung & Marketing, XR, Diversity, Equity & Inclusion sowie Education & Recruiting. Hinzu kamen zahlreiche kreative und kommunikative Formate – darunter zum Beispiel Masterclass-Angebote – von Partnern und Sponsoren. Auf sechs Kongress-Bühnen wurden im House of Communication zahlreiche Keynotes, Case Studies und Insights geboten. Ergänzend zum MEDIENTAGE-Gipfel, zum TV-Gipfel, zum Audio-Gipfel sowie zu Europatag und Journalism Summit fand zum zweiten Mal der AI Summit statt. Im Mittelpunkt dabei standen vor allem die von KI forcierte Transformation bestehender Erlös- und Strukturmodelle sowie ethische Implikationen im Umgang mit generativer KI. Ergänzt wurde der Kongress durch die Career-Erlebnismesse Media For You zum Thema Jobs und Ausbildung sowie durch zahlreiche Präsentationen von mehr als dreißig ausstellenden Unternehmen und Organisationen im Expobereich.

Zu den Events der MEDIENTAGE MÜNCHEN zählten die Nacht der Medien in der BMW Welt in München, die Verleihung des Blauer Panther – TV & Streaming Award, die MTM Female Media Night, das Meetup „Female Talent in VFX, VP and Animation“ sowie die Verleihungen des ARD/ZDF Förderpreises „Frauen + Medientechnologie“, des BLM-Nachhaltigkeitspreises und des Political Influencer Award der Hanns-Seidel-Stiftung. Außerdem gehörten auch Riesenrad-Talks@#MTM24, die Expo Party und das Speakers' Dinner zum Rahmenprogramm.

Wichtige Referent:innen und Diskussionsteilnehmer:innen der #MTM24 waren: Bayerns Medienminister Dr. Florian Herrmann, Bayerns Staatsminister für Digitales Dr. Fabian Mehring, der bayerische Justizminister Georg Eisenreich, der EVP-Partei- und Fraktionsvorsitzende Manfred Weber, der ARD-Vorsitzende und SWR-Intendant Prof. Dr. Kai Gniffke, die BR-Intendantin Dr. Katja Wildermuth, die ARD-Programmdirektorin Christine Strobl, die mabb-Direktorin und DLM-Vorsitzende Dr. Eva Flecken, der Burda-Vorstand Philipp Welte, der SZ-Herausgeber Dr. Oliver Friedmann, der ProSiebenSat.1-Vorstandsvorsitzende Bert Habets, die RTL-Programmgeschäftsführerin Inga Leschek, Netflix-Vorstandsmitglied Katja Hofem, YouTube-Country-Director Andreas Briese, Meta-Manager Tino Krause, der Medienwissenschaftler Prof. Dr. Bernhard Pörksen, die Zukunftsforscherin Monika Bielskyte, der Analyst Evan Shapiro, der KI-Experte Henry Ajder, die Gapminder-Gründerin Anna Rosling Rönnlund, der creamlabs-Gründer Jacques Alomo, Studio-Bummens-Gründer Konstantin Seidenstücker, der Correctiv-Chefredakteur Justus von Daniels, die Journalist:innen Natalie Amiri, Eva Schulz, Sophie von der Tann und Klaus Brinkbäumer sowie die Influencer:innen bzw. Content Creators Karo Kauer, Gazelle Vollhase und Fabian Grischkat.

► Zusammenfassungen wichtiger Panel-Diskussionen und Vorträge, passendes Bildmaterial und weitere Dokumentationen finden sich auf der Homepage (www.medientage.de) bzw. in der Mediathek der MEDIENTAGE MÜNCHEN (www.medientage.de/media/).

Pressekontakt:

Stefanie Kistler

+49 (0) 159 0420 3299 / presse@medientage.de

