ABSCHLUSS-PRESSEMITTEILUNG
MEDIENTAGE München 2026 vom 21. bis 23. Oktober

„Own it!“: Über Verantwortung und Souveränität

München, 23.10.2026 – Medienprodukte gelten als Vertrauensgüter, da ihre Qualität und ihr Wahrheitsgehalt kaum vollständig überprüft werden können. Umso wichtiger wird der Faktor Vertrauen in einer von Desinformationen bedrohten und zunehmend durch Künstliche Intelligenz geprägten Medienwelt. Die fortschreitende KI-Integration und wachsende digitale Bedrohungen zwingen die Medienbranche mehr denn je zum Handeln. Auf der einen Seite eröffnen KI-Modelle tiefgreifende technologische Chancen und kreative Potenziale, auf der anderen Seite stehen Plattformen, Verlage und Sender vor der Herausforderung, ihre Infrastruktur so effektiv wie möglich zu schützen und die Hoheit über ihre Inhalte zu behalten. Daher lautete das Motto der 40. MEDIENTAGE München **„Own it!“**. Drei Tage lang diskutierten im House of Communication der Serviceplan Group etwa 350 Referent:innen und mehr als 5.000 Besucher:innen die drängendsten Fragen der Medienwelt.

Der englische Ausdruck „Own it!“ bedeutet übersetzt so viel wie „Steh dazu!“, „Übernehme die Verantwortung!“ oder „Mach es Dir zu eigen!“. Je nach Kontext fordert der Appell dazu auf, eine Angelegenheit selbstbestimmt und verantwortungsbewusst in die Hand zu nehmen oder eigene Handlungen kritisch zu reflektieren. Die Medienbranche befindet sich mitten in einer tiefgreifenden Transformation, bei der digitale Selbstbestimmung und Sicherheit zur Überlebensfrage werden. Das spiegelte sich bei einer der führenden europäischen Fachkonferenzen in mehr als 100 Sessions, Keynotes und Masterclasses wider. Dabei wurde über fundamentale Fragen debattiert: Wie sichern Medienhäuser ihre wirtschaftliche Basis gegen die Dominanz globaler Tech-Plattformen? Wer übernimmt die rechtliche und ethische Verantwortung für automatisierte Entscheidungen? Welche Strategien helfen gegen gezielte Desinformation und Polarisierung? Es wurde deutlich: Medienhäuser dürfen sich nicht in die Abhängigkeit internationaler Tech-Giganten begeben, sondern müssen ihre technologische und inhaltliche Souveränität aktiv zurückerobern, um als unabhängige Säule der Demokratie bestehen zu können.

Der Konsens der meisten Diskussionen der MEDIENTAGE München lautet: Der Schutz von Meinungsfreiheit, journalistischer Qualität und Medienvielfalt in einer demokratischen Gesellschaft benötigt angesichts des rasanten technologischen Wandels neue Leitplanken. Gefordert wurden wirksame regulatorische Maßnahmen gegen Plattformmonopole und gegen algorithmische Verzerrungen. Zugleich warnten Branchenvertreter:innen vor „Überregulierung“, um die Innovationsfähigkeit heimischer Medienmarken im globalen Wettbewerb nicht zu bremsen.

„Die 40. MEDIENTAGE München haben gezeigt: Trotz aller Herausforderungen steckt in der Medienbranche viel Neugier, Kreativität und Lust auf Zukunft. Genau diesen Gestaltungswillen brauchen wir“, betonte **Dr. Thorsten Schmiege**, Präsident der

Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der Medien.Bayern GmbH. Digitale Souveränität bedeute, Verantwortung zu übernehmen, neue Wege zu gehen und sich aus Abhängigkeiten zu lösen. Dafür seien mutige Medienunternehmen, mehr Kooperation und eine Medienpolitik gefragt, die faire Rahmenbedingungen schaffe. Schmieges Fazit lautet: „‚Own it!' darf nicht mit diesen MEDIENTAGEN München enden. Branche, Politik und Aufsicht sind jetzt gefordert, dieses Motto mit Leben zu füllen."

Stefan Sutor, Geschäftsführer der Medien.Bayern GmbH, zog am Ende der dreitägigen Konferenz folgende Bilanz: „Die Debatten haben gezeigt, wie wichtig unser Appell ‚Own it!' für die Medienbranche ist. Jetzt geht es darum, optimistisch in die Zukunft zu blicken, die eigene Stärke zu zeigen und Verantwortung zu übernehmen. Die Risiken bezüglich KI sind zwar groß – aber die Möglichkeiten sind noch größer."

Die 40. MEDIENTAGE München wurden von der Medien.Bayern GmbH veranstaltet und von der Bayerischen Staatskanzlei sowie der BLM gefördert. Zum umfangreichen Konferenz-Programm beim Jubiläum der MEDIENTAGE München (#MTM40) gehörten Fachveranstaltungen in den Bereichen Politik & Gesellschaft, Künstliche Intelligenz, TV & Streaming, Audio, Journalismus, Publishing, Werbung und Marketing, Games, Creator Economy, Extended Reality, Nachhaltigkeit, Diversity, Equity & Inclusion sowie Education & Recruiting. Außer dem MEDIENTAGE-Gipfel boten der AI Summit und der Journalism Summit Highlights. Ergänzt wurde das Angebot durch die Career-Erlebnismesse „Media For You", die jungen Talenten in den neuen Locations Werk 1.4 und Technikum viele Kontakte zur praktischen Berufswelt ermöglichte.

Zum abwechslungsreichen Rahmenprogramm gehörten die Nacht der Medien, die Verleihung der Blauer Panther – TV & Streaming Awards, der International Eyes & Ears Awards sowie des ARD/ZDF Förderpreises und des BLM Nachhaltigkeitspreises Medien. Die traditionellen Riesenrad-Talks ermöglichten im Münchner Werksviertel hochkarätige Diskussionsrunden in entspannter Atmosphäre. Neu war außerdem eine Meetup-Bühne im Technikum.

Wichtige Referent:innen und Diskussionsteilnehmer:innen der 40. MEDIENTAGE München aus dem Bereich Politik und Medienaufsicht waren Bayerns Ministerpräsident Dr. Markus Söder, Bayerns Medienminister Dr. Florian Herrmann, Bayerns Digitalminister Dr. Fabian Mehring, Bayerns Staatsminister für Jugend und Demokratie Manuel Knoll, die Abgeordnete des Europäischen Parlaments Alexandra Geese, die Direktorin der Medienanstalt Berlin-Brandenburg Dr. Eva Flecken, der Präsident der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg Dr. Wolfgang Kreißig, Staatssekretär Torsten Welling und Renate Nikolay, stellvertretende Generaldirektorin in der Europäischen Kommission.

Weitere wichtige Expert:innen der #MTM40 waren Dr. Katja Wildermuth (Intendantin, BR), Marco Giordani (Konzernchef, ProSiebenSat.1 Media SE), Inga Leschek (COO, RTL Deutschland), Christine Strobl (Programmdirektorin, ARD), Aminata Belli (TV-Moderatorin),

Robin Blase alias RobBubble (YouTuber und Geschäftsführer, Richtig Cool GmbH), Thomas Hinrichs (Programmdirektor Information, BR), Andreas Briese (Managing Director, YouTube Germany), Katja Hofem (VP Content DACH, Netflix), Fred Kogel (CEO, LEONINE Studios), Henrik Pabst (CCO, ProSiebenSat.1 Media SE), Haruka Gruber (Senior VP Media, DAZN), Rebecca Gottwald (CAIO, Burda Media), Dr. Maria Scholl (CEO, Austria Presse Agentur), Medienmanager und Investor Dr. Georg Kofler und Valerie Weber (Geschäftsführerin, Antenne Bayern Group). Aus dem Bereich Journalismus moderierten und diskutierten unter anderem Jochen Wegner (Chefredaktion, DIE ZEIT), Judith Wittwer (Chefredakteurin, SZ), Dr. Melanie Amann (Chefredaktion Digital, Funke Mediengruppe), die britische Investigativjournalistin Carole Cadwalladr sowie die freien Journalist:innen Eva Schulz, Ingrid Brodnig und Richard Gutjahr.

Außerdem referierten Wissenschaftler:innen wie Prof. Dr. Alena Buyx (München), Prof. Dr. Annette Zimmermann (Bayreuth, Wisconsin), Prof. Shannon Vallor (Edinburgh), Prof. Dr. Klaus Meier (Eichstätt), Prof. Dr. Bernhard Pörksen (Tübingen), Prof. Dr. Mark Cole (Luxemburg), Prof. Dr. Godehard Brüntrup (München, Saint Louis), Prof. Dr. Birgit Stark (Mainz) und Prof. Dr. Alexandra Borchardt (München).

- Unter www.medientage.de stehen Zusammenfassungen der wichtigsten Panel-Diskussionen sowie aktuelle Pressemitteilungen und Bildmaterial zur Verfügung.

Pressekontakt:
Stefanie Kistler
+49 (0) 159 0420 3299
presse@medientage.de