



**PRESSEMITTEILUNG**

30. Oktober 2020

**MEDIENTAGE MÜNCHEN 2020 vom 24. bis 30. Oktober**

## **This is media NOW: mehr als 10.000 Online-Besucher\*innen**

Erfolgreiche Bilanz der 34. MEDIENTAGE MÜNCHEN

**München** – Was noch vor einem Jahr kaum möglich schien, wurde Wirklichkeit: Ein Corona-Virus legt weltweit große Teile des öffentlichen Lebens lahm, und dennoch treffen sich mehrere tausend Teilnehmer\*innen zu einem Medienkongress, der ausschließlich in den digitalen Kommunikationsräumen des Internets stattfindet. Die 34. MEDIENTAGE MÜNCHEN wurden erstmals komplett digital veranstaltet und erreichten online innerhalb von sieben Tagen mehr als 10.000 Besucher\*innen. Aus sieben Studios in München wurden eine Woche lang über hundert Sessions übertragen. Mehr als 350 Referent\*innen – darunter etwa 38 Prozent weiblich – aus Medienwirtschaft und -politik, aus Kultur, Wissenschaft und Gesellschaft präsentierten und diskutierten live im Studio oder mit Hilfe von Online-Konferenzschaltungen darüber, was die Medienwelt zurzeit bewegt.

Digitale Transformation und Disruption, Strukturwandel einer fragmentierten und diversen Öffentlichkeit, Nachhaltigkeit und Wertewandel sowie Folgen der Corona-Pandemie: Das waren die zentralen Themen, mit denen sich fast alle Vorträge, Talk- und Gesprächsrunden auseinandersetzten. In den Diskussionen zeigte sich, wohin sich die Medien entwickeln, welche Trends die Branche bewegen und was die Akteur\*innen während der Corona-Pandemie gelernt haben. Über die zwei kontinuierlichen Konferenz-Streams hinaus wurden digitale Plattformen für Chats und Networking, für Masterclasses und Podcasts, für einen digitalen Expo-Showroom sowie eine dreidimensionale XR-Welt angeboten – ganz nach dem Konferenz-Motto „This ist Media NOW“.

Wie gut das digitale Angebot der MEDIENTAGE MÜNCHEN bei den Besucher\*innen ankam, zeigt deren Verweildauer, die durchschnittlich bei über 4 Stunden lag. „Ich bin überwältigt von der guten Akzeptanz der ersten digitalen Medientage München“, zeigte sich Stefan Sutor, Geschäftsführer der Medien.Bayern GmbH, am letzten Kongresstag sehr zufrieden. „Wir hatten ein umfangreiches Konferenzangebot, volle Masterclasses, spannende Debatten und trotz der Ablenkungen im Homeoffice eine lange Verweildauer auf unserer Plattform MEDIENTAGE MÜNCHEN digital. Auch der Austausch der Konferenzbesucher\*innen untereinander via Direktnachrichten war enorm.“ Bei den anderen digitalen Networking-Formaten hingegen gebe es noch „Luft nach oben“ und scheine die Eintrittsbarriere noch zu hoch, sagte Sutor.

Zusätzlich zum Medientage-Gipfel, zum Audio-Gipfel, zu TV-Gipfel, Sport-Gipfel, Europatag und Journalism Summit wurden in diesem Jahr Kongress-Akzente mit Schwerpunkten zu den Themen Diversität und Desinformation gesetzt. Zwei zentrale Themen, die Medienunternehmen jenseits der wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie zurzeit besonders beschäftigen, sind die Phänomene Streaming und Social Media. Die Entwicklungen in beiden Bereichen, so urteilten Branchenvertreter\*innen, seien durch die Covid-19-Folgen enorm forciert worden. Außerdem wurde während der zahlreichen Diskussionen immer wieder deutlich, dass Gesellschaft und Medien heute

vielfältiger sind als je zuvor und dass die Herausforderung für Medien und Journalismus daraus besteht, möglichst viele gesellschaftlichen Strömungen verantwortungsbewusst aufzunehmen und abzubilden.

Das Konferenz-Programm der 34. MEDIENTAGE MÜNCHEN bot Veranstaltungen in den Bereichen *Politik & Gesellschaft, Diversity, TV & Streaming, Smart TV, Journalismus & Publishing, Audio & Radio, Podcast, Werbung & Marketing, lokaler Rundfunk* und *Europa*. Parallel dazu bestand bei der Media Lab Innovation Week die Möglichkeit, online On-Demand-Kurse abzurufen. Die Veranstaltungen wurden aus Studios im Literaturhaus, der Mediaschool Bayern (drei Studios), der Medien.Bayern GmbH, des Bayerischen Rundfunks, von ProSiebenSat.1 und Sky übertragen. Zu den Events der 34. MEDIENTAGE MÜNCHEN zählten die Verleihung der BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise und die Verleihung des Isarnetz Creator Award.

Die MEDIENTAGE MÜNCHEN werden von der Medien.Bayern GmbH veranstaltet und von der Bayerischen Staatskanzlei und der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) gefördert. Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der Medien.Bayern GmbH, betonte, er sei „sehr zufrieden, mit den MEDIENTAGEN MÜNCHEN 2020 den digitalen Weg gegangen“ zu sein – gerade auch mit Blick auf das aktuelle Infektionsgeschehen und den bevorstehenden Teil-Lockdown. „In dieser besonderen Phase mit drastischen Maßnahmen werden die Medien erneut extrem gefordert sein. Die Menschen brauchen fundierte, gut recherchierte Informationen – die Branche in unserem Land macht dabei einen hervorragenden Job“, sagte Schneider und verwies auf eine „Renaissance der Inhalte, des Public Value und des Qualitätsjournalismus“. Viele anschauliche Beispiele dafür wurden auf der digitalen MEDIENTAGE-Plattform gezeigt und diskutiert. „Die Herausforderung ist es mehr denn je, auch diejenigen zu erreichen, deren Vertrauen in die Medien sinkt und die anfällig sind für Fake News, Verschwörungstheorien und Hassbotschaften im Netz. Hier dürfen wir nicht aufgeben, wir müssen den Dialog suchen und die demokratische Debatte schützen!“, lautete Schneiders Appell.

Wichtige Referent\*innen und Diskussionsteilnehmer\*innen der 34. MEDIENTAGE MÜNCHEN waren der bayerische Ministerpräsident Dr. Markus Söder, die Präsidentin des Bayerischen Landtags Ilse Aigner, Bayerns Medienminister Dr. Florian Herrmann, Bayerns Justizminister Georg Eisenreich, der Präsident des Bundeskartellamtes Andreas Mundt, die für die Medienpolitik der Bundesländer zuständige Staatssekretärin der Landesregierung von Rheinland-Pfalz Heike Raab, die Vizepräsidentin des Ausschusses für Wirtschaft und Währung des Europäischen Parlaments Stéphanie Yon-Courtin, der Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) Dr. Wolfgang Kreißig, der ARD-Vorsitzende Tom Buhrow, ZDF-Programmdirektor Dr. Wolfgang Himmeler, die VAUNET-Vorsitzende Annette Kümmel, die TV-Manager Wolfgang Link und Rainer Beaujean (beide ProSiebenSat.1 Media), Claus Grewenig (Mediengruppe RTL), Susanne Aigner (Discovery) und Katja Hofem (Joyn). Zu den Top-Speakern von ausländischen Unternehmen gehörten der WarnerMedia-Manager Gerhard Zeiler, die CNN-Moderatorin Christiane Amanpour, Bloomberg-Manager Scott Havens, Facebook-Managerin Angelika Gifford und YouTube-Managerin Cécile Frot-Coutaz sowie die Vizepräsidentin des US-Pay-TV-Anbieters Starz Superna Kalle.

► Die Plattform für die digitalen Medientage München 2020 wurde mit Arvato Systems, Fabrik19 und Google umgesetzt. Die Video-Aufzeichnungen vieler Sessions sind noch vier Wochen on Demand über den folgenden Link verfügbar: <https://medientage-digital.de>.

Außerdem stehen Zusammenfassungen wichtiger Panel-Diskussionen sowie Bildmaterial auf der Medientage-Homepage in der Mediathek und auf <https://medientage.de/pressemitteilungen/>