

21. Mai 2019

Pressemeldung

#MTM19 – Die Highlights von Tag 1

„Medienleute, verliert nicht den Kontakt zum Publikum!!!“

(Sascha Lobo, Leipzig, 21. Mai 2019)

Die Medientage Mitteldeutschland starteten heute – Dienstag, 21. Mai 2019 – mit einer Keynote von Sascha Lobo. Zuvor hatte Martin Heine, amtierender Vorsitzender des Veranstalters, der Arbeitsgemeinschaft Mitteldeutsche Medientage e.V. die 21. Medientage Mitteldeutschland am neuen Ort, der Leipziger Baumwollspinnerei eröffnet. Morgen – Mittwoch, 22. Mai 2019 – geht es mit 21 Sessions und noch mehr Gästen weiter.

In seiner Keynote sprach Sascha Lobo über Digitalisierung, Demokratie und Journalismus und die Auswirkungen auf unserer Medien- und Datennutzung: „Es gibt grob überschlagen fünf Millionen Smartspeaker in Deutschland. Das bedeutet, dass statistisch gesehen, Leute in den 80er Jahren gegen die Volkszählung auf die Straße gegangen sind und sich jetzt diese Standwanze ins Wohnzimmer gestellt haben.“

Künstliche Intelligenz, Transparenz und Innovation

In einer Talk-Runde über künstliche Intelligenz in den Medien diskutierten Christina Elmer (SPIEGEL ONLINE), Sascha Lobo und Johannes Sommer (Retresco GmbH):

„Datenmenschen und Journalisten müssen viel mehr miteinander reden. Sie müssen klären: Kann man das, was ich wissen möchte, überhaupt in Daten messen?“ so

Christina Elmer von Editorial RnD SPIEGEL ONLINE. Sascha Lobo ergänzte: „Es geht nicht nur um Transparenz. Es geht um Nachvollziehbarkeit – und wir stehen erst am Anfang zu begreifen, wie das bei künstlichen Intelligenzen überhaupt funktioniert.“ Und Johannes Sommer, Geschäftsführer Retresco GmbH sieht die Innovationsfreudigkeit der Medienhäuser kritisch: „Ich glaube, dass Medienunternehmen anfangen müssen, viel stärker in Technologie zu investieren. Die Verlage selbst haben sehr wenig Impuls. Das ist dramatisch.“

Vertrauen, Selbstkritik und Glaubwürdigkeit

Spannend wurde es natürlich bei der Diskussion über "Lügenpresse" und "Systemmedien": Wie steht es um die Glaubwürdigkeit der deutschsprachigen Medien? „Wir dachten jahrelang, wir wissen, was die Menschen wollen. Wir arbeiten aber in den großen Städten und die Menschen leben auf dem Land. Und da passieren nun mal ganz andere Sachen. Wenn wir aber in die Diskussion gehen und dabei selbstkritisch bleiben, haben wir auch die Chance, die Menschen zu erreichen.“ so **Michael Wulf**, Chefredakteur RTL Television. **Dr. Klaus Unterberger**, Leiter Stabstelle "Public Value" ORF, zielt auf die Verantwortung der Öffentlich-Rechtlichen: "Die Vertrauensdaten des ORF sind nach wie vor gut. Das beruhigt mich aber nicht. Wir sind weit entfernt von einem entspannten Status. Öffentliche Medien sind gefragt und wichtiger, wenn sie ihre Chance nutzen. Und wenn sie mit einer gewissen Konfliktbereitschaft auf Augenhöhe standhalten." **Prof. Dr. Oliver Quiring**, Professor am Institut für Publizistik der Universität Mainz, unterstützt die Einschätzung: „20 Jahre nachdem das Web eigentlich voll eingeschlagen ist, reden wir beim Thema Vertrauen immer noch über Social Media. Aber es ist eigentlich die Marke die entscheidend ist – wenn sie funktioniert. Wenn man beispielsweise dem ORF vertraut, dann ist es eigentlich egal, auf welchen Kanälen der ORF Inhalte ausspielt. Auch in den sozialen Medien.“ Wobei **Lorenz Meyer** von BILDblog zu bedenken gibt: "Bei den Boulevardmedien sind wir es gewöhnt, dass die Glaubwürdigkeit nicht so gegeben ist. Aber beim SPIEGEL mit Relotius – da frage ich mich, ist das ein systemischer Fehler? Oder die WELT, die ich eigentlich für ein Qualitätsmedium halte, verscherbelt eine Ausgabe an Volkswagen. Sowas ist ein Frontalangriff auf die Glaubwürdigkeit."

Guter Ton auf Social Media

Mit besonders aktueller Brisanz fand die Diskussion Maulkorb, Abschaffung oder Hatespeech – Wie sieht der richtige Umgang mit populistischen Angriffen auf die Medienfreiheit aus? mit **Dr. Melanie Amann** (SPIEGEL), **Dr. Wulf Schmiese** (ZDF), **Susanne Wille** (SRF) und **Michael Wulf** (infoNetwork/RTL Television) statt. „Wir dürfen Hatespeech-Räume nicht aufgeben. Es ist die Aufgabe von uns Journalisten da präsent zu sein. Und auch deshalb kämpfe ich für einen guten Ton auf Social Media.“ so Politmoderatorin **Susanne Wille**. Anschaulich schildert Spiegel-Journalistin **Melanie Amann**: "Ich saß eines Tages nichtsahnend vor dem Rechner und hatte davor einen Kommentar über Alexander Gauland geschrieben. Auf einmal kommen massenhaft E-Mails, wie ein Bombardement, wie digitale Faustschläge. Dann stellte sich heraus, dass die Seite PI-News einen sehr gehässigen Kommentar über mich geschrieben hat und darunter meine Mailadresse angegeben hat, damit die Leser mir ‚Feedback‘ geben können." **Michael Wulf**, Chefredakteur RTL Television bringt es auf den Punkt: "Heute gibt es mehr Medien und auch schnellere – früher waren wir beim Fernsehen das

schnellste Medium – heute sind Twitter und andere Online-Medien schneller. Aber sind sie auch so genau? Schnelligkeit birgt auch immer die Gefahr, nicht so genau zu sein."

Propheten mit Expertenwissen

Am Nachmittag sprachen Markus Bräuer (EKD), Thomas Schulz, Gert Scobel (3sat / Hochschule Bonn-Rhein-Sieg) und Dr. Shermin Voshmgir (WU Wien) über die Balance zwischen Technologie und Ethik. „Wir haben uns an eine medizinische Ethik gewöhnt. Warum verdammt gibt es sowas nicht für die Informatik? fordert Fernsehmoderator und Autor **Gerd Scobel**. Und der Medienbeauftragte der EKD **Markus Bräuer** sucht nach Erklärungsansätzen für fehlende Propheten und Helfer im Alltag: "In der biblischen Zeit waren es Propheten, die Missstände aufgeklärt haben. Heute ist dieser gesellschaftliche Diskurs nicht mehr möglich, weil ein so hohes Expertenwissen notwendig ist." Die Blockchain Expertin **Dr. Shermin Voshmgir** bestätigt dies und ergänzt: "Ich arbeite seit vier Jahren Vollzeit an Blockchain, Token usw., ich bin eine der Top-Expertinnen. Und ich komme nicht mit, weil sich täglich so viel tut."

Europawahl Ernst nehmen

Zum Abschluss des Tages wurde es noch einmal europapolitisch: "Wir haben gerade riesige Debatten um das Klimathema, um Artenvielfalt, um die Landwirtschaft. Es liegen so viele europäische Fragen auf dem Tisch. Und ich würde mir wünschen, dass die Menschen diese Wahl erst nehmen und verstehen, dass diese Europawahl eine genauso große Bedeutung hat, wie die Bundestagswahl. Das wäre eine Antwort auf das Strache-Video." so **Michael Keller**, Politischer Bundesgeschäftsführer Bündnis90/Die Grünen im Gespräch mit Daniel Caspary (CDU), Florian Eder (Politico Europe), Svenja Hahn (FDP), Constanze Krehl (SPD) und Gabriele Zimmer (GUE/NGL). Und **Florian Eder** von Politico ergänzte u.a. "Der Unterschied zwischen nationaler und europäischer Berichterstattung ist: Wenn man über Europa spricht, wird gern das große Ganze in Frage gestellt. Beispiel: Braucht man die EU überhaupt, wenn sie sich bei Themen, wie dem Breit, nicht einigen können? Allerdings würde niemand die Regierung in Frage stellen, wenn es hier Krisen gibt."

Eher filmisch wurde es bei der moderierten Talk-Runde zu "Adult Animation" mit: Maurice van Brast (Happy Asylum Entertainment), Daniel Otto (AV Visionen) und Urte Zintler (AG Animationsfilm)

Die Chefredakteurin von ze.tt Marieke Reimann sprach gemeinsam mit Pia Frey (Opinary), Eliane Noverraz (SRG SSR) und Gerrit Wahle (MDR) über Innovationsmanagement für Medien.

„Der Podcast ist für mich das entfesselte Radio.“ so Marc Krüger von t-online.de / Ströer News Publishing in einer Fishbowl über Hype oder langfristigen Medienwandel – mit Matthias Pfaff (REGIOCAST), Richard Wernicke (Deezer), Yasemin Yüksel (SPIEGEL ONLINE) und Stefan Zilch (Acast).

Weitere Sessions des Tages

Werte schaffen! Den Superstar suchen und Public Value finden? Vorstellung des aktuellen Content-Berichts der Medienanstalten mit einer Begrüßung durch Cornelia Holsten (Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten) und einem Impulsvortrag von Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß (GöFaK Medienforschung)
Mit: Joachim Becker (Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien), Claus Grewenig (Mediengruppe RTL), Annette Kümmel (ProSiebenSat.1 Media SE), Dr. Susanne Pfab (ARD)

Content-Marketing - Wie weit reicht der Hype?

Mit: Michael Geffken (Leipzig School of Media), Adel Gelbert (C3 Creative Code and Content), Thomas Strerath (strerath.)

Bürger beteilige Dich! Partizipative Medien in der digitalen Welt und ihre Rolle für die Demokratie

Mit: Dr. Justus von Daniels (Correctiv), Staatssekretär Malte Krückels (Thüringer Staatskanzlei), Janina Mütze (CIVEY), Markus Pettelkau (Radio LOTTE Weimar)

Wie kommen Virtual-Reality-Projekte zum Publikum?

Mit: Nadja Albus-Hilbert (Mitteldeutsche Medienförderung), Alina Cyranek (Filmemacherin), Juliane Matthias (LEAVR), Lars Rummel (DOK Leipzig), Christiane Wittenbecher (Into VR 3sechzig), Marc Zimmermann (EpicScapes)

Sparzwang vs. Qualität in Redaktionen - Arbeitsbedingungen für Journalisten

Mit: Ine Dippmann (DJV Sachsen), Prof. Dr. Benjamin-Immanuel Hoff (Thüringer Staatskanzlei), Prof. Dr. Frank Lobigs (Technische Universität Dortmund), Georg Wallraf (BDZV)

Alexa, wie macht der Fuchs? Wie Sprache das Internet verändert

Mit: Marco Maas (Datenfreunde), Christoph Rieth (MDR), Ellen Richter (Verlags- und Medien GmbH & Co KG), Laura Terberl (Süddeutsche Zeitung)



MEDIENTAGE MITTELDEUTSCHLAND

Ausbildung zum »Lie Detector« – Journalisten vermitteln Schülern Medienkompetenz
Mit: Juliane von Reppert-Bismarck, Sven Knobloch (Lie Detectors)

Games als Spiegel der Gesellschaft
Eine Veranstaltung der Stiftung Digitale Spielekultur
Moderation: Melek Balgün, Marcus Richter
Mit: Rae Grimm (GamePro), Markus Heitz (Autor)

#MTM19
21. + 22. Mai 2019
Leipziger Baumwollspinnerei, Halle 14

Die Medientage Mitteldeutschland 2019 bieten Gelegenheit, sich über aktuelle Fachthemen und Debatten auszutauschen. Intendantinnen, Internetvordenker, Entwicklerinnen, Chefredakteure, Digitalunternehmerinnen, Werber, Journalistinnen und Regulierer können sich zwei Tage lang vernetzen, neue berufliche Impulse bekommen und mit Entscheiderinnen und Entscheidern diskutieren.

Die zahlreichen Diskussionsangebote werden sich der digitalen Medienordnung widmen, das fragile Verhältnis zwischen Medien und Demokratie beleuchten sowie Innovationen und neue Geschäftsmodelle bewerten.

Das gesamte Programm finden Sie auf
<http://medientage-mitteldeutschland.de>

Die Medientage Mitteldeutschland werden von der AG Medientage Mitteldeutschland e. V. ausgerichtet. Zu den Mitgliedern gehören die Medienanstalt Sachsen-Anhalt, die Sächsische Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien, die Thüringer Landesmedienanstalt, die Stadt Leipzig, der Mitteldeutsche Rundfunk, die Mitteldeutsche Medienförderung, die DREFA, das ZDF, MDR-Werbung, Saxonia Media, BCS Broadcast sowie RadioPSR.

Konzeption des Programms und Organisation des Kongresses erfolgen durch die Agenturgemeinschaft ClaraPark / BEBE Medien GmbH.



MEDIENTAGE MITTELDEUTSCHLAND

Bildmaterial und MTM-Logo stellen wir Ihnen für Ihre Berichterstattung gern zur Verfügung. Aufzeichnungen finden Sie auf dem MTM-YouTube-Kanal.
Bitte sprechen Sie uns an.

Pressekontakte:

■
Katrin Haucke
Medientage Mitteldeutschland
Kommunikation
Mobil: 0176 510 290 60
Mail: kh@medientage-mitteldeutschland.de

Holger Radusch
AG Medientage Mitteldeutschland e.V.
Leiter Stabsstelle
Telefon: 0345 5255 -151
Mail: radusch@medienanstalt-sachsen-anhalt.de