



MEDIENTAGE
MITTELDEUTSCHLAND

ARBEITSGEMEINSCHAFT
MEDIENTAGE
MITTELDEUTSCHLAND

Vorsitz: Jochen Fasco / Direktor der
Thüringer Landesmedienanstalt

Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)
Steigerstr. 10 / 99096 Erfurt

Medienmitteilung

Leipzig, 1. Juni 2022

"DESINFORMATION ALS WAFFE": MEDIEN ZWISCHEN KRISEN UND DIGITALER ZUKUNFT

Zum Auftakt der Medientage Mitteldeutschland 2022 liegt der Fokus auf dem medialen Umgang mit den aktuellen Krisen und den Herausforderungen für einen unabhängigen Journalismus. Am 1. Juni 2022 diskutierten hochrangige Vertreter:innen aus Politik, Wissenschaft und Medien auf neun Panels in der Leipziger Baumwollspinnerei. Dabei waren u. a. Věra Jourová, Vize-Präsidentin der Europäischen Kommission, Sachsen-Anhalts Ministerpräsident Dr. Reiner Haseloff, Verlegerin Julia Becker, ARD-Chefin Patricia Schlesinger und ZDF-Intendant Dr. Norbert Himmler.

„Das wichtigste Medienthema unserer Zeit ist die Sicherung von unabhängigen und vielfältigen Medien. Sie sind für eine unabhängige Gesellschaft fundamental“, sagt **Jochen Fasco**, Vorsitzender der AG Medientage Mitteldeutschland e.V., zur Eröffnung der Medientage Mitteldeutschland 2022. „Wir brauchen Medien, die frei darin sind, einen argumentativen Beitrag zu liefern und Entscheidungen der Politik zu kritisieren. Deutsche Medien können das, weil ihre Unabhängigkeit verfassungsmäßig garantiert ist.“

Der Druck auf die Medien, Krisen und der Krieg in Europa waren die umspannenden Themen des ersten Kongresstages. Im Gespräch mit ARD-aktuell-Chefredakteur **Helge Fuhst** sprach **Marina Weisband**, Expertin für politische Bildung, über „Putins Krieg und die Medien“. Dabei sieht sie seit längerem Defizite in der deutschen Berichterstattung. „Dieses Narrativ vom schwachen, schwulen Westen, der sich sowieso erpressen lässt und mit dem man alles machen kann, weil er moralisch verkommen ist, war omnipräsent im russischen Fernsehen. Und ich hatte mich gewundert, warum berichtet ihr nicht?“ Mittlerweile sind zwar täglich Nachrichten über den Krieg zu lesen, dies sei jedoch schwer zu ertragen. Wie sollten die Medien also berichten? Weisbands Meinung nach weniger, dafür jedoch einschlagender.

Der Grat zwischen wichtiger Berichterstattung über Krisen und einem „Bombardement“ aus düsteren Meldungen ist schmal - und muss von Journalist:innen immer wieder aufs Neue abgewogen werden, sagt auch **Meinolf Ellers**, Strategic Business Development Manager, dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH. „Wir müssen uns stärker erklären und transparenter machen.“ Wie wichtig umfassende Information für die Öffentlichkeit ist, stand im Fokus der Gesprächsrunde „Breaking News: Medien in Krisenzeiten“. „Schlecht informierte Menschen sind schlecht für unsere Demokratie“, warnt **Ellen Heinrichs**, Gründerin und Geschäftsführerin des Bonn Institute. Um mit den Entwicklungen der Welt umzugehen, sieht WDR-Intendant **Tom Buhrow** die öffentlich-rechtlichen Medien in der Pflicht: „Wir wollen den Menschen die Werkzeuge an die Hand geben.“

Der Druck auf die Pressefreiheit in Osteuropa war die zentrale Frage von „Media Capture“. „Wenn die Medien der Regierung dienen, ist es Propaganda und kein Journalismus“, stellt **Piotr Stasiński**, stellvertretender Chefredakteur der polnischen Gazeta Wyborcza, klar. „In Russland sehen wir gerade, wie eine Gehirnwäsche der Menschen möglich ist, besonders, wenn sie schon über Jahre andauert“, sagt **Věra Jourová**, Vize-Präsidentin der Europäischen Kommission. Die westliche Welt befinde sich zudem in einem Informationskrieg mit Russland. „Desinformation wird als Waffe benutzt.“

Petr Dvořák, Vize-Präsident der Europäischen Rundfunkunion, erfährt versuchte staatliche Einflussnahme am eigenen Leib. „Einige Politiker arbeiten hart daran, mich und den Nachrichtenchef auszutauschen, um kritischen und investigativen Journalismus loszuwerden.“ Auch Stasiński macht diese Erfahrungen. „Sie versuchen uns zu verklagen, um uns zum Schweigen zu bringen.“ Meistens gingen diese Klagen – noch – im Sinne seiner Zeitung aus.

Die MTM22 wagten auch einen Blick in die Zukunft. In der Gesprächsrunde „Vom Sender zur Plattform – Die Medienlandschaft im Jahr 2030“, geleitet von **Eva Lindenau** von Phoenix, wurden vor allem die großen Tech-Konzerne als Konkurrenz in der Medienlandschaft ausgemacht. Sachsen-Anhalts Ministerpräsident **Dr. Reiner Haseloff** sieht eine Lösung in der stärkeren Vernetzung der öffentlich-rechtlichen und privaten Medien. „Wir brauchen die Kanäle, die da sind und zusätzlich Kooperationen, damit wir die Informationen, die wir wünschen und die zu einer Demokratie gehören, an den Endkunden bekommen, das kann nur kooperativ passieren. Dann werden wir auch diesen Tech-Konzernen, die global unterwegs sind, etwas entgegenzuhalten haben.“ **ARD-Chefin Patricia Schlesinger** stimmte zu, gab jedoch gemeinsam mit **Marlehn Thieme**, Vorsitzende des ZDF-Fernsehrates, zu bedenken: „Es ist extrem wichtig, dass wir die Möglichkeit haben, das duale System mit seiner Vielfalt und seinem Wettbewerb aufrechtzuerhalten. Durch infrastrukturelle Vernetzung ist jedoch eine Menge möglich und damit tun wir auch etwas Gutes für unser Land, da wir das System stärken.“ Die Medienlandschaft müsse frei, vielfältig und unabhängig bleiben. Zukunftsweisend wird der Medienstaatsvertrag sein, um den es auch in der Runde „Wie ändern sich Auftrag und Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks“ ging.

Ein moderner öffentlich-rechtlicher Rundfunk soll alle Bevölkerungsgruppen repräsentieren, so MDR-Intendantin **Prof. Dr. Karola Wille**. „Wir müssen eine Diskussionsvielfalt gewähren.“ Sie schöpft aus dem neuen Medienstaatsvertrag vor allem die Möglichkeit zur Gestaltung. Dass die Öffentlich-Rechtlichen durch die Modernisierung auf komplett non-lineares Programm umsteigen, hält **Dr. Norbert Himmler**, Intendant des ZDF jedoch für unwahrscheinlich. „Dass jetzt sofort ein linearer Kanal abgeschafft wird, glaube ich nicht und hielte ich auch für falsch.“

Nicht nur die Zukunft des Rundfunks war Thema, sondern auch die der klassischen Regionalverlage wurde diskutiert. „Regionaljournalismus ist der Motor unserer Demokratie“, sagt **Julia Becker**, Verlegerin und Aufsichtsratsvorsitzende der FUNKE Mediengruppe. „Es ist unsere Chance, das Vertrauen der Menschen in den Regionaljournalismus, das noch nie höher war als jetzt, zu nutzen.“

Unternehmensberater **Rolf-Dieter Lafrenz** sieht große Unterschiede in der Anpassung an die digitale Transformation bei den regionalen Verlagen. „Die Neuaufstellungen in den Verlagen erfordert ganz andere Strategien und ganz anderes Know-How. (...) Die Frage ist, wie man das Geschäftsmodell aufbaut“, so Lafrenz. Bei der *Leipziger Volkszeitung* lösen derweil Thementeams Ressorts ab. „Um zielgerichtet zu überlegen, was wollen wir für die Nutzer:innen entwickeln“, sagt Chefredakteurin **Hannah Suppa**. „Durch dieses themenfokussierte Arbeiten und die Überlegung, was die Menschen wissen wollen und wie wir etwas einordnen können, können wir unsere Zeitung verbessern.“

Diese Erkenntnisse gibt es auch bei FUNKE: „Wir lernen jetzt durch die Transparentmachung der Klick-Zahlen unserer Inhalte, welche Themen relevant sind, die unser Chefredakteur gar nicht auf dem Schirm hatte“, sagt Julia Becker.

Die MTM22 werden am morgigen Donnerstag mit acht weiteren Talkrunden fortgesetzt. Unter anderem wird es um Strategien auf dem Serienmarkt, die Entwicklung von Podcasts, Diversität in den Medien, TikTok und der Krieg in der Ukraine sowie den "War of Talents" in der Medienbranche gehen.

VERANSTALTER

Die Medientage Mitteldeutschland werden von der AG Medientage Mitteldeutschland e. V. ausgerichtet. Zu den Mitgliedern gehören die Thüringer Landesmedienanstalt, die Medienanstalt Sachsen-Anhalt, die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien, die Stadt Leipzig, die Staatskanzlei Sachsen, der Mitteldeutsche Rundfunk, die Mitteldeutsche Medienförderung, die MDR Media GmbH, die FUNKE Mediengruppe, arte, das ZDF, Saxonia Media und der Verband Mitteldeutscher Privatradios e. V.

Bildmaterial und Logos für Ihre Berichterstattung finden Sie zum Download in unserem Pressebereich: mtm2022.de/presse/.

Bei Fragen sprechen Sie uns gerne an!

KONTAKT

Helena Geladaris & Ines Weißbach

Medientage Mitteldeutschland
Kommunikation
Mobil: 0157 70650271
presse@medientage-mitteldeutschland.de

Jochen Fasco

Vorsitzender der AG Medientage
Mitteldeutschland e.V.
Telefon: 0361 21177 0
mail@t1m.de