



MEDIENTAGE
MITTELDEUTSCHLAND

ARBEITSGEMEINSCHAFT
MEDIENTAGE
MITTELDEUTSCHLAND

Vorsitz: Martin Heine /
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Reichardtstraße 9 / 06114 Halle

Medienmitteilung

Leipzig, den 23. April 2026

Medientage Mitteldeutschland 2026: Vertrauen als Währung, Kooperation als Strategie

Am zweiten Tag der Medientage Mitteldeutschland sind die Debatten des Vortags in konkrete Fragen übersetzt worden: Wie lassen sich in einer Plattformökonomie Medien nachhaltig finanzieren? Wie entsteht Vertrauen – und wie geht es verloren? Rund 900 Gäste, darunter 100 Sprecherinnen und Sprecher, haben in Leipzig über neue Geschäftsmodelle, publizistische Verantwortung und die Reichweite von morgen diskutiert.

Den inhaltlichen Auftakt hat **Julia Becker**, Verlegerin der FUNKE Mediengruppe, mit einer klaren Diagnose der Branchenlage gesetzt. Für Becker ist künstliche Intelligenz die nächste Stufe der Auseinandersetzung zwischen Journalismus und Plattformmacht. Sie fordert konkrete politische Antworten: faire Wettbewerbsbedingungen im digitalen Raum, eine belastbare KI-Regulierung und einen neuen öffentlich-rechtlichen Auftrag: *„Journalismus sucht die Wahrheit, Plattformen suchen Aufmerksamkeit. Mit der künstlichen Intelligenz kommt die nächste Eskalationsstufe.“* Vertrauen, so Becker, sei *„nur ein Vorschuss, der aufgebraucht werden kann“* – und damit für die Zukunft des Journalismus die entscheidende Währung.

Lokaljournalismus: Innovation unter Druck

Wie sich publizistische Vielfalt unter veränderten wirtschaftlichen Bedingungen sichern lässt, hat im Zentrum der Debatte um neue Modelle im Lokaljournalismus gestanden. Der Befund: Die Krise ist kein Zukunftsszenario, sondern Realität. In immer mehr Regionen Deutschlands gibt es nur noch eine Tageszeitung; jüngere Zielgruppen werden kaum noch erreicht. **Sebastian Esser**, Steady, kritisiert: *„Wir reden immer über die über 60-Jährigen – die sind gut versorgt. Aber was ist mit den Jüngeren? Die haben kein Angebot und das ist ein demokratisches Problem.“* Die Diskussion zeigt auch: Es gibt Wege aus der Misere. Newsletter, hyperlokale Formate, Podcasts und Bürgerjournalismus-Projekte beweisen, dass Lokaljournalismus lebendig bleiben kann – wenn er neue Wege geht. **Judith Kretzschmars** von der Universität Leipzig, sieht ihr Projekt „Bürger machen Journalismus“ als Beispiel dafür, wie die Zusammenarbeit von Profis und Laien Vertrauen in Medien stärkt.

Kinder, Jugend und Plattformschutz

In Leipzig ist außerdem über das Nutzungsverhalten der sogenannten „Generation Alpha“ verhandelt worden. KiKA-Programmgeschäftsführer **Roman Twork** betont bei den mtm26, in einer fragmentierten Medienlandschaft gebe es beim jungen Publikum nicht die eine Zielgruppe, aber *„sehr verschiedene Bedürfnisse“*. funk-Programmgeschäftsführer **Philipp Schild** fordert in der Media City einen deutlichen Ausbau der Medienangebote für Kinder und Jugendliche: *„Junge Menschen haben ein Recht darauf, mehr Repräsentation zu bekommen. Es ist wichtig, die Angebote so auszubauen, dass Kinder sich gesehen fühlen.“*

Digitalexperte **Sascha Lobo** hat sich gegen ein deutsches Social-Media-Verbot ausgesprochen: Es ist aus seiner Sicht weder wünschenswert noch sinnvoll, verdrängt echte Lösungen und führt dazu, dass Kinder weniger mit ihren Eltern kommunizieren.

Karlsruhe, KEF und Medienrat: Wer sticht wen?

Hinter dem Konsens, dass es nicht um ein Gegeneinander der Institutionen geht, sondern um ergänzende Rollen, verbergen sich erhebliche Differenzen – vor allem in der ungeklärten Beitragsfrage. Der Konflikt ist grundlegend: Wie wird der Rundfunkbeitrag künftig festgesetzt, und wer hat das letzte Wort – die Länder, das Gericht oder eine neue Institution?

KEF-Vorsitzender **Martin Detzel** mahnt, den Rundfunkbeitrag nicht isoliert zu bewerten: „*Nichts ist umsonst. Man zahlt mit Konsum und Daten.*“ **Stefan Gruhner**, Chef der Thüringer Staatskanzlei, sieht einen Widerspruch zwischen Beitragshöhe und Verfahrensvertrauen – und hält den Gang von ARD und ZDF nach Karlsruhe für „*einen medienpolitisch historischen Fehler*“. Er appelliert an die Länder, unabhängig vom Gerichtsausgang das Gespräch miteinander zu suchen und ein tragfähiges Verfahren zur Beitragsfestsetzung zu etablieren. **Gerda Hasselfeldt**, Vorsitzende des ZDF-Fernsehrats, hat die Klage als rechtlich vertretbar verteidigt, warnt aber vor Bayerns Plänen zur Reform des Rundfunkgesetzes – insbesondere einer festen Informationsquote – als falschem Signal für die Programmautonomie. **Jutta Emes**, Mitglied des MDR-Verwaltungsrats, hat daran erinnert, dass der Föderalismus selbst eine Absicherung ist: Ein Austritt einzelner Länder aus dem System scheiterte schon an rechtlichen Hürden.

Zwei Tage, eine zentrale Frage: Wie organisiert sich künftig Öffentlichkeit?

Über beide Tage haben sich wiederkehrende Linien durch die mtm-Debatten gezogen: Europäische Unabhängigkeit vs. Plattformmacht, Regulierung vs. Innovation, öffentlicher Auftrag vs. wirtschaftlichem Druck. Die radikale Transformation der Medien ist kein fernes Zukunftsszenario, sondern Gegenwart. Die Fragen, die in diesem Jahr gestellt worden sind, reichen weit über die Branche hinaus – sie betreffen die Grundlagen demokratischer Öffentlichkeit.

Auf den Medientagen Mitteldeutschland hat sich ein Konsens abgezeichnet: Direkte Beziehungen zum Publikum gewinnen an Bedeutung. Kooperationen – zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Medien, mit Plattformen oder innerhalb Europas – werden wichtiger. Vertrauen bleibt die entscheidende Währung.

Alle Keynotes und Diskussionen der beiden Bühnen sind demnächst auch einzeln auf [YouTube](#) verfügbar. Bildmaterial steht [hier](#) zum Download zur Verfügung.

ÜBER DIE MEDIENTAGE MITTELDEUTSCHLAND

Die #mtm26 sind ein zweitägiges Netzwerktreffen in Leipzig. Jedes Jahr diskutieren internationale Speaker in interaktiven Formaten die drängenden Fragen der Medienbranche, loten neue Perspektiven aus und setzen Impulse.

VERANSTALTER

Mitglieder der AG MTM sind die Medienanstalt Sachsen-Anhalt, die Thüringer Landesmedienanstalt, die Stadt Leipzig, die Sächsische Staatskanzlei, die Staatskanzlei des Freistaats Thüringen, der Mitteldeutsche Rundfunk, die Mitteldeutsche Medienförderung, die MDR Media GmbH, die FUNKE Mediengruppe, ARTE, das ZDF, Deutschlandradio, ProSiebenSat.1 und Saxonica Media.

KONTAKT

Nine-Christine Müller | presse@medientage-mitteldeutschland.de

SOCIAL MEDIA

#mtm26 ist der offizielle Hashtag der Veranstaltung. Folgen Sie uns auf [Facebook](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#), [Mastodon](#), [X](#) und [Bluesky](#).