



MEDIENTAGE
MITTELDEUTSCHLAND

ARBEITSGEMEINSCHAFT
MEDIENTAGE
MITTELDEUTSCHLAND

Vorsitz: Jochen Fasco / Direktor der
Thüringer Landesmedienanstalt

Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)
Steigerstr. 10 / 99096 Erfurt

Medienmeldung

Leipzig, 02.06.2021

Finale der #MTM21: Gestiegenes Vertrauen in die Medien, aber auch zunehmende Bedrohung ihrer Freiheit und Vielfalt

Zweiter Tag und Abschluss der Medientage Mitteldeutschland 2021: In Zeiten von Fake News und Hate Speech im Netz haben am zweiten Tag der MTM 2021 Diskussionen über das Vertrauen der Bürger:innen in die Medienlandschaft und die Haltung von Journalist:innen zu ihrer Rolle in der Gesellschaft gestanden. Insgesamt 40 hochrangige Vertreter:innen aus Politik, Wissenschaft und Medien haben am heutigen Mittwoch auf acht Panels in der Leipziger Baumwollspinnerei miteinander gesprochen und gestritten. Die Vizepräsidentin der EU-Kommission, Věra Jourová, betonte in ihrer Keynote, dass die Freiheit und Vielfalt der Medien als zentrale Werte der EU und der Demokratie zunehmend bedroht werde – weswegen es nötig sei, Journalist:innen vor Angriffen zu schützen und europäische Medien gegen die großen Online-Plattformen zu stärken. Alle Panels sowie die Keynotes von Medienvordenker Jeff Jarvis und EU-Kommissions-Vizepräsidentin Věra Jourová können weiterhin unter <https://medientage-mitteldeutschland.de/live> kostenlos gestreamt werden. Die nächsten Medientage Mitteldeutschland finden am 1. und 2. Juni 2022 statt – save the date!

Wie groß ist das Vertrauen der Deutschen in die Medien nach einem Jahr Corona? Wie ist der online grassierende Hate Speech beizukommen? Steht Haltung dem modernen Journalismus im Weg oder ist sie seine Basis? Wie sieht faire und transparente politische Kommunikation im Superwahljahr 2021 aus? Welche Programmpläne haben die Privaten und Öffentlich-Rechtlichen für die Zukunft? Sind europäische Login-Allianzen und das neue Urheberrechtsgesetz ein Gewinn für die Medien und ihre Nutzer:innen? Kurzum: Wo stehen die Medien im Jahr 2021 und wohin führt ihr Weg? Diese Fragen sind in den acht Panels des zweiten MTM-Tages in Leipzig diskutiert worden – mit interessanten Erkenntnissen und Anregungen für Medienmacher:innen und Journalist:innen.

Vertrauen der Deutschen in die Medien

Nach Grußworten der Ministerpräsidenten **Bodo Ramelow** (Thüringen) und **Reiner Haseloff** (Sachsen-Anhalt) fragte das erste MTM-Panel des Tages: „Was können Medienmacher:innen tun, um Medienskepsis und Misstrauen abzubauen?“ Die überraschende erste Antwort darauf lieferte **Oliver Quiring**, Professor in Mainz, der die Ergebnisse der „Langzeitstudie Medienvertrauen“ vorstellte, welche die dortige Johannes-Gutenberg-Universität Ende letzten Jahres mit 1200 Menschen durchführte: Das Misstrauen der Deutschen in die Medien ist mitnichten gestiegen. Ganz im Gegenteil: Im Vergleich zu 2019 stieg die ohnehin schon überwiegende Anzahl derer, die den Medien vertrauen, an (von 43 auf 56%), während die Zahl derer, die den Medien misstrauen, zurückging (von 28% auf 16%). Im Vertrauen der Deutschen in die Medien gebe es zudem kaum einen Unterschied zwischen Ost und West, obwohl „sich dieses Narrativ in unseren Köpfen festgesetzt hat“, wie Quiring betonte – eine weitere „gefühlte Wahrheit“, welche die Mainzer Studie entkräften kann. Jedoch: „Worin sollen Menschen vertrauen, wenn es gar keinen Lokal- und Regionaljournalismus mehr gibt?“, fragte

Claudia Maicher, die für Bündnis 90/Die Grünen im sächsischen Landtag sitzt, und legte damit den Finger in die Wunde. Auch für die Öffentlich-Rechtlichen dürfe das grundsätzliche (und gewachsene) Vertrauen kein Grund zur Bequemlichkeit sein: „Wir können als öffentlich-rechtliche Medien nicht mehr erwarten, dass die Leute zu uns kommen. Wir müssen neue Formate finden, vor allem in den Verbreitungswegen: Internet und Soziale Medien – da müssen wir alle noch stark zulegen.“, sagte **Carolyn Ollivier** in Leipzig, die Redaktionsleiterin des Arte-Journals ist. **Nathanael Liminski**, Staatssekretär und Chef der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen, knüpfte, die Kosten dafür im Blick, daran an: „Man wird schauen müssen, was dann linear nicht mehr nötig ist.“ Außerdem begrüßte er die Zunahme journalistischer Formate im Privatfernsehen: „Information und Bildung sollte nichts sein, das wir nur den Öffentlich-Rechtlichen zuschreiben.“ **Tom Zwiessler**, Programm-Bereichsleiter bei RTL2 Fernsehen, bestätigte diesen Trend des „Journalismus in der Primetime“. Zudem forderte er von sich und seinen Kolleg:innen mehr Transparenz im medialen Arbeiten: „Wir müssen mehr erzählen, wie wir arbeiten.“

Das Fernsehen der Zukunft: Human Touch versus Informationen

Im spannenden Abschlusspanel der MTM 2021 ging es um die Programmpläne der privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehsender in Deutschland. Der Kommunikationswissenschaftler Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß stellte dafür zunächst die Ergebnisse der „ARD/ZDF-Programmanalyse“ sowie des „ZDF-Nachrichtenmonitors“ vor. Die beiden Programmdirektor:innen von ARD, Christine Strobl, und ZDF, Norbert Himmler, sprachen darüber mit den Geschäftsführern von der RTL NEWS GmbH, Stephan Schmitter, und von der Seven.One Entertainment Group (ProSiebenSat.1), Henrik Pabst. Nicht nur der Zuschauer, sondern auch der Markt erfordere mehr Seriosität im Fernsehen, um gegen die internationalen Streaming-Dienste bestehen zu können, die auf den deutschen Markt drängen, ist sich **Norbert Himmler** sicher. Das gelte auch und ganz besonders für die Privaten, deren Inhalte zu sehr großen Teilen aus Amerika eingekauft werden. Auch die Privaten müssten also auf Deutschland und auf Informationen setzen – was zum Beispiel bereits mit dem Primetime-Format von Thilo Mischke gelinge, wie **Henrik Pabst** in Leipzig betonte. Es habe mit dem immensen Konkurrenzdruck aus Amerika von Streaming-Diensten auf dem deutschen Medienmarkt seit Gründung des Privatfernsehens keine derart spannende Veränderung wie jetzt gegeben, bemerkte **Stephan Schmitter**. Private und öffentlich-rechtliche Sender müssten sich dabei gleichermaßen behaupten – und könnten dabei voneinander lernen. Um dabei jüngeres Publikum erreichen zu können, müsse man in Zukunft verstärkt auf junge Köpfe setzen, sind sich **Christine Strobl** und **Norbert Himmler** einig.

Pressefreiheit als Stütze der Demokratien in Europa

Die Vize-Präsidentin der Europäischen Kommission und EU-Kommissarin für Werte und Transparenz, **Věra Jourová**, hat zu Beginn ihrer Keynote daran erinnert, dass Leipzig nicht nur Austragungsort der MTM 2021 ist, sondern auch Heimat des Europäischen Zentrums für Presse- und Medienfreiheit (European Centre for Press and Media Freedom, kurz: ECPMF). Es sei höchste Zeit, dass sich auch die EU-Kommission der Pressefreiheit widme, denn: „Pressefreiheit und -Pluralismus sind zentrale Werte der EU. Sie sind im Herzen der Demokratie verankert, aber sie sind zunehmend bedroht.“ **Marlehn Thieme**, Vorsitzende des ZDF-Fernsehrats, fasste dies in einem anderen MTM-Panel pointiert zusammen: „Demokratie ist kein Harmoniebetrieb.“ Die EU-Kommission müsse und wolle deshalb, so Jourová, die Sicherheit für Journalist:innen erhöhen und unabhängigen Journalismus gegen übermächtige nicht-europäische Online-Plattformen stärken. Dies solle mit den Programmen „European Democracy Action Plan“ und „Media and Audiovisual Action Plan“ gelingen: „Die Corona-Zeit hat mehr als jede andere die zentrale Aufgabe der Medien gezeigt: die Bevölkerung zu informieren und unsere Demokratien funktionieren zu lassen.“ Die Verhaftung des Journalisten Roman Protassewitsch in Belarus bezeichnete Jourová als Weckruf für die EU, ihre Werte zu verteidigen – innerhalb und außerhalb ihrer Grenzen.

Haltung im Journalismus

Eine sehr interessante Diskussion über Haltung im heutigen und zukünftigen Journalismus moderierte Medienjournalistin Ulrike Simon. Inwiefern Haltung zwischen der professionellen Objektivität und der Verantwortung der Medien gegenüber der Gesellschaft stehe, fragte sie Silke Burmester, Jan Fleischhauer, Tilo Jung und Christoph Bautz. „Es gibt keinen objektiven Journalismus. Es kann im besten Fall nur neutralen Journalismus geben.“, antwortete die freie Journalistin **Silke Burmester**, die ergänzte: „Leute, die keine Haltung haben, sollen was anderes machen als Journalismus.“ Der gewohnt angriffslustige Burda-Kolumnist **Jan Fleischhauer** konstatierte: „Wir sind alle zu brav geworden. Eigentlich sind wir doch so ein bisschen eine Krawallbude, eine Zirkusarena.“ An seine Kolleg:innen appellierte er, Ausgrenzungsrituale zu vermeiden und grundsätzlich erstmal mit allen zu reden: „Ich bin auch Journalist geworden, um Menschen zu treffen, denen andere nicht mal die Hand geben.“

„Eine Demokratie funktioniert nur mit einer sehr kritischen Presselandschaft“, stellt **Christoph Bautz**, geschäftsführender Vorstand bei Campact, fest und beklagt: „Es ist ein großes Problem, dass die Kapazitäten für Investigativ-Journalismus überall zurückgefahren werden und oft nur noch auf Aufmerksamkeitsthemen gesurft wird.“

Save the date – MTM 2022 am 1. und 2. Juni 2022

Der Vorsitzende der AG Medientage Mitteldeutschland und Direktor der Thüringer Landesmedienanstalt **Jochen Fasco** blickt bereits auf die kommenden Medientage Mitteldeutschland: „Ich bin sicher: Es wird kein Zurück zu den „alten Zeiten“ geben. Aber es braucht Begegnung und Austausch, vielleicht sogar mehr denn je. Ich freue mich auf die neuen Arten der Begegnungen und die neuen Versuche, die digitalen Welten mit den analogen noch mehr zu verschmelzen – mit dem Besten von beidem.“ Am 1. und 2. Juni 2022, in Leipzig und online.

#MTM21

1. + 2. Juni 2021

Leipziger Baumwollspinnerei

Die Medientage Mitteldeutschland 2021 bieten Gelegenheit, sich über aktuelle Fachthemen und Debatten auszutauschen. Intendant:innen, Internetvordenker:innen, Entwickler:innen, Chefredakteur:innen, Digitalunternehmer:innen, Werber:innen, Journalist:innen und Regulierer:innen können sich zwei Tage lang digital vernetzen, neue berufliche Impulse bekommen und mit Entscheiderinnen und Entscheidern diskutieren.

Zwei Konferenz-Bühnen werden parallel bespielt und bieten den Zuschauer:innen 17 verschiedene Themenschwerpunkte aus Medienpolitik, Medienwirtschaft und Medienrecht. 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 zum Nachschauen finden Sie auf <https://medientage-mitteldeutschland.de/live> und in Kürze in unserer Mediathek.

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, der Mitteldeutsche Rundfunk, die Mitteldeutsche Medienförderung, die MDR Media GmbH, arte, das ZDF, Saxonia Media und der Verband Mitteldeutscher Privatradios e.V.

Digitalisierungspartner der Medientage Mitteldeutschland ist auch im Jahr 2021 PYÜR. brand eins, Horizont, Phoenix und Ubermetrics sind die Medienpartner der diesjährigen Veranstaltung.

Alle Informationen zu den Medientagen finden Sie unter: <https://medientage-mitteldeutschland.de>

Die Konzeption des Programms und Organisation des Kongresses erfolgt durch die BEBE Medien GmbH.

Bildmaterial und Logos stellen wir Ihnen für Ihre Berichterstattung gerne zur Verfügung. Bitte sprechen Sie uns an!

KONTAKT

Helena Geladaris & Benjamin Heine
Medientage Mitteldeutschland
Projektmanagement/Kommunikation
Mobil: 0157 317 673 80
Mail: presse@medientage-mitteldeutschland.de

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