

Media. Trust. Machines - die spannendsten Themen der Medientage München 2017

von **Elena Lorscheid** am **28. September 2017**

Was gibt's dieses Jahr auf den Medientagen München? Stefan Sutor, Vorsitzender der Geschäftsführung Medientage München, erzählt, was man sich nicht entgehen lassen darf, inklusive Tipps für Faule, denen das Programmheft zu lang ist.

Künstliche Intelligenz, lernende Maschinen, Algorithmen und das Vertrauen der Nutzer in die Medien – Medientage München 2017

„Media. Trust. Machines – Vertrauen in der neuen Mediengesellschaft“, so lautet das Motto der 31. Medientage. Was steckt dahinter?

Ich denke, in dem Motto spiegelt sich sehr gut die momentane Situation der Medienlandschaft: Wir haben neue Mechanismen, neue Plattformen und vor allem auch neue technologische Entwicklungen, die inzwischen die Herstellung, Produktion und Auslieferung der Medieninhalte gewaltig beeinflusst. Die Medien sind in der Diskussion wie selten zuvor. Darin spiegelt sich eine seltsame Mischung aus Unbehagen gegenüber der Technik, aber auch ein Vertrauensverlust gegenüber bestimmten Medien.

„Medien müssen um Vertrauen des Publikums werben“

Medien transportieren im Prozess der Meinungsbildung mehr als nur Fakten, sie müssen tatsächlich um das Vertrauen des Publikums immer wieder neu werben. Nur mit „Trust“ können die Medien ihre gesellschaftliche Rolle weiter übernehmen.

Die harte Herausforderung für die Medienunternehmen besteht darin, sich mit den neuen technischen Möglichkeiten in der neu entstehenden Mediengesellschaft Vertrauen zu verdienen. Es entsteht eine neue Medien-Infrastruktur mit gravierenden Änderungen.

Kurz zusammengefasst: die Medienwelt wird immer mehr durch Technisierung bestimmt: Künstliche Intelligenz, lernende Maschinen und Algorithmen, aber letztendlich geht es um das

Vertrauen, das die Nutzer jedem Medium entgegenbringen.

Wie wird das Motto im Programm umgesetzt?

Es gibt sehr viele Vorträge und Panels, in denen auch internationale Sprecher darüber berichten, wie zum Beispiel künstliche Intelligenz viele Prozesse schon beeinflusst. Künstliche Intelligenz hilft bei der Erstellung von Inhalten, künstliche Intelligenz ist aber auch die Grundlage für die Sprachassistenten, die zu den neuen Interfaces zwischen Nutzer und Medieninhalten werden. Konkret freuen wir uns zum Beispiel über die Zusage von Scot Gillespie.

„Immer mehr Medienhäuser entwickeln Tools, die die Prozesse automatisieren und effizienter machen“

Er ist CTO der Washington Post und wird berichten, wie künstliche Intelligenz in den modernen Newsroom Einzug hält und ihn komplett wandelt. Immer mehr Medienhäuser entwickeln Tools, die die Prozesse automatisieren und effizienter machen. Aber die künstliche Intelligenz spielt beispielsweise auch bei der Kreativität eine Rolle, ein Thema zu dem wir auch ein Panel anbieten.

Wird es sehr technisch bei den Medientagen?

Das kann man so nicht sagen. Es geht darum, die neuen Mechanismen zu erläutern, deutlich zu machen, wie diese neuen Technologien das ganze Medienangebot und den Bezug zu den Nutzern verändern. Zur Technik gehören auch die Inhalte, um die es natürlich unter anderem sehr viel gehen wird.

„Gegenstand des Mediengipfels ist die Frage, wie man User noch mit verlässlichem Journalismus erreicht“

Ich freue mich beispielsweise sehr darüber, dass Bill Adair, der die mit den Pulitzerpreis ausgezeichnete Plattform Politifact gegründet hat, sprechen wird. Damit sind wir mitten im Komplex der „Fake News“, des Factchecking und der Frage, wie man die User noch mit verlässlichem Journalismus erreicht. Das wird auch Gegenstand des Mediengipfels sein.

Also keine Elefantenrunde?

Die gibt es ja länger schon nicht mehr in der alten Form. Jedoch verhandeln wir unter der Moderation von Klaas Heufer-Umlauf das Motto der Medientage und dürfen uns auf eine Keynote von Anke Schaeferkordt freuen. In der Diskussion mit dabei sind beispielsweise Christoph Wahl, Digitalvorstand von ProSiebenSat1, Patrick Walker von Facebook, Philipp Welte von der Hubert Burda Media, aber auch die ARD mit Frau Professor Karola Wille. Am liebsten würde ich jetzt alle Namen aus unserem Programm erwähnen, aber das kann ja jeder nachlesen.

Ich will nur noch die herausragenden Keynotes zum Beispiel von Dr. Hannes Ametsreiter von Vodafone, von Philipp Justus von Google oder Steven Oh von den Young Turks hervorheben. Ich glaube, kaum jemand kennt hier die in den USA bei jungen Nutzern sehr populäre Plattform der Young Turks. Es gibt einfach so viele spannende Entwicklungen parallel, dass die Medientage dieses Jahr wieder voll bepackt sind.

„Der Rundfunkstaatsvertrag muss jetzt die Weichen für die digitale Welt stellen“

Und dabei haben wir jetzt noch nicht über die Audioschiene gesprochen. Sie ist deswegen so interessant, weil die Audio-Branche in einem unglaublichen Umbruch steht. Es gibt neue Technologien, es gibt den Podcastboom, es gibt hervorragende Talente, die beispielsweise auch in München zu Gast sein werden. Daneben behandeln wir selbstverständlich Regulierungsthemen, die dieses Jahr auch so spannend sind, weil der Rundfunkstaatsvertrag jetzt die Weichen für die digitale Welt stellen muss. Das muss diskutiert und verhandelt werden. Und die Medientage sind eine perfekte Plattform hierfür. Auch im Marketing-Bereich verschieben sich die Kräfteverhältnisse: neue Player, Programmatic Advertising oder neue Werbeformen sind hier die Stichworte.

Das bedeutet jede Menge Input?

Ja, wir machen wirklich einen Kongress, bei dem einzelne Themen intensiv verhandelt werden. Aber auch das Netzwerken ist natürlich wesentlich.

„Es ist wesentlicher Zweck der Medientage, dass sich die Branche trifft und Kontakte knüpft“

Dabei hilft dieses Jahr die neue Medientage App, die es möglich macht, Besucher aber auch Referenten über die App zu kontaktieren und zu treffen. Es ist einfach ein wesentlicher Zweck der Medientage, dass sich die Branche trifft, dass man Kontakte knüpft und dass wir als Medientage dies möglichst vereinfachen und unterstützen.

Ich freue mich auch, dass wir wieder eine großartige Messe mit vielen Ausstellern, dazu einen neuen Start-up-Bereich mit einer eigenen Start-up-Bühne unter dem Motto „Rocket and Unicorns“, anbieten können. Daneben gibt es eine Immersive Media Area, einen Immersive Media Day. Wer sich also dafür interessiert was VR & AR im Medienbereich schon können kann sich hier auf den neuesten Stand bringen. Auch der Mediencampus bietet drei Tage volles Programm im Boxring mit spannenden Themen für den Mediennachwuchs.

Jetzt zum Schluss vielleicht noch zehn Tipps für die Leute, die zu faul sind, sich durch die 100 Seiten Programmheft zu wühlen.

Es lohnt sich auf jeden Fall das Programmheft zu durchforsten, weil schon dadurch deutlich wird, was sich derzeit alles in der Medienbranche bewegt und verschiebt.

Aber trotzdem folgende Tipps, natürlich ergänzend zu den oben genannten Programmpunkten:

1. Alex Goodison ist 14 und hat mit Swiipe ein Tinder für Nachrichten gegründet.
2. All about Blockchain mit Alexander Shulgin
3. Hololens testen
4. Philipp von Borries von Refinery29 verrät, wie er Millenials anspricht und fesselt.
5. Dr. Maria Furtwängler und die audiovisuelle Diversität
6. Alle Gipfel!!!!
7. Rebecca Lieb, content marketing and brand communication strategies aus New York
8. Nacht der Medien im Haus der Kunst
9. Lücke für Überraschungspanel
10. Der Journalism Summit: The future of journalism