

Meinungsvielfalt in Deutschland: Wettbewerb funktioniert

von **Siegfried Schneider** am **22. April 2015**

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten stehen mit knapp 30 Prozent Anteil am Meinungsmarkt gleichauf mit den drei größten privaten Medienkonzernen in Deutschland. Das geht aus dem MedienVielfaltsMonitor für das zweite Halbjahr 2014 hervor, der anhand von rund 700 meinungsrelevanten Medienangeboten zeigt, wie vielfältig die deutsche Medienlandschaft ist.

Den MedienVielfaltsMonitor hat die BLM 2012 entwickelt, um die Meinungsmacht der Medienkonzerne und der öffentlich-rechtlichen Anstalten in Deutschland über alle Mediengattungen (Fernsehen, Radio, Zeitungen, Zeitschriften und Internet) hinweg zu messen. Mittlerweile ist er Bestandteil des Medienkonvergenzmonitors, der von der Gemeinschaft der Landesmedienanstalten getragen wird.

Bild-Zeitung vor ZDF und das Erste

Aus den Ergebnissen wird ersichtlich, dass mit Bezug auf die bundesweiten Medienangebote ein Konzentrationsproblem derzeit nicht vorliegt. Das meinungsmächtigste Medienangebot Deutschlands, die Bild Zeitung, verfügt über einen Anteil am Meinungsmarkt von gerade einmal 4,7 Prozent.

Auf den Plätzen zwei und drei folgen die öffentlich-rechtlichen Fernseh-Flaggschiffe ZDF und Das Erste mit 4,4 bzw. 4,2 Prozent. Die privaten Fernseh-Vollprogramme RTL (3,5 Prozent), Sat.1 (2,9 Prozent), Pro7 (2,0 Prozent), VOX (1,8 Prozent), RTL II (1,4 Prozent) und Kabel eins (1,3 Prozent) belegen die Plätze vier bis neun. Das Nachrichtenportal t-online.de liegt im Ranking der Top Ten als das meinungsmächtigste Internetangebot auf Platz zehn, das nur noch über einen Anteil am Meinungsmarkt von 1,1 Prozent verfügt.

Die öffentlich-rechtlichen und meinungsmächtigsten Angebote

Lokale Situation

Anders sieht die Situation mancherorts im Lokalen aus, wo sich bereits in den achtziger Jahren Monopolstellungen von Verlagen in einzelnen Landkreisen abzeichneten. Die BLM hat von Anfang an versucht, diese Situation im Rahmen ihres Mandats zur Vielfaltssicherung gezielt zu verbessern. So wurde die Lokalradio- und -TV-Landschaft auch für neue Kräfte geöffnet. Bis heute erhalten lokale Spartenanbieter finanzielle Unterstützung. Außerdem bietet die BLM den Lokalen Anreize, Spartenanbieter und Zulieferer in ihr Programm aufzunehmen.

Meinungsmacht auf dem Fernsehmarkt

Der MedienVielfaltsMonitor der BLM untersucht weiter, welche Unternehmen und öffentlich-rechtlichen Anstalten hinter welchen Medienangeboten stehen und wie hoch ihre Meinungsmacht ist. Wenn man den Einfluss aller Einzelangebote der öffentlich-rechtlichen ARD-Anstalten gattungsübergreifend zusammenfasst, ergibt sich für die ARD insgesamt ein Anteil am Meinungsmarkt von 22,4 Prozent. Den zweiten Platz belegt der RTL-Mutterkonzern Bertelsmann, der mit all seinen Medienangeboten einen Anteil von 12,4 Prozent an der Meinungsbildung in Deutschland hat. Die Axel Springer SE erreicht 8,5 Prozent, die Angebote der ProSiebenSat.1 –Gruppe vereinen 7,8 Prozent der Meinungsmacht auf sich, auf das ZDF entfallen 7,2 Prozent. Insgesamt verfügen diese fünf Mediengruppen über knapp 60 Prozent der Meinungsmacht in Deutschland.

Verantwortungsbewusst mit Meinungsmacht umgehen

ARD und ZDF kommen zusammen genommen also auf einen Anteil von knapp 30 Prozent am Meinungsmarkt. Oder anders formuliert: Die Öffentlich-Rechtlichen zeichnen für knapp ein Drittel der Meinungsbildung in Deutschland verantwortlich. Damit stehen sie bei der Umsetzung ihres gesetzlichen Versorgungsauftrags in einer hohen Verantwortung.

Verantwortungsbewusst müssen aber auch die drei privaten Medienkonzerne, die zusammen ebenfalls einen Anteil von knapp 30 Prozent am Meinungsmarkt halten, mit dem Freiraum umgehen, den sie zur Entwicklung nutzen können und sollen.

Zur Medienvielfalt tragen vor allem die zahlreichen Player aus allen Mediengattungen bei, die sich hinter den verbleibenden 40 Prozent am Meinungsmarkt verbergen. Sie zu fördern und ihnen im Wettbewerb mit den „Großen“ faire Entwicklungschancen zu eröffnen, muss oberstes Ziel jeder Medienpolitik bleiben.