

Die Dominanz der Medienmultis

Ein paar Dutzend immer stärker global agierende Unternehmen dominieren die Medien. Die Entwicklung auf diesem Wirtschaftssektor ist geprägt von Konzentrationsprozessen. Die Ursprünge für die „Internationalisierung“ der Medien liegen bereits im 19. Jahrhundert (Kolonisation, Nachrichtenagenturen), vor allem die Idee des Freihandels nach 1945 begünstigte aber die Herausbildung globaler Unternehmen. Zur vollen Entfaltung kam diese Entwicklung schließlich erst ab den 1980er Jahren.

Die häufig geäußerte Kritik an der Globalisierung der Medien und der damit verbundenen Konzentration bezieht sich unter anderem auf folgende Aspekte: Behinderung des Wettbewerbs, Kommerzialisierung, Niedergang des Pluralismus. In der Politik herrscht dennoch der Trend zur weiteren Deregulierung vor, d.h. die Grenzen für Eigentums- oder Marktanteile werden erhöht.

Time Warner Inc.

- größter Medienkonzern der Welt (Umsatz von Jan. bis Sep. 2006: knapp 32 Milliarden \$ → 25 Milliarden Euro, Gesamtumsatz 2004: knapp 34 Milliarden Euro)
- Ergebnis zahlreicher Fusionen
- Geschäftssparten: Internetdienst AOL, Kabelfernsehen, Film, Fernsehen (Free- u. Pay TV), Verlagssparte
- Engagement in Deutschland: AOL Deutschland, 2004 Verkauf der Anteile an VIVA, bis Mai 2006 bei n-tv 49,8% Beteiligung (Rest: RTL), wichtig: Verkauf von Spielfilm- und Serienpaketen

News Corporation

- viertgrößter Medienkonzern der Welt (Umsatz 2004: ca. 29 Milliarden AUD → 17 Milliarden Euro)
- unübersichtlicher Aufbau: ca. 400 Untergesellschaften für die Bereiche Film, Fernsehen, Zeitungen, Zeitschriften, Verlage, Radio, Sport, Sonstiges
- starke Führung durch Rupert Murdoch
- Engagement in Deutschland:
1994 bis 2001: 49,9%ige Beteiligung an VOX (Rest: Bertelsmann), 1998 Übernahme von tm3, 1999 Rechte an der Fußball Champions League, Ende 1999 Anteil an Premiere World (damals Kirch) → Insolvenz, Verlust von ca. 2 Milliarden Euro

Axel Springer:

- Haupteignerin Friede Springer
- Mitte 2005: Vorschlag, die Pro7Sat1 Media AG für 4 Milliarden Euro zu übernehmen
- Angebot scheiterte an den Voten des Bundeskartellamtes und der KEK
- Springer-Chef Mathias Döpfner zog Übernahmeangebot an Haim Saban, dem damaligen Eigner der Media AG, zurück
- **Bundeskartellamt:** Springer stellt mit der BILD-Zeitung für Werbetreibende die alleinige Alternative zum Fernsehmarkt dar
- Außerdem wäre für Springer ein crossmediales Werbeangebot möglich, das keine andere Firma bieten kann
- RTI gehört der Bertelsmann AG, würde die Media AG Springer gehören, käme es zu einem Oligopol
- **KEK:** Springer hätte bei Übernahme eine Meinungsmacht erreicht
- Ergebnis der KEK: wenn Übernahme – AS hat Zuschaueranteil von 47 %
- Kritik als Folge: LMA wollten Veto prüfen (nach Absage der Fusion wurde das gelassen)

Bertelsmann AG

- 75% Johannes und Reinhard Mohn, 25% Groupe Bruxelles Lambert und Rest Streubesitz
- ihr gehört die RTL Group, Sony BMG, Random House und G+J (75%), Arvato AG
- Bertelsmann konzentriert sich vor allem darauf, Unternehmen, an denen sie Anteile haben, aufzukaufen
- Umsatz: über ¼ durch RTL, zweitwichtigster Bereich ist die Arvato AG
- Kern des Unternehmens machte früher das Club-Geschäft aus, ist inzwischen randständig, trotzdem lieber Sanierung als Verkauf

Freie Universität Berlin
Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft
Thema: Die Dominanz der Medienmultis (05.02.2007)
Seminar: Kommunikationspolitik im Dualen Rundfunksystem
Dozent: Prof. Dr. Jan Tonnemacher
Referenten: Stephanie Erhardt, Judith Voigt

Quellen:

Hachmeister, Lutz/ Rager, Günther: Wer beherrscht die Medien? Die 50 größten Medienkonzerne der Welt. Jahrbuch 2005. München: C.H. Beck 2005.

McChesney, Robert W./ Nichols, John: Unsere Medien? Demokratie und Medienkonzerne in den USA. Berlin: Schwarzerfreitag Publishing 2004.

McChesney, Robert W./ Herman, Edward S.: The global media. The new missionaries of global capitalism. London u.a.: Cassell 1997.

Meier, Werner A.: Gesellschaftliche Folgen der Medienkonzentration. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. 54, 12/13 (2004), S. 3- 6.

Röper, Horst: Formation deutscher Medienmultis, Teil 1. In: Media Perspektiven, 3/2006, S. 114-124.

Röper, Horst: Formation deutscher Medienmultis, Teil 2. In: Media Perspektiven, 4/2006, S.182-200.

www.institut-medienpolitik.de

Zusammenfassung des Berichts über transnationale Medienkonzentration in Europa (für den Europarat):
<http://www.mainzer-medieninstitut.de/Zusammenfassung%20MI.pdf> (28. 1. 2007)

www.kek-online.de

www.newscorp.com

www.timewarner.com

www.berlinerzeitung.de

www.pro7sat1.de

www.spiegel-online.de