

# DAS DEUTSCHE MEDIENSYSTEM

## Historische Entwicklungen

Um das deutsche Mediensystem zu verstehen, muss man seine Geschichte kennen. Viele seiner Besonderheiten sind das Ergebnis einer bewegten Vergangenheit. Die Mediengeschichte beginnt schon vor der Gründung des deutschen Staates.

Ein erster wichtiger Meilenstein war die Erfindung der Druckmaschine mit beweglichen Lettern. Etwa um 1450 entwickelte Johannes Gutenberg eine Maschine, die Bibeln in größeren Mengen drucken konnte. 1609 erschien die erste Zeitung "Aviso", aber erst 200 Jahr später entwickelte sich eine Pres-selandschaft in Deutschland.

Dafür war technologischer Fortschritt, wie die Erfindung der Schnellpresse, nötig. Im 19. Jahrhundert wurden immer mehr Tages- und Wochenzeitungen gegründet, meist "Meinungspresse" oder "Partei-presse": Die Medien waren bestimmten Parteien oder politischen Fraktionen zugehörig.

Zu diesem Zeitpunkt ist laut Habermas eine "bürgerliche Öffentlichkeit" entstanden. Heute würden wir von polarisiertem Pluralismus sprechen: jede Zeitung war sehr einseitig, gemeinsam bildeten Sie aber ein breites Interessenspektrum ab. Diese Tendenz setzte sich bis zur Weimarer Republik in den 1920er Jahren fort.

**1819:** Da die Presse immer wichtiger wird, einigen sich die herrschenden Aristokraten darauf, sie zu zensieren.

**1848:** Nach der Märzrevolution wird die Pressefreiheit jedoch in mehrere Verfassungen in ganz Deutschland aufgenommen.

**1871:** Die ehemals unabhängigen deutschen Länder werden zum "Deutschen Kaiserreich" vereint. Die nationalen Medien beginnen zu wachsen und ab 1870 werden große Verlage wie der Ullstein Verlag, Scherl oder Mosse gegründet.

**1914-1918:** Während des Ersten Weltkriegs erfolgt wieder eine Zensur der Presse

Die technologische Entwicklung schreitet jedoch schnell voran:

**1917** wird die Universum Film AG (UFA), als erste deutsche Filmgesellschaft gegründet.

**1926:** Die Deutsche Welle AG strahlt die erste Radiosendung in Deutschland aus. 1929 wird auch die erste Fernsehsendung ausgestrahlt. Darauf folgt ein dunkles Kapitel deutscher Geschichte. 1933 übernehmen die Nazis die Macht und manipulieren bzw. instrumentalisieren Medien für ihre grausamen Zwecke. Unter dem Konzept der "Gleichschaltung" müssen sich alle Medien an die nationalsozialistische Ideologie anpassen.

Die Medien werden zentralisiert. Unternehmen sowie Verlage werden enteignet. Vor allem das Radio („Volksempfänger“) und die öffentlichen Wochenschauen im Kino werden für die Nazi- Propaganda genutzt. So verbreiten die Nationalsozialisten antisemitische Hassreden und rechtfertigen den Krieg.

**1945:** Am Ende des Zweiten Weltkriegs steht man vor der Herausforderung, ein demokratisches und pluralistisches Mediensystem zu schaffen. Damit ein Missbrauch der Medien wie in der Nazizeit nicht wieder vorkommt, führen die Alliierten ein neues System ein: Zeitungen werden lizenziert und können nach Veröffentlichung zensiert werden.

**1949:** Deutschland ist nun formal geteilt. Dies führt zu völlig unterschiedlichen Mediensystemen.

Das Mediensystem in der DDR ist staatlich kontrolliert. Es ist dominiert von einer Parteipresse und unterliegt einer Pressezensur ähnlich wie in der Sowjetunion. Die Hauptaufgabe besteht darin, "Stimme der Arbeiterklasse" zu sein und die Bürger zu "sozialistischen Persönlichkeiten" zu erziehen.

In Westdeutschland wird ein föderaler öffentlich-rechtlicher Rundfunk ähnlich der britischen BBC sowie ein Pressesystem eingeführt, das nur minimale Eingriffe des Staates zulässt. Während Zeitungen nicht über die innerdeutsche Grenze gelangen können, ist es ostdeutschen Bürgern möglich, das westdeutsche Fernsehen zu empfangen (und umgekehrt).

Dies führt zu einem subtilen Propaganda-Krieg auf beiden Seiten. Es ist jedoch vor allem der Westdeutsche Rundfunk, der ein großes Publikum in der DDR hat.

**1984:** In Deutschland wird das duale Rundfunksystem eingeführt. Erstmals ist der private Rundfunk erlaubt. Der technische Fortschritt in Form von Kabel- und später Satellitenfernsehen ermöglicht die Ausstrahlung vieler Sender. Einer der Hauptgründe ist jedoch der Druck der Marktliberalisierung in den 80er Jahren in Europa.

**1990** wird Deutschland wiedervereinigt: Die ostdeutsche Medienlandschaft soll in die westdeutsche integriert werden. Staatliche Fernseh- und Radiosender werden in öffentlich-rechtliche Sender umgewandelt. Viele (regionale) Zeitungen werden von der Treuhandanstalt an westdeutsche Verlage und Medienunternehmen verkauft. Während die Grundstruktur erhalten bleibt, geht die Auflage der ostdeutschen Zeitungen stark zurück.

**Seit 2000:** Die Presselandschaft verändert sich. Online-Journalismus führt zu sinkenden Auflagen und einem Rückgang der Anzeigenumsätze. Diese Entwicklung wird als "Zeitungssterben" bezeichnet, aber im Vergleich zu den USA ist die Krise in Deutschland nicht so schwerwiegend. Sie führt jedoch zu einer Diversifizierung der Medienformate, der Inhalte und der Verbreitung und zur Entstehung neuer Geschäftsmodelle wie Cross-Media-Formate, Blogs und Webformate.

## **Gesellschaftliche Verhältnisse**

Für Besucher wirkt Deutschland friedlich, sicher und aufgeräumt. Und tatsächlich hat Deutschland relativ niedrige Kriminalitätsraten und seit dem Zweiten Weltkrieg auch keine militärische Auseinandersetzung in seinen Grenzen mehr erlebt.

Autochthone Minderheiten wie die Sorben im Osten oder die Dänen im Norden haben ein besonderes Recht auf Schutz ihrer Kultur und ihrer politischen Beteiligung. Aber es gibt immer noch Konflikte in der deutschen Gesellschaft: Auch mehr als 20 Jahre nach der Wiedervereinigung Deutschlands gibt es eine Trennung zwischen Ost- und West.

Während der Wiedervereinigung hatte es in der ehemaligen DDR massive Veränderungen in kurzer Zeit gegeben. Viele dieser Veränderungen haben bis heute noch Auswirkungen. Es gibt zum Beispiel immer noch ein Einkommensgefälle zwischen dem ehemaligen Osten und dem Westen gibt. Außerdem gibt es erhebliche kulturelle Unterschiede.

So schauen die Ostdeutschen z.B. generell mehr Fernsehen, bevorzugen private Sender gegenüber öffentlich-rechtlichen Sendern und lesen weniger bundesweite Zeitungen. Mögliche Erklärungen dafür

sind ein größeres Interesse an Unterhaltung und mangelndes Vertrauen in politische Institutionen. Außerdem wird die Frage nach dem Umgang mit der sozialistischen Vergangenheit nach wie vor in den Medien diskutiert.

Eine Entwicklung mit unvorhersehbaren Auswirkungen ist der "demografische Wandel". Die Geburtenraten sind in Deutschland recht niedrig, so dass die Gesellschaft immer weiter altert. Dies stellt die Gesellschaft und Wirtschaft vor große Herausforderungen, wirkt sich aber auch auf die Medien aus: Traditionelle Medien wie TV, Radio und Printmedien dominieren weiterhin. Auch Medieninhalte gehen oft auf die Interessen älterer Menschen ein.

Ein wesentliches Konfliktfeld ist die angemessene Repräsentation von Migrant\*innen und Minderheiten in den deutschen Medien. Die größte Gruppe bilden Menschen mit einem türkischen Migrationshintergrund. Zehntausende Türken wurden in den 1960er Jahren als Gastarbeiter nach (West-)Deutschland eingeladen. Seitdem existiert eine oft paternalistische Debatte über die Probleme der Integration und einer angeblichen Segregation. Bestehende Probleme werden von Politiker\*innen und Medien oft mit dem Islam in Verbindung gebracht. Vor allem hinsichtlich jüngster Entwicklungen, wie dem Aufstieg des IS und wachsenden Flüchtlingsbewegungen, hat sich das Bild der Muslime verschlechtert. Menschen türkischer oder arabischer Herkunft werden oft als Bedrohung wahrgenommen. Islamfeindlichkeit ist wieder auf dem Vormarsch und drückt sich in populistischen Massenbewegungen wie PEGIDA oder im rechtsextremen Terrorismus, z.B. dem sogenannten nationalsozialistischen Untergrund, aus.

Es ist aber auch eine große Debatte in den Medien.

### **Interview: Rana Göroglu (Mediendienst Integration)**

Göroglu: „Leider werden sie vorwiegend negativ dargestellt. Das betrifft nicht nur Themen, die um Islam und Muslime kreisen, sondern generell betrifft das erst einmal die meisten Themen. Negative Schlagzeilen verkaufen sich besser und das betrifft leider auch die Themen Islam und Muslime. Ich glaube auch, dass Journalistinnen und Journalisten dazu neigen, Stereotype zu reproduzieren. Es gibt ein eher negatives Bild in der Allgemeinheit von Islam und Muslimen, weil auch meist negativ darüber berichtet wird. Ich glaube, dass es schwierig ist, das zu durchbrechen. Ich würde sagen, dass es seit 9/11 einen Shift gab. Man sagt zum Beispiel auch, dass „die Muslime“ die neuen „Ausländer“ seien. Früher wurde lange über „die Ausländer“ berichtet und alle Probleme – Integrationsprobleme, Rückwärtsgewandtheit, schlechteres Abschneiden bei Bildungsabschlüssen – wurde mit ihnen verbunden. Das wird in den letzten Jahren immer stärker von „den Muslimen“ überlagert. Wenn wir Negativberichte über „die anderen“ haben, dann sind das jetzt „die Muslime“, über die wir berichten.“

### **Das Mediensystem: Fernsehen**

Das Fernsehen ist mit Abstand das meistgenutzte und am weitesten verbreitete Medium in Deutschland und hat daher eine besondere Bedeutung. Das Fernsehen dient nicht nur der Unterhaltung, die meisten Deutschen nutzen es auch zur politischen Bildung und Information. In Deutschland gibt es ein duales Rundfunksystem mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf der einen und dem privaten Rundfunk auf der anderen Seite.

Es die Aufgabe der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, ein umfassendes Programm aus Unterhaltung, Information und Bildung anzubieten. Der Rundfunkauftrag erfordert auch eine Grundversorgung mit Informationen und ein pluralistisches Meinungsspektrum.

**Interview: Prof. Dr. Jan Tonnemacher (Professor für Publizistik an der Freien Universität Berlin):**

**Tonnemacher:** „Der erste oder zentrale Grundsatz der Gründerväter des deutschen Rundfunksystems war es, den Rundfunk vor staatlicher Einflussnahme zu schützen. Der zweite, von den gleichen Erfahrungen getragene, Grundsatz war die Dezentralisierung und Gewaltenteilung als Grundlage der Demokratie. In beiden totalitären Regimen wurden Radio und Fernsehen unter der Macht der Regierung und der Parteien zentralisiert.

*Die Lösung für die neu gegründete Bundesrepublik Deutschland war die kulturelle Souveränität der Bundesländer, nicht der Bundesrepublik insgesamt. Sie fanden das besser.*

*Drittens sollte es öffentliche Mittel für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk geben. Aber das Geld sollte nicht durch eine staatliche Steuer aufgebracht werden. Jeder Haushalt ist für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk verantwortlich und zahlt einen monatlichen Beitrag. Das schafft Unabhängigkeit.*

*Und das vierte Prinzip: die Verpflichtung, eine Vielfalt von Programmen für alle anzubieten, um allen Bedürfnissen bestmöglich gerecht zu werden.“*

**Frage: Welche Vor- und Nachteile hat das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem in Deutschland?**

**Tonnemacher:** „Es gibt einen autonomen öffentlichen Rundfunk. Unabhängigkeit von der Regierung und von Wirtschaftsmächten. Es werden Qualitätsprogramme zur Information angeboten. Der investigative Journalismus wird gefördert, die öffentliche Meinung wird durch Bildung und Unterhaltung ergänzt. Außerdem dient der öffentlich-rechtliche Rundfunk als Kontrollinstitution für die wirtschaftlichen und politischen Kräfte in Deutschland.

*Aber ich sehe auch große Nachteile: Eine Schwäche liegt bei der Bildung der Rundfunkräte, der Regulierungsbehörden. Ein Rat besteht aus Mitgliedern verschiedener gesellschaftlicher, sozial relevanter Gruppen und unter anderem auch aus politischen Parteien, die ein großes Gewicht haben. Die Unabhängigkeit von der Regierung ist also gesichert, aber nicht die von den politischen Parteien. In vielen Gremien der Sender sind die politischen Vertreter\*innen eher dominant.*

*Zweitens neigen die Konzerne ARD und ZDF teilweise dazu, sich stark an Zuschauerquoten zu orientieren, um mit den kommerziellen Sendern mithalten. Dies führt zu einer Tendenz einer Angleichung, zumindest für Teile des Programms, meist in der Prime Time. Aber die Suche nach massentauglichen Unterhaltungsprogrammen ist nicht die Lösung für den Wettbewerb mit den privaten kommerziellen Fernsehern. Sie sollten lieber an ihre Vorteile denken.“*

Das Privatfernsehen existiert in Deutschland seit 1984. Heute haben die privaten Sender einen Marktanteil von rund 45%. Der Markt ist grundsätzlich von nur zwei Unternehmen dominiert: Bertelsmann und die ProSiebenSat1 AG. Von Anfang an wurden private Sender dafür kritisiert, dass sie Inhalte mit niedriger Qualität anbieten und sich auf (leichte) Unterhaltung konzentrieren.

Generell ist der Anteil der Informations- und Nachrichtenprogramme geringer als bei den öffentlich-rechtlichen Sendern, und die Berichterstattung konzentriert sich mehr auf Skandale als auf politische Themen. Sie sind jedoch gesetzlich verpflichtet, Nachrichten in ihr Programm aufzunehmen, wenn sie national senden wollen. Darüber hinaus wächst die Konvergenz zwischen den Inhalten der öffentlichen und privaten Rundfunkanstalten.

## **Die Presse**

Deutschland zeichnet sich durch seine regionale Presselandschaft aus. Menschen aus Berlin neigen dazu, Zeitungen aus Berlin zu lesen, Menschen aus München neigen dazu, Zeitungen aus München zu lesen und so weiter. Auch überregionale Zeitungen haben regionale Teile, um für die Leser attraktiver zu werden. Insgesamt erreichen die regionalen Tageszeitungen fast 50% der Bevölkerung. Aufgrund der fortschreitenden Pressekonzentration steht jedoch in über der Hälfte der Landkreise nur eine Regionalzeitung zur Verfügung - was in Bezug auf die Vielfalt problematisch ist.

Die am weitesten verbreitete Tageszeitung ist die Boulevardzeitung "BILD" des Axel Springer Verlages. Aufgrund der enormen Reichweite von über 8,6 Mio. Leser\*innen gilt BILD als politischer Akteur. Die Zeitung war am Aufstieg und Fall mehrerer Politiker\*innen beteiligt, darunter Präsident Christian Wulff. Wie andere Boulevardzeitungen wurde auch die BILD oft wegen Vernachlässigung der journalistischen Ethik kritisiert. Politisch ist BILD eher konservativ und fordert von ihren Journalist\*innen Solidarität mit Israel, Unterstützung des transatlantischen Bündnisses mit den USA und die Verteidigung der sozialen Marktwirtschaft.

Qualitätszeitungen haben keine so hohe Reichweite, sie haben aber dennoch einen hohen politischen Einfluss und gelten als Meinungsführer. Die wichtigsten sind die eher liberale "Süddeutsche Zeitung", die pro Tag ca. 380.000 Exemplare verkauft. Ein weiteres Beispiel ist die eher konservative "Frankfurter Allgemeine Zeitung", die einen Verkauf von ca. 228.000 Exemplaren hat.

Die Berliner "taz" ist eine linke Tageszeitung, die sich im Besitz einer Genossenschaft befindet - einzigartig in der deutschen Medienlandschaft. Wichtig ist auch das "Handelsblatt" als größte Zeitung mit wirtschaftlichem Fokus. Auch wöchentlich-erscheinende politische Zeitschriften wie "Der Spiegel", "Die Zeit" und "Der Stern" sind sehr einflussreich.

In Zeiten sinkender Zeitungsauflagen erfreuen sich die Wochenzeitungen zumeist noch größerer Beliebtheit, da sie tiefgehende Analysen anbieten, die im Online-Journalismus selten zu finden sind.

## **Online-Journalismus**

Der Online-Journalismus liegt hinter den traditionellen Informationsquellen zurück, wird aber immer wichtiger. 2019 nutzten 68% der Deutschen das Internet als Quelle für politische Informationen. Die meistbesuchten Nachrichtenseiten sind "Spiegel online", „t-online“, „Focus online“, „Bild.de“ und „Web.de“.

Dabei handelt es sich um die Online-Versionen traditioneller Zeitungen. Trotz oft getrennter Redaktionen sind die Online-Versionen inhaltlich und finanziell immer noch stark vom Print-Journalismus abhängig. Allerdings gibt es auch Seiten wie "Huffington Post" und "Vice", die hauptsächlich Online-Inhalte produzieren und damit recht erfolgreich sind.

Axel Springer hat seine Zeitung "Die Welt" kürzlich in eine Pay-to-Read-Website umgewandelt, die nur noch nachgelagert eine Printversion veröffentlicht. Aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung und verschiedener Finanzierungsformen wird das Internet wohl eines Tages die wichtigste Nachrichtenplattform sein.

## **Mediennutzung**

Trotz der Verbreitung des Internets ist das Fernsehen das am weitesten verbreitete Medium in Deutschland. 2019 sah der durchschnittliche Deutsche rund 2 Stunden und 45 Minuten Fernsehen pro Tag. An zweiter Stelle steht der Rundfunk, der langsam an Bedeutung verliert, aber dennoch ein wesentlicher Bestandteil des Medienangebots der Deutschen bleibt.

Die Deutschen hören vor allem morgens Radio. Zeitungen werden weniger stark genutzt; 2019 wurden durchschnittlich nur 15 Minuten pro Tag mit dem Lesen von Zeitungen verbracht. Trotzdem sind Zeitungen weiterhin wichtig, da sie vor allem als Informationsquelle und nicht zur Unterhaltung dienen.

Die Internetnutzung nimmt stetig zu. Im Vergleich zu anderen westlichen Ländern scheinen die Deutschen zurückhaltender zu sein - mehr als 20 % nutzen das Internet gar nicht oder nur selten, obwohl die Internet-Infrastruktur fast vollständig abgedeckt ist.

Die Gesamtmediennutzung hat deutlich zugenommen - der durchschnittliche Deutsche verbringt mehr als 10 Stunden pro Tag damit, Inhalte aus allen Medien zu konsumieren.

***Interview: Prof. Dr. Martin Emmer (Professor für Kommunikationswissenschaft an der Freien Universität Berlin):***

**Frage: Woher bekommen wir so detaillierte Daten über die deutsche Mediennutzung?**

**Emmer:** „Grundsätzlich gibt es zwei Arten der Forschung: Zum einen der eher fallstudienorientierte Umgang mit kleinen Personengruppen, die explorative Forschung. Z.B. Fernsehunternehmen machen so etwas, um neue Formate zu entwickeln. Die führen dann Fokusgruppen, qualitative Interviews oder ähnliches durch.“

*Hinzu kommt die stark standardisierte Forschung, die in der Regel zur Bewertung von Marktanteilen verwendet wird. Das ist notwendig für die Entwicklung einer "Währung" für den Verkauf von Werbung und die Finanzierung der Produktion. Und dann ist da noch die wissenschaftliche Forschung, die an Universitäten durchgeführt wird. Wir verwenden eine Mischung aus vielen Methoden, um spezifische Forschungsfragen zu beantworten.“*

## **Medienpolitik & Pressefreiheit**

Laut der Rangliste der Pressefreiheit 2015 der NGO "Reporter ohne Grenzen" belegt Deutschland Platz 13 und ist damit eines der freiesten Länder für Journalist\*innen. Die Meinungs- und Pressefreiheit ist in Artikel 5 des Grundgesetzes als Grundrecht verankert. Ausgehend von den Erfahrungen mit der Instrumentalisierung der Medien während des Zweiten Weltkriegs verhindert die Verfassung, dass der Staat Massenmedien besitzt oder in sie eingreift.

Bei Zeitungen und anderen Printmedien sind keine Lizenzen erforderlich. Jeder Mensch kann sich einfach entscheiden, eine Zeitung zu veröffentlichen. Der journalistische Beruf selbst erfordert keinerlei Zeugnis oder Qualifikation - grundsätzlich kann sich jeder als Journalist\*in bezeichnen.

Aber die Grenzen der Pressefreiheit sind nicht unbegrenzt. Artikel 5 schützt auch die individuellen Rechte oder das Wohlergehen der Jugendlichen nach Zivil- und Strafrecht. Überall dort, wo individuelle Interessen mit den Grundrechten in Konflikt stehen, muss jeder Fall einzeln vor Gericht entschieden werden. Deutsche Gerichte neigen dazu, die Pressefreiheit zu wahren, insbesondere wenn es um Satire und Meinungsäußerung geht.

Der Presserat ist eine freiwillige Einrichtung zur Selbstkontrolle bei der sich die Öffentlichkeit über die Berichterstattung beschweren kann. Der Presserat hat jedoch nur sehr wenig Macht, da er fast keine Möglichkeiten hat, jemanden zu bestrafen – es handelt sich eher um einen Verfechter ethischer Standards.

Die Qualität der Presse selbst wird durch den Markt geregelt, was die Gefahr mit sich bringt, dass die Presse Marktinteressen folgt.

Der Rundfunk ist anders geregelt. Da der Aufwand für den Aufbau eines Rundfunksenders sehr groß und die Frequenzen begrenzt sind, müssen private Rundfunkanstalten eine Lizenz bei der jeweiligen "Landesmedienanstalt" einholen - einer öffentlich-rechtlichen Institution in jedem Bundesland. Diese Stellen müssen einen gewissen "inneren Pluralismus" bzgl. der Inhalte gewährleisten. Private Sender sind verpflichtet, unterschiedliche Meinungen zu vertreten und die Menschenwürde zu respektieren. Vollprogramme müssen einen bestimmten Teil ihrer Programmzeit den Nachrichten widmen. Wenn sie die Bedingungen nicht erfüllen, wird ihre Lizenz möglicherweise nicht verlängert.

Lizenzen können auch dann verweigert werden, wenn das Unternehmen bereits einen Marktanteil von mehr als 30 % hat oder seine crossmediale Beteiligung sowohl im Print- als auch im Rundfunkmarkt dem Unternehmen eine dominante Stellung im deutschen Medienbereich verschaffen würde. So wurde dem Springer-Verlag 2005 die Übernahme des zweitgrößten privaten Senders ProSiebenSat1 AG verweigert.

Trotzdem kritisieren „Reporter ohne Grenzen“ verschiedene Probleme in Deutschland, z.B. staatliche Überwachung und bürokratische Hürden bei der Beschaffung offizieller Informationen.

## **Medienökonomie**

Deutschland ist die viertgrößte Volkswirtschaft der Welt mit einem BIP pro Kopf von mehr als 46.000 US-Dollar pro Jahr. Bei einer so hohen Kaufkraft liegt es nahe, dass der Großteil der privaten Medien über den Anzeigenverkauf finanziert wird. Fernsehen und Tageszeitungen erzielen die meisten Einnahmen durch Werbung. Das hat unterschiedliche Auswirkungen: Private Fernsehsender sind auf gute Quoten angewiesen, was zu einer ständigen Diskussion über die Qualität und Ethik der privaten Fernsehprogramme führt.

Zeitungseinnahmen setzen sich zu 40% aus dem Anzeigenverkauf und zu 60% aus dem Abonnement- und Auflagen-Verkauf zusammen. Auch der Printjournalismus hängt vom Anzeigenverkauf ab. Da die Umsätze mit einer höheren Auflage steigen, die Produktionskosten aber nahezu unverändert bleiben, begünstigt das werbefinanzierte System die Pressekonzentration und Monopolisierung.

Ein weiteres Problem ist der mögliche Einfluss, den die Werbetreibenden auf die Zeitungen haben können. Durch den zunehmenden finanziellen Druck sind viele Journalist\*innen versucht, die Grenzen zwischen Anzeigen und Artikeln zu verwischen.

Um dieses Problem zu vermeiden, werden die öffentlich-rechtlichen Sender durch einen Beitrag finanziert, den jeder deutsche Haushalt zahlen muss.

Aus ca. 18€ pro Haushalt und Monat werden alle verschiedenen öffentlich-rechtlichen Sender wie ARD, Deutschlandradio oder arte finanziert. Diese Gebühr wird von der KEF berechnet, einer Kommission, deren Mitglieder von den Ministerpräsident\*innen der einzelnen Bundesländer ernannt werden. Der Beitrag ist ständig umstritten und Gegenstand einiger Gerichtsverfahren.

Der Beitrag macht den größten Teil des 7,7 Milliarden Euro Budgets der öffentlich-rechtlichen Sender aus. Das ist das höchste Budget eines nicht-kommerziellen Medienunternehmens weltweit. Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten dürfen nur Werbung oder Produktplatzierung für bestimmte Ereignisse wie Fußballspiele oder während bestimmter Zeiträume des Tages einbeziehen.

Die Auflage der traditionellen Printmedien nimmt ab, ebenso wie die Werbeeinnahmen. Daher denken viele, dass die Zukunft in anderen Finanzierungsmodellen liegt. Heute gilt es, eine weitere große Frage zu beantworten: Wie können Online-Medien finanziert werden?

Online-Angebote der deutschen Zeitungen sind für die Nutzer\*innen traditionell kostenlos, aber die Anzeigenumsätze generieren nicht annähernd so viel wie die Print-Ausgaben. Der Grund dafür ist, dass Online-Werbung viel billiger ist, der redaktionelle Aufwand aber gleichbleibt. Durch Online-Nachrichtenportale schufen viele Verlage Wettbewerber für ihre eigenen traditionellen Pseudotitel.

### ***Interview mit Prof. Dr. Klaus Beck (Professor für Medienökonomie an der Freien Universität Berlin):***

#### **Frage: Online-Journalismus wird immer beliebter. Warum ist die Finanzierung so schwierig?**

**Beck:** „Das erste, was man sagen kann, ist: Vielleicht sind sie erfolgreich, weil sie kostenlos sind. Die Menschen sind also nicht bereit, für sie zu bezahlen. Das ist ein großes Problem für die Finanzierung von professionellem Journalismus.“

*Lange Zeit war Werbung der richtige Weg, um Qualitätsjournalismus zu finanzieren. Aber Werbung funktioniert im Online-Bereich nicht besonders gut, weil sie sehr, sehr billig ist. Der Grund dafür ist, dass jeder weiß, dass Werbung nur eine begrenzte Wirkung hat. Das gilt auch für Fernseh- und Rundfunkmedien sowie für Printmedien. Aber jetzt haben wir online die Möglichkeit, das zu messen.*

*Wir wissen genau, dass es nicht sehr gut funktioniert. Deshalb sind die Preise so niedrig. Und deshalb ist es ein Problem, genug Werbegeld dafür zu bekommen.“*

#### **Frage: Was ist mit verschiedenen Finanzierungsmodellen wie Crowdfunding?**

**Beck:** „Ich denke, die Crowdfunding-Plattformen haben ein Problem, weil sie stark vom Erfolg einer bestimmten Nachricht oder eines bestimmten Artikels oder Beitrags abhängen. Wenn sie also mehr Geld verdienen wollen, müssen sie die Stücke auswählen, die sich sehr gut verkaufen.“

*Und für die journalistische Seite ist es ein Problem, weil es eine Art Marketingeffekt bedeutet. Also muss ich auf eine Art und Weise schreiben, die gut für den Verkauf dieses Artikels ist. Vielleicht ist das dann noch unabhängig, aber das ist nicht so klar. Sie sind also sehr stark von der konkreten Zahlung abhängig.“*



**Frage: Insbesondere Axel Springer treibt ein Paid-Content-Modell voran. Wird es erfolgreich sein?**

**Beck:** „Wahrscheinlich ja. Ich denke, auch wenn Werbung nicht der eigentliche Weg zur Finanzierung des Qualitätsjournalismus ist, müssen alle Nutzer\*innen lernen, dass sie für journalistische Inhalte bezahlen müssen, wie sie es einige hundert Jahre zuvor seit der Gründung der Druckmaschine getan haben. Und bezahlte Inhalte sind wahrscheinlich das Erfolgsmodell für die Zukunft.“

**Besitzstrukturen**

Pressekonzentration kann die Vielfalt im Pressemarkt gefährden, während die Instrumentalisierung durch Medieninhaber\*innen die Informationsfunktion der Medien gefährdet. Daher muss kritisch überprüft werden, wer welche Medien komplett oder anteilig besitzt. Neben den öffentlich-rechtlichen Sendern und dem Bürgerrundfunk, befinden sich alle Sender in den Händen privater Unternehmen. Die meisten von ihnen sind auch international tätig. Im Gegensatz zu anderen westlichen Ländern beschränken die meisten von ihnen ihre Investitionen jedoch auf den Mediensektor und sind nicht in anderen Branchen tätig.

Bertelsmann ist mit einem Umsatz von über 16 Milliarden Euro pro Jahr das größte Medienunternehmen in Deutschland und das 9. größte Medienunternehmen der Welt. Das Unternehmen ist international tätig und besitzt TV-Sender, den Verlag Penguin Randomhouse, Pressetitel wie STERN und BRIGITTE, das Musikunternehmen BMG und sogar den Dienstleister Arvato. In Deutschland ist Bertelsmann Eigentümer der RTL-Gruppe, einer Gruppe von privaten Fernsehsendern mit einem Marktanteil von rund 25%. Zu Bertelsmann gehört auch die Gruner + Jahr GmbH, der zweitgrößte Verlag Europas. Bekannte Zeitschriften sind der wöchentliche "Stern" und die Frauenzeitschrift "Brigitte". Gruner + Jahr besitzt zudem 25% des einflussreichen Wochenmagazins "Der Spiegel". Ursprünglich ein Familienunternehmen, ist die Familie Mohn nach wie vor stark mit dem Unternehmen verbunden.

Die Familie besitzt noch 19,1 % an Aktien. Christoph Mohn, der seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 1835 die sechste Generation vertritt, ist Vorsitzender des Aufsichtsrats. Seine Mutter Liz Mohn ist auch Mitglied des Aufsichtsrats sowie Vorstandsmitglied der Bertelsmann Stiftung, die weitere 77,6 % der Aktien hält.

Das Medienunternehmen Axel Springer ist ein multinationaler, crossmedial agierender Konzern. Die Pressetitel von Springer haben den Ruf, einer konservativeren Linie zu folgen. Das führte in der Vergangenheit zu Kontroversen. Bekannte Titel sind Deutschlands größte Boulevardzeitung "Die Bild" und die überregionale Zeitung "Die Welt". In letzter Zeit investiert Springer immer mehr in digitale Medien und ist einer der Treiber für neue Geschäftsmodelle im Online-Journalismus.

Einflussreiche Personen hinter Axel Springer

**Friede Springer:** Die Witwe des Firmengründers ist wohl der wichtigste Akteur hinter dem Unternehmen. Indirekt besitzt sie 51,3 % der Anteile und ist gleichzeitig stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrats. Sie hat die Entwicklung des Unternehmens in den 90er Jahren stark beeinflusst und 2002 den heutigen CEO Mathias Döpfner ernannt.

**Mathias Döpfner:** Der ehemalige Chefredakteur der Springer-Zeitung "Die Welt" ist für große Strategiewechsel verantwortlich, die das Unternehmen schließlich aus der Krise geführt haben. Er tritt oft in Talkshows auf und präsentiert seine politischen Ansichten offen.

Die ProSiebenSat1 AG ist nach vielen Veränderungen in der Eigentümerstruktur in den vergangenen Jahren das zweitgrößte Fernsehunternehmen Europas. Sie hat einen Marktanteil von fast 20% im deutschen Fernsehen und konzentriert sich vor allem auf frei empfangbare Sender wie "ProSieben" und "Sat 1", die stark auf Unterhaltung setzen

Im Mittelpunkt der Funke Mediengruppe steht die regionale Presse. Das Unternehmen besitzt 27 regionale Tageszeitungen sowie eine Reihe von Zeitschriften und anderen Publikationen. In letzter Zeit war Funke gezwungen, eine ganze Redaktion der Westfälischen Rundschau zu schließen. Der Titel wird noch veröffentlicht, aber der Inhalt wird von Redaktionen anderer Zeitungen des Unternehmens produziert. Ebenso sind die Hubert-Burda Mediengruppe, die Georg-von-Holtzbrinck-Gruppe oder die M. Dumont-Schauberg-Gruppe führende deutsche Cross-Media-Unternehmen. Sie zeichnen sich durch eine starke Führungsriege aus und prägen die deutsche Medienlandschaft.

Es gibt aber auch andere Besitz- und Finanzierungsmodelle über das typische kapitalistische Modell hinaus.

### ***Interview: Konny Gellenbeck (überregionale Tageszeitung taz) über ihr kooperatives Finanzierungsmodell***

**Gellenbeck:** „Momentan haben wir 15.000 Genossenschaftsmitglieder. Jedes Mitglied gibt uns mindestens 500 Euro, maximal bis zum 20fachen. Das Besondere ist, dass jedes Genossenschaftsmitglied nur eine Stimme hat und es keine Rolle spielt, wer wie viel Geld gegeben hat. Wir haben zwei Arten von Genossenschaftsmitgliedern: die Mitarbeiter\*innen und die Mitglieder von außen, die hier nicht arbeiten, sondern nur Geld geben. So können wir unabhängiger von unseren Geldgebern sein. Die externen Personen, die Genossenschaftsmitglieder sind, haben keine Sonderrechte an den Inhalten der Zeitung.“

### **Medienkonzentration**

Bzgl. der Medienkonzentration zeigt sich, dass die größten Unternehmen den Markt dominieren. Wie bereits erwähnt, ist der Fernsehmarkt zwischen den öffentlich-rechtlichen Sendern und einem Duopol von RTL und ProSiebenSAT1 aufgeteilt. Im Zeitungsmarkt ist auch eine Konzentration zu beobachten. Im regionalen Tageszeitungsmarkt, der den höchsten Anteil in Deutschland hat, bestimmen 10 Unternehmen 60 % des Marktes. Dies ist besonders problematisch, da in 44 % der Bezirke nur eine regionale Tageszeitung zur Verfügung steht. Unternehmen besitzen regionale Monopole.

Der Tabloidmarkt wird fast ausschließlich von der Axel Springer AG dominiert, deren Marktanteil bei 79% liegt.

### **Journalismus & wie man Journalist wird**

Journalismus ist in Deutschland kein geschützter Beruf und frei zugänglich. Jeder kann sich selbst als Journalist bezeichnen. Es gibt einige Verbände wie den Deutschen Journalistenverband, die Presseausweise für Personen ausstellen dürfen, die nachweisen, dass sie im Auftrag eines Mediums arbeiten. Neben dem Vorteil, den Zugang zu Pressekonferenzen zu erleichtern, gibt es jedoch keinen damit verbundenen Rechtsstatus.

Mittels einer Studie wurde eine Beschreibung des typischen deutschen Journalisten erstellt: "Der typische deutsche Journalist ist ein 41-Jähriger Mann aus bürgerlichem Milieu, der einen akademischen

Abschluss hat, in einem Printmedium arbeitet, in einer festen Beziehung lebt und rund 2300€ im Monat verdient.“ Tatsächlich wird der Journalismus immer noch von Männern dominiert. Während jüngere Journalist\*innen eher Frauen sind, steigt der Prozentsatz der männlichen Journalisten mit zunehmendem Alter. Führungspositionen werden meist von Männern besetzt und Frauen verdienen deutlich weniger als Männer.

Dies ist zum Teil auf "Glasdeckeneffekte" und Unterrepräsentation in Führungspositionen zurückzuführen. Frauen erhalten aber auch weniger Geld für die gleiche Arbeit im Vergleich zu männlichen Kollegen. Das Durchschnittsalter der deutschen Journalist\*innen steigt, die meisten von ihnen sind zwischen 36-45 Jahren alt und nur ein Drittel ist jünger als 36 Jahre. Es scheint, dass aufgrund der Medienkrise weniger Menschen in den Journalismus einsteigen.

Diejenigen, die das tun, unterscheiden sich jedoch in der Art ihrer Ausbildung stark. Nur eine Minderheit der deutschen Journalist\*innen besuchte eine akademische Schule oder studierte Journalismus. Trotzdem hat die Mehrheit einen akademischen Abschluss und ein Praktikum oder eine Ausbildung absolviert.

Es gibt etliche privat finanzierte Journalismus-Schulen, darunter einige renommierte Journalismus-Schulen wie die Henri-Nannen-Schule in Hamburg, die Deutsche Journalistenschule in München oder die Axel-Springer-Akademie in Berlin.

Die meisten deutschen Journalist\*innen arbeiten in Zeitungen. Ein Drittel arbeitet im Bereich Fernsehen und Hörfunk. Ein weiteres Viertel schreibt für Zeitschriften, der Rest verteilt sich auf Online-Medien, Nachrichtenagenturen und Werbezeitungen. Im Laufe der Jahre nahm die allgemeine Arbeitsbelastung der Journalist\*innen zu. Wirtschaftlicher Druck und fortschreitende Digitalisierung erfordern ein breiteres Spektrum an Fähigkeiten und nehmen mehr Zeit für zusätzliche Aufgaben in Anspruch. Eine weitere starke Tendenz ist, dass immer mehr Freelancer anstelle von festen Mitarbeiter\*innen eingestellt werden.

Der Begriff Bürgerjournalismus kennzeichnet einen Trend zur Veröffentlichung von Inhalten abseits des professionellen Journalismus. Oft wird er als Möglichkeit gesehen, politische Restriktionen in den Medien zu umgehen. In Deutschland hat der Bereich der Medienbeobachtung an Bedeutung gewonnen. Mehrere Journalist\*innen oder öffentliche Intellektuelle haben Blogs genutzt, um den Diskurs in den Mainstream-Medien zu kommentieren oder ethische Probleme zu diskutieren. Eines der beliebtesten Beispiele ist wohl der BILD-Blog - ein Watchblog, der falsche Nachrichtenberichte von wichtigen deutschen Nachrichtenunternehmen veröffentlicht. Aber abgesehen von ein paar Watchblogs hat sich in Deutschland noch keine riesige Blogosphäre entwickelt.