

Zur Politischen Ökonomie Deutscher Medien: eine Konzentrations- und Netzwerkanalyse

von: Autorenkollektiv, 20.06.2018



2009 | Andreas Wecker, Flickr | CC BY-NC-ND 2.0

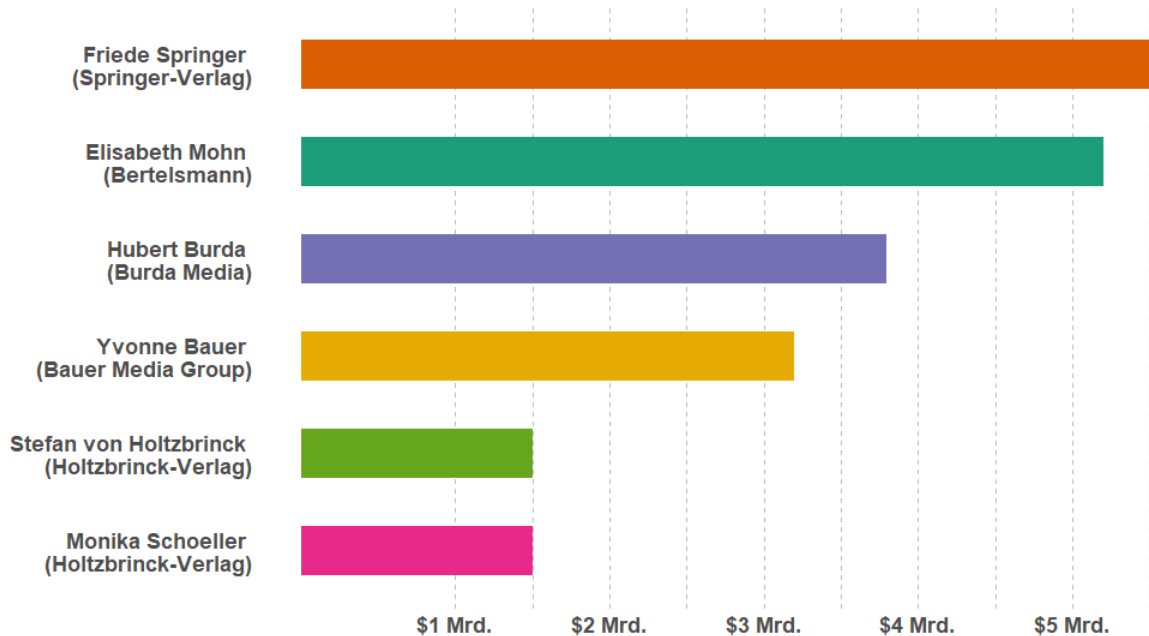
Zu einem Forschungsvorhaben des isw

Unter dem Arbeitstitel *Pravda* – die Wahrheit – räsionierte Elon Musk kürzlich über seine neueste Idee: eine Online-Plattform, die es ermöglicht, kritisch die Glaubwürdigkeit von Artikeln, JournalistInnen oder gar ganzer Medien auszuleuchten. Ein eigenwilliger Ansatz gegen Fake-News – vor allem Fake-News, die es zufälligerweise wagen, Marken wie Tesla in Verruf zu bringen. Ähnliche Fälle finden sich auch diesseits des Atlantiks: Dietrich Mateschitz, Red Bull-Gründer und wohl der reichste Österreicher, etwa monierte in einem für Aufregung sorgenden [Interview](#) öffentliche “Meinungsdiktate” und gründete kurzerhand die, laut Eigenverständnis unabhängige, Rechercheplattform *Quo vadis veritas* – Wohin gehst du, Wahrheit? Solche Nachrichten erregen natürlich Aufsehen. Einerseits weil sich beide – Mateschitz wie Musk – Hype und Aura des (post-)modernen Unternehmers zu eigen gemacht haben. Andererseits weil beide versuchen, auf die Medien – eine der demokratischen Grundinstitutionen – einzuwirken. Eine derartige Einflussnahme durch zwei so wohlhabende Individuen wirkt nicht gerade unproblematisch – auch wenn beide sich zur Legitimation die Begriffe Wahrheit, Unabhängigkeit und Fremdsprachenkenntnissen an die Fahne geheftet haben.

Sich aber isoliert über solche Sachverhalte zu echauffieren und dabei das etablierte Mediensystem aus der Kritik zu nehmen, scheint fehl am Platz. Man denke an die [Gründung der FAZ](#) – finanziert von einem Kreis aus Industriellen mit dem auserkorenen Ziel, den ideologischen Unterbau für eine liberale Wirtschaftsordnung im Nachkriegsdeutschland zu liefern. Dies betrifft natürlich nicht nur eine Zeitung, sondern das Gros des Mediensystems in Deutschland. Die meisten Medienunternehmen Deutschlands erwecken zwar dank ihrer Besitzstrukturen – zumeist sind sie ja in Familienbesitz – einen etwas romantischen, etwas altmodischen Eindruck. Tatsächlich handelt es sich bei ihnen aber natürlich um Unternehmen, die nach der Logik der kapitalistischen Produktionsweise agieren. Wer demnach mit Unbehagen betrachtet, dass Musk, Mateschitz, Bezos und Konsorten ihr Vermögen als Sprachrohr nutzen, sollte sich gleichzeitig fragen, was für einen Einfluss Springer,

Mohn und Jahr ausüben und seit Jahrzehnten ausgeübt haben.

Dass man den EigentümerInnen deutscher Medienunternehmen mit diesem Vergleich wenig Unrecht tut, zeigt ein kurzer Blick in Reichenlisten zu Deutschland. Die untenstehende Grafik zeigt die Vermögen der größten MedieneigentümerInnen Deutschlands für das Jahr 2018.



Quellen: forbes.com (1, 2, 3, 4, 5, 6)

Angesichts dieser Zahlen scheint die vielbeschworene Krise der Medien aus den reichsten deutschen Medienunternehmern noch keine armen Kirchenmäuse gemacht zu haben. Und auch wenn in manchen Fällen Vermögen geschrumpft zu sein scheinen, liegt der Verdacht nahe, dass das Kapital sich nicht über Nacht in Luft aufgelöst hat, sondern in steuerschonenden Stiftungen geparkt wurde. Darüber hinaus ist natürlich der direkte Schluss vom Privatvermögen diverser Medieneigentümer auf die Konstitution des Medienmarktes insgesamt nicht zulässig, da zum einen diese Vermögen wohl nicht ausschließlich in Medienunternehmen zu verorten sind, sowie sicherlich Anteile von Personen und Unternehmen gehalten werden, die hier nicht abgebildet sind.

Der relevante, zugrunde liegende Widerspruch besteht jedenfalls in der idealisierten Rolle der Presse als demokratische Institution und ihrer ökonomischen Fundierung im Privateigentum. Ein Widerspruch, der sich seit geraumer Zeit in der zunehmenden Tendenz zur Eigentumskonzentration im Pressebereich zugespitzt hat. So veranschaulicht alleine eine Betrachtung der ungefähr im Zweijahrestakt erscheinenden Studien Horst Röpers zum deutschen Tageszeitungsmarkt eine sich selbst überholende Tendenz zur weiteren Konzentration:

- 1997: [Leichte Steigerung der Konzentration](#)
- 2000: [Konsolidierungsphase beendet?](#)
- 2002: [Wirtschaftliche Krise und steigende Konzentration](#)
- 2004: [Bewegung im Zeitungsmarkt 2004](#)
- 2006: [Probleme und Perspektiven des Zeitungsmarktes](#)

2008: Konzentrationssprung im Markt der Tageszeitungen
2010: Rangverschiebungen unter den größten Verlagen
2012: Konzentration erreicht Höchstwert
2014: Erneut Höchstwert bei Pressekonzentration
2016: Pressekonzentration erneut leicht angestiegen
2018: Pressekonzentration wächst rasant

Die Studien Röpers beschränken sich dabei wohlgerne auf die Entwicklung am Tageszeitungsmarkt. Größere Studien, die eine holistischere Perspektive auf die Eigentumsstrukturen in der deutschen Medienlandschaft werfen, sind aber aufgrund der miserablen Datenlage äußerst rar gesät.

Diese schlechte Datenlage wird dabei von der Politik willentlich in Kauf genommen: Bis 1994 waren auf Basis der Pressestatistik des Statistischen Bundesamtes zuverlässige und breite Tendenzen im Mediensektor leicht recherchierbar. Diese wurde allerdings durch einen Kabinettsbeschluss der damaligen Bundesregierung ausgesetzt, was zu einem erheblichen Mangel an validen Daten im Bereich des Zeitungs- und Verlagswesens sowie im Rundfunkbereich führte, der nach wie vor gegeben ist. Dieser Umstand wird zwar immer wieder problematisiert (z.B. in einem Antrag der SPD und Grünen Fraktion vom 27. März 2012 oder im Gutachten des Hans-Bredow-Instituts von Februar 2017), allerdings sind bisher keine Verbesserungen zu erkennen.

Die wenigen Studien, Berichte und Forschungen im Bereich der Medienkonzentration sind damit aufgrund des fehlenden zentralen, umfassenden Datenangebots gezwungen, auf eine Vielzahl von fragmentierten Einzeldaten zurückzugreifen, was nicht nur mühsam ist, sondern die Forschenden auch vor Schwierigkeiten bei der Vergleichbarkeit und Analysierbarkeit der unterschiedlichen Quellen stellt.

Um dieser Schieflage in der Struktur und der Analyse des deutschen Medienmarkts beizukommen, unternimmt das [isw München](#) eine Studie zur Verfasstheit der Politischen Ökonomie der deutschen Medien. Dabei versuchen wir, die oben aufgeworfenen Problematiken zu behandeln und den Schwächen bisheriger Analysen beizukommen. Im Sinne der kritischen Kommunikationsforschung ist damit das zentrale Ziel, die spezielle Position und Bedeutung von Medien unter der kapitalistischen Produktionsweise aufzuzeigen sowie konkrete Aussagen über die Existenz von Eigentums- und damit Machtverhältnissen im deutschen Medienmarkt zu treffen.

Vor diesem Hintergrund versucht das vorliegende Forschungsvorhaben eine Aktualisierung der Frage nach "ownership and control" in Deutschland. Folgende Bereiche werden dabei berücksichtigt:

1. Makroebene: Analyse genereller Entwicklungen am deutschen Medien- und Werbemarkt (Stichwort Medienkrise und Digitalisierung).
2. Unternehmensebene: Eine vertiefende Analyse der größten Medienunternehmen. (hinsichtlich Eigentümerverhältnisse, finanzielle Kennzahlen und Konzentration)
3. Personenebene: Die Aufschlüsselung der zugrunde liegenden Eigentumsstrukturen im Rahmen einer "power structure analysis", um Verflechtungen in medienfremde

Bereiche offenzulegen. (Verflechtungen zwischen Kapitalfraktionen)

Da es sich hierbei um eine sehr umfassende Tätigkeit handelt, hoffen wir Interessierte dazu bewegen zu können, unser Vorhaben zu unterstützen und es uns zu ermöglichen, in gebotener Tiefe mit diesen Fragestellungen auseinandersetzen zu können. Diese Arbeit reiht sich in Ihrem Selbstverständnis in bereits bestehende Forschung der kritischen Kommunikationswissenschaft, wie etwa von Fuchs, Knoche, Meyen, Allmer, Rosa, Schenkel, Tröger, Stumberger, Sevignani und vielen anderen, ein.

- Daniel Grabner ist Forschungsassistent am Institut für Institutionelle und Heterodoxe Ökonomie an der Wirtschaftsuniversität Wien (WU) sowie Doktoratsstudent und Gastlektor an der WU. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen der kritischen Politischen Ökonomie der Medien sowie der Firma der Theorie der Firma.
- Benjamin Ferschli ist Forschungsassistent am Institut für die Gesamtanalyse der Wirtschaft (ICAE) an der Johannes Kepler Universität Linz, sowie Doktoratsstudent an der Wirtschaftsuniversität Wien. Er forscht zu Fragen der Vermögensschätzung und Ungleichheitsmessung. Darüber hinaus hat er besonderes Interesse für Fragen und Methoden der Politischen Ökonomie sowie den Wandel von Arbeit.
- Hendrik Theine ist Universitätsassistent (prae-doc) am Institut für Institutionelle und Heterodoxe Ökonomie der Wirtschaftsuniversität Wien (WU). Er promoviert im Bereich der Kritischen Politischen Ökonomie der Medien sowie der cultural political economy, Außerdem ist er Gründungsmitglied und Obmann der Gesellschaft Plurale Ökonomik Wien sowie im Vorstand des BEIGEWUM, dem Beirat für gesellschafts-, wirtschafts- und umweltpolitische Alternativen.

Spenden für die isw-Studie „Politische Ökonomie Der Medien“

Wer das oben vorgestellte Projekt unterstützen will, spendet bitte an die [im Spendenaufruf](#) des isw angegebenen Daten, den wir hier wiedergeben:

SPENDEN FÜR ISW-AUSSCHREIBUNG

**Ausschreibung
für eine wissenschaftliche Arbeit
zum aktuellen Stand der
Politischen Ökonomie der Medien**

WIR BITTEN UM SPENDEN

Nur eine Handvoll superreicher Verlegerfamilien beherrscht den deutschen und internationalen Medienmarkt, angefangen von den großen Zeitungen bis zu den Fernsehsendern. So, nämlich geprägt von Interesse die Reichen und Mächtigen, sehen diese Medien auch aus.

Wissenschaftlich fundiertes Wissen über diese Konzentration der Medien im Eigentum weniger ist rar. So gut wie keine Publikation geht auf die Politische Ökonomie der Medien in Deutschland ein.

Deshalb hat das isw sich entschlossen, ein Forschungsprojekt mit zwei Schwerpunkten zu finanzieren: Politische Ökonomie der Medien (1) und Alternativmedien (2). Wir stellen dafür ein Budget von 4.000 Euro zur Verfügung.

Die Springers und Holtbrinks werden lücheln ob dieser Summe. Wir glauben, sie macht etwas aus, wenn junge KommunikationswissenschaftlerInnen sich an den Kern ihres Gegenstands heranwagen: Wem gehört das Medium und wie fabrizieren die Medien-lebendensrecherch ihre Botschaft?

Dazu brauchen wir Ihre Unterstützung
Bitte spenden Sie für das Projekt.

isw e.V.
Sparda-Bank München
IBAN: DE49 700 905 00 0000983420
BIC: SPANDE33HAN

Schlüsselwort: Spende Medien

Ab einem Spendenbetrag von 20 Euro senden wir Ihnen automatisch eine Spendenbescheinigung zu. Dafür benötigen wir Ihre Adresse.

**isw – institut für sozial-ökologische
wirtschaftsforschung münchen e.V.**

Ausschreibung als PDF.

isw e.V.
Konto-Nr. 983420
BLZ 70090500 Sparda-Bank München
IBAN: DE49 700 905 00 0000983420

BIC: GENODEF1S04
Kennwort: Medien