

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/62483/1580127/blm-legt-modell-zur-konzentrationsmessung-und-gewichtung-der-medien-fuer-die-meinungsbildung-vor> abgerufen werden.



BLM legt Modell zur Konzentrationsmessung und Gewichtung der Medien für die Meinungsbildung vor

18.03.2010 - 09:42 Uhr, BLM Bayerische Landeszentrale für neue Medien

München (ots) - Auf Basis konzeptioneller Vorgaben der BLM hat TNS Infratest im Auftrag der Landeszentrale in einer repräsentativen Studie das Gewicht der Medien für die Meinungsbildung ermittelt. Danach hat das Fernsehen mit einem Anteil von rund 40 Prozent nach wie vor das größte Gewicht, vor den Tageszeitungen mit 25 Prozent, dem Internet mit 15 Prozent, dem Radio mit 15 Prozent sowie den Zeitschriften mit einem Anteil von 5 Prozent.

Die Erhebung wurde durchgeführt im Herbst 2009 bei 2000 Personen in Privathaushalten in Deutschland. Sie ist damit repräsentativ für 67,0 Mio. Bundesbürger ab 14 Jahre.

Die ermittelten Gewichte der Medien sind Teil des BLM-Modells zur Bestimmung der Relevanz der Medien in verwandten Märkten in Bezug auf Fernsehen und möglicher Schwellenwerte zur Vermutung von Meinungsmacht, die als Grundlage für die geplante Novellierung des Rundfunkstaatsvertrags dienen können. Das Modell, das am Mittwochabend in Berlin im Rahmen eines Forums der Landeszentrale zu "Medien und Meinungsmacht" vorgestellt wurde, beinhaltet einen fünfstufigen Ansatz, zu dem im Einzelnen gehört

- die Bestimmung der meinungsrelevanten Mediengattungen wie Fernsehen, Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk und Internet,
- die Ermittlung der Reichweiten der meinungsrelevanten Medien auf Basis anerkannter und regelmäßiger Reichweitenstudien wie Media Analyse und GFK-Meter,
- die Bestimmung der Berechnungsmethode und Messgrößen zur Ermittlung der Schwellenwerte für konzentrationsrechtliche Maßnahmen,
- die Ermittlung der Relevanz bzw. Gewichtung der für die Meinungsbildung relevanten Mediengattungen auf Basis einer repräsentativen empirischen Erhebung,
- die Festlegung der Schwellenwerte für die Vermutung vorherrschender Meinungsmacht auf Basis der ermittelten Gewichtungsfaktoren.

Auf Basis der ermittelten Gewichte der einzelnen Mediengattungen können die Schwellenwerte für die Vermutung von Meinungsmacht definiert werden und in bestimmten zeitlichen Abständen auf Basis des von BLM und TNS Infratest entwickelten Forschungskonzepts aktualisiert werden. Dem Gesetzgeber wird somit die Möglichkeit gegeben, auf der Grundlage repräsentativer Marktdaten bzw. eines empirisch abgesicherten Forschungskonzepts die Schwellenwerte im Rahmen der geplanten Novellierung der konzentrationsrechtlichen Bestimmungen im Rundfunkstaatsvertrag festzulegen und in zeitlichen Abständen zu aktualisieren.

Nach Auffassung der BLM sollte ein Unternehmen nicht mehr als ein Sechstel am gesamten Meinungsmarkt erhalten können.

Die Unternehmen würden mit dem Modell, so BLM-Präsident Ring, einen praxisgerechten Rahmen für die Planung von Übernahmen und Fusionen im Medienbereich erhalten, der zudem flexibel an die veränderten Bedingungen im Medienmarkt angepasst werden kann. Einem Unternehmen könnte bei Überschreiten der Schwellenwerte ermöglicht werden, seine Marktstellung auf medienrelevanten Märkten durch Aufgabe von ihm zurechenbaren Beteiligungen entsprechend zu vermindern. Der Gesetzgeber erhält auf Basis des Modells auch die notwendige Flexibilität, auf den durch Digitalisierung und Medienkonvergenz ausgelösten Strukturwandel reagieren zu können.

Auf Basis der Ergebnisse der vorgelegte Studie regt Ring zudem an, dass der Gesetzgeber neben der Festlegung von Schwellenwerten für die verwandten Märkte im Rahmen der Novellierung des Rundfunkstaatsvertrags zusätzlich Regeln für die sonstigen relevanten Märkte erlässt, insbesondere für Netze/Plattformen sowie Suchmaschinen. Immerhin 37 Prozent der Nutzer, die im Internet Informationen gesehen oder gelesen haben, wurden über einen Suchmaschine zur Information geleitet - zu 98 Prozent über Google, zu 15 Prozent über msn, zu 8 Prozent über Bing, zu 5 Prozent über Yahoo und zu 1 Prozent über Ask.com. Google verfügt damit in

Deutschland zweifellos über eine marktbeherrschende Stellung auch im Bereich der meinungsbildenden Informationssuche.

Diese Informationen finden Sie auch im Internet unter: www.blm.de

Pressekontakt:

Dr. Wolfgang Flieger, Tel. (089) 63808-313, wolfgang.flieger@blm.de

Originaltext: BLM Bayerische Landeszentrale für neue Medien
Pressemappe: <http://www.presseportal.de/pm/62483/blm-bayerische-landeszentrale-fuer-neue-medien>
Pressemappe als RSS: http://presseportal.de/rss/pm_62483.rss2