Fachbereich WD 1

Eigentumsverhältnisse in der deutschen Medienlandschaft

© 2025 Deutscher Bundestag

Eigentumsverhältnisse in der deutschen Medienlandschaft

Aktenzeichen:	WD 1 - 3000 - 022/25
Abschluss der Arbeit:	8. Oktober 2025 (zugleich letzter Stand der Internetlinks)
Fachbereiche:	WD 1: Geschichte, Politik und Kultur

Die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages unterstützen die Mitglieder des Deutschen Bundestages bei ihrer mandatsbezogenen Tätigkeit. Ihre Arbeiten geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Arbeiten der Wissenschaftlichen Dienste geben nur den zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes aktuellen Stand wieder und stellen eine individuelle Auftragsarbeit für einen Abgeordneten des Bundestages dar. Die Arbeiten können der Geheimschutzordnung des Bundestages unterliegende, geschützte oder andere nicht zur Veröffentlichung geeignete Informationen enthalten. Eine beabsichtigte Weitergabe oder Veröffentlichung ist vorab dem jeweiligen Fachbereich anzuzeigen und nur mit Angabe der Quelle zulässig. Der Fachbereich berät über die dabei zu berücksichtigenden Fragen.

Inhaltsverzeichnis

1. Vorbemerkung 4

2. Eigentumsverhältnisse 4
2.1. Übersicht 4
2.2. Bewertung 5

3. Statistiken 2024 6
3.1. Ranking der größten Medienkonzerne in Deutschland 6
3.2. Ranking der reichsten Medienunternehmer in Deutschland 7
3.3. Ranking der größten Medienkonzerne in Europa 8

1. Vorbemerkung

Dieser Sachstand enthält auftragsgemäß eine Übersicht über die Eigentumsverhältnisse in der deutschen Medienlandschaft. Hierbei wurde auf Grundlage der Recherchen der Bundestagsbibliothek insbesondere auf die Angaben und Auswertungen der Online-Statistik-Plattform „Statista“ Bezug genommen.

2. Eigentumsverhältnisse

2.1. Übersicht

Nach den Angaben von „Statista“ umfasst die Medienlandschaft in Deutschland diverse Akteure aus unterschiedlichen Medienbereichen und erreicht täglich Millionen von Menschen. „Die Medienindustrie ist ein Milliardengeschäft, in dem sich die größten Medienkonzerne auf Presse, Fernsehen und Radio verteilen.“[1]

Eine grundlegende Unterscheidung innerhalb des deutschen Mediensystems besteht dabei zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Medien. Die ARD – eingeschlossen die neun ARD-Landesrundfunkanstalten –, das ZDF sowie Deutschlandradio zählen zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk (ÖRR). Diese Rundfunkanstalten produzieren Inhalte für die Bereiche Hörfunk und Fernsehen sowie Videotext und Online und finanzieren sich neben Werbeeinnahmen vor allem über die Rundfunkgebühren.[2] Im Jahr 2024 lag der Gesamtertrag des ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice bei knapp unter 9 Milliarden Euro.[3] Das ZDF konnte seine Gesamterträge in den vergangenen Jahren deutlich steigern und erzielte 2024 einen neuen Rekordwert.[4]

Im privaten TV-Sektor gelten RTL Television und ProSieben als wichtigste Privatsender in Deutschland. Die RTL Group, die zum Medienunternehmen Bertelsmann SE & Co. KGaA gehört und ihren Hauptsitz in Luxemburg hat, besitzt mit einem Umsatz von über 2,4 Milliarden Euro ihren wichtigsten Markt in Deutschland. In das Portfolio der ProSiebenSat.1 Media SE, die im September 2025 von der vom Sohn des ehemaligen italienischen Ministerpräsidenten Silvio Berlusconi geführten MediaForEurope-Holding übernommen wurde,[5] gehören ferner die Segmente

---

1 Harms, Frederik: Medienlandschaft in Deutschland - Daten und Fakten, 03.06.2025, URL: https://de.statista.com/themen/13518/medienlandschaft-in-deutschland/.

2 Ebd.

3 Harms, Frederik: Gesamtertrag des ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice (bis 2012 der Gebühreneinzugszentrale - GEZ) in den Jahren 2005 bis 2024, 16.06.2025, URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/163022/umfrage/gesamtertrag-der-gez-seit-2005/.

4 Harms: Medienlandschaft…, a.a.O.

5 Vgl. Leimbach Alina: Jetzt gehört ProSieben.Sat1 zum Berlusconi-Konzern, 04.09.2025, URL: https://www.tagesschau.de/wirtschaft/unternehmen/prosieben-uebernahme-medienpluralismus-100.html.

Entertainment, Dating sowie Commerce & Ventures. Der Konzern verzeichnete 2024 einen Gesamtumsatz von rund 3,9 Milliarden Euro.[6]

Die Print-, Fernseh- sowie Radio-Landschaft ist laut Statista von einem umfangreichen Angebot geprägt. „Ein wichtiger Indikator bezüglich der Medienangebote ist die Reichweite. Je nach Medium kann die Messung unterschiedlich ausfallen. Die Boulevardpresse – eine sensationsgetriebene Berichterstattung adressiert an ein Massenpublikum – nimmt in Deutschland eine tragende Rolle ein. Mit rund 6,4 Millionen Lesern pro Ausgabe hat die Bild-Zeitung die größte Reichweite der überregionalen Tageszeitungen in Deutschland. Die Süddeutsche Zeitung folgt mit großem Abstand und rund 1,1 Millionen Lesern. Die öffentlich-rechtlichen Sender ZDF und ARD Das Erste weisen die höchsten Marktanteile am Gesamtpublikum unter den deutschen Fernsehsendern aus. Dahinter folgten im Jahr 2024 RTL sowie Sat.1. Die Radio-Landschaft weist etwa viermal so viele private Sender wie öffentlich-rechtliche Sender vor und erreicht pro Tag etwa 31 Millionen Deutsche.“[7]

2.2. Bewertung

Laut Einschätzung des Media Ownership Monitor (MOM) – der durch den Verein „Reporter ohne Grenzen“ entwickelt wurde und sich seit 2019 in Besitz des gemeinnützigen Unternehmens „Global Media Registry“ befindet[8] – werde die deutsche Medienlandschaft „von wenigen Akteuren dominiert“. An der Spitze stünden Familienunternehmen wie Bertelsmann, Axel Springer oder die Hubert Burda Medien. Diese Konzerne, geführt von einflussreichen Familien wie Mohn, Springer und Burda prägten maßgeblich die Medienszene. Darüber hinaus spielten öffentlich-rechtliche Sender wie ARD und ZDF eine wichtige Rolle.[9] Die Erben der Holtzbrinck Verlagsgruppe hätten ebenfalls eine große Bedeutung, auch der Bereich der Regionalzeitungen werde von Familienunternehmen geprägt.[10]

Auffällig sei laut MOM die in Deutschland bestehende Medienkonzentration. Viele Redaktionen regionaler oder lokaler Nachrichtenmedien seien in den vergangenen Jahren in der Regel aus Einsparungsgründen „geradezu entkernt“ worden. Die Sparstrategie beinhalte dabei in der Regel, dass Teile der Redaktion auslagert und Inhalte für mehrere Medienmarken zentral produziert würden. „Profiteure davon seien Anbieter wie das Redaktionsnetzwerk Deutschland (RND) oder Ippen Media, die beachtliche Reichweiten aufweisen. Das RND fungiert dabei als Nachrichtenagentur und liefert überregionale Inhalte für mehr als 60 Tageszeitungen. Zusätzlich betreibt das

---

6 Harms: Medienlandschaft…, a.a.O.

7 Ebd., Rechtschreibung korrigiert.

8 Medieninsider Insider Publishing: Häufige Fragen, URL: https://germany.mom-gmr.org/de/ueber-uns/haeufige-fragen/.

9 Medieninsider Insider Publishing: Medienbesitz, URL: https://germany.mom-gmr.org/de/eigentuemer/.

10 Medieninsider Insider Publishing: Personen, URL: https://germany.mom-gmr.org/de/eigentuemer/personen/. Hier finden sich zusätzliche Informationen über Medieneigentümer.
Informationen über die Beteiligung von Bundestagsparteien an Medienunternehmen beinhaltet der gleichnamige Sachstand der Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages, URL: https://www.bundestag.de/resource/blob/880614/WD-10-051-21-pdf.pdf (Stand 2019).

zum Madsack-Konzern gehörende Netzwerk ein eigenes Portal […]. Ähnlich agiert die Ippen-Gruppe, die ein kaum durchschaubares Netzwerk an Beteiligungen an regionalen Medien in ganz Deutschland betreibt und diese mit der hauseigenen Zentralredaktion mit überregionalen Inhalten versorgt. Laut eigenen Angaben verantwortet die Gruppe rund 80 Portale – und ist bei den Lesern mutmaßlich dennoch weitgehend unbekannt."[11]

Zusammen verzeichneten die beiden Netzwerke über 400 Millionen Besuche im Monat auf ihren Online-Portalen. Eine Größenordnung, die bekannte Nachrichtenportale wie Spiegel.de (174 Millionen Besuche im Monat) erheblich übertrifft und sich auf einer Ebene mit dem größten öffentlich-rechtlichen Nachrichtenangebot von Tagesschau.de befindet.[12]

Zu erwähnen sind zudem E-Mail-Anbieter mit Nachrichtenangebot, „die ihre Reichweite in den 2000er-Jahren mit kostenlosen oder kostenpflichtigen Webmail-Diensten generiert haben. Beispiele dafür sind T-Online, das von der Telekom im Jahr 2015 an den Werbevermarkter Ströer verkauft wurde, oder auch Web.de und GMX, die beide heute zum Internetprovider United Internet gehören." Mit ihrem Nachrichtenangebot aus allen Themengebieten „beherrschen sie zusammen mehr als neun Prozent des Nachrichtenmarktes".[13]

3. Statistiken 2024

3.1. Ranking der größten Medienkonzerne in Deutschland

Nach Angaben von Statista war die Bertelsmann SE & Co. KGaA im Jahr 2024 mit rund 19 Milliarden Euro Umsatz der größte Medienkonzern in Deutschland. Auf dem zweiten und dritten Platz folgten die ARD mit rund 7,7 Milliarden Euro und ProSiebenSat.1 mit rund 3,9 Milliarden Euro Umsatz.[14] Die Gesamtumsätze der Unterhaltungs- und Medienbranche in Deutschland sind dabei gestiegen. „Laut dem von PricewaterhouseCoopers (PwC) veröffentlichten German Entertainment & Media Outlook lag das Umsatzvolumen im Jahr 2024 bei über 111,6 Milliarden Euro.

---

11 Medieninsider Insider Publishing: Die unscheinbaren Riesen der deutschen Nachrichtenmedien, URL: https://germany.mom-gmr.org/de/erkenntnisse/konzentration/.
Über die Konzentration im Medienbereich – insbesondere über die Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse von Unternehmen mit Medienaktivitäten in den Bereichen Fernsehen, Hörfunk, Presse und im Onlinebereich – informiert die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) mit einer eigenen Mediendatenbank, URL: https://www.kek-online.de/medienkonzentration/. Ferner gibt der Jahresbericht der KEK einen Überblick über die Beteiligungsverhältnisse und zuzurechnende Programme der wichtigsten Veranstaltergruppen im bundesweiten Fernsehen. Quelle: die medienanstalten – ALM GbR (Hrsg.): 26. Jahresbericht. 2024. Berichtszeitraum 01.01.2024 bis 31.12.2024, Berlin 2025, S. 56 ff., URL: https://www.kek-online.de//fileadmin/user_upload/KEK/Publikationen/Jahresberichte/26._Jahresbericht_2024.pdf.

12 Medieninsider: Die unscheinbaren Riesen…, a.a.O.

13 Ebd.

14 Harms, Frederik: Ranking der größten Medienkonzerne in Deutschland nach Umsatz 2024, 09.07.2025, URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/194686/umfrage/die-10-groessten-medienkonzerne-in-deutschland/.

Zum Vergleich: Im Jahr 2023 wurden noch rund 107,4 Milliarden Euro umgesetzt. PwC prognostiziert bis zum Jahr 2029 einen weiteren Anstieg auf rund 126,1 Milliarden Euro.“[15]

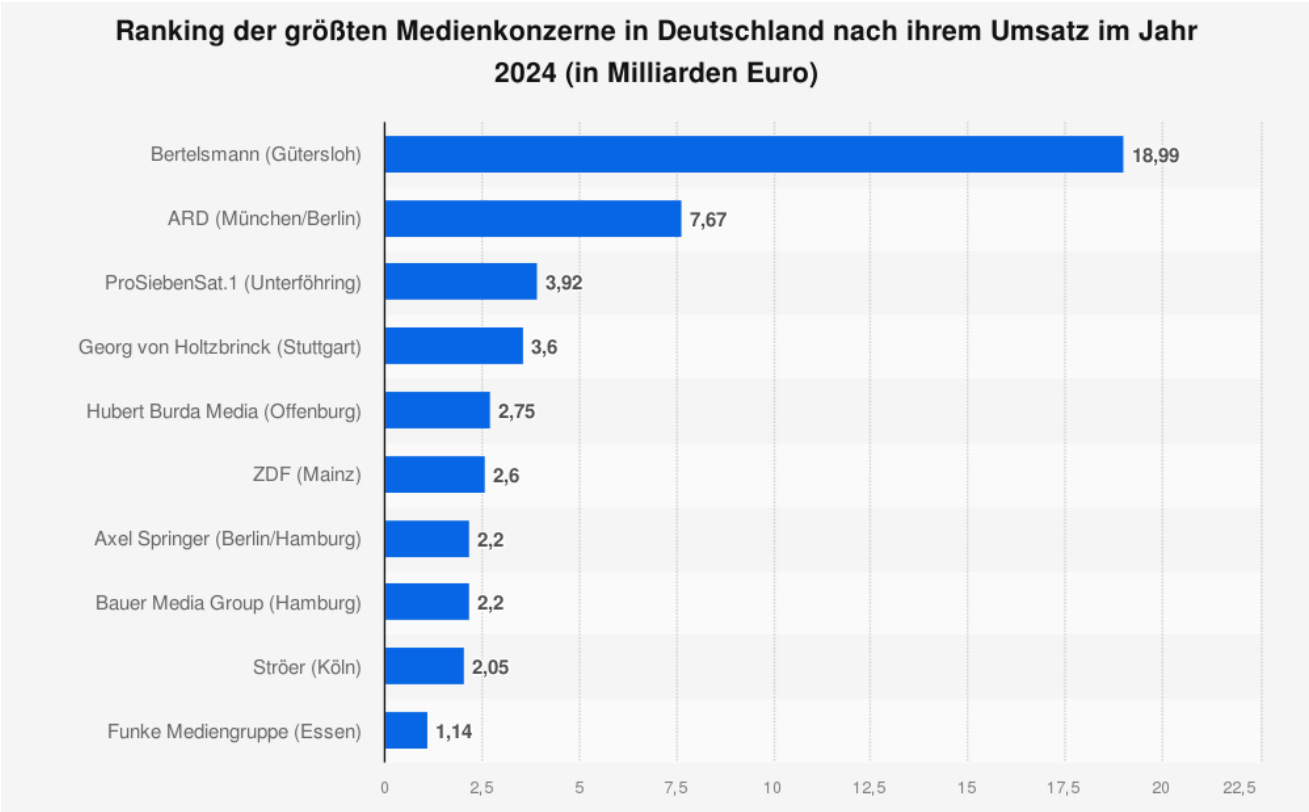

Abbildung 1: Ranking der größten Medienkonzerne in Deutschland nach Umsatz 2024[16]

3.2. Ranking der reichsten Medienunternehmer in Deutschland

Die Unternehmerfamilie Mohn, die Bertelsmann kontrolliert, war im Jahr 2024 mit 7 Milliarden Euro die reichste deutsche Verlegerfamilie. Mit einigem Abstand folgten die Familien Bauer (Bauer Media Group), Hubert Burda (Hubert Burda Media) und Friede Springer, Hauptaktionärin des Medienkonzerns Axel Springer.[17]

---

15 Harms, Frederik: Umsätze der Unterhaltungs- und Medienbranche in Deutschland von 2015 bis 2029, 18.07.2025, URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/3211/umfrage/umsatzentwicklung-der-unterhaltungs-und-medienbranche-seit-2003/.

16 Institut für Medien- und Kommunikationspolitik: Ranking der größten Medienkonzerne in Deutschland nach ihrem Umsatz im Jahr 2024 (in Milliarden Euro), in: Statista, 15.05.2025, URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/194686/umfrage/die-10-groessten-medienkonzerne-in-deutschland/.

17 Statista Research Department: Medienunternehmer mit dem größten Vermögen in Deutschland 2024, 10.07.2025, URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/321433/umfrage/medienunternehmer-mit-dem-groessten-vermoegen-in-deutschland/.

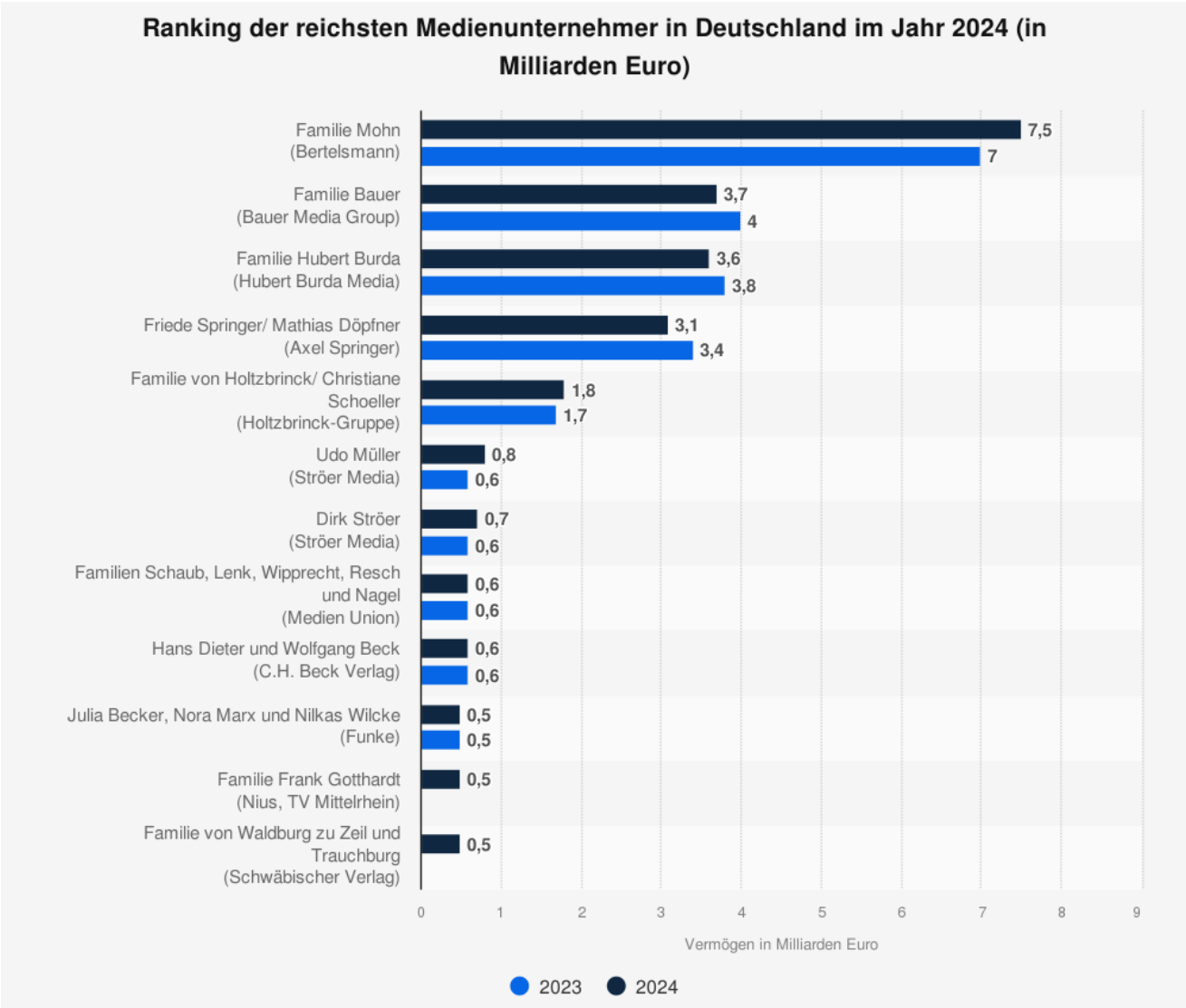

Abbildung 2: Medienunternehmer mit dem größten Vermögen in Deutschland 2024[18]

3.3. Ranking der größten Medienkonzerne in Europa

Mit rund 19 Milliarden Euro Umsatz war die Bertelsmann Group im Jahr 2024 der größte Medienkonzern in Europa. Das Musikstreaming-Unternehmen Spotify folgte mit rund 15,7 Milliarden Euro auf dem zweiten Platz, die Universal Music Group aus den Niederlanden auf Platz drei. Weltweit befanden sich 2024 der Google-Mutterkonzern Alphabet Inc. mit rund 323,4 Milliarden Euro auf Platz eins des Rankings der größten Medienkonzerne. Auf dem zweiten und dritten Platz folgten mit rund 152 Milliarden Euro Meta Platforms (Facebook) und der chinesische

18 newsroom.de: Ranking der reichsten Medienunternehmer in Deutschland im Jahr 2024 (in Milliarden Euro), in: Statista, 20.11.2024, URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/321433/umfrage/medienunternehmer-mit-dem-groessten-vermoegen-in-deutschland/.

Konzern ByteDance mit rund 134,9 Milliarden Euro.[19] Bertelsmann erreichte Platz 16, die ARD Platz 34.[20]

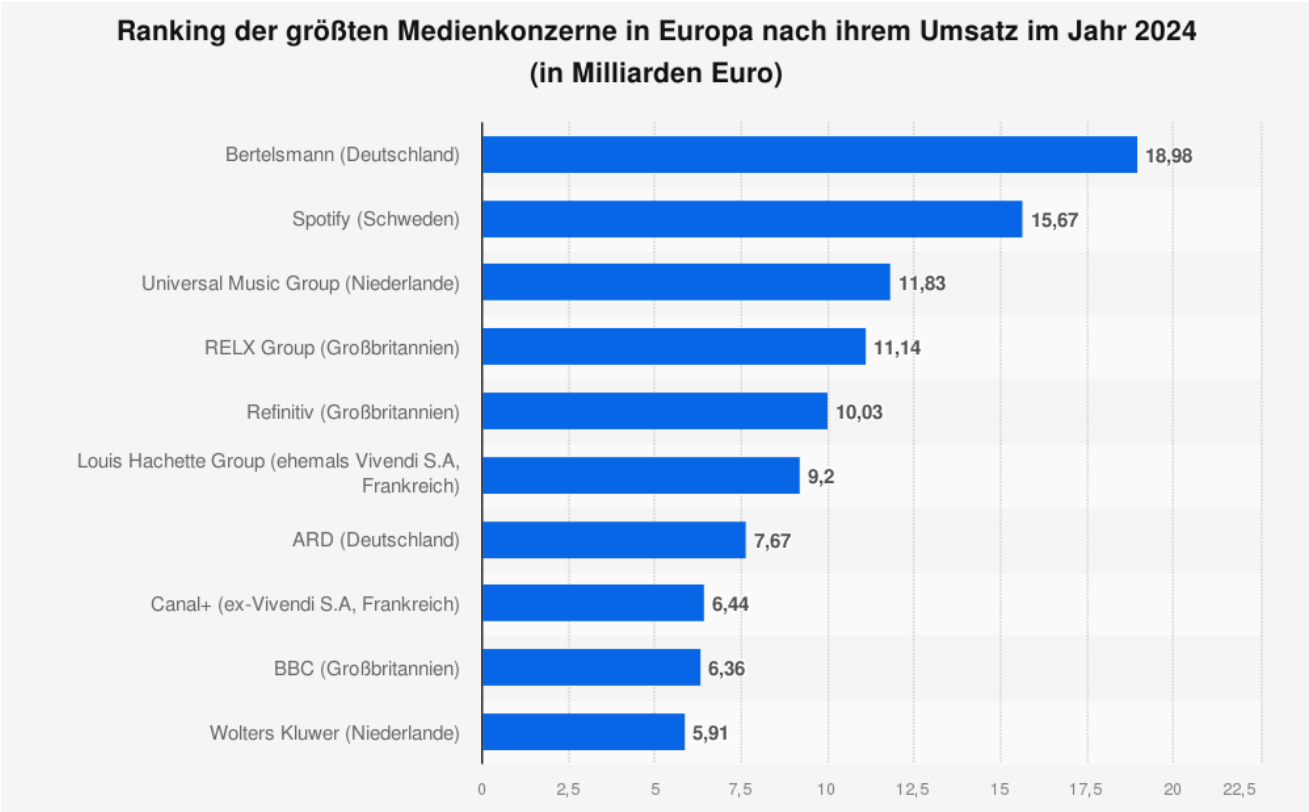

Abbildung 3: Ranking der größten Medienkonzerne in Europa nach Umsatz 2024[21]

***

19 Harms, Frederik: Ranking der größten Medienkonzerne in Europa nach Umsatz 2024, 09.07.2025, URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/699042/umfrage/die-groessten-medienkonzerne-in-europa-nach-umsatz/.

20 Harms: Ranking der größten Medienkonzerne in Deutschland…, a.a.O.

21 Institut für Medien- und Kommunikationspolitik: Ranking der größten Medienkonzerne in Europa nach ihrem Umsatz im Jahr 2024 (in Milliarden Euro), in: Statista, 15.05.2025, URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/699042/umfrage/die-groessten-medienkonzerne-in-europa-nach-umsatz/.