



**Ausschussdrucksache 21(22)112
vom 18. März 2026**

Stellungnahme Uwe Schneider

zu TOP 1 der 18. Sitzung am 25. März 2026

Medienförderung und Meinungsfreiheit in pluralen Öffentlichkeiten

„Meinungsfreiheit und Medienfreiheit in pluralen Öffentlichkeiten“

Was genau ist eigentlich die „plurale Öffentlichkeit“? Politik- und Kommunikationswissenschaftler verstehen darunter die öffentliche Diskussion, in der viele unterschiedliche Meinungen, Interessen und gesellschaftliche -möglichst relevante- Gruppen vertreten sind. Die „plurale Öffentlichkeit“ ist somit unverzichtbarer Bestandteil, quasi ein Ideal des demokratischen Miteinanders.

Um diese „plurale Öffentlichkeit“ leistbar zu machen bedarf es heutzutage konkreter Angebote in den vier unterschiedlichen Mediengattungen, die bisweilen miteinander kombiniert, vernetzt, ergänzend oder gar konkurrierend auftreten.

Printmedien, also Zeitungen in der klassisch gedruckten Form, die zumeist großen Verlagshäusern entspringen, in lokaler, regionaler und nationaler Form, verstehen sich als das Bollwerk des Journalismus. Sie sind der Ursprung der Informationsübermittlung seit der Industrialisierung. Natürlich gibt es auch heute noch kleinere Verlagshäuser mit zumeist auch Spezialthemen. Aber immerhin 8- 10 Mio Menschen lesen täglich in einer Zeitung ihre Informationen. Zeitungen / Schlagzeilen werden zumeist zitiert. Verlagshäuser sind in privater Hand ob Inhabergeführt oder als Konzern strukturiert.

Radio, ein in der Aufzählung relevanter Angebote oft vernachlässigtes oder auch als Dudelfunk klassifiziertes Medium, erreicht aber immerhin am Tag rund 52 Mio Menschen.

Es gibt zahlreiche Angebote für alle Arten von Interessen, auch wenn es zumeist musikalische Interessen sind. Doch selbst in Programmen mit sehr hohem Musikanteil sind Informationsangebote mindestens in Form von stündlichen Nachrichten vorhanden. Radio ist, obgleich Gutenbergs Erfindung um 1450 als Grundstein für Informationsweitergabe in großer Zahl gilt, ein älteres Medium.

Peter Sloterdijk, einer der bedeutendsten deutschen Philosophen sprach einmal vom ältesten Radio der Menschheit, als er die Kommunikation einer Mutter mit ihrem Kind im Mutterleib beschrieb. Die ARD hat hier -bundesweit betrachtet- mit Bayern 1, NDR2 oder SWR 3 die Nase vor den Privaten mit Radio Arabella oder Antenne Bayern. Allesamt Angebote bei denen Musik und Information als Unterhaltungsangebot verstanden und präsentiert wird.

TV – Das Fernsehen, als das Medium der Neuzeit galt und gilt als DIE Informations- und Unterhaltungsquelle. Mit rund 46 Mio Menschen die täglich mal in die Flimmerkiste schauen, ist dies ganz sicher eine sehr relevante Größe. Das Angebot hier ist fast unüberschaubar, wird in Deutschland aber ganz sicher von ARD und ZDF dominiert. Im Ranking haben das ZDF und die ARD Programme einen Quotenvorsprung vor den Privaten RTL und SAT1/ ProSieben. Die Nutzungsgründe sind hierbei sehr vielschichtig. Während die Privaten bei Serien, Unterhaltung und sog. Reality Formaten vorn liegen, wird das ZDF neben Spielfilmen und sonstigen Unterhaltungsshow vor allem wegen der Nachrichtenangebote eingeschaltet. Bei der ARD sind die drei „T“ Tagesschau, Tatorte und Talkshows die Einschaltgaranten.

Das vierte, jüngste aber tatsächlich reichweitenstärkste Medium ist das **www, das World Wide Web**. Hier gibt es vor allem die oft billigen Kopien und Appendix der „tradierten“ Medienangebote. Jeder Sender und jede Zeitung haben ihre Homepage. Aber es gibt mittlerweile immer mehr eigenständige Angebote „im Netz“, sog. Online Medien, Blogs oder auch soziale Netzwerke. Rund 60 Mio Menschen tummeln sich täglich in Deutschland an den Rechnern. Neben gezielten Informationsangeboten im Bereich News und Investigativjournalismus sind vor allem Unterhaltungs- und Sachthemen neben Klatsch und Tratsch die „Klick-Bringer“.

Ergo: Print, Hörfunk, TV und „das Netz“ lassen unterschiedliche politische und gesellschaftliche Positionen und möglichst ausgewogen zu Wort kommen. Menschen können sich somit umfassend informieren, ggf. diskutieren und sich eine oder mehrere Meinungen bilden.

Die plurale Öffentlichkeit besteht also optimalerweise nicht aus „einer“ einzig dominierenden Stimme, sondern aus vielen konkurrierenden Perspektiven.

Ist das bei uns in Deutschland tatsächlich auch so? Was passiert, wenn Angebote allein technisch dominierend sind und wenn hier Journalismus in seiner Ur-Form mehr als Haltungs- und Handlungsempfehlung betrieben und eine Verächtlichmachung aufkommender Konkurrenz als Mittel zum Zweck der Moralerhaltung erklärt wird?

Hierrüber kann, darf und muss man trefflich streiten können. Und hier beginnt die Diskussion.

Allein der Hinweis zu meiner Einladung, noch mal drüber nachzudenken, denn allein die Einladung einer Partei könnte Probleme bedeuten, war für mich der Grund zuzusagen, trotz Terminproblemen.