

# Zur Medienwirtschaft im dritten Quartal 2017

**Trends:** Jede/r dritte Erwerbstätige in den publizistischen Berufen war selbständig, was angesichts von Stellenabbau und Redaktionsschließungen häufig nicht freiwillig sein dürfte. Die Zahl ist von 2014 zu 2015 deutlich gesunken, für 2016 gibt es noch keine Werte. Von den rund 7.000 arbeitslos gemeldeten Frauen und Männern strebten 4.600 eine Tätigkeit als Redakteur bzw. Journalist an, 1.900 suchten Jobs als Pressesprecher oder im PR-Bereich.

**Gemeinschaftsunternehmen** für digitale Geschäfte kommen in Mode. Im Mittelpunkt stehen zum einen Bemühungen, übergreifende Plattformen für den Zugriff auf Internetdienste zu schaffen. Die Nutzer müssten sich dann nicht mehr bei jedem Anbieter neu mit Adresse, Passwort und Bankdaten anmelden, es würde einmal reichen. Gleichzeitig würden damit EU-Vorgaben, die vom Mai 2018 an gültig werden, umgangen: Diese verlangen die vorherige Zustimmung der Nutzer für die Verarbeitung ihrer Daten.

Anfang Juli 2017 war die Axel Springer SE gemeinsam mit Deutscher Bank, Daimler und Allianz vorgeprescht und hatte die Datenallianz DIPP angekündigt. Sie soll für weitere Unternehmen offen sein. Wenig später starteten dann *RTL*, *ProSieben-Sat.1*, der Versandhändler Zalando und der Digitalkonzern United Internet ein Konkurrenzangebot. Solche »Log-in-Bündnisse« könnten (sollen) ein Gegengewicht zu den großen US-Digitalkonzernen bilden, die derzeit den größten Teil der Internet-Werbeerlöse für sich abgreifen.

**Die Brutto-Werbeerlöse** der deutschen Medienunternehmen haben in den ersten neun Monaten 2017 nur um 0,7 Prozent zugelegt. Im Vorjahr waren es noch 5,1 Prozent plus gewesen. Zwar besagen die absoluten Zahlen nicht allzu viel, weil darin Rabatte, Provisionen, Gegengeschäfte, Eigenanzeigen usw. enthalten sind. Die Dynamik der Entwicklung kommt darin aber schon zum Ausdruck. Diese scheint sich stark abgeschwächt zu haben.

**Zeitungen:** Die Zahlen der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) für das dritte Quartal 2017 widerspiegeln den bekannten Trend nach unten bei den Zeitungen. Die verkaufte Gesamtauflage der Tageszeitungen ist gegenüber dem Vorjahresquartal um 4,5 Prozent bzw. um 781.000 Exemplare gesunken und lag bei 16,37 Millionen Exemplaren. Wenn nur die Abonnements und der Einzelverkauf addiert und verglichen werden, dann betrug der Verlust sogar 4,8 Prozent bzw. 760.000. Die Zahl der verkauften e-Papers ist zwar um 22 Prozent gestiegen, sie bleibt aber für die gesamte Branche unbedeutend.

Aus: Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft (Juli bis September 2017). Einer Information der der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft (Verdi). Von Gert Hautsch

<https://www.jungewelt.de/artikel/320842.zur-medienwirtschaft-im-dritten-quartal-2017.html>