



FREIHEIT BRAUCHT DAS GANZE BILD.
Medienvielfalt schützt Demokratie.

Viele Unternehmen haben die in 2015 veröffentlichten UN-Ziele in ihre Unternehmensstrategien fest integriert.



Was nach 2015 passiert ist ...

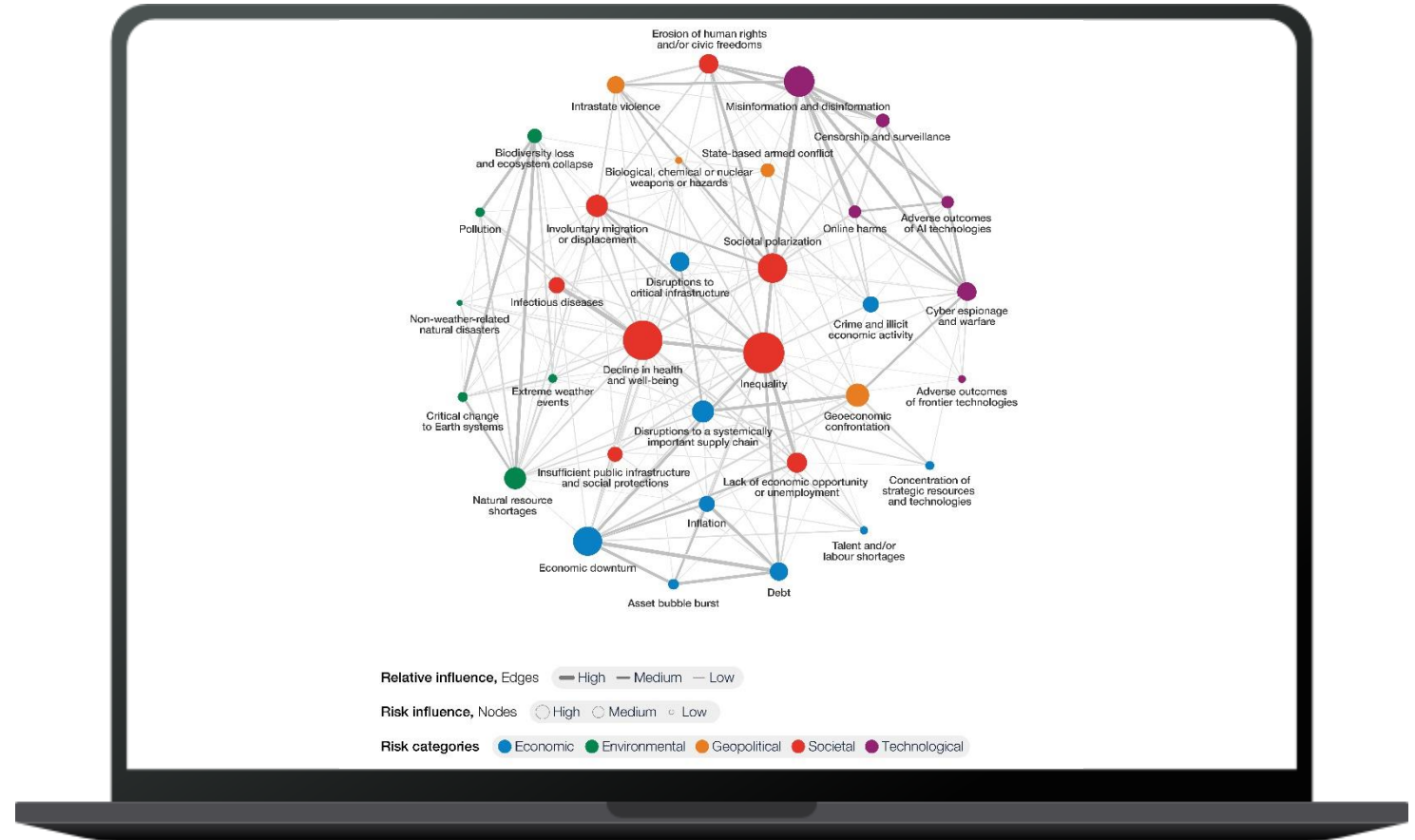
Generative
AI wird das
exponentiell
befeuern.



Das Weltwirtschaftsforum bestätigt die Entwicklung und zeigt die Verbindungen zwischen diesen Risiken auf.

WORLD
ECONOMIC
FORUM

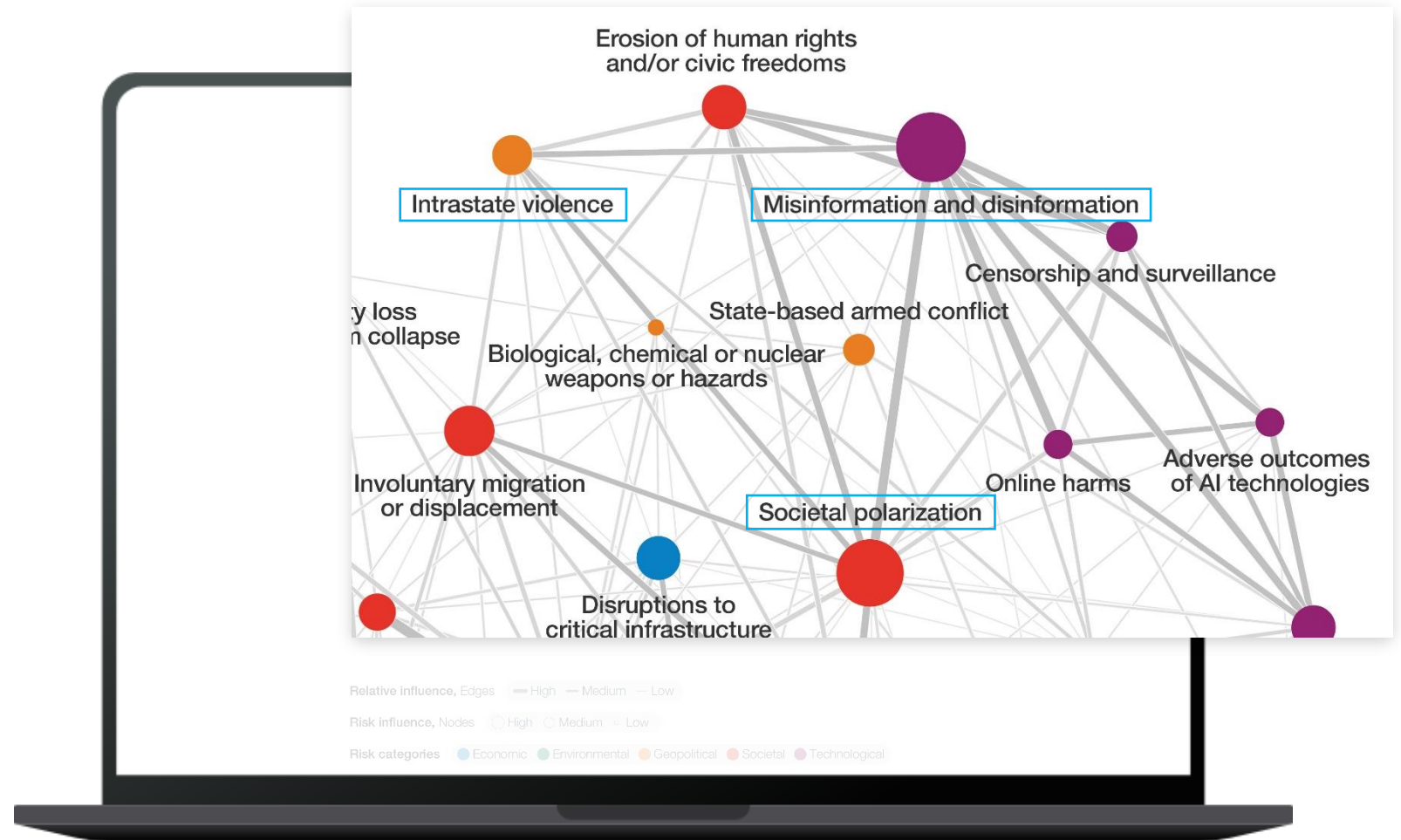
GLOBAL RISKS
LANDSCAPE:
INTERCONNECTIONS
MAP



Das Weltwirtschaftsforum bestätigt die Entwicklung und zeigt die Verbindungen zwischen diesen Risiken auf.

WORLD
ECONOMIC
FORUM

GLOBAL RISKS
LANDSCAPE:
INTERCONNECTIONS
MAP



„Misinformation and Disinformation“ weiter die größten kurzfristigen Risikofaktoren.



PERSISTENT CONCERNS
AND CHANGES
IN RANKING

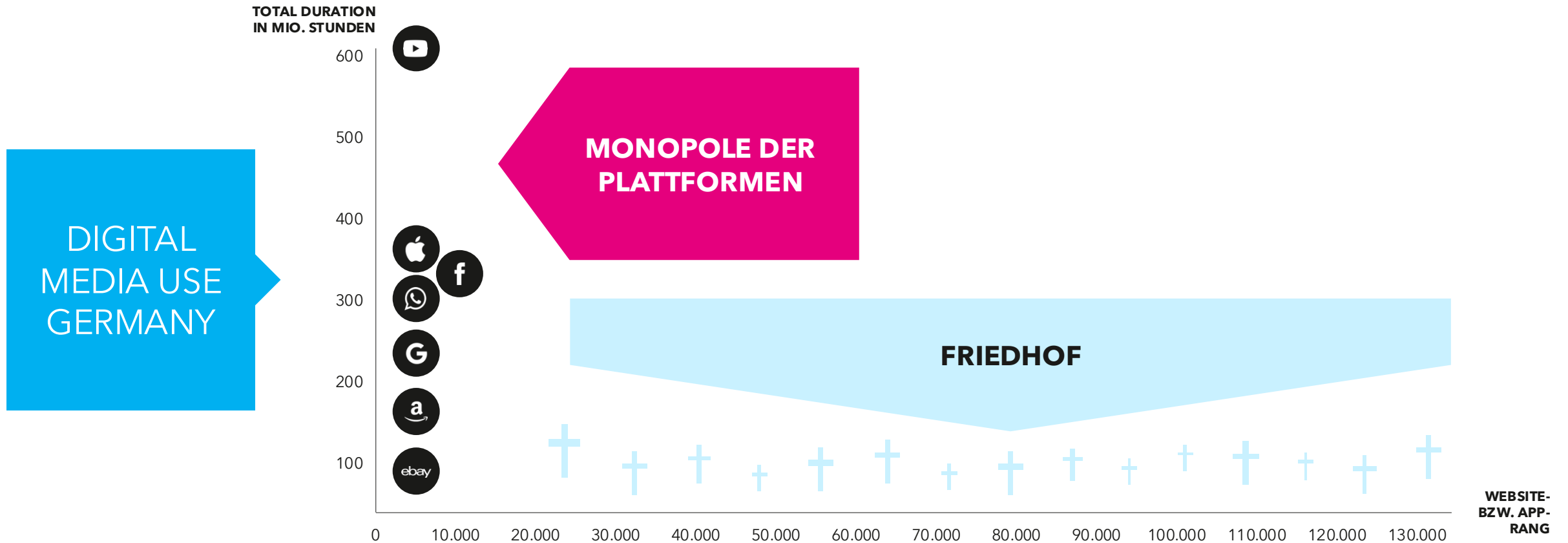




**Wir halten fest:
Desinformation &
andere schädliche
Inhalte sind ein
riesiges Problem.**

Und was noch ?

Die Monopolisierung der Internetnutzung ist das andere große Problem und bedroht Medienvielfalt.



GAM Anteil an Werbemarkt in DE gesamt : 51,6%

GAM Anteil am digitalen Werbemarkt in DE: 72 %


Werbemarkt 2026: 31,6 Mrd. € / + 3,5 % (vs. 2025)*

Netto-Werbeumsatz 2026 (Veränderungen in % vs. Vorjahr)

 **Google:**
8.175 Mrd.€ (+ 4,7 %)
davon YT 1.012 Mrd.€ (+ 10,0 %)

 **Meta:**
5.161 Mrd.€ (+ 9,1 %)
davon Video 0,634 Mrd. (+ 10,0 %)

 **Amazon:**
2.966 Mrd.€ (+ 10,0 %),
davon Retail 2.883 Mrd. (+ 10,0%)
Prime 83,5 Mio. (+15,0 %)

 **tik tok:**
0.598 Mrd.€ (+ 30%)

- TV linear: 3.061 Mrd.€ (- 6,0 %)
- Stream Video (ohne YT, Insta, tiktok, Prime): 0.552 Mrd. (+ 10,0 %)
- OVK Display (ohne GAM, o. OVK Video): 3.595 Mrd. € (+ 3,0 %)
- Retail (ohne Amazon): 0,795 Mrd.€ (+ 20 %)
- Zeitungen print: 1.267 Mrd.€ (- 9,0 %)
- Publikumszeitschriften print: 0.434 Mrd.€ (- 10,0 %)
- HF linear: 0.721 Mrd.€ (+ 1,0 %)
- In Stream Audio 0.145 Mrd. € (+ 10,0 %)
- Podcast 0.052 Mrd. € (+ 3,0 %)
- OOH: 0.985 Mrd. € (+ 3,0 %)
- DOOH: 0,720 € Mrd. € (+ 10 %)
- Kino: 0.059 Mrd. € (- 2,0 %)

Digital an gesamt = 72,0 %
GAM an gesamt = 51,6 %
GAM an Digital = 71,6 %
Video (dt./GAM/tik.) an Total TV = 48,5 %

* Medien wie oben aufgeführt + Verzeichnismedien, Anzeigenblätter, Fachzeitschriften Print (alle zusammen - 8,0 %)
Quellen: Google, Meta, Amazon, tik tok, Retail: Daten für 2025 und 2026: Die Mediaagenturen Estimate Dez. 2025
Alle weiteren Medien: ZAW Jahrbuch 2025 mit eig. Berechnungen und Prognosen
Zeitungen = TZ+WZ+SZ
Estimate für alle Werbe-Umsatz Veränderungen: Die Mediaagenturen e.V. nach Recherche bei Agenturen und Vermarktern, Stand: Dezember 2025



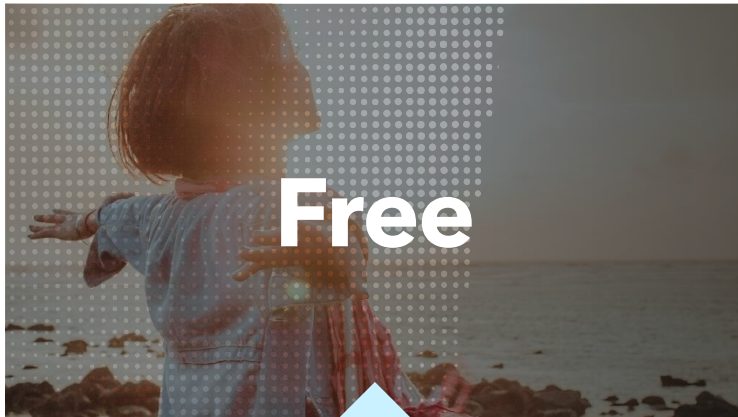
Fazit bis hierhin: die Entwicklung nach 2015 ist sehr bedenklich.



Es ist höchste Zeit für ein 18. Nachhaltigkeitsziel!



Konkret meinen wir:



Bedeutet **unabhängig** von staatlichen oder parteipolitischen Einflüssen. Bedeutet aber auch, dass es **freien Zugang zu gesicherten Basis-Informationen** geben muss.



Bedeutet **sichere journalistische Inhalte:**

Faktenprüfung
Klarheit und Genauigkeit
Rechtskonformität
Ethik & Verantwortung



Deckt alle **3 Dimensionen** ab:
Ökologisch (z.B. Ressourcenschonung)
Sozial (z.B. Jugendschutz; Förderung Medienkompetenz)
Unternehmungsführung (z.B. Transparenz, Datenethik und freier Wettbewerb)

Wir haben den Verein **Initiative18 - free & safe & sustainable media e.V.** gegründet. Unsere aktiven Mitstreiter:innen.



MANFRED KLUGE

Co-Founder Initiative 18
Chairman DACH
Omnicom Media Group



NORMAN WAGNER

Co-Founder Initiative 18
Geschäftsführer
Utqi Deutschland



LEAH GASCH

Co-Founder Initiative 18
Anwältin



JESPER DOUB

Co-Founder Initiative 18
Geschäftsführer
Funke Mediengruppe



HOLGER THALHEIMER

Co-Founder Initiative 18
Chief People & Culture Officer
Omnicom Media Group



KLAUS-PETER SCHULZ

Co-Founder Initiative 18
Geschäftsführer Verband
Die Mediaagenturen e.V.



SVEN KORNDÖRFFER

Co-Founder Initiative 18
Vorsitzender
Wertekommission



NINA HALLER

Mitglied Initiative 18
CMO
Experience One



DR. DANIEL KNAPP

Mitglied Initiative 18
Analyst &
Medienökonom



PROF. THOMAS HÖPPNER

Mitglied Initiative 18
Anwalt für Kartell - &
Wettbewerbsrecht



FLORIAN WEISCHER

Mitglied Initiative 18
Co-CEO
Weischer Mediengruppe



CHRISTIAN KAEBMANN

Mitglied Initiative 18
Founder PLAN -
Marken & Media Agentur

Wir haben den Verein **Initiative18 - free & safe & sustainable media e.V.** gegründet. Unsere aktiven Mitstreiter:innen.



Maria Riecke - Katsoulas

Mitglied Initiative 18
CDO
The Reach Group



Uli Wurth

Mitglied Initiative 18
CFO
HYGH AG



Petra Küstner

Mitglied Initiative 18
Orientierungsphase

Auszug unserer Aktivitäten:



UNESCO | UNITED NATIONS
POLITIK (U.A. KOALITIONSVERTRAG) | MEDIENPOLITIK |

Wir konnten gemeinsam mit anderen Verbänden wichtige Themen in den neuen Koalitionsvertrag verankern.



**Stärkung von
Medienvielfalt**

Meinungsfreiheit sichern

**Unabhängige und
vielfältige Medien sichern
eine freie öffentliche
Debatte**



- Bekenntnis zum dualen Mediensystem
- Faire Regulierungs- und Refinanzierungsbedingungen für private Medien
- Prüfung der Einführung einer Abgabe für Online Plattformen, die Medieninhalte nutzen



- Weiterentwicklung Wettbewerbsrecht, um Kooperationen und Fusion privater Medienhäuser zu ermöglichen
- Keine weiteren Werbeverbote
- Outlinks zu Drittanbietern sind durch die Plattformen zuzulassen



- Kampf gegen Desinformation, Fake News, Hate Speech sowie Bots & Trolls
- Stringente Implementierung des Digital Services Act
- Prüfung einer verschärften Haftung für Inhalte
- Jugendschutz und Stärkung Medienkompetenz

Auszug unserer Aktivitäten:



POLITIK (U.A. KOALITIONSVERTRAG) | MEDIENPOLITIK |
UNESCO | UNITED NATIONS



KAMPAGNE, UM FÜR DAS 18. NACHHALTIGKEITSZIEL ZU WERBEN |
INTERVIEWS & PODCASTS & BERICHTERSTATTUNG



EVENTS: Z.B. MIT FUNKE MEDIEN IN ESSEN (700 Zuschauer) /
BEYOND NEWS / TAG DES LOKALJOURNALISMUS 2026



PRÄSENZ IN INDUSTRIE-SUMMITS / STANDPUNKTE



STUDIEN & KOMPETENZ-PARTNERSCHAFTEN
(Z.B: UseTheNews | Tag des Lokaljournalismus / Projekt Zuversicht)



INTERNATIONALISIERUNG
(WORLD NEWS MEDIA CONGRESS KRAKAU & M20 SUMMIT JO´BURG)



MEDIENKOMPETENZ



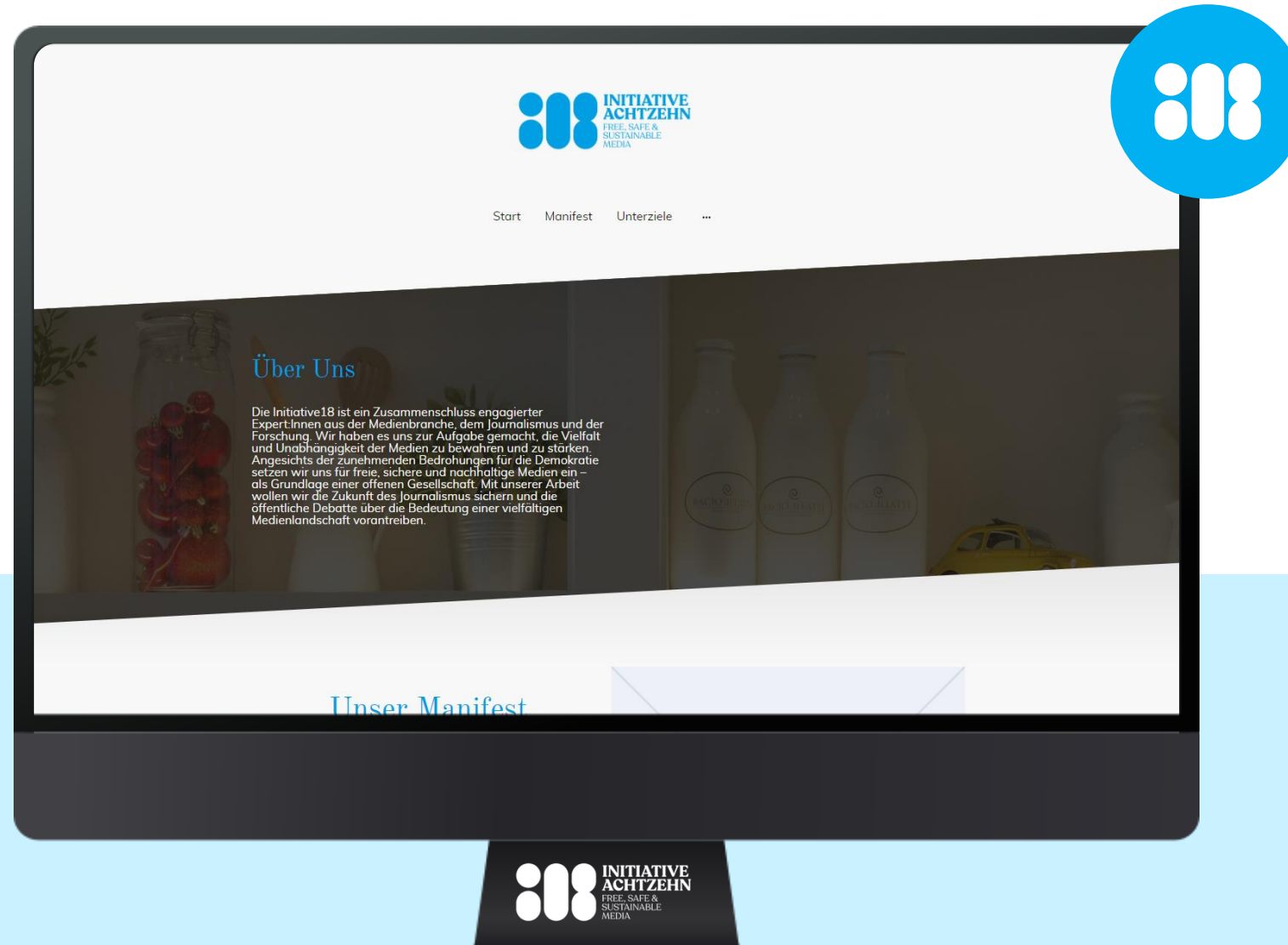
Für die 17 Nachhaltigkeitsziele gibt es 169 Unterziele. Auch wir haben 8 Unterziele definiert:



UNTERZIELE „FREE, SAFE & SUSTAINABLE MEDIA“ BIS 2030

- 01 Sicherstellung der Presse - und Rundfunkfreiheit.
- 02 Erhalt der Medienvielfalt mit hybriden Geschäftsmodellen.
- 03 Verantwortungsvolle Allokation von Werbeinvestitionen.
- 04 Bekämpfung von Desinformation und weiteren schädlichen Inhalten.
- 05 Medienkompetenz und Bildung fördern.
- 06 Integre Nutzung von Technologie und Datenethik.
- 07 Förderung einer legalen Gerechtigkeit im Medien- und Werbeumfeld.
- 08 Anerkennung von urheberrechtlich geschützter journalistischer Leistung.

Der schnellste Weg zu mehr Informationen: www.initiative18.org



**Wie können Sie uns helfen,
unser übergeordnetes Ziel zu erreichen ?**

Wie können wir gemeinsam auch an Teilzielen arbeiten ?

Danke für Ihre Aufmerksamkeit.