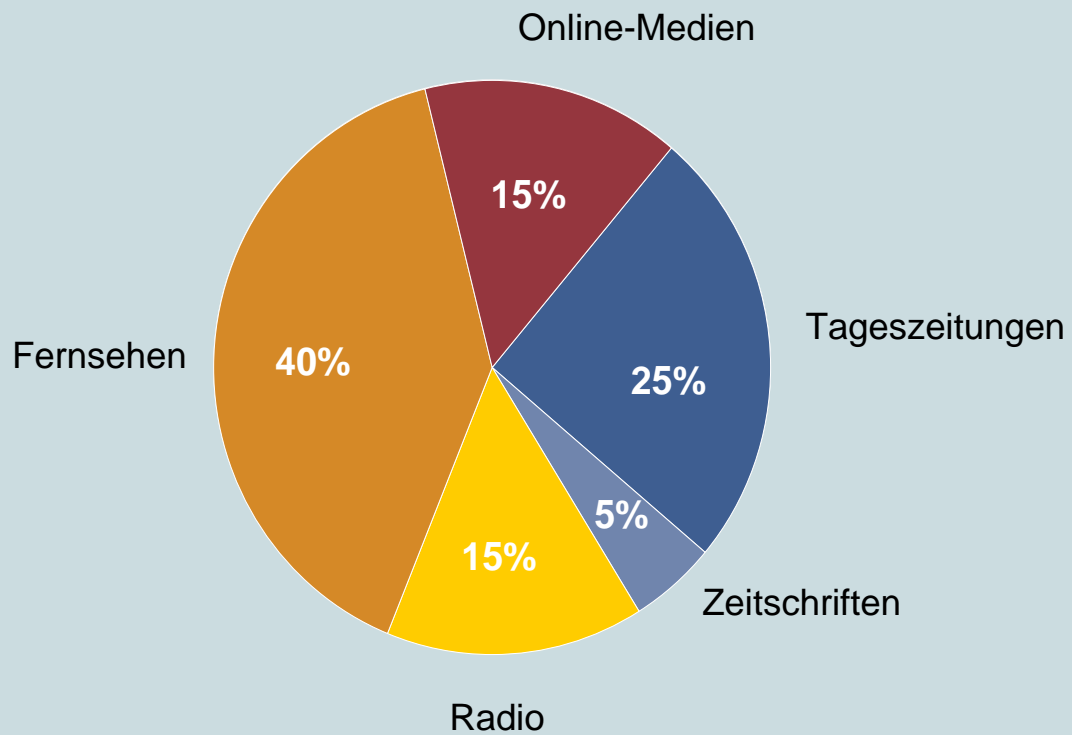


BEDEUTUNG UND GEWICHT DER MEDIEN FÜR DIE MEINUNGSBILDUNG



BLM Medienwirtschaft | 17. März 2010

MÖGLICHE SCHWELLENWERTE FÜR DIE VERMUTUNG VORHERRSCHENDER MEINUNGSMACHT



	Fernsehen	Tageszeitungen	Online-Medien	Radio	Zeitschriften	Anteil am Meinungsmarkt
Marktanteil	≥ 25%	≥ 25%				16%
Marktanteil	≥ 25%	≥ 15%	≥ 15%			16%
Marktanteil	≥ 25%	≥ 15%		≥ 15%		16%
Marktanteil	≥ 25%		≥ 15%	≥ 15%	≥ 15%	15%
Marktanteil	≥ 20%	≥ 25%			≥ 25%	15%
Marktanteil	≥ 20%	≥ 20%	≥ 20%			16%
Marktanteil	≥ 20%	≥ 15%	≥ 15%		≥ 15%	15%
Marktanteil	≥ 15%	≥ 15%	≥ 15%	≥ 15%	≥ 15%	15%

BLM Medienwirtschaft | 17. März 2010