

Die Gästelandschaft in Polittalkshowformaten bei ARD und ZDF 2025

INSM

Initiative
Neue Soziale
Marktwirtschaft

Wie Blinde von der Farbe

– die Talkshows sprechen kaum über Wirtschaft und noch seltener mit Wirtschaftsvertretern



Politische Meinungsbildung findet nach wie vor stark über Medien statt, und dort ganz besonders über die großen politischen Talkshowformate. Dies nicht nur, weil diese als Sendungen reichweitenstark sind, sondern auch immer mehr, weil Passagen daraus als Zitate oder Videoclips über Social Media verbreitet werden und damit die Reichweite vieler Aussagen aus den Sendungen – leider meist ohne Kontext – deutlich erhöhen.

Angesichts dieser Bedeutung – als ganze Sendung oder als Clip- und Zitatlieferant für Soziale Medien – haben die Redaktionen eine besondere Verantwortung, dem Programmauftrag ihrer öffentlich-rechtlichen Sender zu genügen. Dieser Programmauftrag fordert für „alle Beiträge“ die Einhaltung der Grundsätze „journalistischer Sorgfalt und Fairness und in ihrer Gesamtheit der Vielfalt der Meinungen“.

Zumindest bei den von uns untersuchten fünf großen Talkshowformaten bei ARD und ZDF, Caren Miosga, Maischberger, Maybritt Illner, Hart aber fair und Markus Lanz, mussten wir in dem Untersuchungszeitraum 2025 feststellen, dass diese Grundsätze in Bezug auf wirtschaftspolitische Themen bei der Gästerauswahl nicht eingehalten wurden. Zum einen kamen wirtschaftspolitische Themen deutlich

seltener vor, als es der wirtschaftlichen Lage angemessen wäre.

Zum anderen: Wenn schon über die Wirtschaft gesprochen wurde, dann leider meist ohne die Wirtschaft. Vertreter von Unternehmen oder Wirtschaftsverbände spielten allenfalls eine seltene Alibifunktion, wurden jedenfalls nicht regelmäßig in die Sendungen eingebunden, was schon befremdlich anmutet, wenn man den Anspruch einer umfassenden und ausgewogenen Darstellung von Themen ernst nehmen will.

Stattdessen kommen immer Politiker zu Wort – das ist nachvollziehbar, vereinzelt Ökonomen, die aber auch nicht gänzlich die Perspektive der Wirtschaft darstellen können und jede Menge Journalisten. Es hat sich geradezu etabliert, dass die Journalisten in den Talkshows andere Journalisten zu allen möglichen Themen, aber eben auch zu Wirtschaftsthemen befragten, dafür dann aber die Betroffenen oder Experten aus der Wirtschaft außen vor lassen. Dann reden aber häufig Blinde von der Farbe.

Das Ziel dieser Untersuchung ist, die Programmverantwortlichen in den Sendern dafür zu sensibilisieren, dass Sie Ihren Programmauftrag ernst nehmen und die Vielfalt der Meinungen besser darstellen sollten. Und dazu gehören bei Wirtschaftsthemen nun mal – mehr als die reichlich als Talkgäste geladenen Journalisten – Vertreter der Wirtschaft.

Berlin, März 2026

Thorsten Alsleben
Geschäftsführer INSM

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	4
2. Vorgehen und Datenerhebung	4
3. Die Talkshowformate.	6
3.1 Caren Miosga.	6
3.2 Maybrit Illner.	7
3.3 Hart aber fair	10
3.4 Markus Lanz	13
3.5 Maischberger	15
4. Zusammenfassung	18
5. Fazit und Handlungsempfehlungen	22
6. Literaturverzeichnis	23
7. Impressum	24

1. Einleitung

In einer Zeit, in der wirtschaftspolitische Fragen wieder dauerhaft im Zentrum öffentlicher Debatten stehen, kommt politischen Talkshows eine besondere Rolle zu: Sie setzen Themen, ordnen Konflikte ein und machen komplexe Zusammenhänge für ein breites Publikum greifbar. Gleichzeitig prägt die Auswahl der Gäste, welche Perspektiven als „relevant“ gelten – und welche eben nicht. Insgesamt spielen Talkshows im Rundfunk eine wichtige Rolle bei der Informationsvermittlung und folglich der öffentlichen Meinungsbildung: Rund 79 % der Fernsehzuschauer gaben an, mindestens ein durchschnittliches Interesse an politischen Themen zu haben.¹

Im Mittelpunkt der vorliegenden Studie steht die Frage, wie ausgewogen wirtschaftspolitische Debatten in den großen Talkshowformaten besetzt sind und ob Stimmen aus der wirtschaftlichen Praxis neben Politik und Medien auch angemessen zu Wort kommen. Denn die Qualität der Diskussion hängt nicht nur von guter Moderation ab, sondern auch

davon, ob betroffene Anspruchsgruppen ihre Sicht einbringen können. Damit knüpft die Studie an bisherige INSM-Analysen der Talkshowformate von 2023 an und aktualisiert sie um die Daten aus dem Jahr 2025.

Untersucht werden in der 2025er-Auflage die folgenden Formate von ARD und ZDF: „Markus Lanz“, „Caren Miosga“, „Maybrit Illner“, „hart aber fair“ und „Maischberger“. Damit bleibt der Fokus auf den reichweitenstärksten Formaten, die den politischen Diskurs in Deutschland besonders sichtbar prägen.

Die Studie geht dabei wie folgt vor: Zunächst werden das konkrete methodische Vorgehen und die Datenerhebung skizziert. Anschließend werden die Ergebnisse der fünf unterschiedlichen Formate dargestellt und schließlich werden die Ergebnisse zusammenfassend diskutiert und eingeordnet.

2. Vorgehen und Datenerhebung

Mit dem Ziel einer homogenen Ausgestaltung der Studienergebnisse und dem Anspruch an wissenschaftliche Qualität wurden die zentralen Eckpunkte der Untersuchung zu Beginn des Studienverfahrens festgelegt. Analysiert werden die Talkshowformate „Caren Miosga“, „Maybrit Illner“, „hart aber fair“, „Markus Lanz“ und „Maischberger“. Diese fünf Formate erzielten in den neuesten Erhebungen von 2024 innerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks die höchsten Reichweiten, ähnlich stark rezipierte Formate im privatwirtschaftlichen Fernsehen gibt es derzeit nicht. Das Talkshowformat „Caren Miosga“ erreichte

2024 durchschnittlich 3,21 Millionen Menschen mit einem Marktanteil von 14,4 % und ist damit das reichweitenstärkste Format. Dahinter folgen „Maybrit Illner“ mit rund 2,41 Millionen Zuschauern und 14,1 % Marktanteil, „hart aber fair“ mit 2,3 Millionen Rezipienten und 9,7 % Marktanteil. Die Talkshow „Markus Lanz“ hatte in dem Zeitraum durchschnittlich 1,55 Millionen Zuschauer mit 15,2 % Marktanteil, „Maischberger“ kam auf 1,47 Millionen Zuschauer und 12,1 % Marktanteil.² In zahlreichen Medienanalysen gelten deswegen diese fünf Talkshows als Leitformate des Rundfunks, zumal eine umfassende Anschlusskommunikation

¹ Vgl. AGF VIDEOFORSCHUNG GMBH (2025), o. S.

² Vgl. epd medien (2025), o. S.

stattfindet: Aussagen der Gäste werden von anderen Medien zitiert und Ausschnitte aus den Sendungen werden von Gästen der Sendung sowie anderen Nutzern in den sozialen Medien hochgeladen. Nach eigenen Auswertungen der Erwähnungen dieser Talkshows mit dem Analysetool Meltwater für Erwähnungen in Nachrichten und Broadcastformaten wurde die Sendung von Markus Lanz am häufigsten zitiert (54.970 Erwähnungen mit einer geschätzten Reichweite von 104,9 Milliarden Impressionen), gefolgt von „Maischberger“ (43.810 Erwähnungen und 79,4 Milliarden Impressionen), „Caren Miosga“ (25.523 Erwähnungen mit 48,5 Milliarden Impressionen), „Maybrit Illner“ (20.674 Erwähnungen und 24,3 Milliarden Impressionen) und zuletzt „hart aber fair“ (12.296 Erwähnungen und 24,3 Milliarden Impressionen).

Das im November gestartete Format „Meinungsfreiheit“ mit Nena Brockhaus bei WELT-TV erzielte bislang hohe Reichweiten im linearen Fernsehen sowie hohe Aufrufzahlen in den sozialen Medien. Da das Format 2025 nicht durchgängig sendete und bislang nicht an die Reichweiten der fünf Formate des öffentlich-rechtlichen Rundfunks reicht, wird das Format in dieser Analyse nicht betrachtet. In einer Neuauflage könnte dieses Format allerdings Teil der Studie werden.

In die Auswertung gingen ausschließlich Sendungen ein, die einen direkten oder indirekten wirtschaftspolitischen Bezug aufweisen. Sendungen ohne entsprechenden Bezug wurden nicht berücksichtigt. Gleiches gilt für Ausgaben, in denen wirtschaftspolitische Themen weniger als die Hälfte der Sendezeit ausmachten. Der Untersuchungszeitraum umfasst die Kalenderwochen 1 bis 52. Im Anschluss an diese Vorauswahl wurden die Gäste der jeweiligen Sendungen erfasst und – wie in der Voraufgabe – den folgenden Kategorien zugeordnet: Journalisten, Menschen aus „Kunst und Kultur“, Wirtschaftsverbandsvertreter, sonstige

Verbandsvertreter, Wirtschaftswissenschaftler, sonstige Wissenschaftler, Politiker, Menschen aus der Zivilgesellschaft, Gewerkschaftsvertreter sowie Unternehmer. Politiker wurden darüber hinaus nach Parteien differenziert.

Darauf aufbauend wurden die Gäste je Kategorie zusammengeführt, ins Verhältnis gesetzt und ihre Anteile an der Gesamtzahl der Gäste berechnet. Zusätzlich wurden Unternehmer sowie Wirtschaftsverbandsvertreter zu einem Cluster „Wirtschaftsvertreter“ zusammengefasst und deren Anteil an der Gesamtheit gesondert ausgewiesen.

Weiterhin wurden die analysierten Sendungen insgesamt summiert und ihr Anteil an allen im Untersuchungszeitraum ausgestrahlten Sendungen wurde ermittelt. Ergänzend wurde berechnet, wie hoch der Anteil der Sendungen ist, in denen mindestens ein Wirtschaftsvertreter oder Ökonom zu Gast war. Entsprechend wurde auch der Anteil der Sendungen bestimmt, in denen kein einziger Wirtschaftsvertreter oder Ökonomen vertreten war.

Abschließend wurden die Kategorien formatübergreifend kumuliert und sowohl zueinander als auch zur Gesamtheit der Gäste in Beziehung gesetzt. Zur besseren Übersichtlichkeit sind die ausgewiesenen Werte auf eine Nachkommastelle gerundet. Rundungsdifferenzen beeinflussen die Ergebnisse nicht grundlegend und verändern die daraus abgeleiteten Schlussfolgerungen nicht. Um die Darstellung in den Grafiken schlank zu halten und den Lesefluss zu erleichtern, wird das generische Maskulinum verwendet.

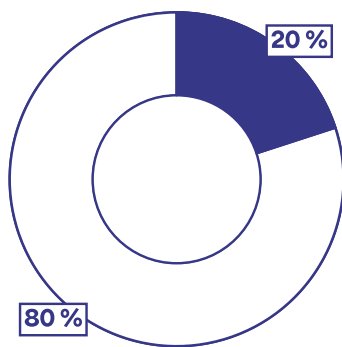
3. Die Talkshowformate

3.1 Caren Miosga

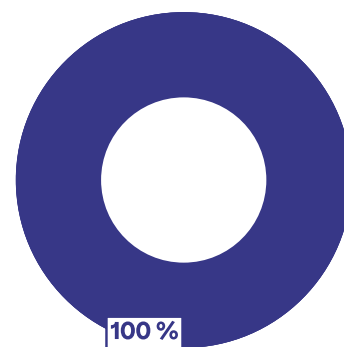
Caren Miosga moderierte 2025 30-mal ihre gleichnamige Talkshow, wovon sechs Sendungen (20,0 %) einen wirtschaftspolitischen Bezug aufwiesen. Damit liegt die Talkshow im Durchschnitt der untersuchten Formate. In allen sechs Sendungen kam mindestens ein Vertreter aus der Kategorie „Unternehmer“, „Wirtschaftsverbandsvertreter“ oder „Ökonomen“ zu Wort.

Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft – 2025

- Wirtschaftliche Themen
- Sonstige

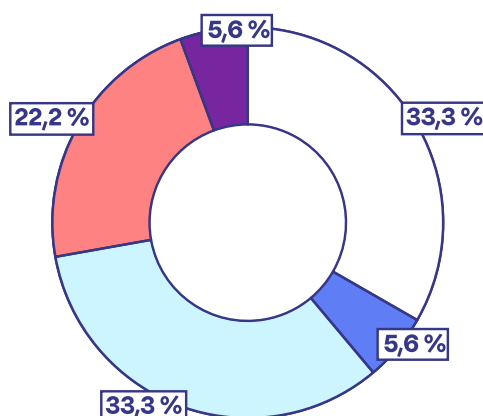


- Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen mit mind. einem Unternehmer, Wirtschaftsverbandsvertreter oder Ökonomen
- Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen ohne mind. einen Unternehmer, Wirtschaftsverbandsvertreter oder Ökonomen



Insgesamt wurden zu den sechs Sendungen mit wirtschaftspolitischem Bezug 18 Gäste eingeladen. Die größte Gruppe unter den Gästen bilden Politiker sowie Ökonomen mit jeweils sechs Auftritten (33,3 %). Darauf folgen Journalisten mit vier Auftritten (22,2 %), ein Vertreter eines Wirtschaftsverbands (5,6 %) und ein Gewerkschaftsvertreter (5,6 %). Somit stellen Vertreter mit wirtschaftlicher Praxis nur einen marginalen Anteil mit 5,6 % der Gäste in wirtschaftspolitischen Sendungen dieses Formats.

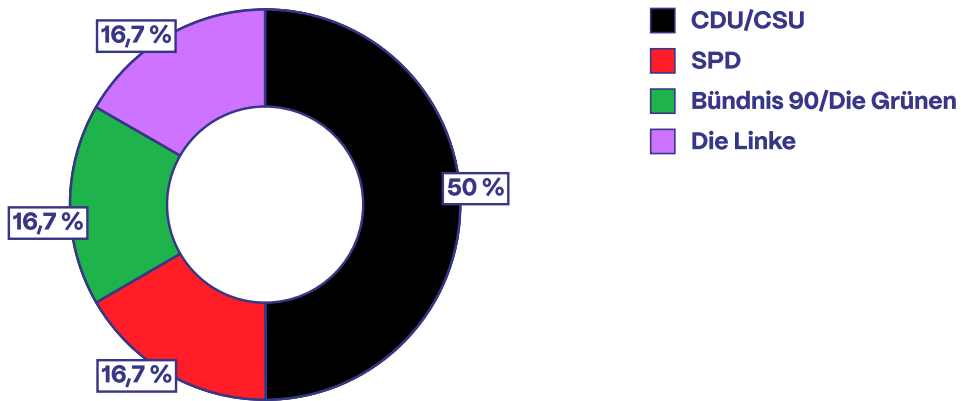
Ressorts der Gäste bei „Caren Miosga“ – 2025



- Politiker
- Wirtschaftsverbandsvertreter
- Ökonomen
- Journalisten
- Gewerkschaftsvertreter

In diesem Format sind CDU und CSU zusammen mit drei Auftritten am häufigsten vertreten, gefolgt von der SPD, Grünen und Linken mit jeweils einem Vertreter.

Auftritte von Politikern bei „Caren Miosga“ nach Parteien – 2025



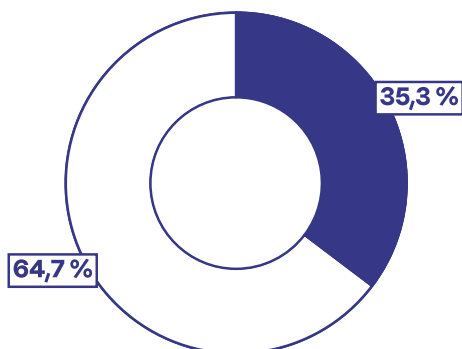
Die Talkshow „Caren Miosga“ wurde in der diesjährigen Analyse zum ersten Mal untersucht, ein Vergleich ist mit der Studie von 2023 somit nicht möglich.

3.2 Maybrit Illner

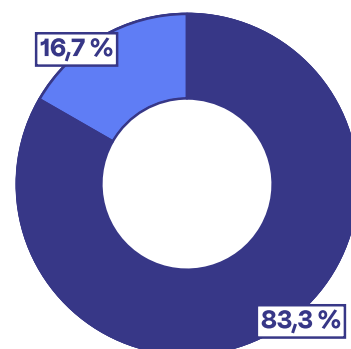
Die Talkshow „Maybrit Illner“ wurde im vergangenen Jahr 34-mal ausgestrahlt mit zwölf Sendungen zur Wirtschaftspolitik (35,3 %). Damit liegt dieses Talkshowformat deutlich über dem Durchschnitt der anderen Formate von knapp 20 %. In zwei der Sendungen zur Wirtschaftspolitik waren keine theoretischen oder praktischen Perspektiven aus der Wirtschaft zugegen, also in 16,7 % der Fälle.

Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft – 2025

- Wirtschaftliche Themen
- Sonstige

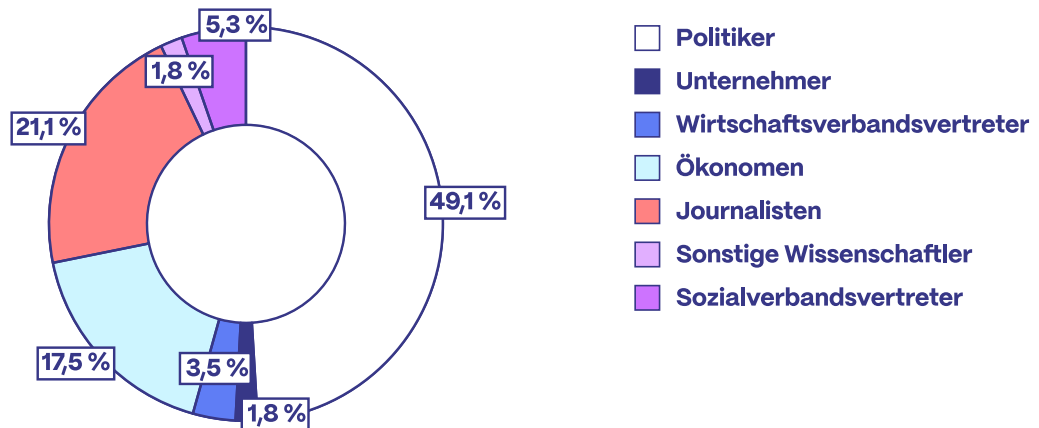


- Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen mit mind. einem Unternehmer, Wirtschaftsverbandsvertreter oder Ökonomen
- Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen ohne mind. einen Unternehmer, Wirtschaftsverbandsvertreter oder Ökonomen



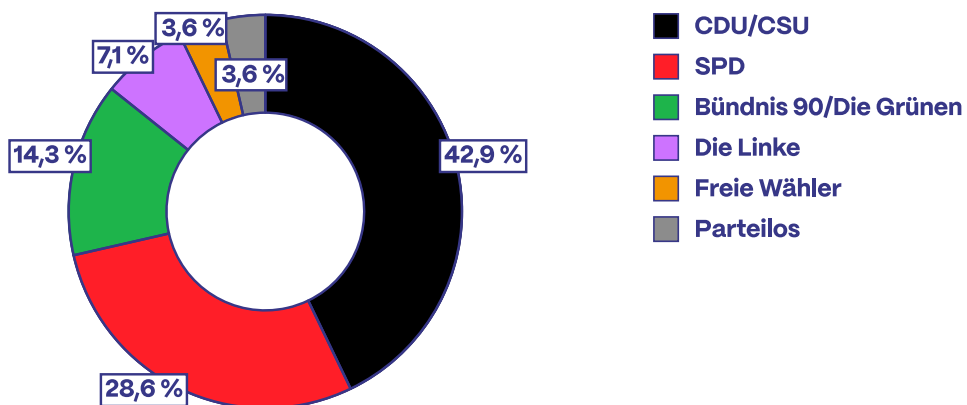
Wird die Zusammensetzung der Gäste näher beleuchtet, ist die Gruppe der Politiker mit 28 der 57 Gäste-Slots (49,1%) am häufigsten vertreten. Dahinter folgen zwölf Auftritte von Journalisten (21,1%), zehn von Ökonomen (17,5%), zwei von Vertretern von Wirtschaftsverbänden (3,5%) und ein Auftritt eines Unternehmers (1,8%). Somit hat die Gruppe der Wirtschaftsvertreter lediglich einen Anteil von 5,3% der Gäste. Als weiteres Cluster trat ein Wissenschaftler nicht ökonomischer Disziplin (1,8%) auf und es kamen dreimal Sozialverbände (5,3%) zu Wort.

Ressorts der Gäste bei „Maybrit Illner“ – 2025



Betrachtet man die Gruppe der Politiker hinsichtlich der Parteizugehörigkeit, stellt die CDU und CSU die größte Gruppe mit zwölf Gästen, gefolgt von SPD (8), den Grünen (4), Die Linke (2) und einem Vertreter der Freien Wähler sowie einem parteilosen Politiker.

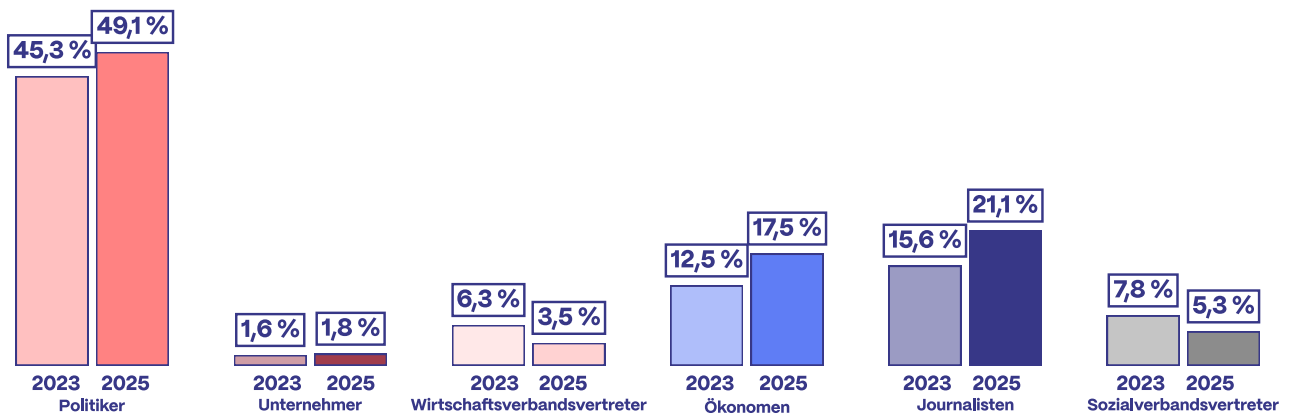
Auftritte von Politikern bei „Maybrit Illner“ nach Parteien – 2025



Vergleich zu 2023

Die Zusammensetzung der Gästelandschaft ist überwiegend gleichgeblieben. Der Anteil der Politiker ist von 45,3 % 2023 auf 49,1 % leicht gestiegen. Die Zahl der Wirtschaftsvertreter ist von 7,8 % auf 5,3 % gesunken. Darunter ist die Zahl der Unternehmer nahezu gleichgeblieben (2023: 1,6 %, 2025: 1,8 %), wohingegen die Zahl der Vertreter von Wirtschaftsverbänden stark sank (2023: 6,3 %, 2025: 3,5 %). Auch der Gästeanteil der Sozialverbände sank von 7,8 % auf 5,3 % in diesem Jahr. Der Anteil der Ökonomen stieg dagegen von 12,5% auf 17,5 % im Jahr 2025. Der Anteil der Journalisten stieg von 15,6 % im Jahr 2023 auf 21,1 % in diesem Jahr.

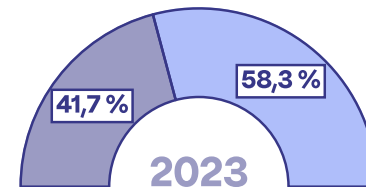
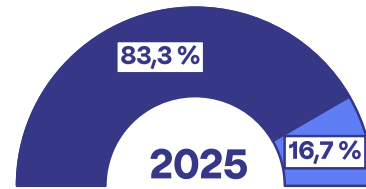
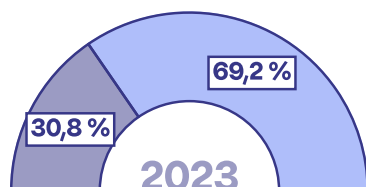
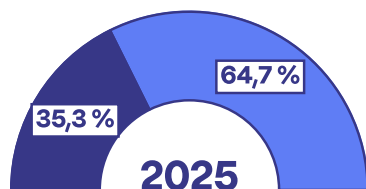
Ressorts der Gäste bei „Maybrit Illner“



Die Zahl der Sendungen mit einem wirtschaftspolitischen Bezug stieg von 30,8 % im Jahr 2023 auf 35,3 %. Zwar blieb die Anzahl der wirtschaftspolitischen Sendungen mit 12 an der Zahl konstant, aber die Gesamtzahl der Sendungen von Maybrit Illner sank von 39 auf 34 in diesem Jahr. Die Sendungen mit wirtschaftspolitischem Bezug und mindestens einem Wirtschaftsvertreter oder Ökonomen verdoppelte sich nahezu (2023: 41,7 %, 2025: 83,3 %).

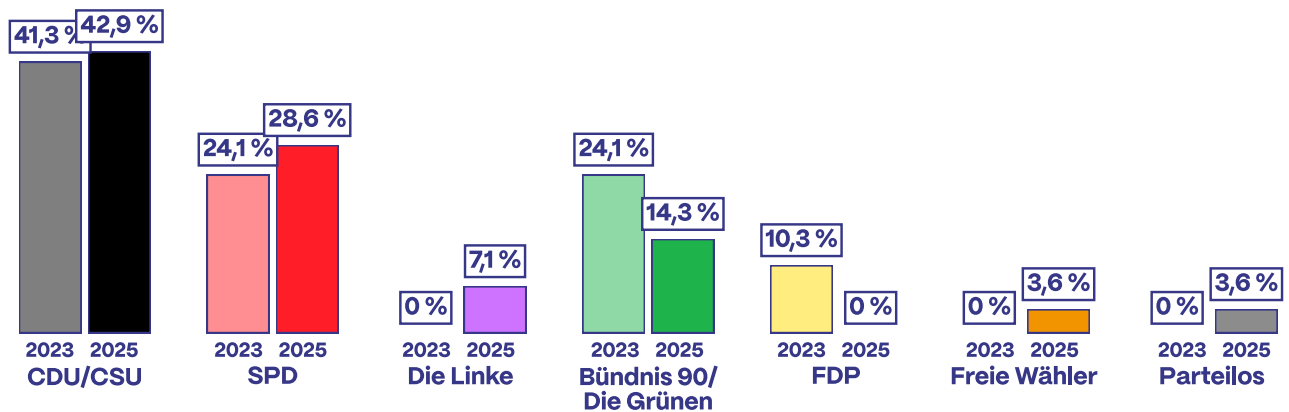
Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft

- Wirtschaftliche Themen
- Sonstige
- Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen mit mind. einem Unternehmer, Wirtschaftsverbandsvertreter oder Ökonomen
- Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen ohne mind. einen Unternehmer, Wirtschaftsverbandsvertreter oder Ökonomen



Auch die parteipolitische Zusammensetzung veränderte sich stark: Die SPD konnte ihren Anteil leicht vergrößern (2023: 24,1 %, 2025: 28,6 %), die Grünen stellen nun einen deutlich geringeren Anteil (2023: 24,1 %, 2025: 14,3 %), ebenso wie die FDP (2023: 10,3 %, 2025: 0,0 %). Der Anteil von CDU/CSU bleibt nahezu unverändert (2023: 41,3 %, 2025: 42,9 %). Im Vergleich zur Voranalyse müssen 2025 zum ersten Mal Die Linke (2025: 7,1 %), die Freien Wähler (2025: 3,6 %) und ein parteiloser Politiker (2025: 3,6 %) aufgeführt werden.

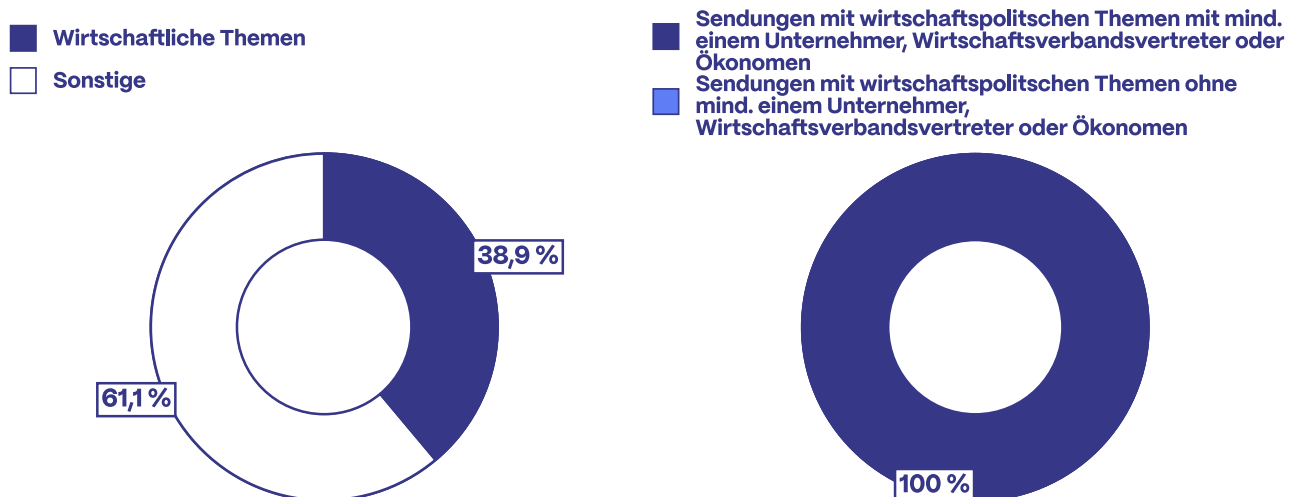
Auftritte von Politikern bei „Maybrit Illner“ nach Parteien



3.3 Hart aber fair

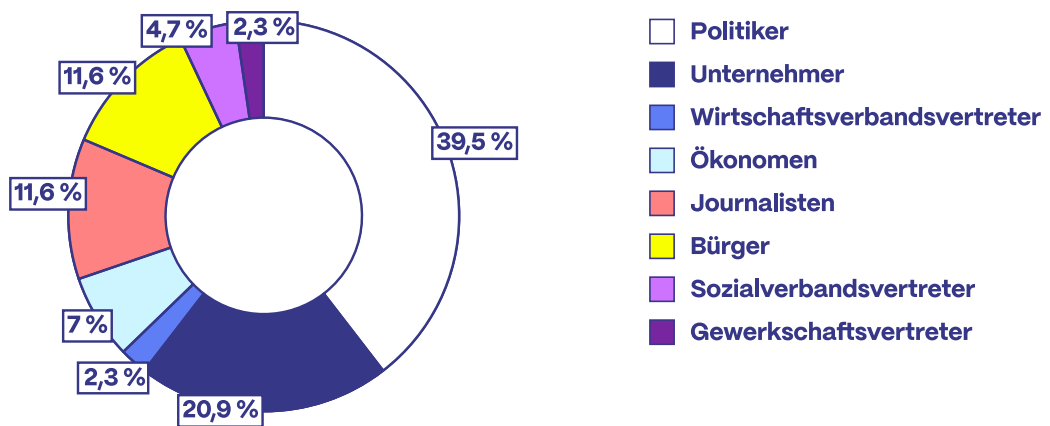
Im Jahr 2025 gab es insgesamt 18 ausgestrahlte Ausgaben von „hart aber fair“. Davon hatten sieben Sendungen einen Wirtschaftsbezug (38,9 %) und elf keinen (61,1 %). Keine der sieben wirtschaftsbezogenen Sendungen kam ohne mindestens einen Gast aus den Kategorien „Unternehmer“, „Wirtschaftsverband“ oder „Ökonomen“ aus.

Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft – 2025



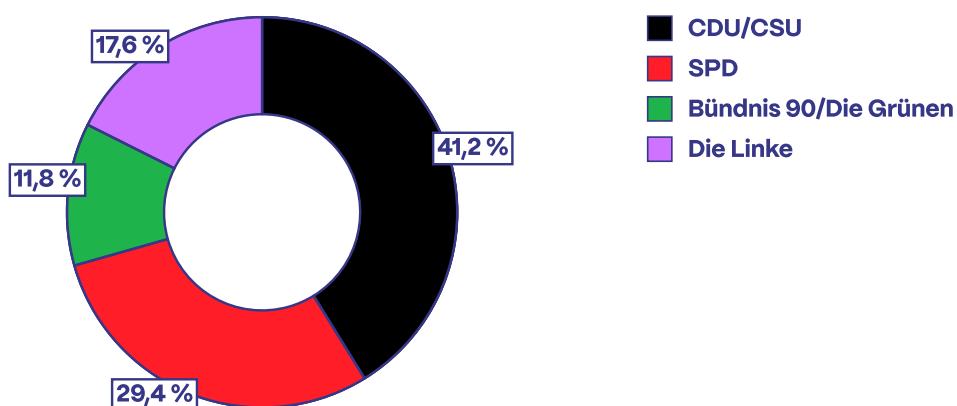
In den wirtschaftsbezogenen Sendungen bleibt „hart aber fair“ ein klar politikgeprägtes Format: Politiker stellen 17 von 43 Gäste-Slots (39,5 %) und sind damit die größte Gruppe. Gleichzeitig ist der Anteil wirtschaftsnaher Stimmen vergleichsweise hoch: 10 von 43 Gästen (23,3 %) gehören zum Cluster „Wirtschaftsvertreter“. Innerhalb dieses Clusters dominieren Unternehmer mit 9 Auftritten (20,9 %), während ein Wirtschaftsverbandsvertreter einmal (2,3 %) vertreten ist. Ökonomen kommen zusätzlich dreimal (7,0 %) vor. Journalisten sind in den wirtschaftsbezogenen Sendungen fünfmal (11,6 %) vertreten und liegen damit hinter den Wirtschaftsvertretern. Weitere Gruppen spielen eine untergeordnete Rolle: „Bürger“ sind fünfmal (11,6 %) vertreten, Sozialverbände zweimal (4,7 %) und Gewerkschaften einmal (2,3 %). Sonstige Wissenschaft sowie „Kunst und Kultur“ sind in den wirtschaftsbezogenen Sendungen nicht vertreten.

Ressorts der Gäste bei „hart aber fair“ – 2025



Parteienverteilung unter den Politiker-Gästen (17 Auftritte): Die CDU und CSU sind mit sieben Auftritten am häufigsten vertreten, gefolgt von der SPD (5), Die Linke (3) und den Grünen (2). FDP, AfD, BSW, Freie Wähler sowie parteilose Politiker treten in den wirtschaftsbezogenen Sendungen nicht auf.

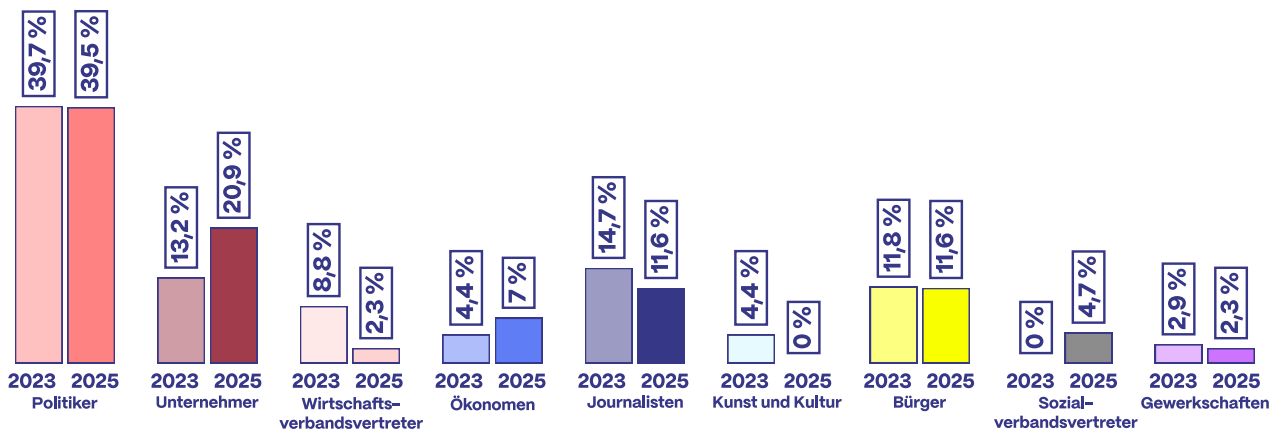
Auftritte von Politikern bei „hart aber fair“ nach Parteien – 2025



Vergleich zu 2023

Die Grundstruktur bleibt stabil: 2023 lag der Politikeranteil bei 27 Auftritten (39,7 %) und damit praktisch auf dem Niveau von 2025 (39,5 %). Verschoben hat sich vor allem die Zusammensetzung der Nicht-Politiker: 2023 waren Journalisten mit zehn Auftritten (14,7 %) stärker präsent als 2025 (fünf; 11,6 %). Gleichzeitig liegt der Anteil der Wirtschaftsvertreter 2025 bei 23,3 % (2023: 15 Auftritte; 22,0 %). Während 2023 die Wirtschaftsvertreter relativ ausgeglichen zwischen Unternehmern (neun Auftritte; 13,2 %) und Wirtschaftsverbandsvertretern (sechs Auftritte; 8,8 %) verteilt waren, wird das Cluster 2025 deutlich stärker von Unternehmern geprägt. Ihr Anteil steigt auf 20,9 % aller Gäste-Slots.

Ressorts der Gäste bei „hart aber fair“

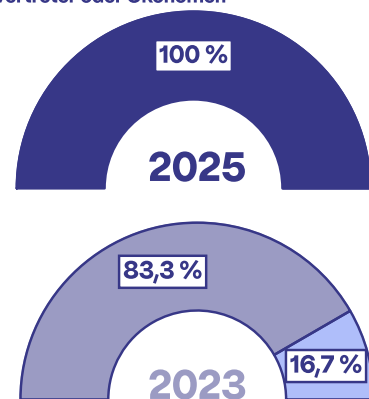
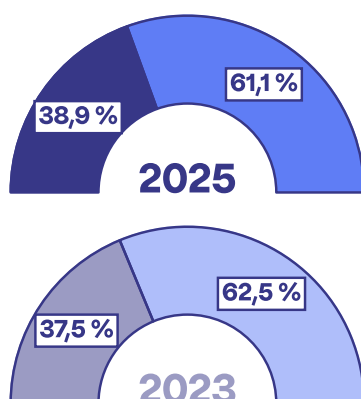


Der Anteil der Folgen mit Wirtschaftsbezug bleibt nahezu unverändert (2023: 12 von 32; 37,5 % vs. 2025: 7 von 18; 38,9 %), jedoch stieg der Anteil von Sendungen mit mindestens einem Vertreter der Wirtschaft oder Ökonom deutlich (2023: 83,3 %, 2025: 100 %).

Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft

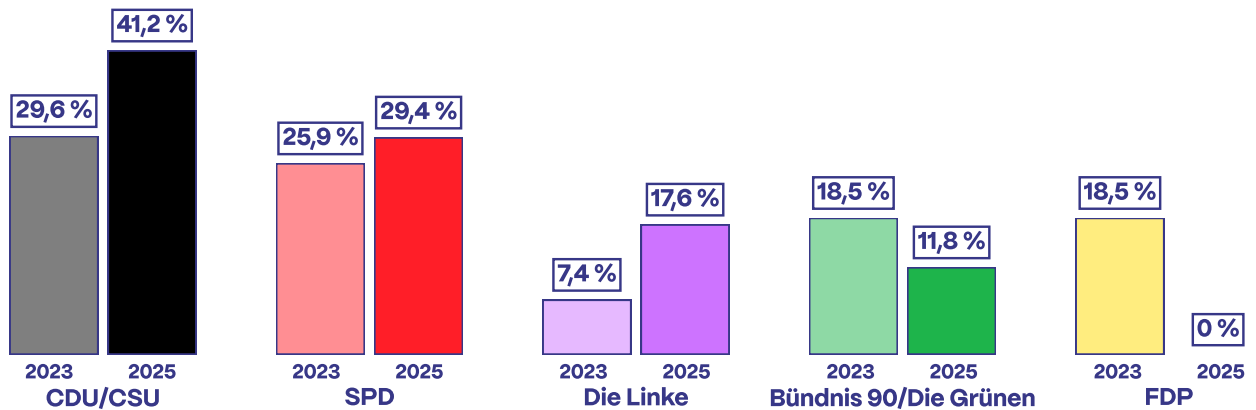
■ Wirtschaftliche Themen ■ Sonstige

■ Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen mit mind. einem Unternehmer, Wirtschaftsverbandsvertreter oder Ökonomen
 ■ Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen ohne mind. einem Unternehmer, Wirtschaftsverbandsvertreter oder Ökonomen



Der Anteil der Unionspolitiker stieg im Vergleich zur Vorstudie stark (2023: 29,6 %, 2025: 41,2 %) und auch Die Linke konnte ihren Anteil ausbauen (2023: 7,4 %, 2025: 17,6 %). Ebenfalls leicht vergrößerte sich der Anteil der SPD-Politiker (2023: 25,9 %, 2025: 29,4 %). Die Grünen verzeichnen hingegen starke Einbußen (2023: 18,5 %, 2025: 11,8 %), ebenso die FDP (2023: 18,5 %, 2025: 0,0 %).

Auftritte von Politikern bei „hart aber fair“ nach Parteien

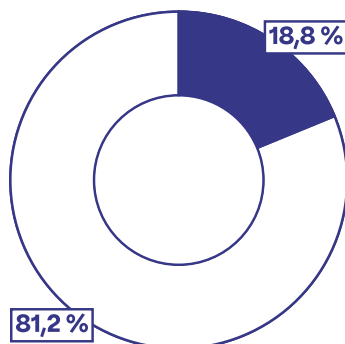


3.4 Markus Lanz

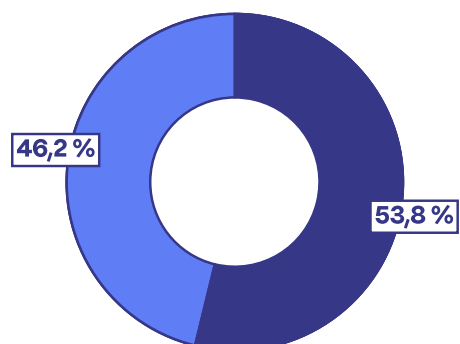
Die Talkshow „Markus Lanz“ ist mit 138 Sendungen das umfangreichste Format dieser Analyse. Wirtschaftspolitische Themen kommen hingegen kaum vor. Lediglich 26 der 138 Ausgaben (18,8 %) behandeln wirtschaftspolitische Themen. Ebenfalls bemerkenswert ist die Zahl der Sendungen, die einen wirtschaftspolitischen Bezug aufweisen, aber keine Vertreter der Wirtschaft oder Ökonomen als Gäste zu Wort kommen lassen. In 12 Sendungen (46,2 % der Sendungen mit wirtschaftspolitischem Bezug) ist das der Fall – kein anderes Talkshowformat dieser Untersuchung hat in mehr Sendungen über statt mit Wirtschaftsexperten gesprochen.

Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft – 2025

- Wirtschaftliche Themen
- Sonstige

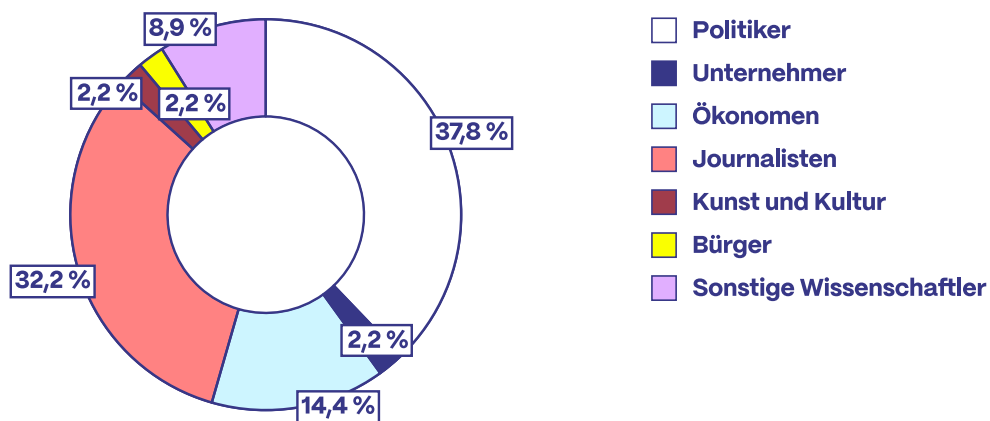


- Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen mit mind. einem Unternehmer, Wirtschaftsverbandsvertreter oder Ökonomen
- Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen ohne mind. einem Unternehmer, Wirtschaftsverbandsvertreter oder Ökonomen



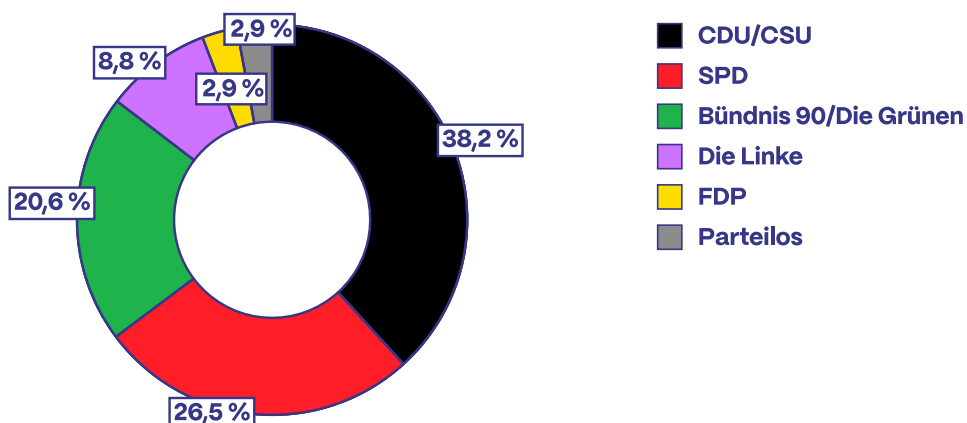
Wird die Zusammensetzung der Gäste in Sendungen mit wirtschaftspolitischem Bezug betrachtet, stellen Politiker mit 34 von 90 Gäste-Slots (37,8 %) die größte Gruppe dar. Dahinter folgen 29 Journalisten (32,2 %) und auf das Cluster der Wirtschaftsvertreter entfallen zwei Auftritte (2,2 %), wobei zwei Unternehmer (2,2 %) und keine Vertreter von Wirtschaftsverbänden zu Wort kommen. Zusätzlich waren 13 Ökonomen (14,4 %) zu Gast in der Talkshow. Als weitere Gruppe kommen Wissenschaftler sonstiger Disziplinen mit acht Auftritten (8,9 %) zu Wort sowie zwei Gäste aus „Kunst und Kultur“ (2,2 %) und zwei Bürger (2,2 %).

Ressorts der Gäste bei „Markus Lanz“ – 2025



Bei der Parteizugehörigkeit unter den 34 Politikerauftritten sind CDU und CSU mit 13 Auftritten führend, gefolgt von der SPD mit neun, den Grünen mit sieben, Die Linke mit drei und der FDP mit einem Auftritt. Zudem gab es einen parteilosen Politiker. Bemerkenswert ist, dass die AfD in keiner der Sendungen mit wirtschaftspolitischem Bezug als Gast vertreten ist. Das gilt auch für das BSW und die Freien Wähler.

Auftritte von Politikern bei „Markus Lanz“ nach Parteien – 2025

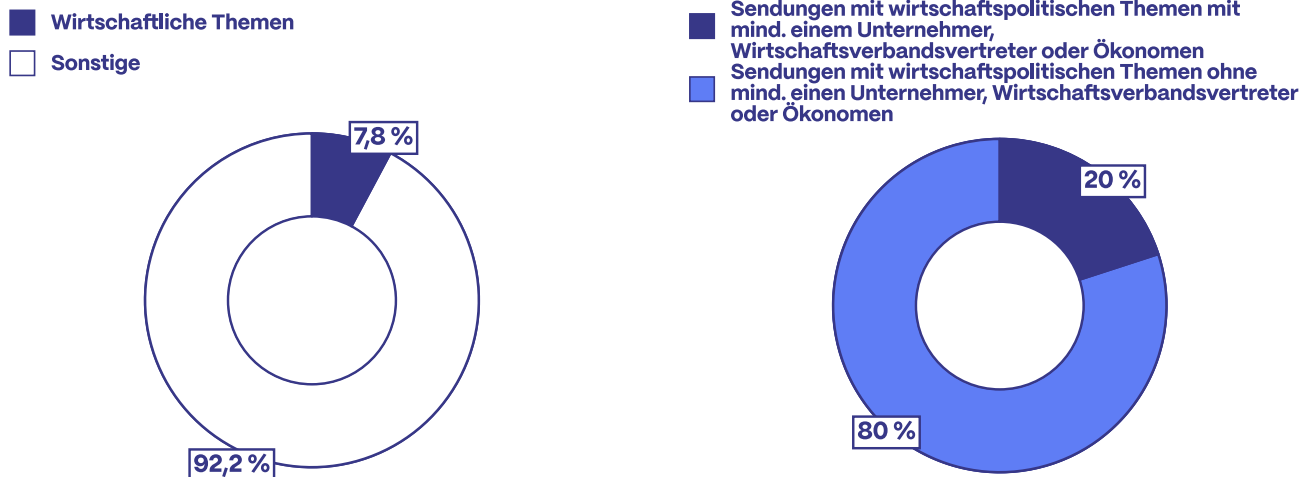


Da die Talkshow „Markus Lanz“ in dieser Analyse zum ersten Mal untersucht wurde, ist ein Vergleich mit der Studie von 2023 nicht möglich.

3.5 Maischberger

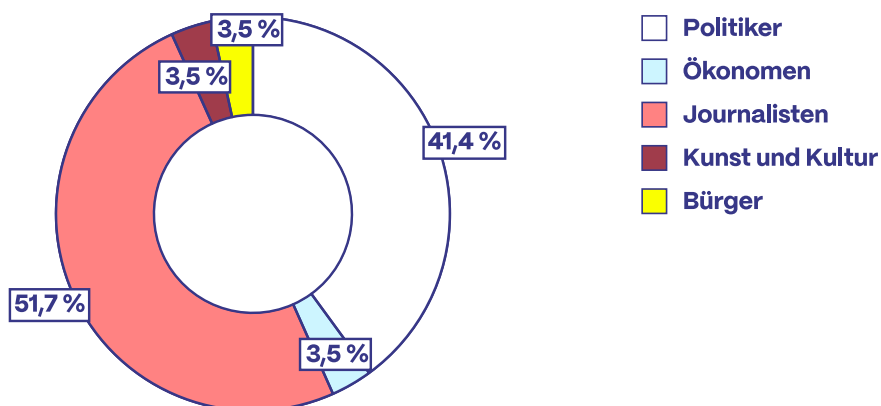
Die Talkshow von Sandra Maischberger wurde im Jahr 2025 64-mal ausgestrahlt, davon hatten nur fünf Folgen einen wirtschaftspolitischen Bezug. Das entspricht 7,8 % der Sendungen und ist damit deutlich unterhalb des Durchschnitts der hier untersuchten Talkshowformate. Zusätzlich ist bemerkenswert, dass vier dieser wirtschaftspolitischen Sendungen ohne einen Vertreter der Wirtschaft oder Ökonomen als Gast produziert wurden. Das entspricht einem Anteil von 80 %.

Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft – 2025



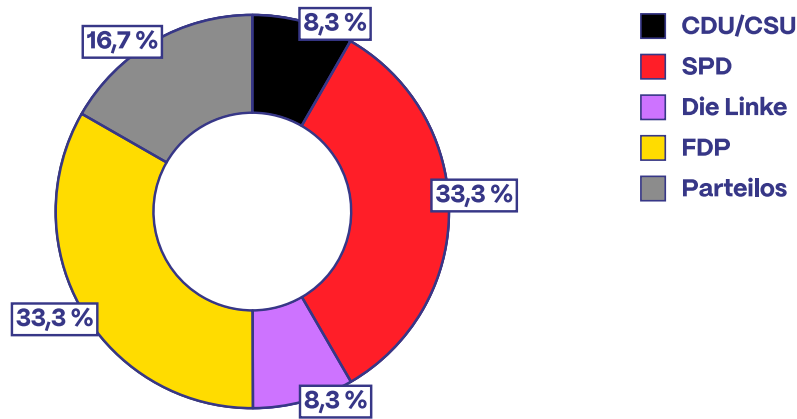
Trotz der geringen Anzahl der wirtschaftspolitischen Sendungen wurden 29 Gäste-Slots untersucht. Das liegt an dem Format der Sendung, in dem drei Journalisten kommentieren und zumeist drei Gäste interviewt werden. Die größte Gruppe unter den Gästen stellen folglich die Journalisten mit 15 Auftritten (51,7 %). Darauf folgt die Gruppe der Politiker mit 12 Auftritten (41,4 %) und als kleinste Gruppe lediglich ein Ökonom (3,5 %). Es lässt sich folglich konstatieren, dass über wirtschaftspolitische Themen nur partiell aus einer theoretischen Perspektive gesprochen wird, aber ohne praktisch-unternehmerische Expertise. Mit einem Anteil von 0 % der Gäste bei wirtschaftspolitischen Sendungen, die Vertreter der Wirtschaft sind, stellt das Format „Maischberger“ den niedrigsten Wert unter den analysierten Talkshowformaten dar. Zudem sind die Gruppen „Kunst und Kultur“ sowie „Bürger“ jeweils einmal vertreten (3,5 %).

Ressorts der Gäste bei „Maischberger“ – 2025



Bei der parteipolitischen Analyse der Politiker führen diesmal die SPD und FDP jeweils mit vier Gästen, zwei parteilose Politiker folgen darauf sowie CDU/CSU mit einem Vertreter und Die Linke mit einem Vertreter.

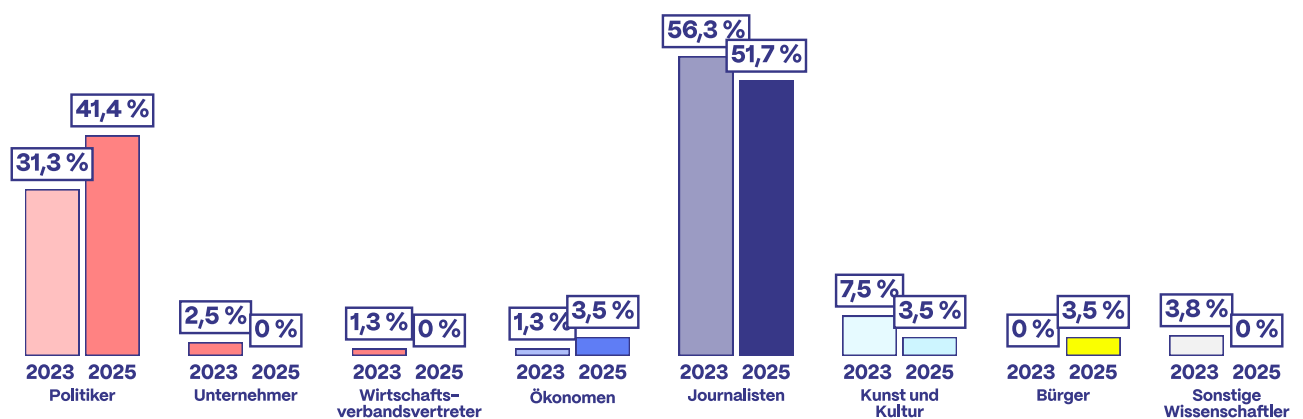
Auftritte von Politikern bei „Maischberger“ nach Parteien – 2025



Vergleich zu 2023

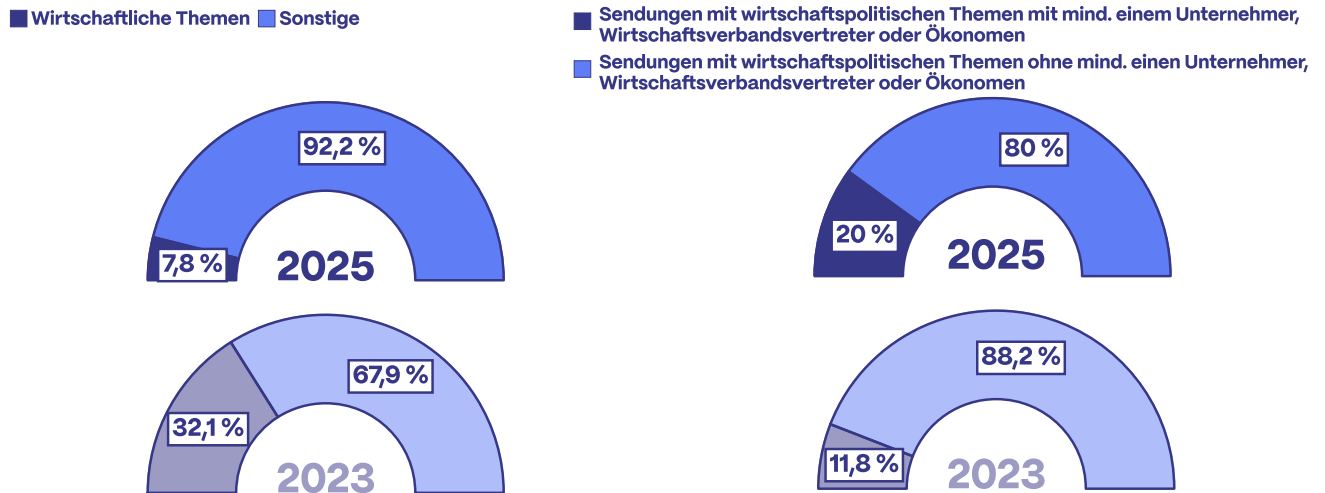
Wie bereits im Jahr 2023 ist das Cluster der Journalisten die größte Gruppe unter den Gästen, wenn sie auch leicht geschrumpft ist (2023: 56,3 %, 2025: 51,7 %). Dahinter folgt erneut die Gruppe der Politiker, die deutliche Zuwächse von 31,3 % 2023 auf 41,4 % 2025 verzeichnet. Der Anteil der Vertreter der Wirtschaft war bereits 2023 mit 3,8 % verschwindend gering, dies führt sich 2025 mit 0 % noch stärker fort.

Ressorts der Gäste bei „Maischberger“



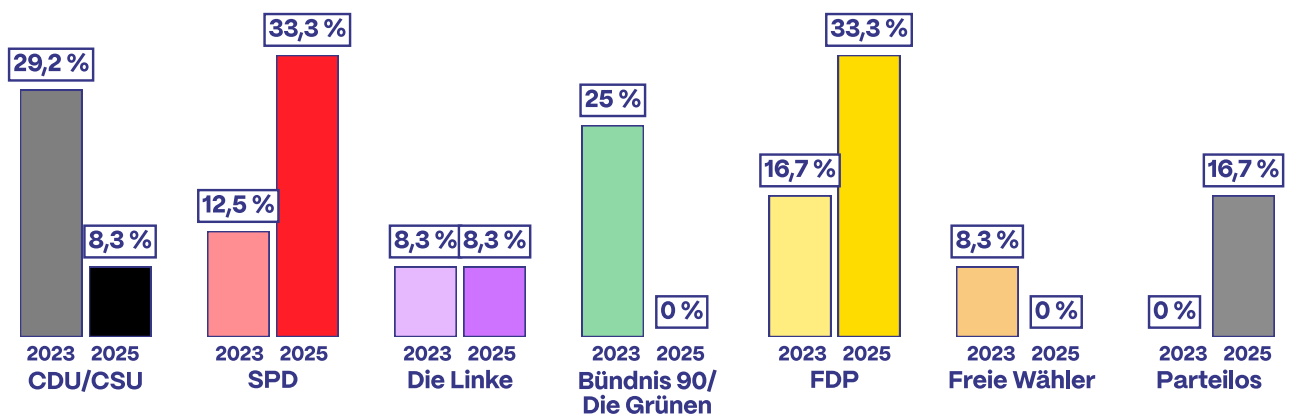
Die Sendungen mit wirtschaftspolitischem Bezug sanken stark von 32,1 % im Jahr 2023 auf gerade einmal 7,8 % 2025. Die Zahl der wirtschaftspolitischen Sendungen mit mindestens einem Vertreter der Wirtschaft oder Ökonomen ist dagegen deutlich gestiegen (2023: 11,8 %, 2025: 20 %), auch wenn konstatiert werden muss, dass dies an der gesunkenen Menge an wirtschaftspolitischen Sendungen liegt.

Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft



Bei der parteipolitischen Zugehörigkeit der Politiker verzeichnet die Union einen starken Rückgang ihres Anteils (2023: 29,2 %, 2025: 8,3 %), ebenso die Grünen (2023: 25,0 %, 2025: 0,0 %) und die Freien Wähler (2023: 8,3 %, 2025: 0,0 %). Die SPD (2023: 12,5 %, 2025: 33,3 %) und die FDP (2023: 16,7 %, 2025: 33,3 %) können ihren Anteil stark ausbauen. Der Anteil der Linken verändert sich zur Vorstudie nicht (2023: 8,3 %, 2025: 8,3 %), dafür traten 2025 erstmals parteilose Politiker in der Sendung auf (2025: 16,7 %).

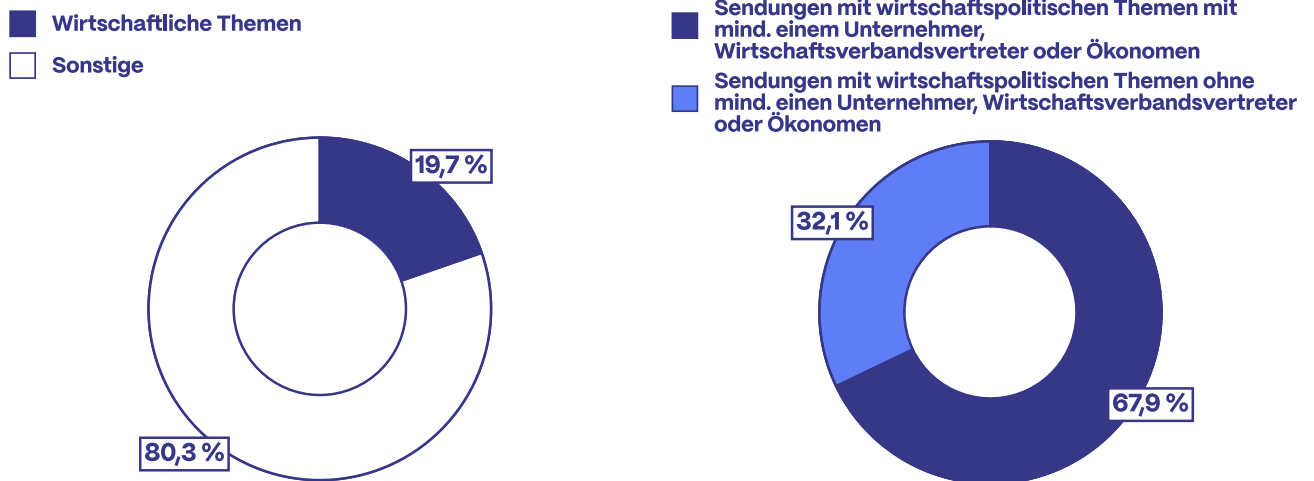
Auftritte von Politikern bei „Maischberger“ nach Parteien



4. Zusammenfassung

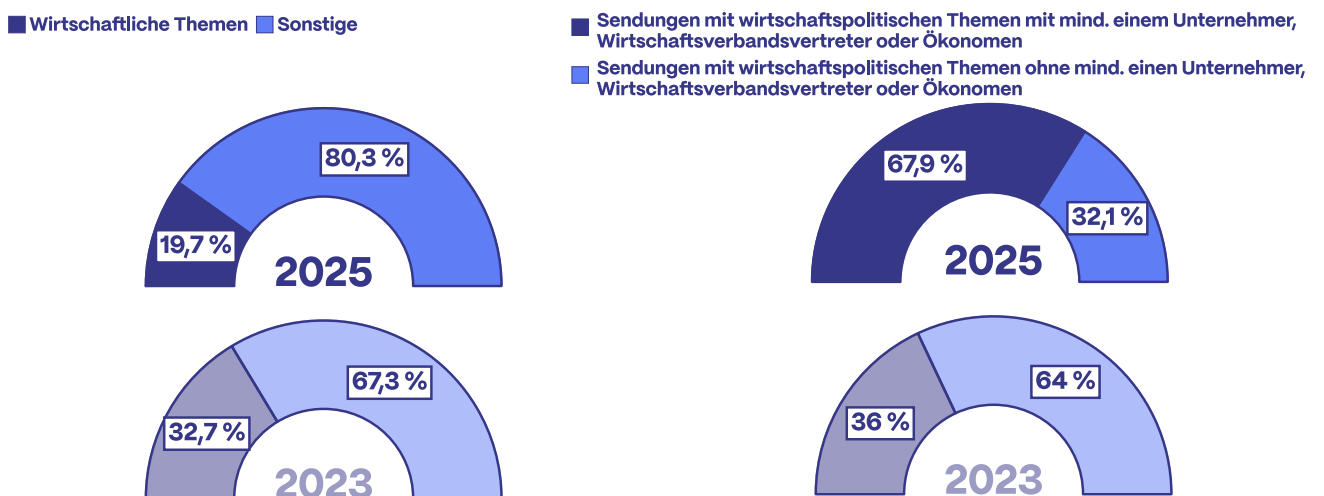
Von den 284 ausgestrahlten Sendungen hatten 56 einen wirtschaftspolitischen Bezug (19,7 %). In 18 dieser Sendungen (32,1 %) kam kein Vertreter der Wirtschaft oder Wirtschaftswissenschaft zu Wort.

Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft – 2025



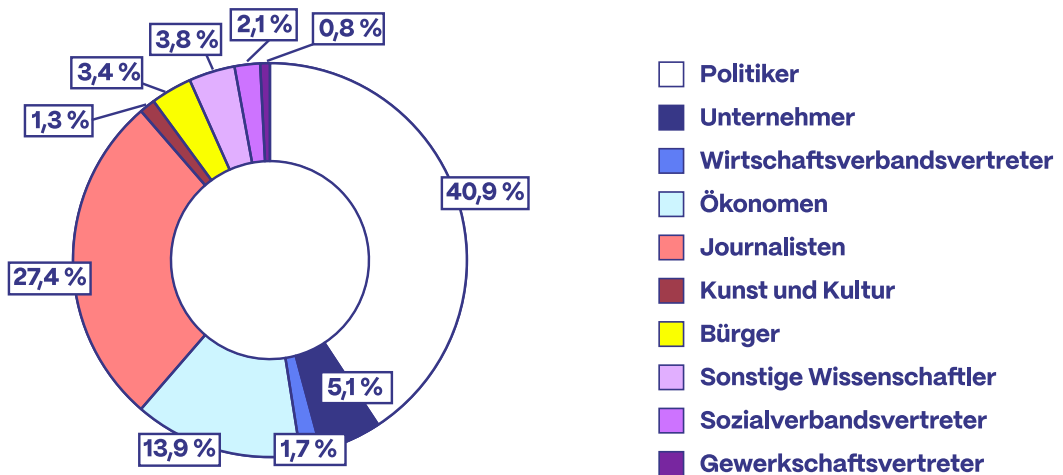
Verglichen mit der Analyse aus dem Jahr 2023 sank der Anteil der wirtschaftspolitischen Sendungen stark (2023: 32,7 %, 2025: 19,7 %), auch die Zahl der Sendungen mit wirtschaftspolitischem Bezug und ohne mindestens einen Vertreter der Wirtschaft oder Ökonomie sank im Jahresvergleich (2023: 64,0 %, 2025: 32,1 %).

Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft



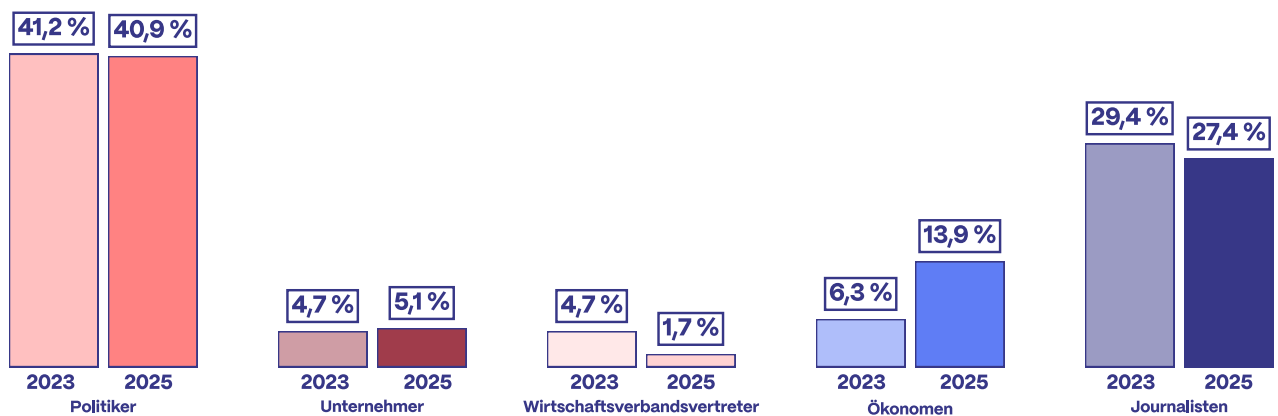
Die größte Gruppe unter den insgesamt 237 Gästen sind Politiker mit 40,9 %, gefolgt von Journalisten mit 27,4 %. Die drittgrößte Gruppe stellen Ökonomen (13,9 %). Wirtschaftsvertreter bringen mit 6,8 % punktuell ihre Perspektiven aus der Wirtschaftspraxis in die Debatte ein, die sich wiederum in Unternehmer (5,1 %) und Vertreter von Arbeitgeberverbänden (1,7 %) differenzieren lassen. Eher eine Nebenrolle spielen sonstige Wissenschaftler (3,8 %), Sozialverbände (2,1 %), Gewerkschaften (0,8 %), „Kunst und Kultur“ (1,3 %) und „Bürger“ (3,4 %).

Ressorts der Gäste zusammengefasst – 2025



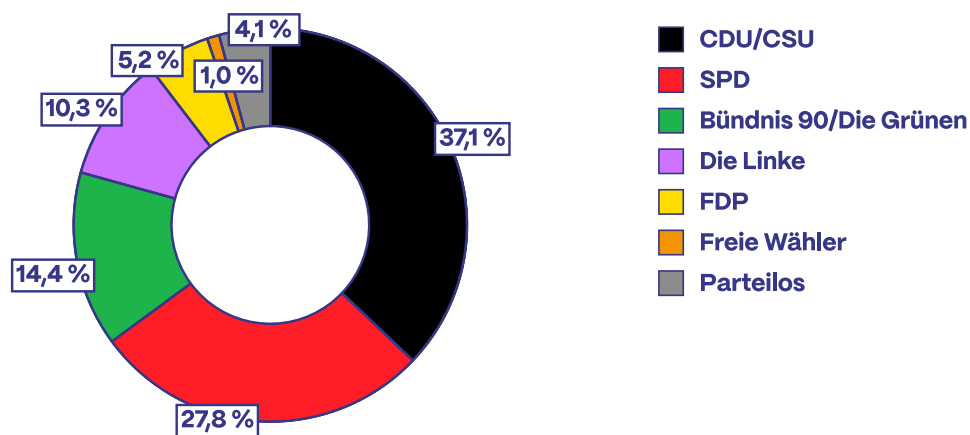
Verglichen mit 2023 stellen Politiker weiterhin erwartungsgemäß die größte Gästegruppe – ihr Anteil blieb nahezu unverändert (2023: 41,2 %, 2025: 40,9 %). Etwas seltener als 2023 kamen Journalisten als zweitgrößte Gruppe zu Wort (2023: 29,4 %, 2025: 27,4 %), gefolgt von Wirtschaftswissenschaftlern, die die Zahl ihrer Auftritte deutlich vergrößern konnten (2023: 6,3 %, 2025: 13,9 %). Während 2023 Vertreter der Wirtschaft noch auf einen Anteil von 9,4 % kamen, sank ihr Anteil 2025 auf lediglich 6,8 %. Der Anteil der Unternehmer blieb im Vergleich weitgehend stabil (2023: 4,7 %, 2025: 5,1 %), dagegen sank der Anteil des Clusters „Wirtschaftsverbände“ deutlich (2023: 4,7 %, 2025: 1,7 %). In den übrigen Gästegruppen zeigten sich im Vergleich zu 2023 lediglich kleinere, nicht wesentliche Veränderungen.

Ressorts der Gäste zusammengefasst



Analysiert man die Parteizugehörigkeit der Politiker, stellen CDU und CSU die größte Gruppe (36), gefolgt von der SPD (27), den Grünen (14), Die Linke (10), der FDP (5), einem Vertreter der Freien Wähler sowie vier parteilosen Politikern. Es ist bemerkenswert, dass kein Vertreter der AfD in diesen wirtschaftspolitischen Sendungen zu Wort kommt. Vergleicht man die Repräsentation der Parteien mit dem Ergebnis der Bundestagswahl 2025 (CDU/CSU: 28,6 %, AfD: 20,8 %, SPD: 16,4 %, Bündnis 90/Die Grünen: 11,6 %, Die Linke: 8,8 %, FDP: 4,3 %), sind CDU/CSU und SPD stark überrepräsentiert, was nicht zuletzt an der Beteiligung an den Sondierungs- und Koalitionsverhandlungen sowie später an der Regierungsbeteiligung beider Parteien liegt, woraus sich nachvollziehbar ein gesteigertes Medieninteresse ergibt. Die Grünen, FDP und Die Linke sind ebenfalls leicht überrepräsentiert, wohingegen die AfD stark unterrepräsentiert ist. Interessant ist auch die Präsenz der Freien Wähler, die keinen Sitz im Deutschen Bundestag innehaben.

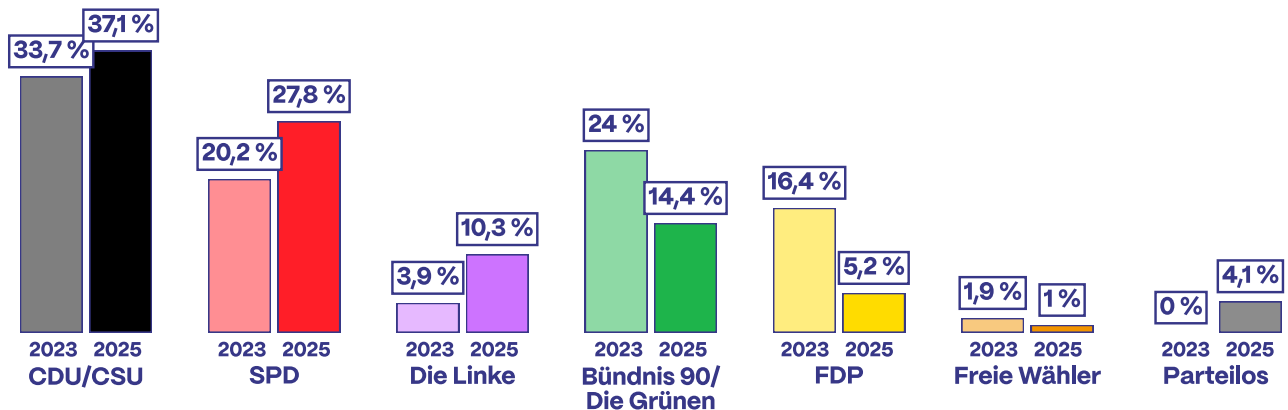
Auftritte von Politikern zusammengefasst nach Parteien – 2025



Verglichen mit der Vorstudie über das Jahr 2023 konnten CDU/CSU den Anteil an Politiker-Auftritten leicht ausbauen (2023: 33,7 %, 2025: 37,1 %), die SPD etwas stärker (2023: 20,2 %, 2025: 27,8 %). Starke Anteilsverluste haben die Grünen (2023: 24,0 %, 2025: 14,4 %) sowie die FDP (2023: 16,4 %, 2025: 5,2 %) zu verzeichnen, die Verluste der Freien Wähler sind absolut betrachtet gering (2023: 1,9 %, 2025: 1,0 %). Die Partei Die Linke tritt in den fünf Talkshows deutlich häufiger auf (2023: 3,9 %, 2025: 10,3 %) sowie erstmals parteilose Politiker (2023: 0,0 %, 2025: 4,1 %). Zurückzuführen sind die Veränderungen auf die veränderte Zusammensetzung des Deutschen Bundestages sowie der Regierungskoalition. Während 2023 noch die Ampel aus SPD, Grünen und FDP regierte und somit einen nachvollziehbar höheren Anteil an Auftritten von Politikern hatte, regieren 2025 CDU/CSU und SPD. Die Verluste von FDP und Grünen sind somit mit dem Verlust der Regierungsmacht begründbar. Interessant ist der deutliche Anstieg der Linken. Sie konnte zwar ihr Wahlergebnis im Vergleich zur Bundestagswahl 2021 verbessern, trotzdem liegt die Vermutung nahe, dass die häufigeren Talkshowauftritte an der Genese des Wahlerfolgs 2025 sowie der Tatsache liegen, dass Die Linke unter jungen Wählern die beliebteste Partei war.³

³ Bundestagswahl 2025: Stimmanteile in Altersgruppen (2025), o. S.

Auftritte von Politikern zusammengefasst nach Parteien



Der überdurchschnittlich große Anteil von Politikern unter den Gästen unterstreicht die Bedeutung von Talkshows als Schnittstelle zwischen Politik und Öffentlichkeit. Hierdurch werden politische Teilhabe und Informationsvermittlung möglich, die einen breiten öffentlichen Diskurs bei politischen Themen fördern. Zudem ist es möglich, fehlende Sachkenntnis bei Politikern zu offenbaren, wie es beispielsweise bei den „Markus Lanz“-Sendungen mit Heidi Reichinnek und Katharina Dröge der Fall war.

Auffallend ist der stark schwankende Anteil von wirtschaftspolitischen Themen in den einzelnen Formaten (Maischberger 8 %, hart aber fair: 39 %). Auch der Gesamtanteil von 20 % wirtschaftspolitischer Themen scheint angesichts der wirtschaftlichen Situation zu gering, zumal die Wirtschaft 2025 als das wichtigste Problem in Deutschland neben der Migration klassifiziert wurde.⁴ Unter diesen relativ wenigen wirtschaftspolitischen Sendungen wurden zudem 32,1 % ohne einen Vertreter der Wirtschaft oder Ökonomen geführt. Insgesamt lag der Anteil von Wirtschaftsvertretern mit praktischer Erfahrung gerade einmal bei 6,8 %. Dies birgt das Risiko einer unausgewogenen Debatte, die weder wissenschaftlich durch Ökonomen noch

praktisch durch Unternehmer oder Verbandsvertreter gefördert wird. Es darf als erfreulich gewertet werden, dass im Vergleich zur Analyse 2023 deutlich mehr Ökonomen zu Wort kommen und wirtschaftspolitische Debatten mit theoretisch-wissenschaftlichem Wissen bereichern. Der im Vergleich zur vorangegangenen Analyse gesunkene Anteil von Wirtschaftsvertretern ist dagegen negativ zu werten, da Aspekte aus der unternehmerischen Praxis verloren gehen und weniger mit als über die Wirtschaft gesprochen wird.

Insgesamt kann man sagen: Obwohl sich Deutschland nach wie vor in der längsten wirtschaftlichen Schwächephase seit Bestehen der Bundesrepublik befindet, spielen wirtschaftspolitische Themen bei den öffentlich-rechtlichen Talkshows nur eine unterdurchschnittliche Rolle. Wenn sie behandelt werden, wird häufig über die Wirtschaft gesprochen statt mit ihr.

⁴ Vgl. Statista Research Department (2026), o. S.

5. Fazit und Handlungsempfehlungen

Die mangelnde Präsenz von Wirtschaftsvertretern in wirtschaftspolitischen Talkshowsendungen lässt sich pointiert zusammenfassen, als dass auch weiterhin zu wenig über Wirtschaftsthemen gesprochen wird und zu wenig mit der Wirtschaft. Die Ursachen dafür können vielfältig sein und können daher hier nicht weiter beleuchtet werden. Eine stärkere Einbindung von Wirtschaftsvertretern scheint darüber hinaus sinnvoll, um mit ihrem Wissen und ihren Erfahrungen die wirtschaftspolitische Debatte zu bereichern. Eine breitere Repräsentation könnte die Meinungsvielfalt erhöhen und den Zuschauern ein ausgewogeneres sowie praxisnäheres Bild wirtschaftlicher Zusammenhänge vermitteln. Während punktuell vor allem Wirtschaftswissenschaftler theoretisches Fachwissen einbringen, könnten Vertreter aus der Praxis zusätzliche Einblicke liefern und komplexe Sachverhalte anschaulich erklären. Grundsätzlich sollten in wirtschaftspolitischen Sendungen die von politischen Entscheidungen betroffenen Gruppen, insbesondere Arbeitgeber und Arbeitnehmer, durch entsprechende Repräsentanten zu Wort kommen. Mit mehr Ausgewogenheit der Themen sowie Ressorts und Parteizugehörigkeit der Gäste könnte der öffentlich-rechtliche

Rundfunk seinem Programmauftrag besser entsprechen und eine ausgewogenere und pluralistischere öffentliche Meinungsbildung fördern.

Der stark gesunkene Anteil von wirtschaftspolitischen Sendungen ist mit hoher Wahrscheinlichkeit auf die gestiegene Zahl von Krisen und Herausforderungen zurückzuführen. Neben dem Ukraine-Krieg waren der Israel-Gaza-Konflikt, die Politik von US-Präsident Donald Trump, Verteidigungspolitik insbesondere mit der Wiedereinführung der Wehrpflicht sowie die Migrationspolitik in Deutschland und die Bundestagswahl mit den anschließenden Sondierungs- und Koalitionsverhandlungen medial dominante Themen. Allerdings befindet sich auch die Wirtschaft in der schwersten Krise seit Gründung der Bundesrepublik und eine solide wirtschaftliche Basis sowie konstantes nachhaltiges Wirtschaftswachstum ist nicht nur die Grundlage für die politische und gesellschaftliche Stabilität, sondern auch das politische Handeln, beispielsweise für die Finanzierung der Verteidigungsausgaben. Dementsprechend ist es kaum nachvollziehbar, dass dieses Thema nur stiefmütterlich behandelt wird.

6. Literaturverzeichnis

AGF VIDEOFORSCHUNG GMBH (2025): TV 2024: Live Sports, Tatort, and a Comeback. Online verfügbar unter https://www.agf.de/en/services/press/press-release/tv-bilanz-2024-live-sport-tatort-und-ein-comeback-202?utm_source=chatgpt.com. Zuletzt aufgerufen am 06.03.2026.

Epd medien (2025): Politik-Talkshows bei ARD und ZDF ziehen mehr ... Online verfügbar unter <https://medien.epd.de/article/2493>. Zuletzt aufgerufen am 06.03.2026.

Statista Research Department (2026): Was ist Ihrer Meinung nach gegenwärtig das wichtigste Problem in Deutschland? Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1062780/umfrage/umfrage-zu-den-wichtigsten-problemen-in-deutschland/>. Zuletzt aufgerufen am 06.03.2026.

tagesschau (2025): Wen wählten Jüngere und Ältere? Bundestagswahl 2025. Online verfügbar unter <https://www.tagesschau.de/wahl/archiv/2025-02-23-BT-DE/umfrage-alter.shtml>. Zuletzt aufgerufen am 08.03.2026.

Impressum

Die Gästelandschaft in deutschen Talkshowformaten

Herausgeber:

INSM Initiative Neue Soziale
Marktwirtschaft GmbH,
Georgenstraße 22, 10117 Berlin

Geschäftsführer:

Thorsten Alsleben

Kontakt:

info@insm.de

Grafik:

Eike Roman Meyer

Wissenschaftliche Bearbeitung:

André Mitschke

Redaktion:

Dr. Stefan Schöncke

Veröffentlicht:

März 2026

Die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft ist ein überparteiliches Bündnis aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Sie wirbt für die Grundsätze der Sozialen Marktwirtschaft in Deutschland und gibt Anstöße für eine moderne marktwirtschaftliche Politik. Die INSM wird von den Arbeitgeberverbänden der Metall- und Elektroindustrie finanziert. Sie steht für Freiheit und Verantwortung, Eigentum und Wettbewerb, Haftung und sozialen Ausgleich als Grundvoraussetzung für mehr Wohlstand und Teilhabechancen.