



Stellungnahme
zur öffentlichen Anhörung des Ausschusses für Kultur und Medien
zum Thema „Perspektive der Printmedien im Hinblick auf Vielfalt und
Pressefreiheit unter den Aspekten von Pressekonzentration und -vertrieb“

1. Pressekonzentration

Kooperations- und Konzentrationsprozesse sind im freien Pressewesen unausweichlich: Sie resultieren aus publizistischem und wirtschaftlichem Wettbewerb. Die Pressestruktur in Deutschland ist weitgehend stabil. Die seit 1994 von Walter J. Schütz kontinuierlich geführte Statistik zu den deutschen Tageszeitungen belegt, dass die Konzentration inzwischen auf hohem Niveau stagniert. Die Zahl der publizistischen Einheiten blieb in den letzten Jahren unverändert.

Wenige spektakuläre Fälle betreffen allerdings krisenhafte Erscheinungen der überregionalen Qualitätszeitungen und die Situation auf besonderen Märkten wie etwa in Berlin, wo der beabsichtigte Zusammenschluss nach geltendem Recht abgelehnt wurde und der politischen Entscheidung harrt.

Verlagsbeteiligungen und -übernahmen im Bereich der Regionalpresse folgen natürlichen Marktgesetzen. In Speyer reagierte der Markt auf die Einstellung der Zweitzeitung mit der Gründung einer neuen Lokalzeitung, der „Speyerer Morgenpost“. Solche Neugründungen gehören jedoch zu den Ausnahmeerscheinungen der deutschen Pressegeschichte der letzten Jahrzehnte.

Wenn von krisenhaften Erscheinungen auf dem Pressemarkt gesprochen wird, dann gilt das in erster Linie für die überregionalen Qualitätszeitungen. Dramatische Rückgänge im Anzeigengeschäft führten zu einschneidenden Verlusten. Die regionalen Anzeigemärkte sind im Vergleich dazu weit weniger betroffen. Ein Rückzug aus der Fläche ist bei diesen Zeitungen nicht spürbar, im Gegenteil: Die Zahl der Ausgaben steigt leicht an und unterstreicht das Bemühen um eine starke lokale Anwendung.

Die Krise im Pressewesen hat eine seit Jahren erfolgsgewohnte und damit unvorbereitete Branche getroffen. Folglich fällt die Reaktion (Sparprogramme, Restrukturierungen) hektisch aus. Sparmaßnahmen gehen meist zu Lasten der redaktionellen Leistungen. Dieses Phänomen jedoch ist seit langem von Zeitungen in Alleinstellung bekannt. Solche Regionalblätter haben ihre Quasi-Monopole genutzt, um Kosten durch eine geringere Lokalberichterstattung niedrig zu halten. Die Verlagsmanager haben in den letzten Jahren weitaus mehr in das äußere Erscheinungsbild der Blätter als in die Qualität der Berichterstattung investiert. Dieser Prozess droht sich nun zu beschleunigen.

Auch wenn die bekannt gewordenen Reduzierungen des redaktionellen Personals wesentlich eine Rückkehr zum Stand vor den Boomzeiten bis zum Jahr 2000 bedeutet, fehlen alle verlässlichen Daten über die personelle Ausstattung der Redaktionen und den journalistischen Berufsmarkt generell. Hier offenbart sich ein Missstand der Gesetzgebung – das Pressestatistikgesetz von 1976 wurde vor wenigen Jahren abgeschafft. Die letzten Daten über Journalisten, ihre Beschäftigung und Berufseinstellungen stammen aus dem Jahr 1992.

2. Wettbewerb

Das stringente deutsche Wettbewerbsrecht hat die Presseunternehmen in ihrer Struktur weitgehend erhalten. Dabei sind die Zeitungsverlage – trotz machtvoller Großunternehmen – überwiegend mittelständisch geprägt. Das folgt vor allem aus ihrer lokalen Bindung, die internationales Engagement eher nicht in den Fokus rücken lässt.

Auf der anderen Seite haben die kartellrechtlichen Vorschriften ein stärkeres Engagement in Deutschland oft verhindert und damit manchen Unternehmen geradezu den Weg ins Ausland nahe gelegt. Sie haben damit auch einen Beitrag zur innereuropäischen Verpflichtung geleistet. Besonders die großen Zeitschriftenverlage haben sich in den letzten Jahren zunehmend internationalisiert. Sogar traditionell regionale Zeitungshäuser sind zu beachtlichen internationalen Playern geworden, wie z. B. die „WAZ“ und die „Passauer Neue Presse“ vor allem in Osteuropa.

Das Kartellrecht schützt demnach den deutschen Markt, ohne die internationalen Betätigungsmöglichkeiten zu behindern. Allerdings sind manche faktischen Entscheidungen der Wettbewerbshüter von bedenklicher Argumentation und Wirkung. Klassisches Beispiel dafür ist der vom Kartellamt absegnete größte Pressekonzentrationsvorgang der deutschen Geschichte – die Privatisierung der DDR-Presse durch die Treuhand. Generell wäre auch bei aktuellen Entscheidungen eine stärkere Berücksichtigung kommunikationswissenschaftlicher Perspektiven erstrebenswert. Unerwünschte Nebeneffekte wie im Zusammenhang mit dem Eintritt der Südwestdeutschen Medienholding in den Verlag der Süddeutschen Zeitung sind kontraproduktiv.

3. Presse-Grosso

Tatsächlich herrscht im traditionellen Presse-Grosso-System in Deutschland ein Closed-Shop-Verfahren, das freilich meist begünstigend allen Beteiligten nutzt und von daher gegenwärtig nicht in Frage gestellt werden sollte. Es sichert für die Bürger Vielfaltangebote, kleineren Verlagen den Marktzugang und legt dem Verdrängungswettbewerb Zügel an.

Prinzipiell unterliegt dieses in Deutschland geübte Verfahren auch der Überprüfung durch die EU-Autoritäten. Wettbewerbsrechtliche Eingriffskriterien begegnen aber dem – seit Amsterdam – im EGV enthaltenen Kulturvorbehalt und dabei insbesondere der grundgesetzlichen Schutzfunktion in Deutschland, die auch den Vertrieb der Presse und damit das Grosso umfasst.

Gesetzgebung

Eine Pressestrukturförderung, die allenfalls als Instrument zur Bewältigung gegenwärtiger Krisenerscheinungen gelten dürfte, begegnete von vorneherein gravierenden verfassungsrechtlichen Gegenargumenten, die schon vor Jahrzehnten in Deutschland ausgetauscht worden sind. Jedwedes Einwirken des Staates auf die Unabhängigkeit der Medien ist danach untersagt bzw. an schwerwiegende Rahmenbedingungen geknüpft. Die bisherige Praxis der Hilfen nach dem „Gießkannenprinzip“ schließt die Unterstützung tatsächlich „Bedürftiger“ aus.

Hannover, 2. April 2003

Prof. Dr. Beate Schneider