

Öffentliche Anhörung des Ausschusses für Kultur und Medien**„Perspektive der Printmedien im Hinblick auf Vielfalt und Pressefreiheit unter den Aspekten von Pressekonzentration und –vertrieb“**

Wie beurteilen Sie die zunehmende Pressekonzentration durch Fusionen und Aufkäufe im Hinblick auf Pressefreiheit und -vielfalt?

Die Konzentrationsvorgänge im Pressewesen haben sich im letzten Jahrzehnt überall in Europa fortgesetzt. Dabei hat sich die Zahl der selbstständigen Zeitungen deutlich vermindert. So nahm in Deutschland nach Schütz ¹⁾ von 1993 bis 2001 die Zahl der Zeitungsverlage als Herausgeber von 384 auf 356 ab. Bei zunächst 137, dann konstant 136 publizistischen Einheiten reduzierte sich die Zahl der unterschiedlichen Ausgaben von 1.601 auf 1.584. Betroffen waren vorrangig die Zeitungen im Osten Deutschlands. Im selben Zeitraum sank in den Staaten West- und Mitteleuropas allein die Zahl der Zeitungstitel um 13 bis 15 Prozent ²⁾. Hinsichtlich Titelzahl, der Quantität der publizistischen Einheiten und insbesondere der (lokalen) Ausgaben liegt Deutschland, gemessen an der Bevölkerungszahl, deutlich an der Spitze. Die Leserdichte, verstanden als die Zahl der Tageszeitungsexemplare pro 1.000 Einwohner, schwankt in Europa zwischen 128 (Italien) und 444 (Schweiz). Auch bei diesem Indikator liegt die Bundesrepublik Deutschland mit 371 um rund 30 Prozent über dem europäischen Durchschnitt.

Die Konzentrationsvorgänge in Europa wie in Deutschland im Besonderen haben verschiedene Ursachen. Mit Erdmann/Fritsch und ihrer vergleichenden Studie über das Angebot an Tageszeitungen in Europa ³⁾ bestätigt sich auf der einen Seite ein allgemeiner Trend zu größeren Unternehmenseinheiten, womit in gewisser Hinsicht objektive Grenzen für die Zahl der Zeitungen bestehen. Diese sind vor allem durch allgemeine Akzeptanz und die Wirtschaftskraft des jeweiligen Verbreitungsgebietes gesetzt. Zur Zeit überhaupt noch nicht abzusehen sind die Auswirkungen der bisher längsten Wirtschaftskrise der Bundesrepublik Deutschland, die die Presse als vorrangig anzeigenabhängiges Medium am ehesten trifft. Denn während in anderen Ländern selbst wirtschaftlich nicht mehr existenzfähige Zeitungen durch öffentliche Subventionen oder private Zuwendungen (durch die Wirtschaft) künstlich am Leben erhalten werden, arbeiten die deutschen Zeitungsverlage nach dem Prinzip der Eigenwirtschaftlichkeit.

Die Konjunkturkrise erfasst die Zeitungen ausgerechnet in einer Zeit, in der sich die Verlage auf mannigfaltige strukturelle Veränderungen im Medienbereich einstellen müssen. Um zu verhindern, dass Werbung, insbesondere der Rubrikenmärkte (Stellen-, Kraftfahrzeug- und Immobilienmärkte) an branchenfremde Anbieter im Internet verloren gehen, haben sich die Zeitungsverlage selbst frühzeitig online engagiert. Diese mediale Diversifikation dient vorrangig dem Ziel, Pressevielfalt zu erhalten bzw. zu stabilisieren.

¹⁾ Vgl. hier wie im folgenden: Walter J. Schütz: Deutsche Tagespresse 2001, in Media Perspektiven 12/2001, S. 602. Nach mündlicher Auskunft von Schütz reduziert sich bis zum Jahre 2003 die Zahl der Verlage als Herausgeber und der Zeitungsausgaben nur geringfügig, die Zahl der publizistischen Einheiten sank auf 133.

²⁾ Eine der Statistik von Schütz entsprechende statistische Entwicklungsübersicht besteht zur Zeit noch nicht in anderen Staaten. Die Berechnung beruht auf den Angaben der UNESCO-Jahrbücher, den World Press Trends der World Association of Newspapers sowie auf ergänzenden Auskünften von seiten der west- und mitteleuropäischen Verlegerverbände.

³⁾ Georg Erdmann/Bruno Fritsch: Zeitungsvielfalt im Vergleich. Das Angebot an Tageszeitungen in Europa, Mainz 1990.

Gleichwohl kann sich in einer Zeit praktisch unbeschränkten Medienwachstums das Vielfalts-„Postulat“ nicht auf die Presse allein beschränken, vielmehr muss das gesamte Angebot der publizistischen Medien - Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk, Fernsehen, Internet - berücksichtigt werden, wenn die Auswirkungen ökonomischer Prozesse analysiert werden sollen. Unseres Erachtens hatten die Bürgerinnen und Bürger im Lande zu keiner Zeit so vielfältige Möglichkeiten wie heute, sich aus allgemein zugänglichen Quellen zu informieren und sich dabei eine eigene Meinung zu bilden. Pressefreiheit in Deutschland wird nicht durch die Medien selbst, sondern in dem Umfang, wie gesetzgeberische Maßnahmen greifen, durch den Staat eingengt.

In diesem Zusammenhang sei auf das nach wie vor nicht ausreichende Zeugnisverweigerungsrecht, an das sogenannte Stasiunterlagengesetz und die Erlaubnis zur Telefonabhörung von Journalisten in exemplarischen Fällen erinnert.

Der Staat sollte vielmehr Interesse daran haben, die Pressevielfalt und Pressefreiheit dadurch sicher zu stellen, dass er geeignete Rahmenbedingungen für wirtschaftlich tragfähige (Presse-) Unternehmen schafft.

Verhindern oder behindern kartellrechtliche Regelungen und ihre Anwendung die Bildung internationale wettbewerbsfähiger Unternehmensgrößen?

Für die Bundesrepublik Deutschland muss herausgestellt werden, dass sich zwar ausländische Presseunternehmen an deutschen Unternehmen beteiligen können, nach derzeitiger Rechtslage jedoch Firmenzusammenschlüsse durch die Pressefusionskontrolle erschwert sind.

Insbesondere wird von den Zeitungsverlagen beklagt, dass es oftmals nicht möglich ist, die unternehmerischen Aktivitäten der Zeitungsverlage in andere Medienbereiche auszudehnen. Die jeweilige Marktsituation der betroffenen Verlage oder die wirtschaftliche Situation der Branche findet kaum Berücksichtigung.

Kann auf EU-Ebene der Erhalt der Gebietsmonopole, ohne die eine lückenlose Versorgung des Bundesgebietes mit Zeitungen und Zeitschriften nicht gewährleistet ist, gesichert werden?

Für die meisten Pressegesetze wäre die EU ohnehin nicht zuständig. In diesem Fall betrifft es das Kartellrecht, das prinzipiell Monopole verhindern will. Hier ist es das Presse-Grosso, welches in Deutschland unter eine Ausnahme fällt.

Wäre mit der Kündigung der Vertriebsverträge durch große Verlage der hohe Versorgungsgrad mit Zeitungen und Zeitschriften auch in bevölkerungsarmen Gebieten in Frage gestellt?

Welche Auswirkungen hätte dies auf die kleinen und mittelständischen Verlage, wenn das Modell des Presse-Grosso aufgekündigt wird?

Insbesondere die kleinen und mittelständischen Verlage vertreiben den Großteil ihrer Auflage im Abonnement, somit durch eigene Zusteller. Bundesweit verhält es so, dass zwei Drittel der Zeitungen im Abonnement durch Botenzustellung vertrieben werden. Die Versorgung ländlicher Gebiete ist durchweg kostenintensiver als Gebiete mit hoher Bevölkerungsdichte.

Ein Wegfall des Presse-Grosso würde die wirtschaftliche Situation einzelner Verlage durch zusätzliche Kosten belasten, da die Verlage die komplette Belieferung selbst übernehmen müssten oder die Pressevertriebe die Kosten entsprechend weiter berechnen würden. Trotzdem wäre insgesamt die Versorgung mit Presseerzeugnissen nicht gefährdet, da die Verlage durch ihre Logistik in der Lage sind, die Lieferungen selbst sicherzustellen.

Die flächendeckende Versorgung ist nur dann in der Summe kostendeckend möglich, wenn eine ausreichende Menge vertrieben werden kann. Somit bilden die großen Verlage mit ihren hochauflagen oder hochpreisigen Titeln das Rückrat des Pressevertriebes, ihr Ausscheiden aus dem Vertriebssystem würde die Versorgung entsprechend verteuern.

Eine Aufkündigung des Presse-Grosso-Modells würde auch dazu führen, dass die auf langjährigen Erfahrungen beruhenden Steuerungssysteme kleinen und mittleren Verlagen nicht mehr zur Verfügung stünden, was wiederum zu höheren Kostenbelastungen führen würde. Wie oben bereits beschrieben, wäre eine Belieferung des Handels innerhalb des Kernverbreitungsgebiets in Eigenregie möglich, außerhalb dieses Gebietes wäre eine Versorgung in der Regel nur schwer finanzierbar. Auch für die überregionalen Zeitungen mit ihrer bundesweiten Verbreitung wäre der Vertrieb ohne das Presse-Grosso problematisch.

Gibt es im Hinblick auf die zuvor genannten Fragen gesetzgeberischen Handlungsbedarf?

Ein konkreter gesetzgeberischer Handlungsbedarf wird derzeit in der Frage Pressevertrieb als nicht notwendig erachtet.

Überprüft werden müsste dagegen das pressenspezifische Kartellrecht, da es in Deutschland den wirtschaftlichen Gegebenheiten nicht mehr gerecht wird. So haben sich die Zeitungsumsätze in den vergangenen 20 Jahren sehr viel stärker entwickelt als die gesetzlichen Umsatzschwellen. Problematisch ist auch, dass selbst Kooperationen im Vertriebs- und Anzeigenbereich kartellrechtlich relevant werden können. Darüber hinaus sind aufgrund der Kartellamtspraxis in Deutschland wirtschaftlich sinnvolle Zusammenschlüsse unter Nachbarn wegen der Marktdefinition kaum möglich. Schließlich führen die Kartellvorschriften und die entsprechenden aufwendigen Verfahren dazu, dass Fusionen, die zur Rettung eines wirtschaftlich angeschlagenen Verlages notwendig sind, langjährig verzögert oder verhindert werden können.

Der BDZV befürwortet daher Erleichterungen für die Zusammenschlüsse gerade für kleinere und mittlere Verlage.

Berlin 31.03.2003

BUNDERVERBAND DEUTSCHER ZEITUNGSVERLEGER E.V.