

Stellungnahme

des Deutschen Journalisten-Verbandes, Gewerkschaft der Journalistinnen und Journalisten, Landesverband Nordrhein-Westfalen (DJV-NRW)

**Anhörung
des Hauptausschusses**

"Für eine vielfältige Zeitungslandschaft in Nordrhein-Westfalen mit regionaler und lokaler Berichterstattung"

Düsseldorf, im Mai 2009

Frage 1

Das Angebot an konkurrierenden Zeitungen mit lokaler Information in NRW ist rückläufig. Es entstehen örtliche Monopolgebiete im Zeitungsmarkt. Wie bewerten Sie diese Entwicklung?

Die jüngsten Ereignisse in NRW stellen eine ernsthafte Bedrohung der journalistischen Vielfalt in NRW dar. Die Zusammenlegungen von Redaktionen und der daraus resultierende Stellenabbau bei der WAZ-Mediengruppe dürften den größten Konzentrationsfall in der Geschichte der Bundesrepublik darstellen und zu einem nicht mehr revidierbaren Verlust an Vielfalt, insbesondere im Lokalbereich, führen. Dies ist nicht nur ein Desaster für die vom Stellenabbau betroffenen Journalistinnen und Journalisten, sondern auch für die Medienlandschaft in NRW und letztlich für die demokratische Willensbildung. Qualitätsjournalismus bildet die Grundlage der freien Willensbildung in einer demokratischen Gesellschaft. Die Presse kann ihren unverzichtbaren Beitrag zum Funktionieren einer demokratischen Gesellschaft aber nur dann überzeugend erfüllen, wenn Leserinnen und Lesern die Wahl haben, mehrere Meinungen kennen zu lernen und sich ein eigenes Bild zu machen. Nur so kann das von ZVNRW-Präsident Clemens Bauer propagierte "Kulturgut Zeitung" als „Garant für eine lebendige Demokratie" erhalten bleiben.

In der Berichterstattung macht sich die Monopolisierung bereits jetzt bemerkbar: Kritische Berichterstattung über die Medienlandschaft NRW findet - in NRW - weitgehend nicht mehr statt. Es muss daher vorrangiges Ziel der Landesregierung sein, den Rest an Vielfalt zu erhalten und den schlimmsten Auswüchsen der Vergangenheit Einhalt zu gebieten. Journalistische Arbeit in unabhängigen Redaktionen benötigt angemessene Rahmenbedingungen. Das gilt auch und im Besonderen im lokalen Bereich. Hier besteht dringender Handlungsbedarf, soll der Medienstandort NRW erhalten bleiben.

Das Sterben der Lokalzeitungen hat bereits vor einiger Zeit begonnen. So hat bereits 2006 der Junior-Verleger der Ruhr Nachrichten, Lambert Lensing-Wolff, Redaktionen in Bottrop, Gelsenkirchen und Gladbeck geschlossen. Unmittelbar danach hat der Verleger Kurt Bauer das Aus für die „Buersche Zeitung“ verkündet. Gelsenkirchen hat innerhalb kürzester Zeit zwei von drei Lokalredaktionen verloren, nur die WAZ blieb übrig. Auch an anderen Orten sieht es nicht besser aus. In den letzten Jahren wurden zahlreiche Redaktionen geschlossen. Ein deutlicher Verlust an Lesern war die Folge: Entgegen der Erwartungen sind die Leser nämlich nach der Einstellung „ihres“ Blattes überwiegend nicht zu einem Wettbewerber gewechselt, sondern haben auf die Zeitungslektüre bzw. das Abonnement ganz verzichtet. Das Beispiel Gelsenkirchen zeigt dies mit großer Deutlichkeit. Trotz Einstellung der „Buerschen Zeitung“ und der „Ruhr Nachrichten“, die 2006 noch eine Auflage von fast 9.000 Exemplaren hatte, ist die Auflage der WAZ in Gelsenkirchen 2008 um 17,7% gesunken, insgesamt haben in zwei Jahren mehr als 17.000 Leser folglich auf den Kauf einer Tageszeitung verzichtet.

Die neuerlichen Umstrukturierungen bei der WAZ-Mediengruppe führen nun zu einem Kahlschlag der verbliebenen Zeitungslandschaft. Wesentliche Bereiche der regionalen und überregionalen Berichterstattung sollen künftig für drei Titel aus einer gemeinsamen Redaktion erstellt werden. Nur die Westfalenpost mit Redaktionssitz in Hagen soll als „Heimatzeitung“ weiter einen eigenen Mantelteil haben. In allen vier Titeln werden zahlreiche Lokalredaktionen aufgegeben oder durch weitgehende Kooperationen miteinander verschmolzen. So sollen - neben der Reduzierung des Umfangs und anderen Maßnahmen - mehr als 30 Millionen Euro jährlich eingespart werden. Diese Maßnahmen bedrohen massiv die journalistische Vielfalt im Ruhrgebiet, im Sauer- und Siegerland und am Niederrhein.

Weitere Kooperationen - auch über Verlagsgrenzen hinweg - dürften folgen. Das Einsparpotential ist dennoch begrenzt: Bereits jetzt liegen die Redaktionskosten unter 25% der Gesamtkosten. Weitere Kürzungen sind nicht vertretbar, würden sie doch zu einem nicht hinnehmbaren Bedeutungsverlust des Kulturgutes Zeitung führen. Die Krise der Medienindustrie kann nicht durch ständige Verschlechterung des Produktes gelöst werden. Dies gilt umso mehr als die Bindung vieler Leser an ihr Blatt durch qualitativ hochwertige lokale Angebote hergestellt wird. Werden diese mutwillig zerstört, wird ein weiterer Leserrückgang folgen. Und nicht nur das: Es droht ein gravierender Verlust an Inhalten. Fällt die Recherche weg, führt dies zwangsläufig zu einer Reduzierung von Nachrichten. Selbst für den WDR ist die Zeitung oft die Quelle für seine Lokalnachrichten.

Diese Informationen werden künftig in deutlich geringerem Umfang zur Verfügung stehen. Vier Titel mit einem Inhalt stellen keinen Beitrag zur Vielfalt dar. Vielfalt misst sich nicht an der Quantität der Angebote, sondern nur an deren Qualität. Qualität ist aber nur mit einem gewissen Aufwand zu erreichen, den die Medienunternehmen (als Ganzes) leisten können und müssen.

Insgesamt ist somit festzuhalten, dass die Medienlandschaft NRW zunehmend an Vielfalt verliert. Darüber kann auch der Bericht der Landesregierung zur Medienvielfalt nicht hinwegtäuschen. Zwar ist dort zu Recht von einer absoluten Zahl von 40 Zeitungsausgaben mit einer Gesamtauflage von gut 3,2 Millionen Exemplaren die Rede, dies ist allerdings für NRW kein herausragendes Ergebnis. Nicht nur wird die Zahl angesichts der geschilderten Titeleinstellungen und Redaktionsschließungen weiter sinken. Von den insgesamt 350 Tageszeitungen in Deutschland erscheinen zudem gerade einmal 11 % in NRW, im Verhältnis zur Einwohnerzahl müssten es doppelt so viele sein. Darüber hinaus spiegelt die rein statistische Erfassung redaktioneller Einheiten nicht mehr die journalistische Wirklichkeit wieder, diese ist vielmehr qualitativ zu bewerten.

Angesichts der Tatsache, dass dreiviertel der Gesamtauflage der Tagespresse lokale und regionale Abonnementszeitschriften sind, muss die Landesregierung schnellstens ein Regulativ schaffen, um insbesondere kleineren und mittleren Ver-

lage eine Perspektive zu geben und weiteren Einschränkungen der Zeitungsvielfalt in NRW vorzubeugen.

Frage 2

Die Landesregierung hat angekündigt, § 33 des Landesmediengesetzes zu ändern und so die Entwicklung der Verlage zu Medienhäusern zu erleichtern. Wie kann gesetzlich gewährleistet werden, dass die lokale publizistische Vielfalt mit der Novellierung des Landesmediengesetzes gestärkt wird?

Die Landesregierung hat zwischenzeitlich einen Arbeitsentwurf für eine Änderung der LMG zur Kommentierung gestellt. Darin sind weitreichend Lockerung der §§ 33 ff. LMG vorgesehen, durch die der Schutz der Meinungsvielfalt deutlich geschwächt wird. Durch die Änderungen wird das Zwei-Säulen-Modell aufgeweicht und Medienkonzentration erleichtert. Dies ist - insbesondere angesichts der aktuellen Entwicklungen in NRW - ein Schritt in die falsche Richtung. Eine weitere Monopolisierung, nun auch im lokalen Rundfunk, muss verhindert werden. Ein plurales Angebot von lokalem Fernsehen und Radio ist für eine vielfältige Medienlandschaft unverzichtbar. Die für die Vielfalt wichtigen Begrenzungen der Meinungsmacht in der Lokalberichterstattung werden durch die Neuregelung aufgehoben. Eine Neuregelung muss sicherstellen, dass vorherrschende Meinungsmacht einzelner Anbieter in NRW verhindert wird. Anknüpfungspunkt muss dabei das jeweilige Verbreitungsgebiet sein. Mit diesem Ziel sind die derzeitigen Pläne der Landesregierung nicht vereinbar:

Zum einen will sie die Beteiligungsmöglichkeiten marktbeherrschender Verlage um 5% erhöhen. Anbietersgesellschaften würden so eine Sperrminorität erhalten und damit ihren Einfluss erheblich erweitern. Zugeständnisse anderer Gesellschafter ließen sich durch Blockade leichter erzwingen. Einschnitte in die unabhängige Arbeit der Redaktionen drohen.

Zum anderen soll es eine ganze Reihe von Fällen geben, bei denen die Beteiligung von marktbeherrschenden Verlagen freigegeben wird, z.B. dann wenn sie entweder unabhängige Drittsendezeit gewähren oder einen Programmbeirat einrichten. Auch wenn dabei auf altbekannte Mittel der Medienregulierung zurückgegriffen wird, reicht dies zur Sicherung der Vielfalt im Lokalbereich nicht aus:

- Ein Fensterprogramm mit einem Anteil von 2% der zugewiesenen Sendezeit - davon 30% während der Hauptsendezeit - entspricht bei einem 24 Stunden-Programm einer Drittsendezeit von drei Stunden in der Woche, wovon eine Stunde (!) in der Hauptsendezeit liegt. Dies reicht keinesfalls aus, um eine ausgewogene Information der Bürgerinnen und Bürger sicherzustellen.
- Auch ein Programmbeirat alleine genügt nicht. Schon gar nicht kann der im Arbeitsentwurf vorgesehene Beirat überzeugen, in dem - anders als in den plu-

ralen Gremien nach §§ 62 und 93 LMG - Vertreter, die selbst in den Medien arbeiten und damit entsprechende Erfahrung und Fachkunde mitbringen, komplett fehlen (so ist eine Beteiligung der Gewerkschaften der Journalistinnen und Journalisten nicht vorgesehen). Ebenso problematisch dürfte die fehlende Akzeptanz des Programmbeirates auf Verlegerseite sein. Die massive Kritik der Verleger an diesem Entwurf hat deutlich vor Augen geführt, dass Verleger einen einfachen Weg suchen, mit einem Feigenblatt vermeintliche Binnenpluralität herzustellen, letztlich aber nach eigenem Gutdünken schalten und walten wollen.

Um dies zu verhindern, müssten Programmbeirat und Fensterprogramme nicht alternativ, sondern kumulativ verpflichtend sein. Als weitere Maßnahme muss die innere Pressefreiheit gestärkt werden. In verpflichtenden Redaktionsstatuten müssen Festlegungen zur redaktionellen Unabhängigkeit getroffen werden, die Journalistinnen und Journalisten eine verbindliche Grundlage für qualitativ gute und unabhängige Berichterstattung gibt. Redaktionsstatute sind beispielsweise im Lokalfunk vorgeschrieben und haben sich dort bewährt.

Schließlich soll laut Arbeitsentwurf der Landesregierung jede interne Vielfaltssicherung überflüssig werden, sobald ein anderer Anbieter im Verbreitungsgebiet ein vergleichbares Programm veranstaltet. Auch wenn Außenpluralität durchaus im Einzelfall Binnenpluralität ersetzen kann, ist die Regelung in dieser Form zu weitgehend. Denn sie bedeutet konkret, dass ein marktbeherrschender Verlag überall dort, wo Lokal-TV bereits existiert, uneingeschränkt ein Angebot aufbauen darf. Was aber passiert, wenn der Erstanbieter seinen Betrieb einstellen muss, etwa weil der lokale (Werbe-) Markt keine zwei TV-Sender erlaubt? Es könnten bestenfalls nachträglich Vielfaltsvorkehrungen getroffen oder Lizenzen zurückgenommen werden. Dies wäre für die Vielfalt im lokalen Bereich fatal und könnte zahlreiche Arbeitsplätze kosten. Erhebliche Turbulenzen auf dem Medienmarkt wären die Folge.

Die Ausführungen zeigen, dass die bisherigen Überlegungen der Landesregierung zur Vielfaltssicherung so nicht ausreichen. Die Regelungen müssen gründlich überdacht und deutlich verschärft werden.

Frage 3

Welche Initiativen unternehmen Betreiber von Online-Suchmaschinen und Portalen sowie andere international engagierte Konzerne, um die lokale Berichterstattung abzudecken?

Suchmaschinen vereinfachen durch ihre Selektions- und Vermittlungsfunktion den gezielten Zugang zu relevanten Netzinhalten. Drei Viertel der Online-Nutzer erschließen sich neue Angebote über Suchmaschinen. Ein dynamischer Anstieg der Suchanfragen wird weiterhin zu beobachten sein. Damit kommt Suchmaschinenan-

bietern – auch und gerade im lokalen Bereich – eine essentielle Bedeutung zu. Nur durch eine gute Suchmaschine, die auch lokale Inhalte findet und entsprechend platziert, wird der Nutzer auf lokale Quellen aufmerksam gemacht. Mit der sich daraus ergebenden Bedeutung muss aber auch eine Verantwortung verbunden sein. Suchmaschinen führen Nutzer nicht nur zu Informationen hin, sie führen sie auch „weg“. Je mehr die gezielte Suche nach einzelnen Nachrichten das Lesen von beispielsweise einer Tageszeitung verdrängt, umso mehr verengt sich auch die Bandbreite der vom Leser tatsächlich wahrgenommenen Informationen.

In den westlichen Industrienationen lässt sich zudem ein Oligopol der drei US Suchmaschinen Google, Yahoo und MSN feststellen. Alternative Projekte, beispielsweise der EU, waren bislang erfolglos. Diese Marktmacht gibt den Anbietern erheblichen Einfluss auf die Nutzung und die (bisher noch nicht zufrieden stellenden) Erlösquellen im Internet. Dies ist umso bedeutender als die Verhaltensweisen der Anbieter von den Gepflogenheiten des amerikanischen Marktes geprägt sind, die sich teilweise von deutschen Rechtstraditionen deutlich unterscheiden.

Stichworte wie Jugendschutz, Datenschutz und insbesondere Urheberrecht, weisen auf noch lange nicht geklärte Fragestellungen hin. Im lokalen Bereich wird die Frage, zu welchen Konditionen Inhalte genutzt werden können, immer wichtiger. Es müssen Modelle entwickelt werden, die eine Refinanzierung hochwertiger lokaler Berichterstattung auch im Internet ermöglichen. Anbieter lokaler Inhalte sollten an im Internet erzielten Erlösen finanziell beteiligt werden.

Die Suche nach Finanzierungsmodellen für lokale Berichterstattung gewinnt durch neue Internetangebote weiter an Brisanz. Glaubt man den Ankündigungen im Netz sollen Suchmaschinen demnächst nicht mehr bloß Inhalte suchen, sondern mit Hilfe der im Netz vorhandenen Informationen selbst Inhalte schaffen. Mittels Algorithmen sollen Antworten auf vom Nutzer gestellte Fragen generiert werden. Durch Rückgriff auf fremde Datenbanken und den in ihnen enthaltenen Informationen würde eine neue Art von Nachrichten erzeugt. Dazu, wie diese zu behandeln sind, liefert das geltende Urheberrecht keine ausreichende Antwort. Es ist zu prüfen, ob der Schutz der Inhalteanbieter verbessert werden muss.

Aber damit allein wird es nicht getan sein. Das Internet und seine neuen Nutzungsformen werden langfristig zu einer Veränderung des journalistischen Berufsbildes führen. Ein Schwerpunkt wird künftig im Bereich der Informationsbewertung liegen. Um hier ein ausgewogenes Bild sicherzustellen, muss die Medienkompetenz der Nutzer gestärkt werden. Durch entsprechende Rahmenbedingungen muss darüber hinaus aber auch eine journalistischen Anforderungen entsprechende Informationsbeschaffung ermöglicht werden, hochwertige journalistische Angebote müssen auch in der digitalen Welt – refinanzierbar bleiben.

Frage 4

Inwieweit ist eine Verbesserung der Leistungsschutzrechte für journalistische Online-Angebote notwendig?

Wie bei Frage 3 dargestellt, drohen neue Angebote die Rechte der Kreativindustrie zu entwerten. Digitalisierungen können das unerlaubte Kopieren fördern. Werden daraus eigene Vermarktungsmodelle geschaffen, z.B. indem Inhalte - unverändert oder neu zusammengesetzt - von Dritten als eigenes Angebot vermarktet werden, bedroht dies in erheblichem Maß die Rechte der diese Angebote „Fütternden“. Dies gilt für Urheber ebenso wie für Verleger. Die geltenden Bestimmungen müssen daher in regelmäßigen Abständen darauf hin überprüft werden, ob sie der tatsächlichen Entwicklung noch Stand halten. Mit Blick auf aktuelle Entwicklungen, z.B. in den USA, wo Google Bücher - teilweise gegen den Widerstand von Autoren und Verlegern - digitalisiert und vermarktet, besteht Handlungsbedarf.

Ob ein eigenes Leistungsschutzrecht für Verleger allerdings der richtige Weg ist, ist offen. Angesichts der schwierigen Situation im Zeitungsmarkt haben wir Verständnis dafür, dass Verleger versuchen, sich neue Einnahmequellen zu erschließen. Dies darf allerdings nicht auf Kosten der Urheber gehen. Ein neues Leistungsschutzrecht wäre dann vertretbar, wenn gewährleistet würde, dass die Urheber ebenfalls an den damit verbundenen Nutzungen partizipieren.

Leistungsschutzrechte haben in der Vergangenheit häufig zu Einschränkungen der Urheberrechte geführt. Dies gilt z.B. für den ausübenden Künstler, dessen Rechte sich im Wesentlichen darauf beschränken, eine angemessene Vergütung zu erhalten (§§ 86, 81, 78 Abs. 2 UrhG). Noch härter ist die Situation für den Filmurheber, der aufgrund einer gesetzlichen Fiktion ausschließliche Rechte an den Filmhersteller gibt (§ 94 UrhG). In der Praxis führt dies regelmäßig zu einem Verlust der Rechte, ohne dass der Urheber eine angemessene Erlösbeteiligung erhält.

Entsprechende Entwicklungen dürfen sich nicht wiederholen, soll die Existenzgrundlage für Journalistinnen und Journalisten nicht (weiter) gefährdet werden. Das bisherige Verhalten der Verlage, z.B. in Tarifverhandlungen, in Verhandlungen zu gemeinsamen Vergütungsregeln sowie in individuellen Vertragsverhandlungen spricht nicht dafür, dass ohne klare gesetzliche Regelungen ein angemessener Ausgleich zwischen den Positionen der Verlage und der Urheber gefunden wird. Auch die regelmäßig verwendeten AGB vieler Verlage, die einen Buy-out ohne besondere Kompensation vorsehen, belegen deutlich, wie sehr die Rechte der Urheber gefährdet sind.

Aus Sicht des DJV NRW sollte ein Leistungsschutzrecht für Verleger nur unter folgenden Prämissen weiterverfolgt werden:

- Zusage der Verlage, dass die Urheber an den Erlösen (z.B. im Internet oder Datenbanken) auch tatsächlich beteiligt werden. Dies müsste sich in einer ent-

sprechender Gesetzesänderung wiederfinden.

- Verzicht der Verlage auf Beteiligung an Tantiemen der Verwertungsgesellschaften.
- Garantie, dass durch ein Leistungsschutzrecht die Rechte der Urheber an ihren Beiträgen nicht eingeschränkt werden.

Frage 5

Welche Kooperationsmöglichkeiten von Verlagen und Redaktionen halten Sie für wünschenswert, erforderlich oder - mit Blick auf die publizistische Vielfalt für bedenklich?

Kooperationen zwischen Verlagen sind nicht grundsätzlich zu beanstanden. Allerdings muss dabei sichergestellt werden, dass unabhängige Redaktionen bewahrt werden. So ist die Zusammenführung von nicht meinungsrelevanten Teilen der Verwaltung, Produktion oder des Vertriebs ein adäquates Mittel, um auf steigenden Kostendruck zu reagieren. Ein gutes Beispiel für eine Kooperation war auch das frühere Modell der WAZ-Mediengruppe, das in Absprache mit den Kartellbehörden vier unabhängige Redaktionen und damit „publizistische Vielfalt unter einem betriebswirtschaftlichen Dach“ garantierte. Es hat lange Zeit für Vielfalt in NRW gesorgt. Leider hat die WAZ-Mediengruppe sich von diesem Modell gerade verabschiedet und damit die Medienlandschaft NRW dauerhaft geschwächt.

Wichtig ist, dass bei jeder Form der Zusammenarbeit Regularien gefunden werden, um die Eigenständigkeit auch tatsächlich zu garantieren. Dabei müssen auch Einflüsse aus anderen Bereichen ausgeschlossen bleiben. Nicht akzeptabel ist etwa die Unterstellung der Redaktion unter die Anzeigenleitung, wie dies gerade bei den WAZ Sonderseiten geschieht.

Die jüngsten Entwicklungen in der WAZ-Mediengruppe zeigen auch die Risiken solcher Modelle: Sie können von Verlegern als Test und Vorstufe für eine weitere Zusammenlegung - und damit letztlich Abschaffung von Redaktionen - verwendet werden.

Besondere Beachtung erfordern zudem Kooperationen zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern, da diese das duale System in seinen Grundfesten berühren. Das gilt auch für die vom WDR und der WAZ-Mediengruppe vor etwa einem Jahr ins Leben gerufene Kooperation für das Internetportal „Der Westen“. Solche Modelle laufen Gefahr, den Wettbewerb zu verzerren und Vielfalt einzuschränken, weil keine eigenen Angebote entwickelt werden. Auch ausreichende Transparenz ist nicht sichergestellt.

Frage 6

Welche Maßnahmen halten sie für wünschenswert und erforderlich, um die Zeitungsvielfalt und das publizistische Angebot zu vergrößern?

Die Politik wird sich die grundsätzliche Frage stellen müssen, wie wichtig ihr Lokalberichterstattung tatsächlich ist. Sollen Lokal- und Regionalnachrichten auch künftig qualitativ hochwertig angeboten werden, müssen die Rahmenbedingungen verbessert werden. In der Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage der SPD Fraktion wird deutlich, dass Deutschland bisher - anders als die Mehrzahl der Mitgliedstaaten der Europäischen Union - die Möglichkeiten einer Förderung nur sehr begrenzt nutzt. Welche Möglichkeiten bestehen und inwieweit diese sinnvoll eingesetzt werden können, sollte insbesondere unter Berücksichtigung der Förderinstrumentarien anderer EU Mitgliedstaaten weiter ausgeführt werden. Daraus müssen konkrete Vorschläge abgeleitet werden, die dann mit der Branche diskutiert werden. Allerdings muss in jedem Fall sichergestellt werden, dass keine Eingriffe in die redaktionelle Unabhängigkeit erfolgen.

Eine direkte Förderung einzelner Verlage sieht der DJV NRW zwar nicht unkritisch. Angesichts der sich verschärfenden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für das Medium Zeitung sollte allerdings eine zielgerichtete Förderung nicht per se ausgeschlossen werden. Denkbar wäre z.B. eine Förderung lokaler Angebote, die sich um publizistische Vielfalt verdient machen und sich - nicht nur in Sonntagsreden - der journalistischen Qualität, die sich auch in Tariftreue widerspiegelt!, verpflichtet fühlen. Da die Kriterien für eine solche Förderung notgedrungen vage bleiben müssen, liegt die Gefahr der Einflussnahme auf der Hand. Eingriffe in die redaktionelle Unabhängigkeit müssten durch konkrete Schutzmechanismen verhindert werden. Dies könnte etwa durch die Errichtung eines unabhängigen Gremiums erfolgen, das, z.B. in Form einer Stiftung, zur lokalen Vielfalt beiträgt. Daneben sollte über die Förderung wichtiger Zulieferer, z.B. einer unabhängigen Presseagentur, nachgedacht werden.

Wichtig sind darüber hinaus indirekte Förderinstrumente. Beispiele sind:

- Steuerliche Absetzbarkeit eines Zeitungsabonnements bzw. die Berücksichtigung im Rahmen von sozialen Leistungen, wie BAföG oder Arbeitslosengeld II.
- Leseförderung im Rahmen der Ausbildung: Dies kann z.B. durch finanzielle Unterstützung von Zeitungsabonnements an Schulen, Hochschulen und anderen Ausbildungseinrichtungen erfolgen, wie sie von der Landesregierung in Teilen bereits begonnen wurde. Auch inhaltlich ist eine Förderung möglich, z.B. indem Jugendliche durch verstärkte Berücksichtigung tagesaktueller Berichterstattung im Unterricht an das Medium Tageszeitungen herangeführt werden.
- Unterstützung von Nachrichtenagenturen oder von Druck- und Vertriebskoope-

rationen.

- Förderung der Journalistenausbildung.

Frage 7

Welche Rolle kommt weiteren Faktoren wie der Zulieferung durch Presseagenturen und dem Zeitungsvertriebssystem bei den Bemühungen zu, die Voraussetzungen für Pressefreiheit und Pressevielfalt zu erhalten?

Der gemeinsame Zeitungsvertrieb durch das Presse-Grosso und die Zulieferung durch Presseagenturen sind ein wichtiger Beitrag zur Meinungsvielfalt in Deutschland. Sowohl das Presse-Grosso als auch die Deutsche Presseagentur dpa tragen dazu bei, dass auch kleinere Medienunternehmen Zutritt zum Markt haben. Auch wenn man im Einzelnen sicherlich über Konditionen oder auch Effizienzgesichtspunkte diskutieren kann, so werden doch die wesentlichen Ziele erreicht:

- Durch das Presse-Grosso erhalten auch kleinere Verleger die Chance auf eine finanzierbare und diskriminierungsfreie Verteilung ihrer Produkte an den Handel. Davon profitieren Einzelhandel und Leser gleichermaßen, jede Verkaufsstelle kann jede auf dem Markt erhältliche Publikation anbieten. Für die Verlage lässt sich damit im Übrigen auch die Preisbindung rechtfertigen.
- Presseagenturen, wie dpa, ermöglichen es kleineren Anbietern, ein alle Themenbereiche abdeckendes Produkt auf den Markt zu bringen. Zudem können Redaktionen so sicherstellen, dass kein wichtiges Thema übersehen wird. Damit trägt dpa zur umfassenden Information der Leser bei. Gerade für eine Lokalzeitung sind Presseagenturleistungen oft von entscheidender Bedeutung, dürften sie regelmäßig doch kaum in der Lage sein, z.B. ein (weltweites) Korrespondentennetz zu unterhalten. dpa ermöglicht es ihnen, auch bei kleiner Besetzung qualitativ hochwertige Informationen zu erhalten und beispielsweise auch bei Auslandsnachrichten auf ein Unternehmen zurück zu greifen, das die Gegebenheiten des deutschen Marktes kennt. Durch die besondere Unternehmensstruktur - Gesellschafter sind 190 Medienunternehmen, von denen keines mehr als max. 1.5% des Stammkapitals besitzt - ist die Unabhängigkeit sicher gestellt.

Eine überzeugende Alternative zu dpa wurde noch nicht gefunden. Die WAZ-Mediengruppe hat nach ihrer öffentlichkeitswirksamen Kündigung ihres dpa Abonnements zu Ende 2008 verlauten lassen, dass sich die WAZ Redaktionen künftig kostenlos bei anderen Nachrichtenquellen im Internet bedienen wollen. Das ist nicht nur, wie der Mainzer Medienwissenschaftler Prof. Jürgen Wilke feststellte, ein Verfall „an Medienkultur und journalistischer Kultur“, sondern zeigt auch eine Geringschätzung der Arbeit der Autoren.

Presse-Grosso und dpa sind Beispiele für ein Solidarmodell, das sich insgesamt bewährt hat und daher unbedingt erhalten bleiben sollte. Beide Modelle sind bedroht, wenn finanzstarke Anbieter, wie die WAZ-Mediengruppe oder der Heinrich Bauer Verlag, sich zurückziehen. Ein Rückgang der Angebote sowie Personalabbau und damit der Verlust von Arbeitsplätzen wären die unweigerliche Folge.

Frage 8

Wie lässt sich aus Ihrer Sicht Transparenz über die Eigentumsverhältnisse im Pressebereich und anderen privaten Medien herstellen?

Transparenz über die Eigentumsverhältnisse ist ein wichtiger Faktor, um das Vertrauen der Leser in die Unabhängigkeit der Presse zu fördern. Eine Reihe von Pressegesetzen enthalten daher Verpflichtungen zur Offenlegung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse von Verlagen. Dies kann regelmäßige durch Informationen im Impressum, z.B. in der ersten Ausgabe jedes Kalenderhalbjahres oder Jahres, und bei konkreten Veränderung erfolgen (so etwa Art. 8 Bayrisches Pressegesetz). Um Konzernverflechtungen aufzuzeigen, sollte die Veröffentlichungspflicht sich auch auf die Rechtsbeziehungen zu verbundenen Medienunternehmen im Sinne von § 15 AktG beziehen. Neben den gesellschaftsrechtlichen Strukturen sollte ferner dargelegt werden, ob und ggf. an welchen weiteren Medienunternehmen der Verlag direkt oder indirekt beteiligt ist. Das Gesetz sollte schließlich konkretisieren, welche Informationen im Einzelnen umfasst sind. § 9 des Brandenburgischen Pressegesetzes bietet ein gelungenes Beispiel für eine solche Regelung.

Offenlegungsverpflichtungen sollten sich nicht auf Zeitungen und Zeitschriften beschränken. Auch im Internet sollten vergleichbare Informationen Teil des Impressums werden. Dies sollte auf Bundesebene bei der anstehenden Novellierung des Telemediengesetzes berücksichtigt werden.

Frage 9

Ist es aus Ihrer Sicht - v.a. unter verfassungsrechtlichen Aspekten - denkbar, eine gesetzliche Kennzeichnungspflicht für Medien einzuführen, an denen politische Parteien direkt oder mittelbar Anteile halten?

Eine besondere Kennzeichnungspflicht für einzelne Anteilsinhaber halten wir nicht für sachgerecht. Jede Beteiligung einer Interessengruppe an einem Medienunternehmen sollte den gleichen Kennzeichnungspflichten unterworfen werden. Es kann keinen Unterschied machen, ob es sich um Parteien, Kirchen, gesellschaftspolitische Gruppen oder Wirtschaftsunternehmen handelt. Jede dieser Beteiligungen sollte, wie in Frage 8 dargelegt, im Impressum aufgeführt werden.

Bei Hervorhebung einer einzelnen Gruppe, etwa einer Partei, besteht die Gefahr, dass statt größerer Transparenz gerade das Gegenteil erreicht wird, nämlich eine

Verwirrung des Lesers. Beim Leser könnte der Eindruck entstehen, dass nicht speziell gekennzeichneten Medien eine besondere Glaubwürdigkeit zukommt. Dies widerspricht der Lebenswirklichkeit.

Frage 10

Halten Sie es für möglich, tagesaktuelle Informationen über die Beteiligung von Parteien an Medien im Internet zu publizieren, bspw. über das Internetangebot der Kommission zur Ermittlung von Konzentration im Medienbereich (KEK)?

Transparenz über die Eigentumsstrukturen und über etwaige Aktivitäten von Verlagen in anderen vergleichbaren Mediengattungen ist wichtig, um das Vertrauen der Leser in „ihre“ Zeitung zu erhalten. Das Internet kann dabei eine wichtige Informationsquelle sein. Wie ausgeführt, müssen Transparenzanforderungen aber für alle Beteiligungen und Einflussnahmen in gleichem Maß gelten (s.o.). Sowohl bei Veröffentlichungen im Impressum einer Zeitung oder Zeitschrift als auch im Internet gilt: Sofern Informationen veröffentlicht werden, müssen sie alle relevanten Einflussfaktoren gleichermaßen darlegen.

Dass dies auf tagesaktueller Basis oder im von der KEK in der Vergangenheit gewählten Rahmen erfolgen muss, erscheint angesichts des damit verbundenen Aufwands nicht zwingend. Zu weit gefasste Informationspflichten führen zu nicht unerheblichen Kosten auf Seiten der Anbieter. So müssen Rundfunkveranstalter auch kleine direkte oder indirekte Veränderung der Beteiligungsverhältnisse in einem aufwendigen Verfahren anzeigen. Dieses Verfahren war der Sondersituation des Rundfunks geschuldet, es eignet sich nicht ohne Weiteres als Vorbild für andere Mediengattungen. Hier sollte Augenmaß walten.

Frage 11

Wie lässt sich aus Ihrer Sicht erklären, dass Zeitungen, die sich mehrheitlich im Besitz einer parteinahen oder -dominierten Gesellschaft befinden, sich trotzdem als "überparteilich" und "unabhängig" bezeichnen?

Unabhängigkeit und Überparteilichkeit kann auf unterschiedliche Art und Weise hergestellt werden, Maßstab sind dabei die tatsächlichen Einflussmöglichkeiten. Ein bewährtes Mittel zur Sicherung der redaktionellen Unabhängigkeit sind z.B. verbindliche Redaktionsstatute, die im Pressegesetz verankert werden sollten.

Frage 12

Wie stellen Sie sich die Zukunft der Zeitungsverlage in NRW und besonders des klassischen Mediums Zeitung vor?

Mittlerweile ist die lange beschworene Konvergenz der Medien auch in Deutschland

angekommen. 22 % der jugendlichen Nutzer können sich heute nicht mehr vorstellen, auf das Internet zu verzichten. Eine Tageszeitung betrachten dagegen nur noch 2 % der Befragten als unverzichtbar. Mit diesen Zahlen müssen sich Zeitungsverlage auseinandersetzen und ihre Geschäftsmodelle entsprechend anpassen. Verlage werden sich immer mehr zu Medienhäusern entwickeln, in denen das Internet, aber auch andere Medien neben die klassische Verlegertätigkeit treten. Sie müssen dabei gerüstet sein für den Wettbewerb mit international agierenden Konzernen, wie Google, die ihre eigenen Vorstellungen und Erlösmodelle im deutschen Markt durchsetzen wollen.

Diese Entwicklung wird nicht aufzuhalten sein. Wollen Verlage diesen schwierigen Wettbewerb bestehen, müssen sie die Qualität ihres Produktes wahren. Qualitätsjournalismus ist die einzige Rettung für Zeitungsverlage in Zeiten steigender Beliebtheit von Inhalten, in denen der Nutzer immer mehr nach Orientierung sucht. Geben Verlagen diesen Anspruch auf, verlieren sie ihr Alleinstellungsmerkmal und damit einen wichtigen Faktor im Wettbewerb. Nur wenn es ihnen gelingt, die im Printbereich erarbeitete Marke auch auf andere Medien zu übertragen, können sie langfristig erfolgreich sein.

Ein entscheidender Faktor, um dies zu erreichen, ist die Unabhängigkeit der redaktionellen Arbeit. Insbesondere in Zeiten steigender Konzentrationsprozesse muss die eigenständige, nach journalistischen Grundsätzen arbeitende Redaktion erhalten bleiben. Sie wird durch die derzeit zu beobachtenden Monopolisierungen, Sparwut und überzogene Renditeerwartungen massiv bedroht. Solange dies so ist, werden sich auch die Rahmenbedingungen für Journalistinnen und Journalisten weiter verschlechtern. Dem muss Einhalt geboten werden.