

Rede
zum Forum anlässlich des
10-jährigen Bestehens der Stiftung Presse-Grosso
am 22. Februar 2006 in Frankfurt/Main

**„Die Gewährleistungsfunktion des Staates für eine pluralistische
Medienordnung“**

von

Matthias Harbort,
Ministerialrat beim Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

ich danke Ihnen herzlich für Ihre freundliche Einladung, heute mit Ihnen gemeinsam über die Gewährleistungsfunktion des Staates für eine pluralistische Medienordnung nachzudenken. Die Komplexität dieses Themas, das sich von den rechtlichen und politischen Grundfesten unserer Demokratie bis in Verästelungen spezieller ökonomischer und technischer Fragestellungen erstreckt, kann im gegebenen Rahmen natürlich nicht einmal ansatzweise ausgelotet werden. Ich möchte mich deshalb auf einige wenige Eckpunkte konzentrieren.

Da mir bewusst ist, vor einem in erster Linie presseorientiertem Auditorium zu sprechen, werde ich natürlich im Schwerpunkt Fragen des Printbereichs ansprechen. Gleichwohl sind einige Bemerkungen zu Rundfunk und Onlinemedien unverzichtbar. Digitalisierung und

Konvergenz der Medien nötigen uns, die einzelnen Medienbereiche heute in ihren Beziehungen zu anderen Segmenten zu denken und zu behandeln. Dies gilt für die Entwicklung von Geschäftsmodellen nicht weniger als für die staatliche Medienordnung und ihre Fortentwicklung.

Wenn wir uns einmal ganz persönlich fragen, was wir aus welchen Gründen und aus welchen Quellen über die Welt wissen, müssen wir keine Philosophen sein, um feststellen zu können: Der weitaus größte Teil unseres wirklichen oder vermeintlichen Weltwissens beruht nicht auf eigener Anschauung und Erkenntnis, sondern auf medial vermittelter. Von Kindesbeinen an speist sich unsere Sicht der Wirklichkeit entscheidend aus der Wahrnehmung, Darstellung und Bewertung der Dinge und Ereignisse durch andere Menschen, die uns in Wort, Schrift und Bild präsentiert werden. Diese Regel gilt ebenso für die Überprüfung und Kritik unseres Wissens: Auch sie basieren wieder auf medialen Quellen, nur eben auf anderen, vielleicht und hoffentlich sogar besseren, seriöseren oder verlässlicheren als den bereits bekannten. Wir leben deshalb in der Gefahr einer – wie ich es einmal nennen will – „erkenntnistheoretischen Endlosschleife“, wenn wir nicht darauf vertrauen können, dass uns die Medien – bei allen unüberwindbaren Verkürzungen, subjektiven Eintrübungen und geschäftlichen Notwendigkeiten seitens ihrer „Macher“ - ein grosso modo zutreffendes, angemessenes Bild der Wirklichkeit zeigen.

Die Produkte der Medien, die wir hören, sehen, lesen und aufnehmen sind demnach für Individuum und Gesellschaft von herausragender Bedeutung und keine bloße Ware. Sie sind in Zeiten weltweiter Telekommunikation und Vernetzung geradezu ein Lebenselixier jeder Gesellschaft, und zwar unabhängig davon, ob diese freiheitlich und demokratisch ist oder nicht. Medien sind in einer modernen Gesellschaft also gleichsam immer schon da: Segensreich, wenn sie in einer Demokratie aufklären und orientieren, verhängnisvoll und unterdrückend,

wo sie von Diktaturen als Propagandaorgane und Herrschaftsinstrumente missbraucht werden.

Man kann folgende Regel aufstellen: Eine Demokratie ist ohne freie und der Wahrheit verpflichtete Medien nicht denkbar. Und umgekehrt können solche Medien nur dort leben und gedeihen, wo eine funktionierende demokratische Staats- und Gesellschaftsordnung existiert. Eine konstruktive Rolle der Medien stellt sich also nicht automatisch ein. Vielmehr bedarf es einer Vielzahl kultureller, politischer, rechtlicher, gesellschaftlicher, und wirtschaftlicher Voraussetzungen, damit die Medien ihren konstitutiven Beitrag für die Demokratie leisten können. Hier ist der Ort der staatlichen Medienpolitik.

Hier liegt aber, meine sehr geehrten Damen und Herren, zugleich Ihr Verantwortungsbereich als Medienschaffende. Ob als Verleger, Grossisten, Rundfunkveranstalter, Anbieter von Onlinediensten, Journalisten oder in sonstiger Weise am Medienbetrieb Mitwirkende müssen Sie die vom Staat zu garantierende freiheitliche Medienordnung mit Leben erfüllen. Nur Staat und Medienschaffende gemeinsam können also das Ziel erreichen, Medien und Demokratie in ein harmonisches, dem Gemeinwohl zuträgliches Verhältnis zu bringen.

In den letzten Jahrzehnten ist dies in Deutschland per saldo sicher geglückt. Die deutschen Medien und die sie tragenden Unternehmen und Infrastrukturen – zu denen fraglos auch das Presse-Grosso zählt – halten seit Jahrzehnten ein Niveau, das international zu Recht einen hervorragenden Ruf genießt. Dazu haben nicht zuletzt die Presse und die öffentlich-rechtlichen sowie privaten Rundfunkveranstalter beigetragen. Die Messlatte liegt also weit oben, und wir alle wollen, dass dies gerade auch unter verschärften Wettbewerbsbedingungen so bleibt.

Meine Damen und Herren,

was ist dafür notwendig? In erster Linie sind unsere verfassungsrechtlich verbürgten Medienfreiheiten zu bewahren und fortzuentwickeln. Sie sind konstitutiv für die demokratische Gesellschafts- und Medienordnung. Allerdings sind sie für sich allein nicht hinreichend: Hinzutreten müssen die Informationsfreiheit des Bürgers und die Vielfalt der Angebote bei angemessener Seriosität und Qualität. Diese „Trias“ muss durch die staatliche Medienordnung stets im Gleichgewicht gehalten werden. Das ist angesichts sich ständig wandelnder gesellschaftlicher, technischer und wirtschaftlicher Bedingungen die Daueraufgabe der Medienpolitik. Dabei setzt der Staat zunehmend auch auf das Instrument der Selbstregulierung der Medienwirtschaft. So wird ein Höchstmaß an Freiheit mit einer ebenso sachnahen wie effizienten Aufgabenerfüllung verbunden.

Die Medienfreiheiten – oder, anders gesagt, die Kommunikationsgrundrechte der Medienschaffenden – sind in Artikel 5 unseres Grundgesetzes garantiert. Das Bundesverfassungsgericht hat die überragende Bedeutung der Meinungs-, Presse-, Rundfunk- und Filmfreiheit für unser Gemeinwesen schon in den frühen Jahren unserer Republik festgestellt. Es hat daraus eine Vielzahl konkreter, für die Rechtspraxis höchst bedeutsamer Folgerungen gezogen. Darauf möchte ich später noch näher eingehen. An dieser Stelle ist mir wichtig, dass die Rechtsprechung die Kommunikationsgrundrechte gerade auch als unverzichtbaren Bestandteil des in Artikel 20 Absatz 2 des Grundgesetzes gewährleisteten Demokratieprinzips erkannt und damit ausdrücklich festgeschrieben hat, was ich soeben bereits über das wechselseitige Grundverhältnis zwischen Gesellschaftsordnung und Medien dargelegt habe. Die Kommunikationsgrundrechte haben somit zumindest in ihren Kernbereichen Anteil an der sogenannten „Ewigkeitsgarantie“ des

Artikels 79 Absatz 3 des Grundgesetzes. Deshalb können sie insoweit sogar vom Verfassungsgeber nicht weiter eingeschränkt oder gar abgeschafft werden.

Diese geradezu revolutionär zu nennende Rechtskonstruktion mag denjenigen unter Ihnen, die sich nicht von Berufs wegen mit der Jurisprudenz befassen, eigenartig, wenn nicht gar verstiegen erscheinen. Sie ist auch nur vor dem Hintergrund der deutschen Geschichte verständlich. Die Freiheit der Medien war in der Vergangenheit unseres Landes leider nicht der Normalfall. Das Naziregime und die spätere kommunistische Diktatur in der DDR haben uns schmerzlich gelehrt, dass gerade die Medienfreiheiten höchst fragil sind. Die Medien sind neben den staatlichen Organen immer die ersten Institutionen, deren sich totalitäre und diktatorische Regime bemächtigen, um jeden Widerstand schon im Keim zu ersticken. Diese Gefahr wollten die Mütter und Väter des Grundgesetzes durch die besondere verfassungsrechtliche Absicherung der Medienfreiheiten ein für allemal bannen.

Die Bedrohung unserer freiheitlichen Medienordnung ist auch nach dem Fall der Berliner Mauer nicht bloß eine historische Reminiszenz, sondern harte politische Realität. Das lehrt uns der aktuelle „Karikaturenstreit“. Wie immer man die Kollision von Pressefreiheit einerseits und Religionsfreiheit andererseits im Einzelfall lösen mag: Es darf in einer Demokratie keinem ernsthaften Zweifel unterliegen, dass die Pressefreiheit – freilich innerhalb der von der Verfassung selbst gezogenen Schranken - auch die satirische und damit ihrer Natur nach überzeichnende Darstellung schützt. Es mag bisweilen politisch unklug sein, alles zu tun, was man darf. Aber es gehört eben zum Wesen unserer durch die Grundrechtsordnung verbürgten Demokratie, die legitime Grundrechtsausübung anderer auch dann zu ertragen, wenn sie einem selbst politisch falsch oder aus religiöser Sicht gar unerträglich

erscheint. Diese „Urnorm“ unseres Gemeinwesens ist in der europäischen und deutschen Geschichte über Jahrhunderte unter großen Opfern erkämpft worden. Sie darf als eine der großen Errungenschaften der politischen Kultur Europas gelten. Und sie darf nicht in Frage gestellt werden, wollen wir nicht unsere Identität aufgeben.

Meine Damen und Herren,

den Freiheitsrechten der Medienschaffenden korrespondiert die **Informationsfreiheit des lesenden, hörenden und sehenden Bürgers**. Artikel 5 des Grundgesetzes garantiert ihm das Grundrecht, sich ungehindert aus allen allgemein zugänglichen Quellen zu unterrichten. Denn nur der Besitz von staatlich nicht gefilterten Informationen ermöglicht eine autonome Auswahl und Meinungsbildung der Menschen. Ohne diese Voraussetzungen aber ist der für eine demokratische Zivilgesellschaft unverzichtbare freie gesellschaftliche Diskurs ebenso wenig denkbar wie die chancengleiche, verantwortliche und identitätsstiftende Mitgestaltung der res publica.

Wenden wir uns dem dritten Element der eingangs beschriebenen Trias unserer demokratischen Medienordnung zu, der **Vielfalt und Qualität des von den Medien generierten Angebots**. Hier liegen gegenwärtig die schwierigsten Anforderungen an Politik und Medienwirtschaft.

Allgemein lässt sich feststellen, dass wir heute in allen Medien keinen Mangel, sondern eher eine Überfülle an Informationen und Inhalten haben. Daraus folgt aber nicht automatisch eine Vielfalt von Positionen, Haltungen, Weltanschauungen, Formaten und dergleichen mehr. Im Gegenteil: Die quantitativ inzwischen fast unüberschaubare Zahl der Angebote scheint paradoxerweise sogar eine zunehmende Uniformierung und damit einen Verlust von Vielfalt und Qualität zur

Folge zu haben. Im Wettbewerb um Marktanteile, Quoten und Werbeeinnahmen gleichen sich die Anbieter immer mehr dem Mainstream an, um möglichst große Nutzergruppen zu erreichen. Deshalb diagnostizieren manche Marktbeobachter einen Teufelskreis, der auf Dauer zwangsläufig zu einem unaufhaltsamen weiteren Vielfalts- und Niveauverlust der Medien führen soll. Seine Quintessenz soll lauten: Je anspruchsvoller die Inhalte, desto geringer ihre Marktfähigkeit. Oder: Wirtschaftlichkeit einerseits sowie Vielfalt und Qualität andererseits schließen sich angeblich gegenseitig aus.

Obwohl für diese Analyse mit Blick auf viele Angebote sicher manches spricht, greift sie aus meiner Sicht doch entschieden zu kurz. Ich wage sogar zu behaupten: Das Gegenteil ist der Fall! Denn die Menschen haben einen riesigen Bedarf an Orientierung in der Informationsflut, der bislang nicht hinreichend gedeckt wird. Dies gilt umso mehr, als unsere Welt ständig komplexer und unübersichtlicher wird und unsere über Generationen tradierten Gewissheiten angesichts der rasant zunehmenden Bedeutung von Globalisierung und anderen Kulturen für unser Leben immer stärker in Frage gestellt werden.

Vielleicht ist der Mainstream bisweilen recht seichter Unterhaltung und lärmender Sensationslust deshalb auch eine sehr menschliche Form der Reduktion von Komplexität - die verständliche Flucht in eine Oase der Ruhe vor einer zunehmend als bedrohlich empfundenen Umwelt. Wenn die Medien dieses Bedürfnis bedienen, ist das legitim und nicht zu kritisieren. Sie sollten dabei aber nicht stehen bleiben und erkennen, dass ihre vornehmste Aufgabe darin besteht, Lesern, Hörern und Zuschauern dabei zu helfen, Orientierungen zu finden. Aus meiner Sicht haben die Medien ihre darin liegenden Marktchancen aber noch gar nicht in vollem Umfang wahrgenommen. Man darf annehmen, dass intelligent aufbereitete, neue und zugleich anspruchsvolle Angebote enorme Wachstumspotentiale bergen. Diese gilt es in Zukunft zu

aktivieren. Vielfalt und Qualität sind allerdings auf diesem Weg sicher nicht ohne erhebliche zusätzliche Anstrengungen der Medienschaffenden und einen passenden medienpolitischen Ordnungsrahmen zu erreichen. Diesen möchte ich im Hinblick auf Presse, Rundfunk und Onlinedienste nun aus meiner Sicht ein wenig näher beleuchten:

Meine Damen und Herren,

die gegenwärtige Entwicklung der **Presse**, insbesondere der **Tageszeitungen**, muss uns Sorge bereiten. Denn der deutsche Zeitungsmarkt befindet sich trotz der jüngsten konjunkturellen Aufhellungen in einer tiefgreifenden strukturellen Krise. Tendenziell sinkende Auflagen und Werbeeinnahmen einerseits, steigende Kosten, wachsende Konkurrenz durch elektronische Medien, zunehmender Konzentrationsdruck und spürbare Veränderungen des Lese- und Rezeptionsverhaltens der Bevölkerung hinterlassen im Zeitungsmarkt tiefe Spuren.

Wenn der **Zeitschriftenmarkt** von dieser Entwicklung derzeit auch weniger betroffen ist, bedeutet das keineswegs, dass man für diesen Bereich Entwarnung geben kann. Denn jeder, der sich mit der Zukunft der Printmedien befasst, weiß, dass die Strukturprobleme des Zeitungsmarktes auf die Dauer auch auf den Zeitschriftenmarkt durchschlagen werden. Dies alles ist umso problematischer, als gerade das geschriebene Wort prädestiniert ist, die Menschen differenziert, profund und nachhaltig zu informieren und ihnen verlässliches Orientierungswissen zu vermitteln. Das ist übrigens auch den Nutzern bewusst. So erreichen die Printmedien im Vergleich zur elektronischen Konkurrenz bei Befragungen hinsichtlich der ihnen zugeschriebenen Seriosität regelmäßig Spitzenwerte. Ein Bedeutungsverlust der Printmedien wäre also in letzter Konsequenz ein Verlust von kultureller und politischer Substanz unseres Gemeinwesens.

Zeitungen und Zeitschriften können ihre wichtige Funktion nur dann erfüllen, wenn ihnen funktionierende Vertriebsstrukturen zur Verfügung stehen. Mit einem Marktanteil von über 50 Prozent ist das Grosso-System neben dem verlagseigenen Abonnement, dem Bahnhofsbuchhandel, dem werbenden Buch- und Zeitschriftenhandel sowie den Lesezirkeln das bedeutendste Vertriebsnetzwerk. Das deutsche Presse-Grosso ist international als vorbildlich beleumundet und gilt innerhalb der Europäischen Union als das effizienteste Vertriebswesen. Ganz überwiegend verlagsunabhängig ausgestaltet, garantiert das Grosso die Presse- und Meinungsvielfalt „an der Ladentheke“. Wenn man so will, ist dieses Modell die handfeste Seite der verfassungsrechtlich garantierten Presse- und Meinungsfreiheit. Denn diese Freiheit wäre hohle Floskel, würde nicht wirklich in jedem Winkel unseres Landes gelesen werden können, was die besten Federn der Nation zu bieten haben. Die Grossisten sind damit unverzichtbare Anwälte unserer Demokratie.

Es ist klar, dass die wirtschaftlichen Interessen von Verlagen und Grossisten in manchen Punkten divergieren. Ihnen als Brancheninsider muss ich das nicht näher erläutern. BDZV, VDZ und der Bundesverband Presse-Grosso haben deshalb einen bemerkenswerten Weitblick bewiesen, als sie sich im August 2004 in der „Gemeinsamen Erklärung“ darauf verständigt haben, das Grosso-Vertriebssystem zu erhalten und exklusive Lieferverträge der Verlage mit Einzelhändlern nur dann zuzulassen, wenn sie im Rahmen definierter Marktöffnungstests erfolgen und auf einen Übergang zur üblichen Sortimentsbelieferung durch das Presse-Grosso angelegt sind. Wir halten diesen Schritt für ein hervorragendes Beispiel funktionierender Selbstregulierung im Medienbereich und hoffen, dass die „Gemeinsame Erklärung“ auch in Zukunft die „Magna Charta“ der Zusammenarbeit von Verlegern und Grossisten bleibt.

Meine Damen und Herren,

Das Grundrecht der Pressefreiheit gewährleistet nicht nur den Schutz der Medienschaffenden vor ungerechtfertigten Eingriffen in diesen Freiheitsbereich, sondern enthält darüber hinaus die objektiv - rechtliche Garantie des sogenannten „Instituts der freien Presse“. Als solche gewährleistet Artikel 5 Grundgesetz die Existenz und den Fortbestand einer staatsfreien, vielfältigen Presselandschaft. Dies beinhaltet eine Verpflichtung des Staates, Rahmenbedingungen zu schaffen und zu sichern, die ein freiheitliches, plurales Pressewesen lebendig erhalten. Bei der Wahrnehmung dieser Verpflichtung ist der Staat jedoch zu strikter Inhaltsneutralität angehalten. Entsprechende Maßnahmen dürfen nicht zu einer – wie immer gearteten – Einflussnahme auf Presseinhalte führen.

Das traditionelle Instrument zum Schutz des Instituts der freien Presse ist die Bewahrung der Kongruenz von wirtschaftlichem und publizistischem Wettbewerb: Je ausgeprägter der wirtschaftliche Wettbewerb ist, desto vielfältiger gestaltet sich die publizistische Konkurrenz. Oder: Anbietervielfalt generiert und sichert stets auch Angebotsvielfalt. Dieses Modell ist die Konsequenz aus der bisherigen ständigen Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, der zu Folge Artikel 5 Grundgesetz eine privatwirtschaftliche Struktur des Pressewesens garantiert und erfordert. Es hat sich in der Praxis grundsätzlich bewährt und wird auch in Zukunft unverzichtbar sein. Dies ist nicht zuletzt an dem Umstand abzulesen, dass die Einführung der verschärften pressekartellrechtlichen Sonderregelungen in das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen durch die dritte Kartellrechtsnovelle im Jahre 1976 der damaligen Pressekonzentration spürbar entgegen gewirkt und auf diese Weise einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung der Pressevielfalt in Deutschland geleistet hat.

Die aktuelle Zeitungskrise und ihre strukturellen Ursachen werfen allerdings die Frage auf, ob das beschriebene traditionelle Modell der Sicherung der Angebotsvielfalt durch externen wirtschaftlichen Wettbewerb nicht einer Fortentwicklung bedarf. So zeichnet sich ungeachtet eines intensiven wirtschaftlichen Wettbewerbs im Pressemarkt eine Tendenz zum Verlust publizistischer Einheiten durch die Einstellung von Titeln, die Zusammenlegung von Redaktionen und einheitliche überregionale Berichterstattungen in unterschiedlichen Regionalzeitungen ab. Es zeigt sich zunehmend, dass der wirtschaftliche Wettbewerb zumindest nicht ausnahmslos die Gewähr für die Erhaltung der Inhalts- und Meinungsvielfalt bietet. Umgekehrt stellt sich die Frage, ob eine wirtschaftliche Konzentration, die einen bestimmten Umfang nicht überschreitet, zwangsläufig zu einer Reduzierung von Themen- und Meinungsvielfalt der angebotenen Medieninhalte führen muss.

Dieser Zusammenhang spielt übrigens für die verfassungsrechtliche Bewertung des Presse-Grosso eine entscheidende Rolle: So hat das Bundesverfassungsgericht dem Presse-Grosso, das ja mit Hilfe von Gebietsmonopolen Titelvielfalt in der gesamten Fläche gewährleistet, nicht nur dem Schutzbereich der Pressefreiheit zugewiesen, sondern darüber hinaus sogar ausdrücklich festgestellt, dass diese besondere Vertriebsform unter den heutigen Umständen für das Funktionieren einer freien Presse notwendig sei.

Das Spannungsverhältnis zwischen wirtschaftlichem und publizistischem Wettbewerb hatte offenbar auch die Monopolkommission vor Augen, als sie sich in ihrem ersten Gutachten zum Fusionsverfahren Berliner Zeitung / Tagesspiegel im April 2003 wie folgt äußerte: „Dabei steht die für die Ordnung des Pressewesens grundlegende Vorstellung zur Diskussion, dass publizistischer und wirtschaftlicher Wettbewerb selbständiger Unternehmen ein angemessenes Maß an Vielfalt und

Unabhängigkeit sicherstellt. Eine Auseinandersetzung mit solchen grundlegenden Fragen mag angesichts der zu erwartenden langfristigen Veränderungen der Rahmenbedingungen des Pressewesens unausweichlich sein“.

Im zweiten Gutachten vom August 2003 ergänzte die Monopolkommission ihre Überlegungen: „Das zu erwartende breit angelegte Erfordernis, Rückgänge der im Anzeigengeschäft zu erwirtschaftenden Deckungsbeiträge durch Ausweitungen des Vertriebsgeschäfts zu kompensieren, lässt befürchten, dass sich Konzentrationstendenzen entwickeln werden, die möglicherweise das bisher geltende Leitbild der Sicherung von Pressevielfalt durch Wettbewerb wirtschaftlich selbständiger Einheiten in Frage stellen“.

Meine Damen und Herren,

die Bundesregierung wird sich mit all diesen Fragen eingehend befassen. In der Koalitionsvereinbarung für die laufende Legislaturperiode haben sich CDU / CSU und SPD darauf verständigt, die Pressevielfalt zu sichern und zu prüfen, ob den Verlagen mit einer Modernisierung des Pressekartellrechts Möglichkeiten eröffnet werden können, ihre wirtschaftliche Basis zu sichern und im Wettbewerb auch mit anderen Medien und ausländischer Konkurrenz zu bestehen. Dabei werden sicher auch die Bedeutung des Pressevertriebs und crossmedialer Verwertungsketten für die Meinungsvielfalt sowie die Rolle ausländischer Investoren auf dem deutschen Medienmarkt zu bedenken sein.

Ein weiterer, gerade für die Vielfalt der Printmedien wichtiger Gesichtspunkt ist, dass die Refinanzierungsmöglichkeiten von Zeitungen und Zeitschriften nicht durch unnötige, ja schädliche Regulierungen

beeinträchtigt werden. An dieser Stelle sind daher einige kritische Worte an die Europäische Union zu richten:

Im letzten Jahr haben die Dienststellen der EU-Kommission ein Arbeitspapier zur Situation der europäischen Verlagsbranche zur Diskussion gestellt. Es wirft zu Recht die Frage auf, ob die vorhandenen, die Verlagsbranche betreffenden allgemeinen, insbesondere die wirtschafts- und verbraucherschutzrechtlichen Regulierungen angemessen sind oder verbessert werden können. Die Bundesrepublik Deutschland hat hierzu dezidiert Stellung genommen und darauf hingewiesen, dass insoweit besonders die Werbeverbote kritisch in den Blick genommen werden müssen, welche die Europäische Union in den letzten Jahren geschaffen hat. Denn diese Werbeverbote wirken sich besonders belastend auf die Verlagsbranche aus, ohne dass hierfür überwiegende öffentliche Belange benannt werden könnten. Es sei an dieser Stelle auch daran erinnert, dass die Bundesrepublik Deutschland die EU-Tabakwerberichtlinie vor dem Europäischen Gerichtshof angegriffen hat. Die Bundesregierung wird allen künftigen Versuchen der EU, weitere Werbeverbote zu schaffen, entschieden entgegen treten.

Das zitierte Arbeitspapier der EU beschreibt ferner zutreffend, dass Zeitungen, Zeitschriften und Bücher zunehmend durch die konkurrierenden elektronischen Medienangebote, insbesondere im Online-Bereich, bedrängt werden. Nach unserer Einschätzung werden sich die Printmedien gegen diese Konkurrenz aber nur dann behaupten können, wenn sie auf Glaubwürdigkeit und Qualität setzen. Es besteht daher in der hiesigen Verlagsbranche zu Recht Einigkeit darüber, dass die im deutschen Presserecht verankerte strikte Trennung von Redaktion und Werbung auch in Zukunft unverzichtbar ist. Die Bundesregierung teilt diese Haltung ausdrücklich und warnt die EU nachdrücklich vor einer Debatte, die – wie im Rahmen der laufenden Reform der EU-Fernsehrichtlinie - darauf abzielt, Schleichwerbung, Product- oder

Themenplacement als geeignete zusätzliche Mittel zur Finanzierung von Printprodukten anzusehen. Dies würde gerade der Meinungsvielfalt einen Bärendienst erweisen.

Außerdem ist festzuhalten, dass die EU im Verlagssektor nur sehr begrenzte Kompetenzen beanspruchen kann. Denn sämtliche Printmärkte sind aufgrund besonderer kultureller Gegebenheiten und sprachlicher Barrieren im Wesentlichen national und regional strukturiert. Deshalb ist die Frage nach der branchenspezifischen Wettbewerbsfähigkeit der Verlagsunternehmen im Kern nicht auf europäischer, sondern auf nationaler Ebene zu behandeln.

Meine Damen und Herren,

noch ein letzter, allerdings sehr wichtiger Gedanke zur Presse: Ökonomische Prosperität und Meinungsvielfalt der Presselandschaft stehen und fallen damit, ob auch die nachwachsenden Generationen fähig und bereit sind, Printmedien zu nutzen. Insbesondere Zeitungen und Zeitschriften stehen heute mit den elektronischen Kommunikationsdiensten in einem harten Wettbewerb um junge Leser. Es bedarf daher besonderer Anstrengungen, um diese Zielgruppe an Zeitungen und Zeitschriften heranzuführen. Es ist sehr erfreulich, dass sich die Branche dieser Aufgabe in jüngster Zeit verstärkt widmet und eine Vielzahl von Initiativen ergreift, um besonders Schülerinnen und Schülern unterschiedlichen Alters einen Zugang zu Printmedien zu erschließen.

Die heute gastgebende Stiftung Presse-Grosso und die Stiftung Lesen haben sich, tatkräftig unterstützt von den Grossisten und vom VDZ, um diese Aufgabe mit ihrem Projekt „Zeitschriften in die Schulen“ in hervorragender Weise verdient gemacht. Es ist bemerkenswert, wie es mit dieser Initiative innerhalb weniger Jahre gelungen ist, eine ausgesprochen praxisgerechte und zielgruppenorientierte Förderung der Lese- und Medienkompetenz bundesweit in allen Schulformen zu realisieren. Wir haben dieses Projekt stets nachdrücklich unterstützt und werden dies auch weiterhin tun.

Wir regen darüber hinaus an, darüber nachzudenken, die verschiedenen überregionalen Initiativen zur Förderung der Lese- und Medienkompetenz in einem nationalen Netzwerk zu bündeln. Auf diese Weise könnten sicher eine breitere öffentliche Aufmerksamkeit und beachtliche praktische Synergieeffekte erzielt werden, ohne Identität und Eigenständigkeit der einzelnen Akteure und Projekte aufzugeben.

Meine Damen und Herren,

kommen wir zum **Rundfunk**, dem noch immer meistgenutzten Medium. Hier möchte ich feststellen: Die duale deutsche Rundfunkordnung ist und bleibt ein Garant der politischen, weltanschaulichen und kulturellen Vielfalt, auch wenn im Detail sicher Reformbedarf besteht.

Die kraft Gesetzes auf Binnenpluralität verpflichteten **öffentlich-rechtlichen Programme** sind - in einem umfassenden Sinn verstanden - Kulturträger, ja sogar Ausdruck unserer Kultur. Dabei sollten die Sender ihrem besonderen Programmauftrag aber noch mehr Beachtung schenken, als sie dies bisweilen tun. Auch sollte der Programmauftrag weiter konkretisiert werden. Wir sind dennoch immer wieder gut beraten,

auf die gewaltige Kultivierungs- Integrations- und Erziehungsleistung der Programme für unser Land hinzuweisen. Dieser „Kulturraum“ ist aber längst nicht mehr geschützt, sondern in Deutschland wie auch in anderen europäischen Staaten unter enormen Druck geraten. Keine Woche vergeht ohne politische Diskussionen, die sich aus Zweifeln über die Sinnhaftigkeit des breiten öffentlich-rechtlichen Angebots speisen. Spar- und Rationalisierungszwänge tun ihr übriges. Wir müssen das System des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verteidigen, es aber gleichzeitig reformieren. Der Ruf nach Veränderung erschallt aber nicht nur hierzulande, sondern in ganz Europa. Eine Vielzahl von Auskunftsersuchen der EU-Kommission zu Aktivitäten der öffentlich-rechtlichen Sender z.B. im Online-Bereich oder – gerade aktuell – zu den Rundfunkgebühren - zeugen davon.

Die öffentlich-rechtlichen Sender sind seriöse und verlässliche Informationsquellen. Als solche werden sie auch in den Online-Angeboten wahrgenommen. Das Internet wird immer stärker frequentiert, während die Rundfunknutzung abnimmt. Darauf müssen die öffentlich-rechtlichen Sender reagieren, sonst verlieren sie ihre Existenzberechtigung. Dabei müssen sie sich freilich in den Grenzen ihres Funktionsauftrags halten. Die Angebote müssen insbesondere den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft dienen. Deshalb irrt auch die Wettbewerbskommission der EU, wenn sie glaubt, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk gerade im Bereich der neuen Medien – möglicherweise auch bei den Buketts der Digitalkanäle – nur noch dort aktiv sein darf, wo der Markt keine „hinreichende“ Versorgung garantieren kann.

Meine Damen und Herren,

auch die Rolle des **privaten Rundfunks** für die Vielfalt der Angebote darf nicht unterschätzt werden. Seine Premiere in Deutschland vor zwei Jahrzehnten war mit Hoffnungen und auch mit Befürchtungen verbunden. Es ging um mehr Wettbewerb in einem erst noch zu entdeckenden, bislang für Renditeerwartungen verriegelten Markt und inhaltlich um neue Möglichkeiten und Grenzgänge. Der Aufbruch in das verheißungsvolle, neue mediale Zeitalter war mit neuen Ideen, Formaten und einem gerüttelt Maß an Kreativität verknüpft. Die öffentlich-rechtliche Betulichkeit sollte durchbrochen und zum ersten Mal ein Medienmarkt geschaffen werden. Der Wettbewerb als tragendes Element einer freiheitlichen Wirtschaftsordnung wurde nun mit harten Bandagen um die größtmögliche Zuschauerzahl geführt.

Was die einen als Erlösung von wirtschaftlichen Fesseln priesen, galt den anderen als Entfesselung der Niveaulosigkeit. Die Privaten, so hieß es damals, bedienten nurmehr den diffusen Geschmack des Massenpublikums, sie schlachteten ihn aus und kämen jeder Form von Voyeurismus entgegen. Der Boulevard regiere den Geist und fördere hastige Berühmtheit, war zu lesen. Man glaubte, dass die Schranken für Gewaltdarstellungen insgesamt sinken würden. Der französische Philosoph und Polittheoretiker Pierre Bourdieu beschwor gar „die demagogische Unterwerfung unter populäre Geschmacksrichtungen“.

All den Kritikern ist entgegenzuhalten, dass der private Rundfunk den deutschen Zuschauer mit neuen Inhalten und Formaten vertraut gemacht und unsere Fernsehkultur insgesamt verändert hat. Ich denke dabei an Polit-Talk, an Daily Soaps, an das sogenannte Reality-TV, an die Renaissance der Quiz-Sendung, die Sendungen Alexander Kluges

oder an die Regionalfenster. Mit all diesen Farben und Formen professionalisierte sich das Privatfernsehen. Die stärkere Hinwendung zum Zuschauer wurde zum Merkmal des Medienmarktes. Die Helden des Alltags bevölkern die Kanäle mit ihren Ängsten, ihren Sorgen, ihren Träumen, ihren Obsessionen. In den vergangenen zwanzig Jahren finden sich viele Programmentscheidungen, die vom Mut der Macher getragen waren, von Kreativität und Handwerk.

Was gern als Revolution auf dem deutschen Medienmarkt beschrieben wird, vollzog sich aber nicht im luftleeren Raum. Die Einführung und Entwicklung des privaten Rundfunks erfolgte nicht rein marktgetrieben, sondern war begleitet von starken gesetzlichen Vorgaben und Sicherungsmechanismen zugunsten der Inhalte- und Meinungsvielfalt. Ich denke dabei auch an die errungene Sendezeit für unabhängige Dritte. Der Gesetzgeber sieht gerade hierin einen „zusätzlichen Beitrag zur Vielfalt ... insbesondere in den Bereichen Kultur, Bildung und Information“. Das soll auch so bleiben, wir brauchen die anspruchsvollen Dokumentationen von „Spiegel-TV“ ebenso wie das unterhaltsam anregende Magazin „Stern-TV“. Dieses System hat sich bewährt und zu einer Relevanz des Wissens in den privaten Programmen geführt. Der intensive Dialog der Politik mit der Branche und verantwortlichen Verbandsvertretern darf in dieser Hinsicht als ausgesprochen fruchtbar bezeichnet werden. Es gilt deshalb, auf diesem Weg weiter voranzukommen.

Meine Damen und Herren,

die **Onlinedienste** stellen uns im Hinblick auf Vielfalt und Qualität der Angebote vor neue Herausforderungen. Das Internet hat sich zum Massenmedium entwickelt. Dieses Medium erhält damit nicht mehr nur eine ökonomische Bedeutung, sondern auch eine relevante gesellschaftliche Funktion. Die Öffentlichkeit verlangt und verdient eine Qualitätssicherung im Internet. Im Dschungel der Inhalte sollte es eine Art Kernbereich geben, der auf einleuchtende, verlässliche Weise Wirklichkeit abbildet, sich auf die Wirklichkeit bezieht und sie auch verständlich macht. Dies könnte eine Art Netzwerk sein, das von privaten wie öffentlich-rechtlichen Anbietern ebenso gespeist wird wie von Verlagsunternehmen.

Die Vielfalt im Online-Bereich kann somit einfacher und besser erschlossen und eine gewisse Qualität garantiert werden. Das Internet ist ein integrales Medium, das vom klassischen Rundfunk über die digitale Erschließung großer Bibliotheken, Nachrichten- und Bildarchive bis hin zu Unterhaltungsangeboten wie elektronischen Spielen, alles umfasst. Daran sind viele beteiligt, und das sollte auch so bleiben.

Das Abrufen und Auffinden von verlässlichem, unabhängig ausgewähltem und bewertetem Wissen ist für die freie, demokratische öffentliche Kommunikation außerordentlich wichtig. Es gehört zum Vertrauen in die Informationsgesellschaft, dass der Nutzer weiß, nach welchen Kriterien ihm das ungeheure Archiv im Internet, das viele Milliarden von Webseiten umfasst, erschlossen und präsentiert wird. Es gibt immer wieder intensive Diskussionen um die Funktion von Suchmaschinen. Nach welchen Gesichtspunkten wird die Trefferliste ausgeworfen? Wer steht an der Spitze, wer wird auf den hinteren

Rängen gelistet? Wie werden kommerzielle Verbindungen offenbar? Bilden Suchmaschinen tatsächlich die Vielfalt der Netzinhalte angemessen ab?

Dem System von Suchmaschinen fehlt derzeit jede Transparenz, teilweise ist es weder neutral noch objektiv. Wo aber Transparenz fehlt, gehen auch Vielfalt und Demokratie verloren. Es ist kaum anzunehmen, dass am Ende der Gesetzgeber ein solches Problem befriedigend lösen kann. Wichtig ist, dass die Unternehmen selbst für Transparenz sorgen. Wie bereits oben gesagt, dürfte hier die Selbstregulierung durch die Marktakteure das richtige Steuerungsinstrument sein. Nur wenn die Branche selbst aktiv wird, lässt sich das Vertrauen der Nutzer gewinnen.

Meine Damen und Herren,

mit diesen letzten Sätzen schließt sich der Kreis meiner Überlegungen, sind sie doch in gewisser Weise gemeinsames Motto für den gesamten Medienbereich. Lassen Sie uns also gemeinsam daran arbeiten, die Medienvielfalt in unserem Land zu erhalten und weiter zu entwickeln. Zum Wohle der Menschen, unserer Demokratie und nicht zuletzt der Medienbranche selbst.

Vielen Dank!