

- > NRW ist das Flächenland mit der höchsten Zeitungsdichte
- > Zeitungsverleger in NRW zeigen sich mit Novellierung des Landesmediengesetzes zufrieden
- > Landesregierung soll Zeitungsabos für Azubis finanzieren

„Die wahren Probleme liegen in der Verflachung und einer drohenden Verblödung der Angebote“

> Interview mit Clemens Bauer, Vorsitzender der Geschäftsführung der Mediengruppe RP/ Vorsitzender des Zeitungsverlegerverbandes NRW



> Clemens Bauer

Geboren: 2. Juni 1946

Studium der Ingenieurwissenschaften

1973–1985 Prokurist, Mainzer Verlagsanstalt

1985–1990 Geschäftsführer der Donau-Kurier-Verlagsgesellschaft mbH, Ingolstadt

1990–1993 Geschäftsführer der Rheinisch-Bergische Druckerei- und Verlagsgesellschaft

1993–1999 Sprecher der Geschäftsführung

Seit Januar 2000 Vorsitzender der Geschäftsführung der Rheinisch-Bergischen Verlagsgesellschaft mbH

Vorsitzender des Zeitungsverleger-Verbandes NRW

In einem promedia-Gespräch zeigte sich der Vorsitzende des Zeitungsverlegerverbandes NRW Clemens Bauer zuversichtlich, „dass es am Ende gelingen wird, mit der Novelle des Landesmediengesetzes für die Verlage Wachstumschancen im regionalen Rundfunk zu schaffen und damit die Presselandschaft in NRW insgesamt zu stärken, trotz notwendiger hoher Investitionen seitens der Verlage in diesem Bereich.“ Kritisiert hatten die Verleger den Arbeitsentwurf, „weil wir die generelle Beteiligungsgrenze von 30 Prozent als zu niedrig und in der Sache für kaum begründbar ansehen und uns ein 11-köpfiger Programmbeirat für einen kleinen lokalen Rundfunkveranstalter überdimensioniert vorkommt. Die Telemedienregelung in § 52 Abs. 3 erschien uns als inhaltlich unklar, deshalb zogen wir die Einbeziehung der Telemedienangebote in die Rundfunkregulierung insgesamt in Zweifel“, so Bauer. Nach intensiver Diskussion und den notwendigen Klarstellungen sei aber deutlich geworden, dass die Entschlossenheit der Landesregierung zur Neugestaltung des Landesmediengesetzes und zur Öffnung des § 33 die nordrhein-westfälischen Zeitungsverleger, auch mit Blick auf die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zur vorherrschenden Meinungsmacht, in ihrer künftigen Entwicklung unterstützen und nicht mehr wie bisher behindern werde.

promedia: Herr, Bauer, die Landesregierung hatte kürzlich eine Studie des Zeitungsmarktes NRW vorgestellt. Die Studie wurde noch vor der Wirtschaftskrise erarbeitet. Inwieweit haben sich die Rahmenbedingungen für die Zei-

tungen in NRW seitdem verändert?

Bauer: Nach recht erfreulicher Entwicklung der Werbeeinnahmen in den letzten Jahren sind die nordrhein-westfälischen Zeitungsverlage im zweiten Halbjahr 2008, wie andere

Mediengattungen, von der aktuellen Wirtschaftskrise erfasst worden: Verluste bei den Stellenanzeigen, Gebrauchtwagen und Immobilien. Stabil sind Handel und lokale Umsätze. Wir rechnen mit einer anhaltend negativen Entwicklung, für 2010 ist bestenfalls eine Stagnation zu erwarten. Dennoch wollen und müssen sich unsere Verlage gerade jetzt zu Medienhäusern mit multimedialem Angebot weiterentwickeln, unsere Leser erwarten innovative Medienangebote im Qualitätsstandard unserer Printmarken.

promedia: Welches waren für Sie die wichtigsten Erkenntnisse der Studie?

Bauer: Nordrhein-Westfalen ist unter den Flächenländern unverändert das Bundesland mit der höchsten Zeitungsdichte in Deutschland. Nur 12,3 Prozent der Bevölkerung lebte 2006 in Ein-Zeitungs-Kreisen. Im Bundesdurchschnitt waren dies 42,5 Prozent. Auch wenn wir eine Zunahme von Ein-Zeitungs-Kreisen feststellen, ändert dies an der Grundaussage nichts: Die weitaus meisten Bürgerinnen und Bürger in Nordrhein-Westfalen können zwischen mehreren regionalen Tageszeitungen auswählen.

promedia: Welche Schlussfolgerungen ergeben sich damit für die Politik aus der Studie?

Bauer: Die Zeitungen haben weiterhin eine hohe Reichweite. Die Gesamtreichweite der NRW-Zeitungen liegt aktuell bei 73 Prozent, ein im Medienbereich sensationeller Wert. Selbst bei den jungen Nutzern lesen immerhin 48 Prozent der 14- bis 29-jährigen und 60 Prozent der 20- bis 29-Jährigen täglich eine Zeitung. Die hohe Glaubwürdigkeit der Zei-

tung wurde zuletzt in der JIM-Studie 2008 belegt. Die Relevanz der gedruckten Zeitung für die öffentliche Meinungsbildung steht damit außer Frage. Dabei ist der Trend zum Internet ungebrochen und zeigt den Informationshunger unserer Gesellschaft. Diese Entwicklung müssen die Verantwortlichen in der Politik bei ihrem Handeln berücksichtigen. Zeitung ist dann gefragt, wenn sie verlässliche Qualität leistet, ihre Rolle als Medium und Faktor öffentlicher Meinungsbildung wird auch in Zukunft unverzichtbar sein. Bei sinkenden Anzeigenerlösen benötigen wir aber für die Verlage wirtschaftlich stabile Rahmenbedingungen, um in Zeiten konvergenter Medien Wachstumsmärkte der Zukunft zu erschließen.

promedia: Die NRW-Landesregierung hat einen ersten Entwurf für ein neues Landesmediengesetz vorgelegt. Sie zeigten sich damit teilweise unzufrieden. Warum?

Bauer: Die Novellierung des nordrhein-westfälischen Landesmediengesetzes und die Lockerung der Cross-Media-Regelung in § 33 LMG NW war seitens der Landesregierung schon seit längerem angekündigt, seit dem Frühjahr liegt ein Arbeitsentwurf der Staatskanzlei vor. Der Entwurf ermöglicht es auch Zeitungsverlagen in so genannter marktbeherrschender Stellung, sich mit 30 Prozent der Kapital- oder Stimmrechtsanteile an einem Rundfunkveranstalter im Verbreitungsgebiet zu beteiligen. Auch eine Mehrheitsbeteiligung ist möglich, soweit unabhängigen Dritten Sendezeiten im Programm eingeräumt oder ein Programmbeirat eingerichtet werden. Der Arbeitsentwurf umfasst ferner Regelungen zur Einführung des digitalen Hörfunks, die es – soweit es sich um lokalen Hörfunk handelt – den Zeitungsverlagen in NRW ermöglichen, digitalen Lokalfunk auch außerhalb des Zwei-Säulen-Modells zu veranstalten. Schließlich enthält der Arbeitsentwurf Regelungen über Telemedien und insbesondere die Vorschrift des § 52 Abs. 3, die den Veranstaltergemeinschaften im Zwei-Säulen-Modell die redaktionelle Verantwortung für Telemedienangebote zuweist. Kritisiert hatten wir den Arbeitsentwurf insbesondere deshalb, weil wir die generelle Beteiligungsgrenze von 30 Prozent als zu niedrig und in der Sache für kaum begründbar ansehen und uns ein II-köpfiger Programmbeirat für einen kleinen lokalen Rundfunkveranstalter überdimensioniert vorkommt. Die Telemedienregelung in § 52 Abs. 3 erschien uns als inhaltlich unklar, deshalb zogen wir die Einbeziehung der Telemedienangebote in die Rundfunkregulierung insgesamt in Zweifel. Nach intensiver Diskussion und den notwendigen Klarstellungen wird

aber deutlich, dass die Entschlossenheit der Landesregierung zur Neugestaltung des Landesmediengesetzes und zur Öffnung des § 33 die nordrhein-westfälischen Zeitungsverleger, auch mit Blick auf die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zur vorherrschenden Meinungsmacht, in ihrer künftigen Entwicklung unterstützen und nicht mehr wie bisher behindern wird. Wir sind zuversichtlich, dass es am Ende gelingen wird, mit der Novelle des LMG NW für die Verlage Wachstumschancen im regionalen Rundfunk zu schaffen und damit die Presselandschaft in NRW insgesamt zu stärken, trotz notwendiger hoher Investitionen seitens der Verlage in diesem Bereich.

promedia: Wie sollte Ihrer Meinung nach die Novellierung vorgenommen werden, um den Entwicklungen im Medienbereich und vor allem der Konvergenz der Medien gerecht zu werden?

Bauer: Überholte Begriffe wie der einer „vorherrschenden Meinungsmacht“, die aus der Medien-Steinzeit stammen, müssen auf den Prüfstand und dürfen unsere Verlage, die für Qualitätsjournalismus stehen, in ihrer multimedialen Entwicklung nicht weiter behindern. Die wahren Probleme liegen doch in der Verflachung und einer drohenden Verblödung der Angebote. Jeder einzelne Zeitungstitel macht diese Vielfalt möglich, über Kommentare von Redakteuren, die unterschiedlicher Ansicht sind, über Gast-Kommentare, über Pro- und Contra-Gespräche, über Leserbriefe, und online auch über Blogs und Foren. Die Vielfalt der Meinungen widerzuspiegeln ist geradezu zu einem Qualitätsmerkmal der modernen Zeitung geworden.

promedia: Warum legen Sie so großen Wert auf Beteiligungen an TV-Unternehmen?

Bauer: Wir sprechen heute schon mit unseren Medien unterschiedliche Nutzergruppen an. Auch junge Leute lesen, aber Lesen ist eben längst nicht mehr die wichtigste Informationsquelle. Trotzdem wollen wir insbesondere

halte. Lokal-TV ist heute technisch weniger kostenintensiv als noch vor wenigen Jahren, crossmediale Vermarktungsoptionen bieten neue Wege zur Refinanzierung. Bewegtbildangebote sind auch im Internet gefragt. Das können und wollen wir leisten. Unsere Kernkompetenz sind journalistische Inhalte und nicht das Bedrucken von Papier!

promedia: Die Erfahrungen zeigen, dass lokales TV nur sehr schwer profitabel sein kann und angesichts der gegenwärtigen Krise auch hier die Umsätze rückläufig sind. Was ist daran für Zeitungsverlage so attraktiv? Ist es da nicht günstiger eine eigene TV-Produktion aufzubauen, wie es einige Verlage praktizieren?

Bauer: Ich sehe kein Entweder-Oder. Die Mediengattungen wachsen zusammen, die Qualität der Inhalte bestimmt ihre Attraktivität. Neue Angebote, neue Werbeumfelder mobilisieren auch neue Etsats, neue Kunden und neuen Werbeerfolg. Richtig ist aber: Wir brauchen die wirtschaftliche Kraft zu neuen Investitionen, dazu ist ein belastbares Basisgeschäft Print immer noch Voraussetzung. Wir müssen die Zeit nutzen, aber auch nutzen dürfen!

promedia: Mit welchen Instrumenten könnte die Landesregierung die Zeitungsverlage in NRW noch unterstützen?

Bauer: Eines der wichtigen Anliegen der Tageszeitungen und auch unseres Verbandes ist das Thema Jugend und Zeitung. Der Zeitungsverlegerverband Nordrhein-Westfalen stellt bereits im vierten Jahr in Folge sein gesellschaftliches Engagement mit dem Projekt „ZeitungZeit“ unter Beweis, dass wir gemeinsam mit dem Schulministerium NRW und der LfM in den 9. Klassen der Hauptschulen durchführen. Über 100.000 Schülerinnen und Schüler haben wir mit dem Leseförderprojekt bereits erreicht und damit bei den Schülern einen wichtigen Beitrag zu deren Allgemeinbildung und damit ihrem Schulerfolg geleistet. Nun würden wir gerne auch die Azubis gewinnen. Wir arbeiten an einem Projekt, allen Azu-

„Lokal-TV ist heute technisch weniger kostenintensiv als noch vor wenigen Jahren. Unsere Kernkompetenz sind journalistische Inhalte und nicht das Bedrucken von Papier.“

junge Mediennutzer erreichen. Lokales Fernsehen kann sich in einer lokal interessanten Marktnische entwickeln, wir erarbeiten mit unseren Redakteuren dafür journalistische In-

bis ein Zeitungsabo zur Stärkung ihrer Allgemeinbildung zu vermitteln. Der bildungsverstärkende Effekt dieser Initiative wurde durch die Universität Koblenz-Landau über-

zeugend nachgewiesen. Haupt- und Realschüler erreichen nach regelmäßiger Lektüre der Regionalzeitung eine deutlich höhere Allgemeinbildung, vergleichbar der von Abiturienten. Die Abos können von Ausbildungsbetrieben, den Industrie- und Handelskammern und der Landesregierung finanziert werden. Ich würde mich freuen, wenn es gelänge, auch in Nordrhein-Westfalen ein solches Projekt zu starten.

promedia: Sie fordern auch eine Novellierung des Pressekartellrechts. Wie dringend ist aus Ihrer Sicht diese gesetzliche Veränderung?

Bauer: Die wirtschaftliche Realität mancher

„Wir wollen keine Flickenteppiche nach britischem Vorbild als Vorstufen einer Monokultur.“

Zeitungsverlage ist angespannt. Diese Situation war Anlass genug, die Möglichkeit für eine Reform der Pressefusionskontrolle erneut zu erörtern. Ausgangspunkt der Reformüberlegungen ist die Spruchpraxis des Bundeskartellamts, die zwischen benachbarten Zeitungsverlagen prinzipiell potentiellen Wettbewerb unterstellt und so häufig Zusammenschlüsse zwischen Nachbarverlagen verhindert hat. Nachbarschaftsfusionen sind aber am ehesten geeignet, durch Nutzung vorhandener Synergien wirtschaftliche Rentabilität zu verbessern, ohne die Vielfalt der Printangebote zu beeinträchtigen.

promedia: Was sollte geändert werden?

Bauer: Der BDZV und seine Landesverbände haben vorgeschlagen, eine widerlegbare Vermutung für das Fehlen potentiellen Wettbewerbs in § 36 GWB aufzunehmen, die dann greift, wenn auf räumlich benachbarten Anzeigen- oder Lesermärkten während eines Zeitraums von zehn Jahren vor Anmeldung des Zusammenschlusses ein eigenständiger Zutritt auf einem dieser Märkte nicht versucht worden ist. Eine solche Gesetzesänderung schafft für die Verlage mit angrenzenden Verbreitungsgebieten die Möglichkeit zur Fusion. Andererseits sichert sie jedem Verlag die Option, sich einem Zusammenschluss zu entziehen. Dabei ist die Aufnahme einer widerlegbaren Vermutungsregelung in das GWB kein Passepartout für jede Situation in nachbarschaftlichen Märkten. Sie ist aber ein erster Schritt in die richtige Richtung. Auch die Neufassung von Aufgreifschwelen und die Bagatelklausele in §§ 35, 38 GWB sollten geprüft werden. Dabei geht es nicht zuletzt darum, die vielfältige Zeitungslandschaft mit

den bestehenden Zeitungstiteln zu erhalten. Angesichts der bald zu Ende gehenden Legislaturperiode im Bund und der zögerlichen Haltung des Verbandes Deutscher Lokalzeitungen e. V. gehe ich aber davon aus, dass die Änderung der Pressefusionskontrolle erst nach der Bundestagswahl wieder und neu diskutiert werden kann.

promedia: Sowohl die CDU als auch die SPD haben sich jetzt für eine Novellierung ausgesprochen. Wie bewerten Sie dieses politische Votum der beiden Koalitionsparteien?

Bauer: Darüber freue ich mich, zeigt es doch die auch in der Politik wachsende Erkenntnis, dass nur über eine vielfältige Medienlandschaft

politische Inhalte, ja auch politisches Bewusstsein zu fördern sind. Wir wollen keine Fusionswelle sondern im Gegenteil, da wo notwendig, ein organische Wachstum und nicht Flickenteppiche nach britischem Vorbild als Vorstufen einer Monokultur.

promedia: Die Veränderung muss das Bundeswirtschaftsministerium vornehmen, dass sich aber anscheinend weiterhin zurückhält. Wenn die Novellierung erst in der nächsten Legislaturperiode erfolgt, ist sie dann nicht überflüssig?

Bauer: Vielleicht kommt sie dann spät, hoffentlich nicht zu spät. Allerdings müssen wir anerkennen, dass die aktuelle Spruchpraxis des Bundeskartellamtes angesichts der gegenwärtigen Marktsituation realistischer und aufgeschlossener ist als in den vergangenen Jahren.

promedia: Es gibt immer wieder Kritiker, die vor einer Novellierung warnen, weil sie davon eine Reduzierung der Meinungsvielfalt erwarten. Warum setzen Sie sich dennoch für eine Novellierung ein?

Bauer: Meinungsvielfalt finde ich auch in vielen Online-Blogs, journalistische Qualität selten. Die muss aber unser Ziel sein, ist sie doch absolute Voraussetzung einer funktionierenden und vitalen Demokratie mündiger Bürger. Organisches Wachstum kann Qualität sichern, nicht ein vielleicht verzweifelter Kampf ums Überleben oder das Heuschreckenproblem. Von manchen werden die aktuellen Regeln der Pressefusionskontrolle als Schutz kleinerer Verlage empfunden – ein Irrglaube, wurden doch in der Vergangenheit gerade Nachbarschaftsfusionen verhindert, auswärtige Presseaufkäufer aber begünstigt.

Dadurch sind doch gerade die kleinen Verlage in Nachbarschaftssituationen gefährdet: mit dem Erwerb durch Finanzinvestoren werde nicht nur Familienvermögen entwertet, sondern es geht auch die für eine lebendige Medienlandschaft wichtige regionale Anbindung der Verlage verloren! Die Bedenken einiger Exponenten des Verbandes Deutscher Lokalzeitungen e. V. gegen die Erleichterung von Nachbarschaftsfusionen unter bestimmten Bedingungen dienen also nicht den Interessen der Lokalen Presse, im Gegenteil dieser Irrglaube führt zum offenkundigen Schaden ihrer Mitglieder.

promedia: In jüngster Zeit fordern die Zeitungsverleger Leistungsschutzrechte für ihre Online-Angebote. Wie würde der Nutzen für die Rheinische Post konkret aussehen?

Bauer: Die Tageszeitungen wollen und können sich nicht weiter damit abfinden, dass ihre qualitativ hochwertigen und teuer bezahlten Inhalte in der globalen Medienkultur des Internets von Dritten rechtswidrig ausgebeutet werden. Die Kostenlos-Mentalität des Internets verhindert bisher, dass die klassischen Medien auch im Netz adäquate Geschäftsmodelle entwickeln können. Internet- und Telekommunikationsunternehmen expandieren dagegen auf Kosten von Inhalteanbietern wie den Verlagen. Inhalte verlieren angesichts dieser Entwicklungen nicht nur an Stellenwert, so kann auch journalistische Qualität nicht mehr refinanziert werden. Ohne Qualitätsmedien gibt es aber keine Bildung, ohne Bildung kein Fortschritt. Die Qualität der Zeitungsinhalte kostet Geld, deshalb fordern wir den Schutz geistigen Eigentums und seiner wirtschaftlichen Verwertung im Netz. Bis heute fehlt ein originäres Leistungsschutzrecht für Presseverlage. Anders als Filmproduzenten, Tonträgerhersteller, Sendeunternehmen oder Konzertveranstalter sind Zeitungen nicht gesichert, obwohl sie bei der Vermittlung urheberrechtlich geschützter Werke eine wichtige Rolle spielen. Im Internet ist leider die Piraterie fremder Leistungen zur Regel geworden. Printmedien lassen sich elektronisch vervielfältigen, ihre Inhalte im Netz sekundenschnell verbreiten. Dadurch ist die Schutzbedürftigkeit der Verlage heute anders einzuschätzen als früher. Die NRW-Zeitungsverlage fordern deshalb die Aufnahme eines Leistungsschutzrechts im Urheberrechtsgesetz. Für die Rheinische Post erwarte ich mir von einem solchen Leistungsschutzrecht jedenfalls einen wichtigen Finanzierungsbeitrag für unsere redaktionelle und multimediale Leistung und damit auch zur Arbeitsplatzsicherung unserer Mitarbeiter. (HH)