



Schlagzeilen im „Bild“: Des Kontinents größte Zeitungsmacht ...

## FERNSEHEN

SPRINGER

### „Bild“ im Bildschirm?

(siehe Titelbild)

Westdeutschlands Parteien, Träger des politischen Willens von 50 Millionen Bundesbürgern, haben Angst vor einem einzelnen Mann. Er ist nicht Kanzler und nicht Kommissar, wohnt weder in Bonn noch in Moskau. Es ist Deutschlands mächtigster Verleger, Axel Springer, 52.

Aus der irrationalen Furcht, im Wahljahr 1965 die Gunst des Presse-Tycoons und damit die Bundestagswahl im Herbst zu verlieren, wagen die Parteien nicht, offen abzuwehren, was sie wirklich ängstigen müßte: einen Springer-Vorstoß auf das Fernsehen.

Nach Springers Plan sollen die etwa 500 Verleger von Tageszeitungen das „Zweite Deutsche Fernsehen“ (ZDF) in Mainz übernehmen. Urteilte der einst von Springer, heute vom „Stern“ honorierte Kolumnist Sebastian Haffner: „Für die Meinungsfreiheit in Deutschland ist es eine schauerhafte Aussicht. Hier droht ein Meinungs-Monopol, wie es seit dem Goebbels-Propaganda-Ministerium nicht mehr bestanden hat.“

Die Macht des größten Verlegers auf dem europäischen Kontinent reicht schon heute bis ans Monopol. Axel Springer ist Herausgeber

- ▷ der größten überregionalen deutschen Tageszeitung: „Bild“ (verkaufte Auflage im dritten Quartal 1964: 4,05 Millionen Exemplare);
- ▷ der größten Abendzeitung: „Hamburger Abendblatt“ (308 791 Exemplare);
- ▷ der größten Rundfunk- und Fernseh-Zeitschrift: „Hör zu“ (3,344 Millionen Exemplare);
- ▷ der beiden mit Abstand größten Sonntagszeitungen: „Bild am Sonntag“ (2,004 Millionen Exemplare) und „Welt am Sonntag“ (424 000 Exemplare);
- ▷ der größten Wochenendzeitung: „Das Neue Blatt“ (1,011 Millionen Exemplare).

Zum Springer-Konzern gehören außerdem die Tageszeitung „Die Welt“ (251 385 Exemplare), die Berliner Blätter „BZ“ (316 343 Exemplare) und „Berliner Morgenpost“ (230 854 Exemplare), der Düsseldorfer „Mittag“ (101 626 Exemplare) sowie die illustrierte „Kristall“ (375 031 Exemplare).

Alle Springer-Erzeugnisse zusammen haben eine Auflage von über zwölf Millionen. Am Markt aller deutschen Tageszeitungen einschließlich der Sonn-

tagspresse ist Springers Anteil von 21 Prozent im Jahre 1956 auf heute 37 Prozent gewachsen. Sein Jahresumsatz erreichte 1964 rund 750 Millionen Mark.

Von den 4,8 Millionen Exemplaren überregionaler Tageszeitungen, die täglich verbreitet werden, druckt Springer allein 4,3 Millionen. Das sind 89 Prozent.

Auch in den übrigen Bereichen des Pressewesens hält Springer die ersten Plätze. Seine Marktanteile erreichen

- ▷ bei den regionalen Zeitungen in Hamburg und Berlin 69 und 67 Prozent,
- ▷ bei den Sonntagsblättern 85 Prozent,
- ▷ bei den Programmzeitschriften 49 Prozent,
- ▷ bei der Wochenendpresse 30 Prozent.

Vor dem Hintergrund dieser monopolähnlichen Macht wird verständlich, daß Axel Springer seine Hand nach dem Fernsehen nicht offen, sondern nur getarnt auszustrecken wagt. Nicht er, sondern der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) fordert die Übergabe der Mainzer Festung.

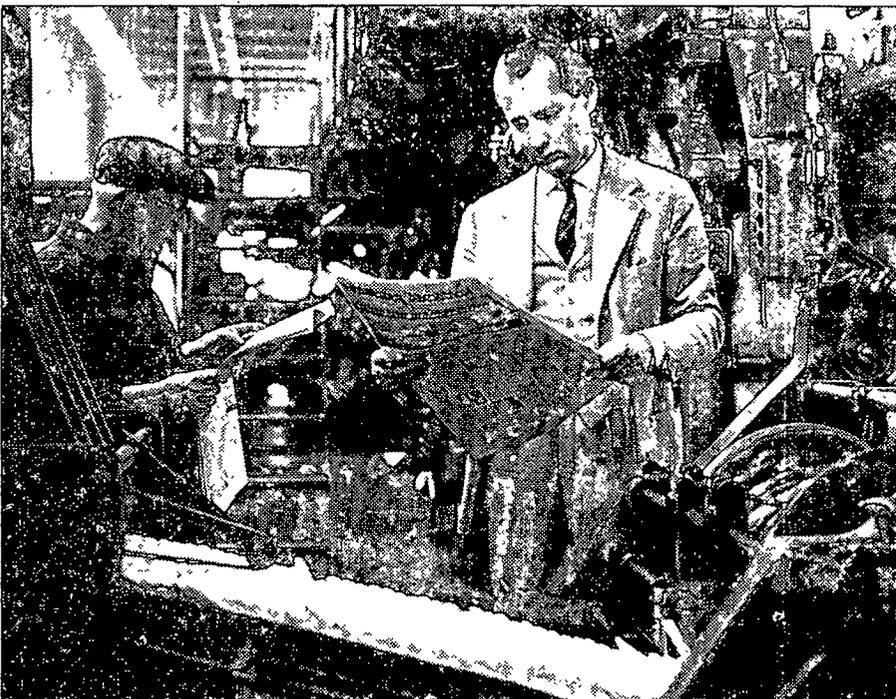
Allerdings: Einer von den sieben Präsidial-Mitgliedern dieses Verbandes heißt Axel Springer. Drei weitere Mitglieder unterhalten enge wirtschaftliche Verbindungen zu der Hamburger Zeitungsfabrik:

- ▷ Anton Betz („Rheinische Post“) ist mit 40 Prozent an Springers Düsseldorfer „Mittag“ beteiligt;
- ▷ Dr. Kurt Neven DuMont („Kölner Stadt-Anzeiger“) druckt „Bild“ in Köln;
- ▷ Otto Wolfgang Bechtle („Eblinger Zeitung“) druckt „Bild“ in Stuttgart.

Tenor und juristische Einzelheiten der Fernseh-Memoranden des Verleger-Verbandes stammen denn auch aus dem Hause Springer; federführend ist dort Springers juristischer Berater Herman Arning, der als Bevollmächtigter in der hauseigenen „Arbeitsgemeinschaft elektronische Publikationsmittel“ fungiert. Zudem verraten die Schriftsätze bis in stilistische Einzelheiten Axel Springers gefühlsbetont-dramatisierende Diktion.

„Werden die Weichen nicht bald neu gestellt“, so hieß es schon Anfang 1964 in einer 146 Seiten langen Verleger-Denkschrift „Pressefreiheit und Fernseh-Monopol“, „wird das Fernsehen ... die Szenerie der öffentlichen Meinung bald beherrschen. Eine freie Presse, in ihrer Vielfalt Eckpfeiler der demokratischen Grundordnung ... wird auf die Dauer einem solchen publizistischen und wirtschaftlichen Konkurrenzdruck erliegen.“

Und im letzten Dezember warnten die Verleger in einem Memorandum an Bonn, die Rundfunkanstalten hätten



Hamburger Verleger Springer: Druck auf der Straße



... im Angriff auf die Fernsehfestung Schlagzeilen im „Bild“

durch ihre „Organisation und Staatsnähe ein Meinungs-Monopol“ aufgebaut, das mit dem „Grundgedanken einer freiheitlichen, personal verantworteten Demokratie“ unvereinbar sei.

Das Zweite Deutsche Fernsehen in Mainz, 1961 durch einen Staatsvertrag der Bundesländer als Anstalt des öffentlichen Rechts gegründet, wird heute teils durch Gebühren, teils durch Werbesendungen finanziert.

Von den Gesamtgebühren in Höhe von etwa 470 Millionen Mark im Jahr 1965 schluckt die Arbeitsgemeinschaft der Rundfunkanstalten Deutschlands (ARD), die das Erste und neuerdings auch das Dritte Fernseh-Programm ausstrahlt, den Löwenanteil

Nur 30 Prozent der Seher-Gelder werden dem rachitischen Mainzelmännchen zugesteckt. Zusammen mit den Werbe-Einnahmen des Zweiten Fernsehens reicht diese Summe nicht aus, um die Kosten zu decken.

Am Jahresende hatte die Schuldenlast des Zweiten Fernsehens 120 Millionen Mark erreicht.

Die von Springer und dem Verleger-Verband vorgeschlagene Lösung sieht dagegen vor:

- ▷ Die Arbeitsgemeinschaft der Rundfunkanstalten Deutschlands soll die gesamten Gebühren einbehalten und dafür auf alle Werbesendungen verzichten.
- ▷ Das Zweite Deutsche Fernsehen wird von den Zeitungsverlegern übernommen, saniert und nur durch Werbung finanziert.

Die öffentlich-rechtliche Mainzer Anstalt unter ihrem Intendanten Holzamer soll nur noch den „hoheitlichen Akt“ des Ausstrahlens der Sendungen besorgen und nur noch Überwachungsfunktionen ausüben. Das Programm aber soll allein von einer „Presse-Fernsehen-AG“ der Verleger hergestellt und beschafft werden.

Um den Eindruck zu vermeiden, daß die Springersche Allmacht im Pressewesen sich automatisch in das Fernsehen fortpflanzen würde, ist vorgesehen, daß alle rund 500 selbständigen Verleger durch Zeichnung von je einer Aktie über 50 000 Mark Aktionäre des Mainzer Kanals werden können:

- ▷ Der Maximal-Anteil jedes Aktionärs soll auf zwei Prozent des geplanten Grundkapitals von 25 Millionen Mark beschränkt werden.
- ▷ Jeder Verleger, ob er „Bild“ oder die „Lahn-Post“ herausgibt, soll in der Hauptversammlung nur eine Stimme haben.

„Damit ist“, so meint der Geschäftsführer des Verleger-Verbandes, Dr. Jens

Meyne, „von vornherein jede Majorisierung der kleinen durch die großen Verleger ausgeschlossen.“

Dagegen der Intendant von Radio Bremen, Heinz Kerneck: „Mit Springer und den Verlegern verhält es sich so, als ob die USA und die Benelux-Staaten in der MLF das gleiche Stimmrecht hätten. Man weiß trotzdem, wer das Sagen haben würde.“

Daß Axel Springer (persönlicher Jahresverdienst rund 60 Millionen Mark) für die Erreichung seiner 50 000-Mark-Aktie zu ungewöhnlichen Anstrengungen bereit ist, hat er bereits bewiesen.

Anfang 1962, vorwiegend als Programmkritik getarnt, begann die Rauferei. In Schlag- und Unterzeilen rotierte „Bild“ wie eine weiße Maus im Tret-rad:

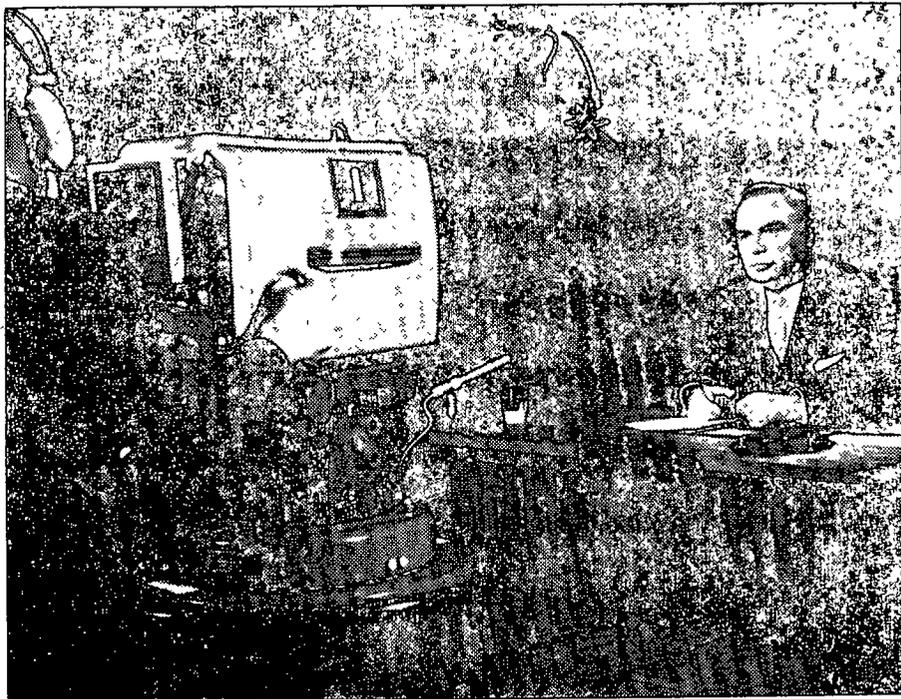
- ▷ „Schade um den Strom!“ (31. Januar 1962);
- ▷ „Angeklagt: Das Fernsehen“ (5. März 1962);
- ▷ „Verhöhnung der Fernseher“ (10. April 1962);
- ▷ „Fernseher kochen vor Wut“ (23. Juni 1962);
- ▷ „Bild“ bittet Parteien, Gewerkschaften und Kirchen: Stoppt den Hochmut der Fernsehsender“ (23. Juni 1962);

▷ „Bild-Leser verbittert wie nie! — Kein Mittel gegen Fernseh-Terror?“ (15. Dezember 1962).

Als die Bundesländer zu Beginn des folgenden Jahres, Anfang 1963, den Sendestart in Mainz vorbereiteten, riefen ganze Kompanien von „Bild“-Lesern wie auf Kommando nach einem privatwirtschaftlichen Fernsehen: „Schafft echte Konkurrenz“ — „Hier fehlt eben eine Konkurrenz, und die müßte privat sein.“ — „Es müßte private Fernseh-anstalten geben.“

Selbst „Hör zu“, sonst über den Vorwurf aktueller Berichterstattung erhaben, schlug sich allwöchentlich mit Kommentaren gegen die „Monopol-anstalten“ in die Bresche. Und „Bild“ tobte weiter:

- ▷ „Das Volk hat die Nase voll von der Fernseh-Diktatur“ (14. Februar 1963);
- ▷ „Fernsehen verdient immer mehr“ (19. März 1963);
- ▷ „Untersuchung gegen Fernsehen gefordert“ (16. Mai 1963);
- ▷ „Fernseh-Diktatur gegen alle!“ (18. Juli 1963);
- ▷ „Fernsehen ruiniert deutsches Ansehen“ (30. November 1963);
- ▷ „Finger weg vom Fernseh-Geld!“ (5. Dezember 1963);



Mainzer Intendant Holzamer: Kampf im Kanal

- in 152 Ländern der Erde...



... kühles, goldenes  
**TUBORG**  
Bier - Luxus Gold  
aus Kopenhagen



## Berufsaufstieg durch bessere Ausbildung

Eine neue Chance für Berufstätige. Es bietet sich Ihnen ein vollgültiger Studienweg zu interessanten und aussichtsreichen Berufen.

Die SGD führt Berufstätige zu staatlich ext. geprüften Ingenieuren und anderen Ausbildungszielen. Jährlich mehrere Tausend Absolventen. Auch auf die Mittlere Reife und das Abitur können Sie sich vorbereiten.

Verlangen Sie SGD-Studien-Katalog

Techniker oder Ingenieur		Techn. Berufe	
<ul style="list-style-type: none"> <li>⊙ Maschinenbau</li> <li>⊙ Feinwerktechnik</li> <li>⊙ Elektrotechnik</li> <li>⊙ Nachr.-Technik</li> <li>⊙ Elektronik</li> <li>⊙ Hoch- u. Tiefbau</li> <li>⊙ Stahlbau</li> <li>⊙ Reguliertechn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊙ Heizung / Lüftung</li> <li>⊙ Gas / Wass.-Tech.</li> <li>⊙ Chemietechnik</li> <li>⊙ Vorrichtungsbau</li> <li>⊙ Arb.-Vorbereiter</li> <li>⊙ Fertigungstechn.</li> <li>⊙ Galvanotechnik</li> <li>⊙ Wirtschafts.-Ing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊙ Kfz.-Techniker</li> <li>⊙ Assistent(in)</li> <li>⊙ Techn. Zeichner</li> <li>⊙ Konstrukteur</li> <li>⊙ Hochbaustatiker</li> <li>⊙ Refamann</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊙ Prüfungs.-Vorb.</li> <li>⊙ Ind.-Meister</li> <li>⊙ Handw.-Meister</li> <li>⊙ Fachschulreife</li> </ul>
Kaufmännische Berufe		Abitur und	
<ul style="list-style-type: none"> <li>⊙ Betriebswirt</li> <li>⊙ Bilanzbuchhalt.</li> <li>⊙ Buchhalter</li> <li>⊙ Kostenrechner</li> <li>⊙ Stenograf</li> <li>⊙ Industriekfm.</li> <li>⊙ Großhandl'kfm.</li> <li>⊙ Einzelhandl'kfm.</li> <li>⊙ Versandh'kfm.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊙ Teilungslehre</li> <li>⊙ Einkäufer</li> <li>⊙ Verkaufshelfer</li> <li>⊙ Personalführer</li> <li>⊙ Werbefachm.</li> <li>⊙ Werbekaufm.</li> <li>⊙ Techn. Kaufm.</li> <li>⊙ Masch.-Schreib.</li> <li>⊙ Stenographie</li> <li>⊙ Tabellier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊙ Mittl. Reife ext.</li> <li>⊙ Farmspr. (neu)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊙ Gestaltung</li> <li>⊙ Freie und angew. Zeichnung</li> <li>⊙ Innenarchitektur</li> <li>⊙ Architekt</li> </ul>

Postfach 1051 Abt. A 60  
Studiengemeinschaft 61 Darmstadt

## SUMPF, MIST UND KÄSE

„Bild“-Leserbriefe zum Fernsehprogramm

Das Niveau des Fernsehprogramms ist meist so deprimierend, so voller einseitiger Polemik und Hetze...

Robert Eisenhut, Freiburg

Eine Regierung ohne Opposition ist keine gesunde Regierung, und ein Fernsehen ohne Konkurrenz ist eine Fernsehdiktatur.

A. Remy, Heidelberg-Rohrbach

Bei jeder Sendung werden Zehntausende von Mark Fernsehgebühren verbuttert, damit diese Herrschaften ihre rot-rosarote Propaganda treiben können.

Karl Buschbeck,  
Lübeck-Eichholz

Der Deutsche Rundfunk und sein Fernsehen rutschen auf ein Niveau herab, das einem Sumpf gleichkommt.

Gustav-Adolf Leinberger,  
Hamburg

... schön wäre eine Konkurrenz im Fernsehen.

Grete H., Hamburg-Winterhude

Durch diese Sendung gab es nur Tränen und unruhige Herzen.

M. Kipper, Stuttgart

Die Sendung „Nach Mitternacht im Studio“ war der größte Mist, der je verzapft wurde.

Ch. Kaja, Wuppertal-Elberfeld

Fernsehen in private Hände, damit der Konkurrenzkampf die erforderliche Auslese hält.

Erich Vorwerck, Ulm

... der größte Käse!

E. Bernhardt, Eiserfeld

... wird sich nichts ändern, solange das Meinungsmonopol der Sender nicht abgeschafft ist.

Studienrat H. Z., Schwandorf

Lassen Sie nicht nach in Ihrem Kampf gegen die Fernseh-Diktatur!

A. Hilbig, Hamburg

Mein 10jähriger Katzenherr „Mohrle“ verläßt schleunigst das Zimmer, sowie der Fernseher eingeschaltet ist.

Margarete C., Berlin 28

... selbst unser Hund lief aus dem Zimmer und erschien erst, als die Sendung vorüber war.

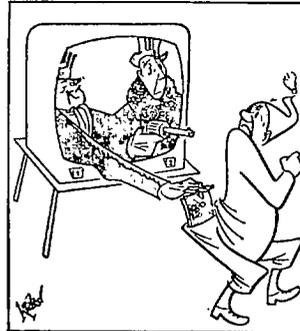
L. Wegener, Berlin 49

Hoffentlich sind Sie mit anderen Verlagen bald in der Lage, ein eigenes Fernsehprogramm aufzuziehen.

Ingeborg Hilbig,  
Hamburg

Was uns das Fernsehen mit „Bingo Bingo“ vorsetzt, ist eine wahre Landplage.

Günter Helmich  
aus Hangelar



Die Welt

„Geld her...!“

(Eine Gemeinschafts-Provokation beider Programme)

Forcieren Sie ein privates Fernsehen und auch Rundfunk! Wenn wir unsere Gebühren dirigieren könnten, wäre der NDR in zwei Monaten pleite.

Walter Zogel, Wolfenbüttel

Die Sendung schien sehr links gerichtet. Mein Enkel, der gerade zu Besuch war, fragte: Kommt das von „drüben“?

Fr. Soop, Friedrichsge

... unabhängige Programme, freie Fernsehgesellschaften! Denn Marktwirtschaft und Demokratie sollten auch für das Fernsehen gelten.

Hubert Nerlich, Rechtsanwalt, Hersbruck

▷ „Beim Mainzer Fernsehen — Pomp auf Pump“ (6. Dezember 1963).

Mit dem Jahresbeginn 1964, als die erste Verleger-Denkschrift gegen das Fernsehen herauskam, brach der Leserkraakel in allen Konzernblättern schlagartig ab. Entsprechend einem Antrag der CDU-Bundestagsabgeordneten Dr. Berthold Martin und Erik Blumenfeld hatte der Bundestag damals beschlossen, eine Kommission zur Überprüfung der Wettbewerbsverhältnisse in Presse, Film und Fernsehen einzusetzen.

Eine erste Bresche war geschlagen. Nun machte sich Axel Springer selbst daran, die politische Prominenz zu bearbeiten — nicht mehr auf der Straße, sondern im Salon.

Im vergangenen Sommer besprach er sich ausführlich mit dem CDU-Geschäftsführer Josef Hermann Dufhues. Am 27. Oktober besuchte Springer zusammen mit seinem Kollegen Anton Betz in München den CSU-Chef Franz

Josef Strauß, Duzfreund des „Bild“-Chefredakteurs Peter Boenisch.

Beide Unterredungen waren erfolgreich. Als sich am 27. November vergangenen Jahres Präsidiumsmitglieder von Verleger-Verband und CDU in Bonn trafen, formulierten die Christdemokraten eine Entschliebung, in der sie sich für eine „enge Zusammenarbeit von Fernsehen und Presse auf geeigneten Gebieten“ aussprachen.

Auch der FDP-Parteivorstand, dessen Fraktionsgeschäftsführer Siegfried Zoglmann noch ein Jahr zuvor im Plenum des Bundestages warnend auf Springers dominierende Rolle in deutschen Pressewesen hingewiesen hatte, nahm den Verleger-Vorschlag zur Übernahme des Zweiten Fernsehens Ende letzten Jahres „mit Wohlwollen“ (Verleger-Geschäftsführer Dr. Meyne) auf.

Nachdem im Sommer 1964 in der FDP-Zeitung „Das freie Wort“ ein kritischer Artikel über Springers Fernseh-Pläne

erschienen war („Da liegt der Springer-sche Fernsehnüppel beim kommerziellen Fernsehhund“), entschuldigte sich der damalige FDP-Bundesgeschäftsführer Hans-Dietrich Genscher in einem Brief bei seinem Parteifreund, dem Springerschen Fernsehbeauftragten Herman F. Arning, unterwürfig:

„Zu meinem Entsetzen werde ich von einem Parteifreund darauf hingewiesen, daß ‚Das freie Wort‘ am 13. Juni 1964 unter der Überschrift ‚Kahage am Bildschirm‘ eine Stellungnahme zu der Ausstrahlung eines Dritten Programms veröffentlicht hat. Ich bedauere diese Veröffentlichung, abgesehen von ihrer Form, deshalb, weil sie von der Auffassung der führenden Persönlichkeiten der Freien Demokratischen Partei in vollem Umfange abweicht...

„Ich möchte auf jeden Fall vermeiden, daß durch diese Veröffentlichung... eine neuerliche Belastung unseres Verhältnisses zu dem Hause Springer eintritt. Aus diesem Grunde stelle ich Ihnen gerne anheim, meinen Brief Herrn Springer zur Kenntnis zu bringen.“

Sogar der stellvertretende SPD-Vorsitzende Alex Möller hatte im vergangenen Sommer zunächst Unterstützung in Aussicht gestellt. Angesichts der grundsätzlich ablehnenden Haltung der SPD in allen Fragen der Privatisierung von Rundfunk und Fernsehen mochten sich die Sozialdemokraten allerdings nicht zu einer festen Zusage entschließen.

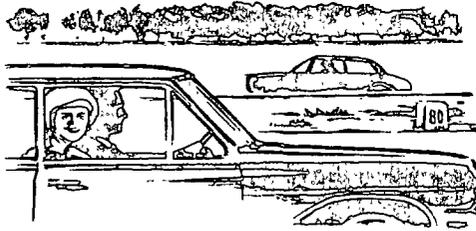
Um nicht ganz mit leeren Händen vor den Presselord zu treten und um seinen Zorn nicht zu erregen, schlug das SPD-Präsidium Anfang Oktober 1964 Steuer-vergünstigungen vor, die wie auf den Springer-Konzern gemünzt zu sein schienen. Unter anderem bot die SPD Umsatzsteuer-Befreiung für den Anzeigenerlös von Tageszeitungen (nicht von Zeitschriften und Illustrierten), Sonderabschreibungen auf Druckmaschinen und Rückgewähr der Umsatzausgleichsteuer auf Papierimporte an.

Die sozialistische Morgengabe an den Millionär fand keine überschwengliche Aufnahme. Ein Mitglied des SPD-Parteivorstandes berichtete: „Die Steuer-vergünstigungen interessierten Springer nicht.“ Und heute seufzen die SPD-Verantwortlichen unter dem Alpdruck, nicht genug getan zu haben, um die Springer-Presse für den Wahlkampf zu neutralisieren.

Springers Konzept einer reinlichen Scheidung — hier öffentlich-rechtliches durch Gebühren finanziertes Erstes Programm, dort privates, mit Reklamegeldern gefüttertes Zweites Fernsehen — ist nicht nur auf den ersten Blick scheinbar einleuchtend, sondern es enthält auch einen harten Kern: Der Wettbewerb zwischen den Fernsehanstalten und der Presse ist heute durch die Werbesendungen der Anstalten öffentlichen Rechts zum Nachteil der Zeitungen verzerrt.

Die öffentlich-rechtlichen Anstalten kassieren im voraus disponible, von der Post eingetriebene Zwangsgebühren der Hörer und Seher. Sie sind als gemeinnützige Körperschaften von der Steuerpflicht entbunden.

Trotz dieser rechtlichen Vorzugsstellung machen sie über die ihnen an-



Fahren Sie mit dem Auto, nur um Auto zu fahren? Nein. Sie fahren zu einer Verabredung, kommen von einer Konferenz, eilen zu einem Rendezvous. Überall dort brauchen Sie einen frischen Mund. Sie brauchen ihn ganz bestimmt — und wo ist Ihre Zahnbürste?

Zu Hause im Bad. Deshalb gehört

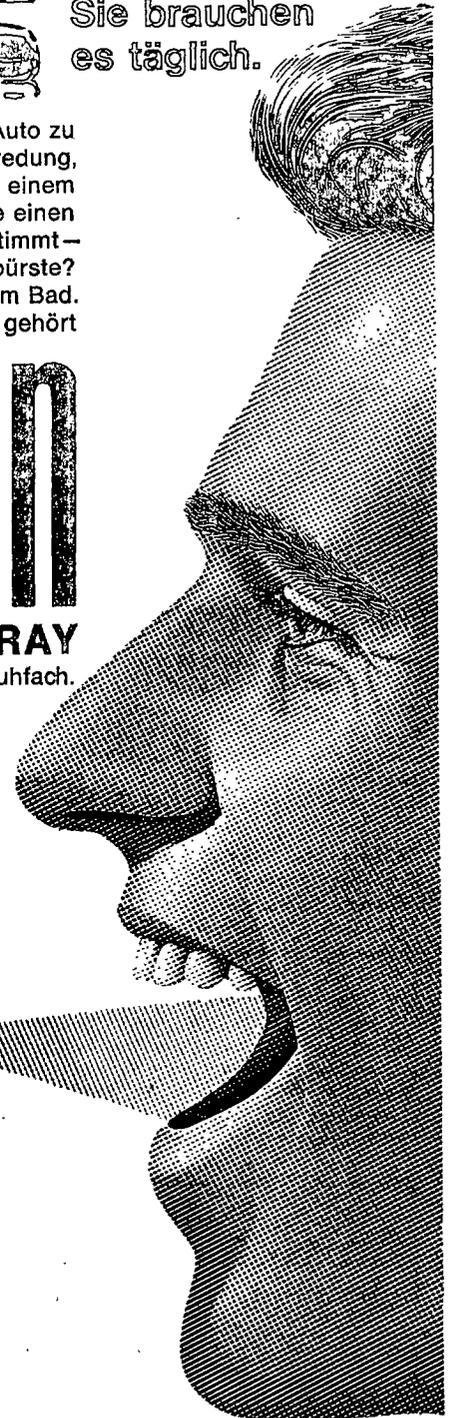
# halazon

MUND-SPRAY

in Ihr Handschuhfach.



Haben Sie halazon im Handschuhfach? Sie brauchen es täglich.



Sie sprühen halazon einfach in den Mund — und er ist frisch. Ob Sie gewürzt gegessen, stark geraucht oder Alkohol getrunken haben:

# halazon

**Frische immer griffbereit — Kleinigkeit.**

**MUND-SPRAY**

ca. 180 Erfrischungen für DM 4,80. Jede Erfrischung 2,7 Pfennig.

**Hier geschieht etwas wirklich NEUES.**



ANASCO GMBH WIESBADEN

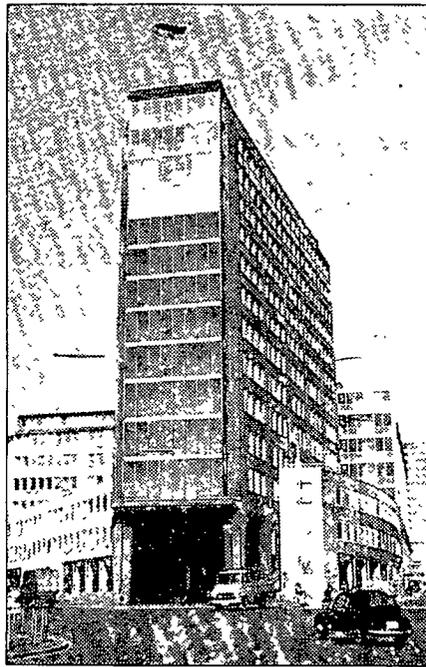
gegliederten Werbegesellschaften privaten Rechts ansehnliche Geschäfte. Sie lassen ihr Regionalprogramm sowie andere Sendungen von den Werbe-Töchtern in deren eigenen Studios herstellen und nehmen undurchsichtige Kostenverlagerungen von den steuerbefreiten Sendeanstalten auf die steuerpflichtigen Töchter vor.

Unter den „Vorteilen des Zwangsabonnements“ (Springer) und den hinzukommenden Werbe-Millionen dehnen sich die Anstalten dabei nach dem Parkinsonschen Gesetz aus. Mainz benötigt heute für täglich fünf Sendestunden, von denen die Hälfte mit der Produktion selbständiger Programmgesellschaften ausgefüllt wird, 2500 Beschäftigte.

Unter dem wärmenden Mantel des öffentlichen Rechts, den kein Rechnungshof zu durchdringen vermag, entwickelten sich mit Versorgungszusagen auf Lebenszeit garnierte Pfründen der Unabsetzbaren. Patronanz breitete sich aus, und der Weg des geringsten Widerstandes bestimmt häufig den Kurs der Programm-Gestalter.

Mit Grund verwahren sich die Verleger in dieser Situation gegen die zunehmende Fernseh-Werbung. Seit Bayern 1956 mit fünf Minuten Fernseh-Werbung an jedem Werktag begann, sind die Sendezeiten auf durchschnittlich 20 Minuten angewachsen, und die Umsätze der Anstalten insgesamt stiegen in mächtigen Jahressprüngen auf etwa 374 Millionen Mark (1964) in beiden Programmen.

Schon vor Jahren schlug darum der Verleger Merkel („Nürnberger Nachrichten“) vor, die Presse solle versuchen, das Werbegeschäft der Sender zu erobern. Dieser Plan wurde durch Springer in der Spitze des Verleger-Verbandes überspielt. Damit bewies der Hamburger Zeitungs-Zar zum erstenmal, daß es ihm nicht nur um den berechtigten Anspruch geht, öffentlich-rechtliche Anstalten aus dem Werbegeschäft auszuschalten. Er will mehr, er will das ganze Zweite Fernsehen für die Tages-



Springer-Hochhaus in Hamburg  
Jedes Jahr zwei Milliarden Zeitungen

zeitungs-Verleger, die, gemessen an ihm, allesamt Zwerge sind.

Die nach Springer größten deutschen Presseunternehmen, der Bauer-Verlag in Hamburg („TV Hören und Sehen“) und der Burda-Verlag in Offenburg („Bunte Illustrierte“), sind reine Zeitschriftenverlage, die über keine Tageszeitung verfügen. Schon der Abstand zwischen diesen Unternehmen, die Springer ebensowenig wie die anderen Illustrierten in die Verleger-AG aufnehmen will, und dem Hamburger Konzern ist gewaltig. Springer druckte 1964 annähernd 2,5 Milliarden Exemplare, Bauer hingegen nur 0,19 Milliarden und Burda gar nur 0,125 Milliarden Exemplare.

Die oftmals ohnehin durch Lizenzen der ehemaligen Besatzungsmächte einseitig privilegierten Verleger haben als

Besitzer der bisherigen Publikationsmittel noch weniger Anspruch auf Beteiligung am neuen Massen-Medium Fernsehen als etwa einst ein Segelschiffkapitän auf die neu auftauchenden Dampfschiffe, ein Kohlengrubeneigentümer auf Ölquellen oder ein Pferdedroschkenkutscher der Jahrhundertwende auf ein Automobil.

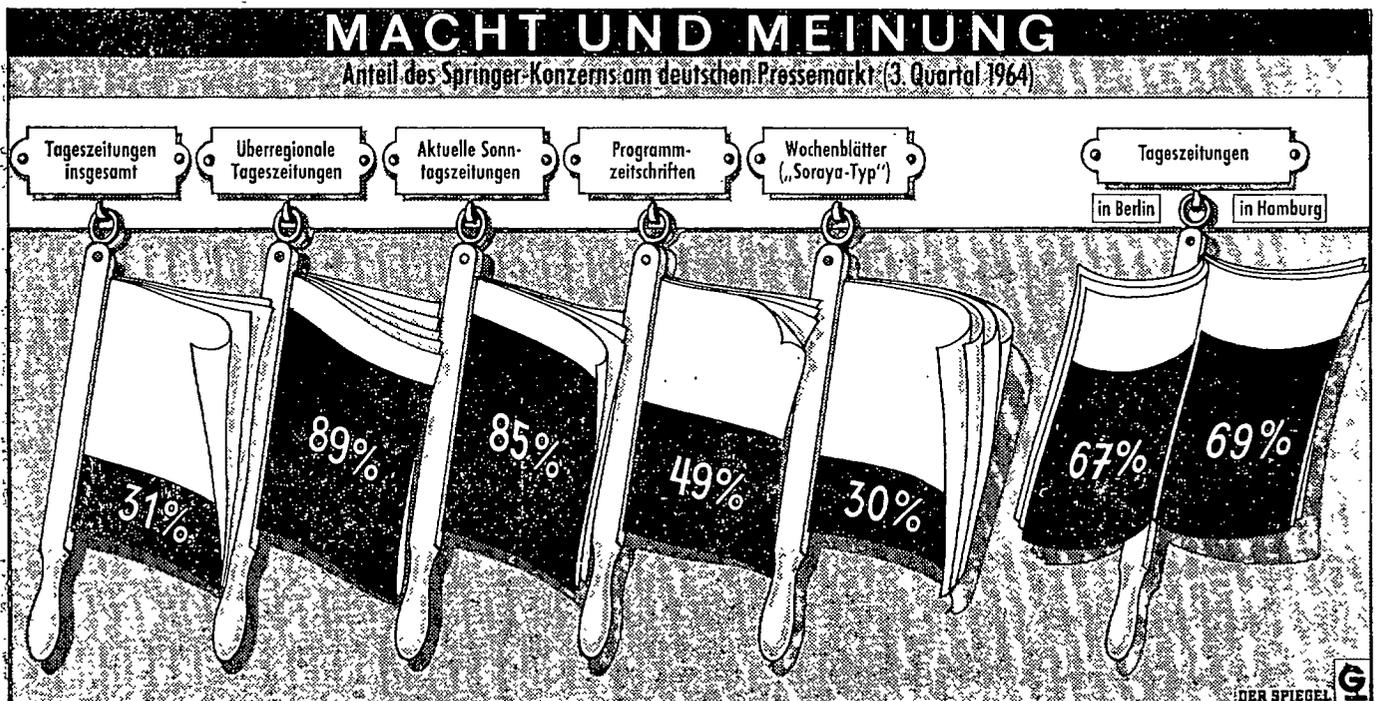
Darüber hinaus hat das Bundesverfassungsgericht, als es 1961 Adenauers regierungshöriges „Deutschland-Fernsehen“ für verfassungswidrig erklärte und den Weg für das öffentlich-rechtliche Zweite Deutsche Fernsehen freischlug, ausdrücklich erklärt, das Fernsehen dürfe „weder dem Staat noch einer gesellschaftlichen Gruppe“ ausgeliefert werden.

Zwar räumten die Karlsruher Richter damals ein: „Auch eine rechtsfähige Gesellschaft des privaten Rechts könnte Träger von (Fernseh-)Veranstaltungen ... sein“, aber nur dann, „wenn sie nach ihrer Organisationsform hinreichende Gewähr bietet, daß in ihr ... alle gesellschaftlich relevanten Kräfte zu Wort kommen“. Die Gewähr ist bei Verlegern sowenig gegeben wie bei Rheinschiffnern oder Wurstwarenfabrikanten.

Dazu Stuttgarts Intendant Bausch: „Es ist im besten Sinne des Wortes reaktionär, wenn ... das Grundrecht der freien Meinungsäußerung als Monopol für diejenigen beansprucht wird, deren privates Vermögen auf dem Besitz von Druckmaschinen beruht ... So groß die Macht des gedruckten Wortes in einer freien Demokratie sein mag, so groß darf sie nicht werden, daß alle publizistischen Instrumente von einer Stelle aus dirigiert werden können.“

Dieser Entartung des demokratischen Rundfunkwesens, ob in Richtung auf den Staat oder auf einen mächtigen privaten Fernseh-Tribunen, hatten auch schon die Alliierten vorbeugen wollen, als sie nach dem Krieg die Rundfunkanstalten genau zwischen dem Staat und seinen Bürgern placierten.

Nach den einschlägigen Ländergesetzen sind die Intendanten der Rundfunkanstalten weder dem Bund noch den Ländern oder gar den Parteien verant-



wortlich, sondern Rundfunk- und Verwaltungsräten, die sich aus politisch und gesellschaftlich stark differenzierten Gruppen rekrutieren, von den Gewerkschaften bis zu den Kirchen.

Das Produkt einer Institution, die das gesellschaftliche und politische Kräftefeld nach dem Hü und Hott des Proporz widerspiegelt, ist zwangsläufig medioker. Krähwinkleien in den Fernsehgeräten, philisterhafte Kautschuk-Kommentare und hin und wieder parteipolitischer Mißbrauch sind das unvermeidliche Ergebnis. Ein „Meinungsmonopol“ in „Staatsnähe“, wie der Verleger-Verband behauptet, droht jedoch keineswegs.

Auch die von Axel Springer und dem Verleger-Verband beschworene Existenzgefahr für die Presse durch das Werbe-Fernsehen besteht in der Bundesrepublik bislang nicht.

Immer wieder hatte gerade Springer vor den wirtschaftlich verhängnisvollen Folgen der TV-Spots auf das Anzeigengeschäft der kleinen Blätter gewarnt. So erklärte er bereits am 28. Juni 1961 vor den Zeitungsverlegern in München: „Ich glaube, daß aus übergeordneten Gründen heraus die Erhaltung einer möglichst vielgestaltigen Zeitungslandschaft in Deutschland wünschenswert ist... Sie (die kleinen Zeitungen) stellen den notwendigen Zeitungstyp dar, der in dem für ihn zuständigen Raum die Umwelt der Bewohner mit allergrößtem Nutzen für den Aufbau der Demokratie von unten widerspiegelt.“ Die kleinen Blätter wirkten einem „Entseelungsprozeß“ entgegen, der von den großen Massenmedien ausgehe.

Im Februar 1963 nahm Springer in seiner „Welt“ erneut das Wort. Er warf den Anstalten „Gigantismus“ vor und beklagte, die Fernsehwerbung habe die Wettbewerbsfreiheit unter den Publikationsmitteln „total außer Kurs“ gesetzt. „Nicht die großen Verlagshäuser, die schon einiges vertragen können, werden die ersten Opfer sein, sondern die kleinen Blätter, die für das politische, kulturelle und kommunale Leben draußen auf dem Lande von so großer Bedeutung sind.“

Wenn die kleinen Blätter jemals wirklich Schaden genommen haben, dann nicht wegen des Bildschirms, sondern wegen „Bild“. Das Groschenblatt wird mittlerweile an sieben Orten der Bundesrepublik gedruckt, jeweils mit regional abgewandelten Schwerpunkten des redaktionellen Programms. Schon heute ist „Bild“ in den meisten Großstädten die zweitgrößte Zeitung am Ort.

In Aachen, Darmstadt, Hannover, Saarbrücken und Wuppertal zum Beispiel wuchs die Liefermenge von „Bild“ zwischen dem vierten Quartal 1959 und dem zweiten Quartal 1962 um 27,18 Prozent. Die übrigen in den fünf Städten verbreiteten zehn Regionalzeitungen, darunter so auflagenstarke Blätter wie die „Westdeutsche Allgemeine“ und die „Hannoversche Presse“, vermochten im gleichen Zeitraum ihre Auflage nur um durchschnittlich 2,75 Prozent zu steigern. Auf jeweils eine zusätzlich verkaufte Regionalzeitung kamen zehn neue „Bild“-Käufer.

Der Mann, dessen „Bild“-Zeitung die Existenz der kleinen Provinzblätter tatsächlich bedroht, kämpft im Namen eben dieser Kleinen gegen die öffentlich-rechtlichen Anstalten, die weder ihn noch die Zeitungen je eingeengt haben.

Seit Beginn der Springer-Kampagne im Namen der Kleinen, die die Kultur draußen auf dem Lande hochhalten, sind nahezu vier Jahre vergangen. Aber bislang hat noch kein Verleger wegen der Fernsehwerbung den Zylinder nehmen müssen. In Wahrheit galt die Sorge der Provinz-Verleger immer mehr Springers „Bild“ als jenem „Bild der deutschen Wirklichkeit“, das die Fernsehanstalten laut Gesetz liefern sollen.

Die Befürchtung, die Fernsehwerbung konnte ihnen den Lebensfaden abschneiden, ist bislang durch nichts begründet. Zwar sank der Anteil der Tagespresse an der Werbung insgesamt in den Jahren 1956 bis 1964 von 59 Prozent auf etwa 46 Prozent, aber absolut wuchs die Zeitungsinsertion im gleichen Zeitraum von 688,5 Millionen Mark auf 1635 Millionen Mark, mithin um 137 Prozent (siehe Graphik Seite 50). Damit führen die Zeitungen deutlich vor den Zeitschriften und Illu-

▷ Fernsehen 374 Millionen Mark (16,8 Prozent).

Entgegen allem Wehgeschrei erholten sich die Tageszeitungen beim Wettbewerb um die Markenartikel-Insertion im vergangenen Jahr außerordentlich. So rückte die Wirtschaft für 48,8 Millionen Mark mehr Anzeigen in die Tagespresse ein als 1963. Der Zuwachs von 8,6 Prozent ist viermal so hoch wie der des Fernsehens.

Überdies konnten die Regionalblätter ungestört die Einzelhandelswerbung für sich abzweigen, die mit einem Anteil von 43 Prozent an der gesamten Zeitungsreklame immer noch die Domäne der Verkaufsförderung ist.

Auch ohne Übernahme des Werbefernsehens durch die Verleger ist gewährleistet, daß das Geschäft mit den Spots nur noch geringfügig wachsen kann. Die Länderministerpräsidenten dekretierten 1962, daß die einzelnen Anstalten täglich nicht mehr als 20 Minuten für harte

Werbung abzweigen dürfen. Das Abkommen wurde noch im Herbst vergangenen Jahres bekräftigt.

Bei einem Anteil von nur 10,4 Prozent an der gesamten deutschen Werbung aber können die Anstalten weder die „vielgestaltige Zeitungslandschaft“ noch gar die „Grundordnung der freiheitlichen Gesellschaft selber tödlich treffen“, zumal die Werbequote der Anstalten 1965 weiter absinken wird.

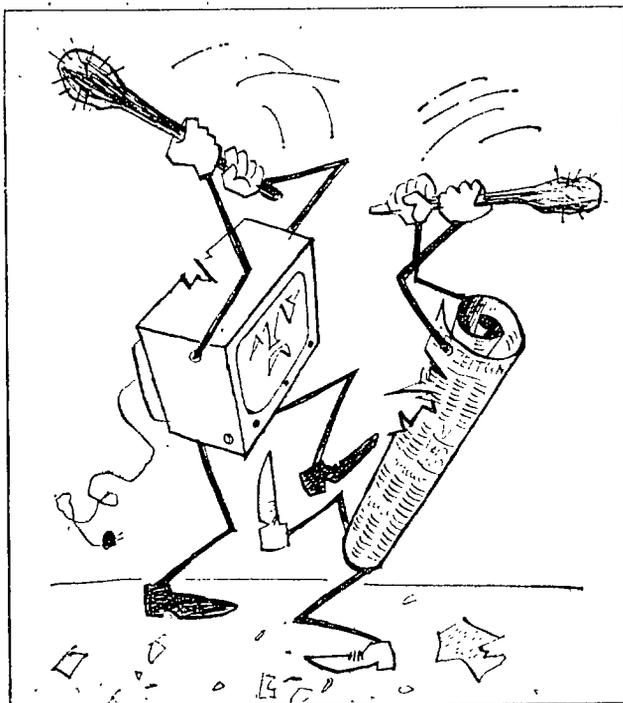
Wirklich gefährdet wären die kleinen Zeitungen erst dann, wenn die Fernsehwerbung nicht mehr wie heute eine subsidiäre Einnahmequelle der Anstalten, sondern die einzige Mine einer auf Gewinn abzielenden privaten Aktiengesellschaft würde. Schon heute steht fest, daß gerade die Verleger die

TV-Werbung erheblich ausdehnen müßten, falls sie in Mainz Gewinne machen wollten.

Mit den bislang üblichen 20 Werbeminuten könnten die Verleger selbst dann, wenn sie die Minuten-Preise von jetzt 24 000 Mark auf das ARD-Niveau (rund 60 000 Mark) anheben würden, ihre Kosten bei weitem nicht decken.

Bei jährlich rund 300 Werbetagen zu je 20 Minuten könnten sie bestenfalls Bruttoeinnahmen von 360 Millionen Mark verbuchen. Von dieser Summe müßten rund 90 Millionen Mark für Agenturprovisionen, Rabatte, Skonti und Umsatzsteuer abgezogen werden. Weitere 80 Millionen etwa würde die Post für die Benützung der Sendeanlagen und -leitungen beanspruchen, so daß am Ende nur 190 Millionen Mark für Programm-Finanzierung und -Investitionen übrigblieben.

Mit diesem Betrag — er liegt noch um 17 Millionen Mark unter dem verlustbringenden ZDF-Etat 1964 — könnten auch die Verleger ihre Programmkosten nicht decken, zumal sie im Gegensatz



Meinungsaustausch moderner Massenmedien

strierten, die es 1964 auf 1390 Millionen Mark brachten, und dem Fernsehen mit 374 Millionen. Springer allein aber erzielte 1964 Brutto-Werbeumsätze in nahezu gleicher Höhe.

Auch die Markenartikel-Werbung, bislang ein Kronzeug des Verleger-Verbandes gegen die öffentlich-rechtliche Konkurrenz, liefert kein richtiges Beweismaterial. Denn nicht das Fernsehen verdrängte die Zeitungen mittlerweile vom ersten Platz, sondern die Publikumszeitschriften, unter denen Springers „Hör zu“ die bei weitem größte Auflage hat (3,34 Millionen).

Nach Berechnungen von Kapferer & Schmidt, Gesellschaft für Wirtschaftsanalyse und Markterkundung, erreichten die einzelnen Medien durch Markenartikel-Werbung 1964 folgende Bruttoumsätze:

▷ Zeitschriften 1114,4 Millionen Mark (Anteil: 50 Prozent),

▷ Tageszeitungen 616,9 Millionen Mark (27,7 Prozent),

# Jeder braucht alle

## 14 Vitamine

Ein Fehlen oder ein Zuwenig von einem dieser 14 Vitamine kann zu Störungen der Gesundheit führen. Man schmeckt es leider nicht, ob nun Vitamin A, B<sub>1</sub>, C, D, E oder welches andere Vitamin am Essen fehlt. Es ist aber weithin bekannt, daß der Vitamingehalt unserer modernen Ernährung oft zu wünschen übrig läßt. Rasche Ermüdbarkeit, vorzeitige Abnutzungserscheinungen, Konzentrationsschwäche, Appetitlosigkeit, Anfälligkeit gegen Krankheit, Verdauungsstörungen usw. sind daher häufig beobachtete Symptome von Vitaminmangel.

# Alle 14 Vitamine enthält

# EUNOVA®

In EUNOVA ist es gelungen, alle 14 Vitamine und lebensnotwendige Mineralstoffe in einem Dragee zu vereinigen. Ein einziges Dragee deckt den gesamten Tagesbedarf. EUNOVA beugt daher sicher jeder mangelhaften Vitamin-Ernährung vor.

### EUNOVA Jetzt doppelt wichtig

Mit den Vitaminen ist es wie mit vielen Dingen im Leben: Gerade dann, wenn sie am notwendigsten gebraucht werden, sind sie am spärlichsten vorhanden. Wie wichtig ist daher jetzt EUNOVA; denn EUNOVA füllt im Winter erschöpfte Vitamin-Depots in den Körperzellen und macht widerstandsfähig gegen Erkältung und drohende Grippe. Bei einer soeben überstandenen Krankheit hilft EUNOVA viel schneller wieder auf die Beine.

EUNOVA ist für Jung und Alt der richtige Weg, auf natürliche Weise Energie aufzuladen, jenes Mehr an körperlicher und geistiger Spannkraft, das der moderne Lebensstil von jedem fordert.

# EUNOVA®

Das komplette Vitaminangebot

Nur in Apotheken!

E1/65

zu den gemeinnützigen Anstalten in vollem Umfang steuerpflichtig sind. Überdies müßten sie auch noch jene 120 Millionen Mark Schulden tilgen, die sie von der Mainzer Anstalt übernehmen würden.

Schon heute veranschlagt der Verleger-Geschäftsführer Meyne denn auch mindestens 32 Minuten für die tägliche Reklame. Da sich aber zwischen 18 und 20 Uhr nicht mehr als 20 Minuten für Spots unterbringen lassen, ohne daß die Zuschauer rebellisch werden, müßten die zusätzlichen zwölf Minuten entweder zwischen 16 und 18 Uhr oder aber nach 20 Uhr eingeschaltet werden.

Ein Nachmittags-Werbeprogramm wäre allerdings schon deshalb kein rechter Ausweg, weil bei einem zwangsläufig erheblich niedrigeren Minutenpreis die Mehreinnahmen gerade die zusätzlich erforderlichen Programmkosten deckten. Ergebnis: Ohne Wegfall der im ZDF-Staatsvertrag für harte Werbung festgelegten 20-Uhr-Grenze läßt sich ein allein aus Werbe-Einnahmen finanziertes Programm nicht bestreiten, es sei denn, die Minuten-Preise würden auf eine nur für die Großindustrie tragbare Höhe von 80 000 bis 100 000 Mark hochgeschraubt.

Der Vorsitzende der ARD-Finanzkommission Hans Weber kommt aufgrund seiner Berechnungen zu dem Schluß: „Für die Verleger wäre der Durchbruch erst nach 20 Uhr interessant.“

Mit zusätzlichen Werbeblöcken im Abendprogramm, die nach dem geltenden Recht zudem noch verboten sind, müßte es oberstes Bestreben der Programmacher sein, ihren Werbekunden allabendlich möglichst viele Bundesbürger vor dem Schirm zu präsentieren.

Gerade Springers Vorstellung vom Fernsehprogramm als von einer Art Markenartikel, der am freien Markt verkauft werden muß wie die „Bild“-Zeitung in einem Emsländer Bäckerladen, muß dabei erschrecken.

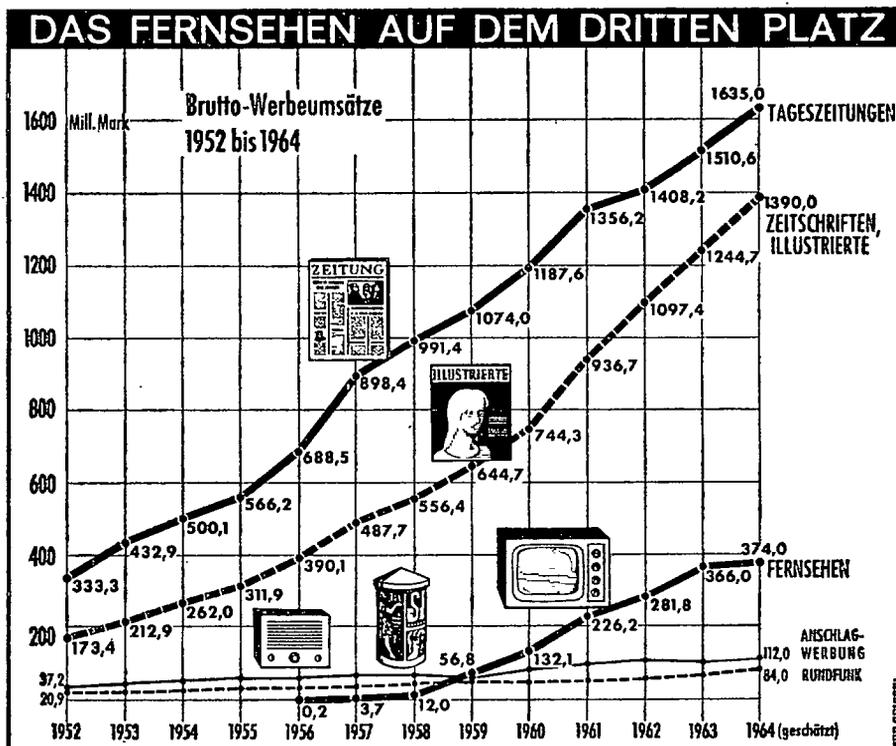


Stuttgarter Intendant Bausch  
Meinungsfreiheit nur für Drucker?

Kein Zweifel, daß ein Zweites Fernseh-Programm, an dem Springer beteiligt wäre, auf die Massen ansprechender wirken wird als die ausgewogene Langeweile in der Mainzer Röhre. „Bild“ auf dem Bildschirm, das ist es, was die Deutschen dann erwartet: das politische Redaktionsprogramm von „Bild“ — seelenschmalz-durchtränkte Entmündigung und sentimentales Rowdytum.

Alle Indizien sprechen dafür, daß es Axel Springer darum geht, die politische Substanz des Zweiten Programms beherrschend beeinflussen zu können.

Denn: Die vorgeschlagene Beschränkung jedes Aktionärs im Presse-Fernsehen auf zwei Prozent und eine Stimme macht das Zweite Programm für den Konzern-Herrn wirtschaftlich uninter-



essant. Politisch interessant aber kann es für ihn sein. Denn trotz der Beschränkung auf eine Aktie und eine Stimme ist politische Einflußnahme möglich. Den Weg dazu verrät das von Springer inspirierte Verleger-Memorandum in gewundenen und juristisch verknäuelten Formulierungen.

Nach den Statuten des Staatsvertrages über das Zweite Deutsche Fernsehen, der erstmals zum 31. Dezember 1970 kündbar ist, obliegt die Verantwortung für alle Beiträge des Programms dem Intendanten.

Diese bindende Vorschrift wollen die Verleger ausdrücklich nicht antasten. Ungeachtet dieser Versicherung aber heißt es in ihrem Memorandum: „Die Gesellschaft (Presse-Fernsehen-AG) stellt das Programm — unbeschadet der Verantwortlichkeit des Intendanten — in eigener Verantwortung her.“

Zudem soll der Chefredakteur, entgegen dem ZDF-Staatsvertrag, der durch die Tätigkeit der Verleger-AG angeblich nicht berührt wird, vom Aufsichtsrat der Verleger-AG, nicht aber vom Intendanten bestellt werden. Dieser Verleger-Chefredakteur soll für alle „Sendungen auf dem Gebiet der Nachrichtengebung, Kommentar, Dokumentation und Zeitgeschichte zudem allein verantwortlich“ sein.

Diesen Verantwortungszwinger zauberten die Verleger aus dem Paragraphen 7 des Staatsvertrages, der dem Intendanten das Recht gibt, seine Verantwortung auf Mitarbeiter zu delegieren. Die Bestimmung wurde erlassen, weil es dem Intendanten nicht zugemutet werden sollte, den ganzen Tag als Kontrolleur im Testkino zu sitzen.

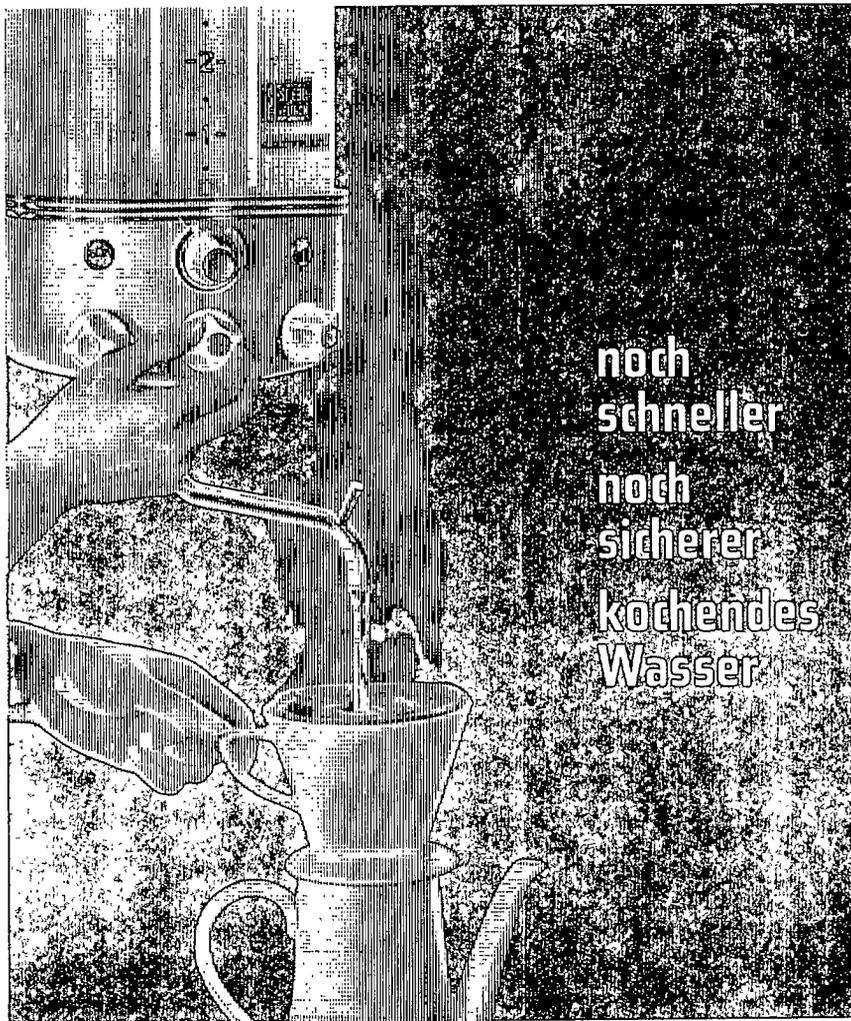
Die Verleger wollen damit erreichen, daß ein Chefredakteur, der etwa dem Hause Springer entstammt, dem Intendanten nicht mehr disziplinar unterstellt ist.

Damit wäre die gesetzlich vorgeschriebene Verantwortlichkeit des Intendanten gerade aus dem besonders wichtigen Programmbereich der aktuellen politischen Sendungen verbannt; sie würde, so hieß es in einer Stellungnahme des ZDF, „zur Farce werden“.

Praktisch soll der Intendant nach den Plänen der Verleger seiner Programmverantwortung lediglich im zu gründenden Aufsichtsrat der Verleger-AG nachkommen, in den er neben 14 Vertretern der Aktionäre einrückt. In diesem Gremium ist er aber jederzeit überstimmbare. In einem Gutachten über den Verlegerplan schrieb der Hamburger Professor für Öffentliches Recht Dr. Hans Peter Ipsen: „Der Anteil des Intendanten an der Programm-Verantwortung ist danach so gestaltet, daß er sich im Konfliktfall niemals durchsetzen kann. Die gesetzliche Verantwortungsregel des Staatsvertrages würde damit nicht nur abgeschwächt oder ausgehöhlt, sondern aufgehoben.“

Einen ähnlichen Job neben der Anstalt halten die Verleger für die 66 Mainzer Fernsehräte bereit. Dieses Gremium ist mit den Vertretern der „pluralistischen Gesellschaft“ besetzt, darunter Abgesandte der Kirchen, Gewerkschaften, Ärzte, Hausfrauen, Bauern und Handwerker.

Nach den Bestimmungen des Staatsvertrages obliegt es dem Fernsehrat, Richtlinien für die Sendungen aufzu-



noch  
schneller  
noch  
sicherer  
kochendes  
Wasser

## durch STIEBEL ELTRON automatic-Boiler!

Der neue STIEBEL ELTRON automatic-Boiler bietet entscheidende Vorteile überall da, wo minutenschnell frisches Wasser gefahrlos sprudelnd kochen soll. Das geht 1—2—3:

1. Frischwasser in gewünschter Menge einlaufen lassen
2. Koch-Automatik einschalten
3. Kochfrisches Wasser fließt sprudelnd aus dem Hahn

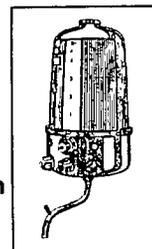
Die STIEBEL ELTRON automatic verhindert Verdampfen und Verbrühen — Sie und das Gerät sind geschützt — denn dieser automatic-Boiler schaltet sich nach ca. 2 Minuten kontrollierter Kochzeit automatisch aus. Und die Montage? Einschrauben, fest anziehen, fertig! Tag und Nacht betriebsbereit ist dieses kleine Hochleistungsgerät von STIEBEL ELTRON — ohne Launen, ohne Leiden, ohne Laster. Und überall ist Platz dafür: nur 23 x 40 cm sind erforderlich, in der Küche, im Büro, im Betrieb.

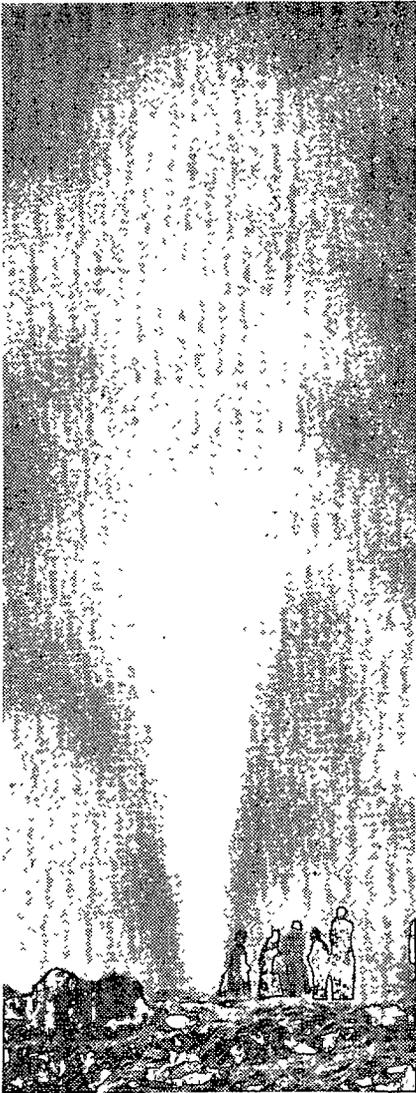
Sie erhalten dieses preiswerte und nützliche Heißwassergerät mit Garantie und Kundendienst in allen guten Fachgeschäften.

... sicher mit



Dr. Stiebel Werke  
Holzminden · München · Berlin





## In Neuseeland beginnt jetzt der Sommer!

Der Südpazifik erwartet Sie. Nach Ihrer Geschäftsreise durch Asien oder als Urlaubsziel für den besonderen Geschmack. Moderne Hotels und ein mildes Klima, Hochgebirge und riesige Fjorde, Geiser und tätige Vulkane, das alles finden Sie in Neuseeland, und — die berühmten Glühwurmgröten. Gönnen Sie sich diese Ferien! Ihre Rund-um-die-Welt-Fluglinie wird sich freuen, Sie nach Neuseeland zu fliegen.

Prospekte durch:  
Qantas, Abteilung V, 6 Frankfurt/Main, Kaiserstr. 70;  
New Zealand Gov. Tourist Bureau, 415 Strand,  
London, W. C. 2 oder Ihr IATA-Flugreisebüro.



In Zusammenarbeit mit AIR INDIA, BOAC und TEAL.

stellen, den Intendanten zu wählen, zu beraten und seine Tätigkeit zu überwachen sowie den Etat zu verabschieden. Der Fernsehrat hat schließlich dafür zu sorgen, daß die demokratischen Spielregeln eingehalten, eine unabhängige Meinungsbildung garantiert und keine politische oder gesellschaftliche Gruppe vom Medium Fernsehen ausgeschlossen wird.

Künftighin soll der Fernsehrat nur noch das Recht haben, Einwände gegen die Programmleitung oder bestimmte Sendungen beim Aufsichtsrat der Verleger-AG zu erheben, die laut Verleger-Entwurf „vertraglich verpflichtet wird, die von der Anstalt begehrten Beschlüsse durchzuführen“.

Das heißt aber nicht, daß die Verleger dem Fernsehrat die endgültige Entscheidung überlassen wollen, was und in welcher Form gesendet wird. Vielmehr soll in einem „etwa aufkommenden Streit“ ein elfköpfiges Schlichtungsgremium, bestehend aus fünf Verlegern, fünf Fernsehern und einem Vertreter der Ministerpräsidenten - Konferenz der Länder, das letzte Wort haben. Auch hier können die finanzstarken und kaufgewohnten Verleger mit Hilfe nur eines Fernsehrats die Kontrollfunktion der Anstalt überspielen.

Überdies sind die Rechte und Pflichten des Fernsehrats gegenüber den Organen der AG nur noch zivilrechtlich, hingegen nicht mehr — wie im Staatsvertrag — gesetzlich definiert. Die Vorschläge laufen nach Ansicht des Staatsrechtlers Ipsen auf eine „Selbst-Preisgabe“ der Anstalt hinaus, die mit dem ZDF-Vertrag unvereinbar ist.

Es ist einleuchtend, daß in einem so konstruierten Presse-Fernsehen der Groß-Verleger Springer zwar keine bevorzugte wirtschaftliche Behandlung erfährt, auf die es ihm auch am allerwenigsten ankommt, wohl aber seine politischen Überzeugungen und persönlichen Wünsche mit Hilfe ihm verbundener oder ihm fürchtender anderer Zeitungsverleger unschwer durchsetzen kann.

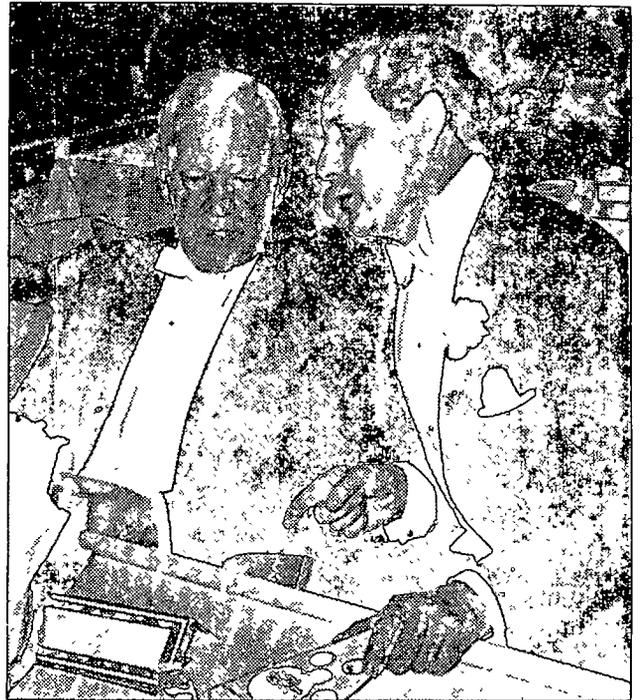
Die „Badischen Neuesten Nachrichten“ warnten bereits: „Wenn auch jedem der 500 Verlage es offensteht, mit 50 000 Mark an dieser zu gründenden Gesellschaft zu partizipieren, dürfte nicht übersehen werden, daß die Einflußnahme der großen Zeitungs-Konzerne durch den zu ernennenden Chefredakteur mit all seiner ausgedehnten Machtbefugnis und durch die Nachrichtenbeschaffung, bei der sich die Gesellschaft weitgehend der vorhandenen Einrichtungen der Presse bedient, auf indirekte Weise erfolgen könnte.“

Obligleich der Verleger-Verband immer wieder zu beweisen sucht, im Fernseh-

Streit habe sich hinter ihm die gesamte deutsche Zeitungs-Presse formiert, scheinen gerade viele jener kleinen Verleger, deren wirtschaftliche Zukunft der Vorschlag sicherzustellen vorgibt, von den Fernsehplänen der Verbandsspitze nicht viel zu halten. Nur in wenigen deutschen Regionalzeitungen fanden sich in den vergangenen Monaten zustimmende Kommentare zum Verleger-Fernsehen.

Stuttgarts Intendant Bausch behauptet: „Die überwiegende Mehrheit der Zeitungsverleger in Bayern, Baden-Württemberg und Hessen will von solchen Plänen nichts wissen.“

Hessens Ministerpräsident Georg August Zinn im Dezember 1964: „Ich kenne in Hessen keinen Verleger, der für diesen Plan ist.“



TV-Interessent Springer, Zuhörer\*: Was ist „Gigantismus“?

Der SPD-Geschäftsführer im Mainzer Landtag, Jockel Fuchs: „Ich kenne in Rheinland-Pfalz keinen Verleger, der mir gesagt hätte, ich bin daran interessiert.“

Der saarländische Ministerpräsident Röder: „Ich kenne im Saarland keinen Verleger, der für diesen Plan ist.“

Ebensowenig will auch die Mehrheit der schleswig-holsteinischen, niedersächsischen und bremischen Verleger von dem Presse-Fernsehen wissen. In Hamburg und Berlin kann sich dagegen schon deshalb kaum Widerstand gegen den Verleger-Plan regen, weil in diesen Stadtstaaten dank Springer kaum noch größere Zeitungsunternehmen existieren.

Je weiter Springers Fernsehpläne reifen, um so mehr versteifte sich der Widerstand. Im Gegensatz zu den ängstlichen Parteien machten die Ministerpräsidenten der Bundesländer Front gegen Springer. Nach dem Artikel 30 des Grundgesetzes für das Rundfunkwesen zuständig, erhoben sie am 15. Januar dieses Jahres erstmals in einem einstimmigen Beschluß „rechtliche und wirtschaftliche Bedenken“ gegen ein Ver-

\* Auf dem Berliner Presseball im Januar 1965.

leger-Fernsehen. Der Plan sei mit dem Staatsvertrag über das Zweite Deutsche Fernsehen unvereinbar.

Doch die Ministerpräsidenten der deutschen Länder sind keine Macht, die Axel Springer entmutigen könnte. Wenige Tage nach ihrem Beschluß eröffneten Springers Freunde an zwei Fronten die Gegenoffensive. — in Berlin und in Bonn.

In Berlin verlangten sieben örtliche Zeitungsverleger am Montag letzter Woche in einem Brief an Bürgermeister Willy Brandt den Stopp der Werbe-Spots im Sender Freies Berlin. Der SFB habe die Zeitungen mit einem „Vernichtungswettbewerb“ überzogen.

Tatsächlich hat der SFB — entgegen dem feierlichen Versprechen der ARD-Anstalten — lokale Werbung betrieben; sie machten allerdings 1964 nach SFB-Angaben nur 5,5 Prozent des SFB-Werbeumsatzes aus.

In die Liste der notleidenden Berliner Verleger hatte sich ganz am Schluß Axel Springer eingetragen, dessen imposantes 111-Millionen-Verlagshaus an der Zonengrenze den Berliner Zeitungsunternehmen täglich vor Augen führt, wer in der Presse zwischen Spree und Havel obenan steht. Willy Brandt setzte den Ukas auf die Tagesordnung der nächsten Senatssitzung.

In Bonn formulierte eine Gruppe christdemokratischer Abgeordneter einen Gesetzentwurf, der letztendlich die Bundesländer durch ein Bundesgesetz zwingen will, die Mainzer Festung auszuheuern.

Unter Federführung des Hamburger CDU-Landesverbandsvorsitzenden Erik Blumenfeld, des Fraktionsgeschäftsführers der CDU im Bundestag, Rasner, und des Bundestagsabgeordneten Martin, ebenfalls CDU, wurde eine Ergänzung des Paragraphen 1 des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb entworfen. Danach soll den Anstalten des öffentlichen Rechts künftig das Ausstrahlen von Werbe-Spots untersagt werden.

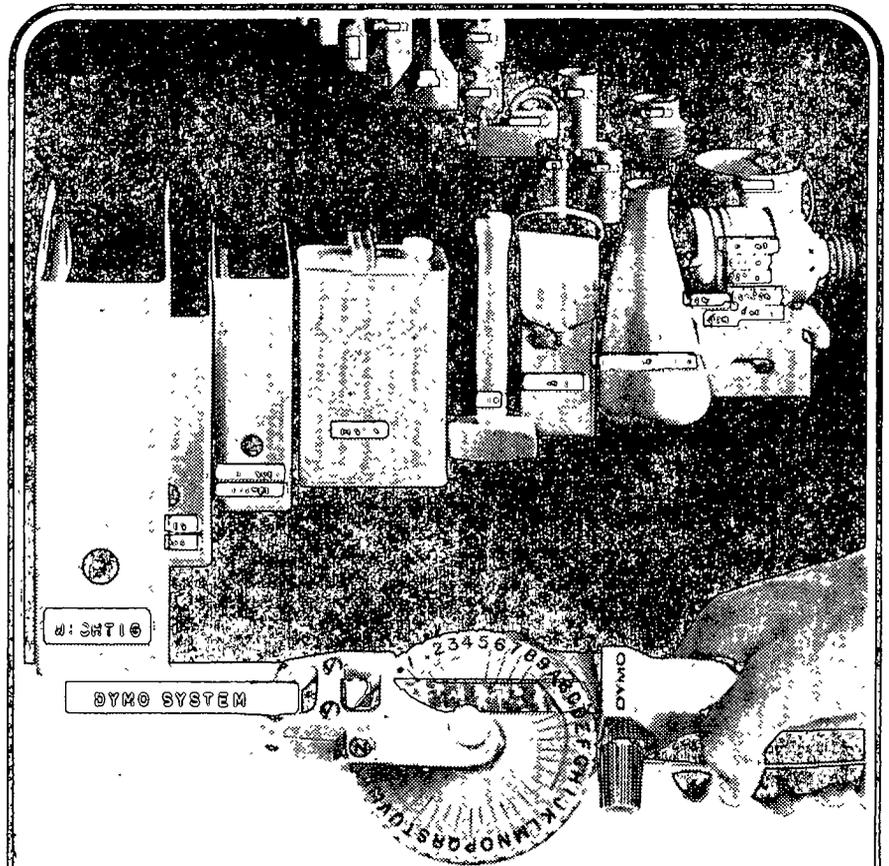
Antragsteller Blumenfeld: „Dann müssen sich ARD und Mainz eben auf einen neuen Gebührenschlüssel einigen und entsprechend ihren Aufwand reduzieren, was bei jeder Firma geschieht, wenn sie nicht mehr den Umsatz hat.“

In der Begründung der Gesetzesnovelle, die sich inhaltlich wie stilistisch mit den Darlegungen des Hauses Springer deckt, heißt es; der „Verdrängungswettbewerb“, den die Anstalten mittels Werbung gegen die Zeitungen führten, näherte sich einem „Vernichtungswettbewerb“.

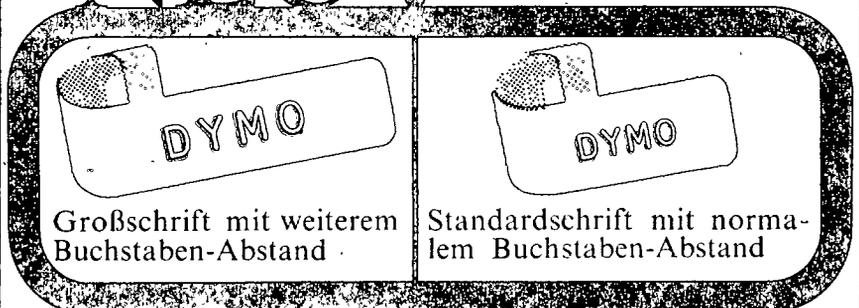
Ohne Fernseh-Reklame müßten die Anstalten ihre Programm-Etats drastisch zusammenstreichen. Betroffen wären aber nicht allein die Anstalten. Auch die Markenartikel-Industrie würde jäh in ihrem Werbebemühen eingeengt.

Über die Bildschirme polterte ARD-Intendant Hess, der Antrag der Christdemokraten sei „ein durchsichtiges Manöver“. CDU und CSU wollten sich „auf dem Rücken der Rundfunkanstalten der Gunst und Wahlunterstützung der Presse versichern“.

Unterdes haben Blumenfeld, Martin und Rasner eine Kommission der CDU/CSU einberufen, die bis Mitte Februar den Fraktionen einen Bericht vorlegen soll.



NEU!



## DYMO für bessere Kennzeichnung!

Und es ist so einfach: Groß- oder Standardschrift bestimmen, den Buchstaben-Zwischenraum mit dem Abstand-Wähler einstellen. Buchstaben wählen, ein leichter Druck - und weiße Schrift steht auf farbigem Band. Ein weiterer Handgriff - und das Schild ist abgetrennt. Die Schutzfolie entfernen und schon können Sie das DYMO Schild anbringen.

DYMO löst jedes Kennzeichnungsproblem - einfach und zuverlässig.

DYMO Schilder in vielen Farben aus PVC oder Metall sind selbstklebend, witterungsbeständig und haften zuverlässig auf jeder sauberen Fläche.

# DYMO®



DAS ZEICHEN GUTER ORDNUNG

An: DYMO INTERNATIONAL GMBH, 6 Frankfurt, Postschließfach 3967  
Oesterreichische Warenhandels-gesellschaft mbH, WIEN 1, Spiegelgasse 13

Bitte senden Sie unverbindlich die ausführlichen DYMO Schriften.

Name: \_\_\_\_\_

Beruf: \_\_\_\_\_

Anschrift: \_\_\_\_\_

66