



Verleger Springer in seiner Hamburger Druckerei: „Der Zeitungstod geht um“

PRESSE

TAGESZEITUNGEN

Stimmen verstummt

(siehe Titelbild *)

Die Verwirklichung vieler verfassungsrechtlicher Grundrechte bedarf des Kapitals.

Dr. Anton Betz, Zeitungsverleger

Die Pressefreiheit ist die Freiheit von 200 reichen Leuten, ihre Meinung zu verbreiten.

Paul Sethe, Journalist

An jedem Werktag im Herbst 1967 kaufen die Westdeutschen 18 Millionen Zeitungen, mehr als je zuvor. Aber, so Presse-Zar Axel Springer, 55: „Der Zeitungstod geht um in Deutschland.“

Er traf in wenigen Monaten mehr als 40 Blätter, vom Berliner „Kurier“, dem „Duisburger General-Anzeiger“ und dem Hamburger „Abendecho“ bis zur „Freyunger Waldpost“ in Bayern, 86 Jahre alt, verkaufte Auflage: 693 Exemplare.

Er erschien in vielerlei Gestalt: als stiller Exitus, als Verkauf, Fusion oder Aufgabe der redaktionellen Selbstständigkeit.

Die Krankheit zum Tode war mit der Wirtschaftskrise gekommen. Sie ließ die Anzeigenteile deutscher Blätter verdorren und brachte Verlage in finanzielle Bedrängnis.

Bestürzung brach herein. Bundeskanzler Kiesinger berief den Deutschen Presserat aus Verlegern und Journalisten ins Palais Schaumburg und äußerte in gepflegtem Krisen-Schwäbisch allerhöchste Besorgnis. Ein „Notstandsjahr der Presse“ proklamierte der Hamburger CDU-Bundes-

* Axel Springer vor seinem West-Berliner Verlagsgebäude.

tagsabgeordnete und Springer-Freund Erik Blumenfeld.

SPD-MdB Fritz Sänger, Journalist, sah die „aus dem Grundgesetz erwachsende Aufgabe“ der Presse gefährdet, die sie nur erfüllen könne, „wenn sie möglichst vielfältig bleibt“. Staatssekretär Dr. Werner Ernst aus dem Bonner Innenministerium stellte die „politische Frage“, ob durch die Not der Zeitungen „die Meinungsfreiheit und die von ihr mit einbezogene Informationsfreiheit beeinträchtigt werden könnte“.

Antwort wußte die katholische Monatsschrift „Mann in der Zeit“: „Die Pressefreiheit droht heute... im Dschungel des Zeitungstodes, der Konzentration und der Manipulierung der öffentlichen Meinung zu erstickern.“

Auch weiche Töne wurden laut. FDP-Abgeordneter Josef Ertl beschwor im Parlament das nunmehr bedrohte „innige“ Verhältnis zwischen den Heimatblättern und ihrer Leserschaft. Fernseh-Kommentator Dieter Gütt: „Wenn Druckmaschinen das allerletzte Zeitungsexemplar ausspucken, wenn eine Stimme des freien Worts verstummt, dann beschleicht Wehmut alle, die lesen können und wollen.“

So aufgerüttelt, schritt die Bundesregierung zur Tat: Sie setzte eine Kommission ein. Unter dem Vorsitz des Kartellamts-Präsidenten Dr. Eberhard Günther erarbeiten derzeit ausgewählte Verleger, Journalisten, Fernseh-Intendanten, Vertreter von Wirtschaft und Gewerkschaften, im ganzen 18 Mann, einen Bericht, der am 1. Oktober dieses Jahres vorliegen soll. Sein Thema: „Untersuchung der Ursachen der Gefährdung der wirtschaftlichen Existenz der deutschen Zeitungen und der Folgen von Verlagskonzentrationen.“

Die Kommissionäre kamen spät. Schon längst, ehe die Wirtschaftskrise die Existenznöte der Tageszeitungen jäh sichtbar machte, waren die Notzeichen zu erkennen gewesen. Seit 1954 ist die Zahl der Verlage, die selbständige Tageszeitungen herausgeben, von 607 auf 540 geschrumpft. Nur die wenigsten der über 1200 Zeitungen mit eigenem Titel haben noch eine eigene politische Redaktion, das also, was mit Informations- und Meinungsfreiheit zu tun hat.

Die meisten beziehen ihre politischen Nachrichten und Kommentare als sogenannten Mantel gemeinsam mit anderen in Gruppen bis zu mehr als 50 Mitgliedern auf druckfertigen Einheits-Matern. Der Mantel wird in Zentralredaktionen gefertigt. Bislang sind 157 Redaktionen übriggeblieben, die selbständig politische Seiten bearbeiten; ihre Zahl verminderte sich in den letzten drei Jahren um 26, allein in diesem Jahr bisher um elf.

Die Großzeitungen mit Auflagen von über 100 000 — gegenwärtig sind es 45 — beherrschen den Markt immer eindeutiger: Ihr Anteil an der verkauften Auflage (einschließlich aktueller Sonntagszeitungen) stieg innerhalb der letzten zwölf Jahre von 55 auf fast 75 Prozent. Springer eroberte mit sieben Blättern 40 Prozent, mit „Bild“ und „Bild am Sonntag“ allein ein Drittel des Zeitungsmarkts (siehe Graphik Seite 37).

Die Ursachen für Zeitungssterben und Konzentration liegen auch ohne langwierige Untersuchungen klar zu Tage. Sie wurzeln letztlich darin, daß die westdeutsche Tagespresse nach dem Zweiten Weltkrieg so wieder aufgebaut wurde, wie sie immer gewesen war. Branchenfremde Lizenzträger der Besatzungsmächte oder traditionsstolze Altverleger mit kleinen Druckereibetrieben ließen so viele Blätter neu oder wieder erstehen, als sei die abonnierte Morgenzeitung wie eh und je des Bürgers einziges und liebstes Informationsmittel.

Dr. Wilhelm Ehmer, Verleger der „Lüdenscheider Nachrichten“ und Aufsichtsratsvorsitzender einer Kooperative von 117 Klein- und Mittelzeitungen, der „Standortpresse GmbH“: „Weil der Großvater die Zeitung am Ort gedruckt hat, muß der Enkel es auch tun, sonst verliert er an Ansehen.“

Mit über 1200 Titeln kommt die Bundesrepublik nahe an die mehr als dreimal so volkreichen USA (1760 Titel) heran, sie übertrifft England (104 Titel) bei weitem. In Hamburg (1,8 Millionen Einwohner) erscheinen sechs Tageszeitungen, in New York (acht Millionen Einwohner) erscheinen nur drei.

Jeweils drei oder mehr am Ort erscheinende Tageszeitungen konkurrieren unter anderem in Frankfurt, Hannover, Düsseldorf, München und Köln miteinander und mit der allgegenwärtigen „Bild-Zeitung“.

Viele Blätter kamen über Mini-Auflagen von ein paar tausend Stück nie hinaus (kleinste westdeutsche Tages-



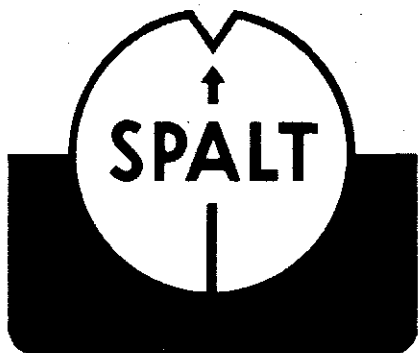
Zahnweh können Sie schnell loswerden!

Dafür sorgt Spalt.

Wer kennt nicht Spalt-Tabletten?
Die große und führende Marke
unter den schmerzstillenden
Mitteln. Auf die Millionen
vertrauen. Deutschlands meist-
gebrauchte Schmerz-Tablette.

Spalt-Tabletten helfen zuverlässig
und schnell. Ganz besonders bei
Schmerzen vor und nach der
zahnärztlichen Behandlung.

Überzeugen Sie sich selbst.
Spalt - aus Ihrer Apotheke.



zeitung mit eigener politischer Redaktion: „Honnefer Volkszeitung“, Auflage 3480; bei anderen war die höhere Auflage nur durch drückend hohe Vertriebskosten zu erzwingen.

Tatsächlich ist Konzentration in der westdeutschen Tagespresse so unumgänglich wie in anderen übersetzten Wirtschaftszweigen. Das sorgenvolle Raunen um eine „vielfältige Presse“ (Kiesinger) oder eine „vielgestaltige Zeitungslandschaft“ (Springer) klingt längst hohl. Denn die Landschaft, die da erhalten werden soll, gleicht heute

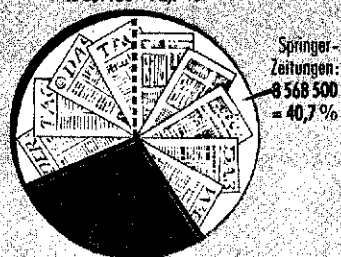
pen. Ehmer: „Ein ebenso sinnloses wie kostspieliges Verfahren. Denn am Ende ist der vor einem halben Jahr abgeworbene Bezieher wieder da, nachdem man ihn seinerseits abermals kostspielig abgeworben hat.“

Daß die allzu vielgestaltige Tagespresse konzentrationstüchtig ist, wissen die Branchenführer. Dr. Anton Betz, 74, Verleger der Düsseldorfer „Rheinischen Post“ (Auflage: 295 000) und bis vor kurzem Präsident des Bundesverbands deutscher Zeitungsverleger: „Auch größere Verlage werden sich

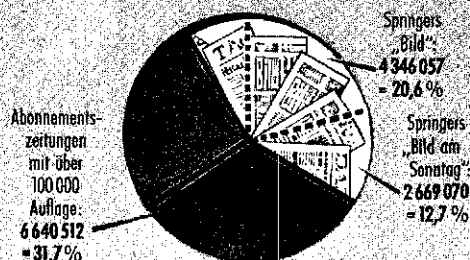
HERRSCHER AM ZEITUNGSMARKT

Gesamtauflage aller westdeutschen Tageszeitungen: 21 059 300, davon:

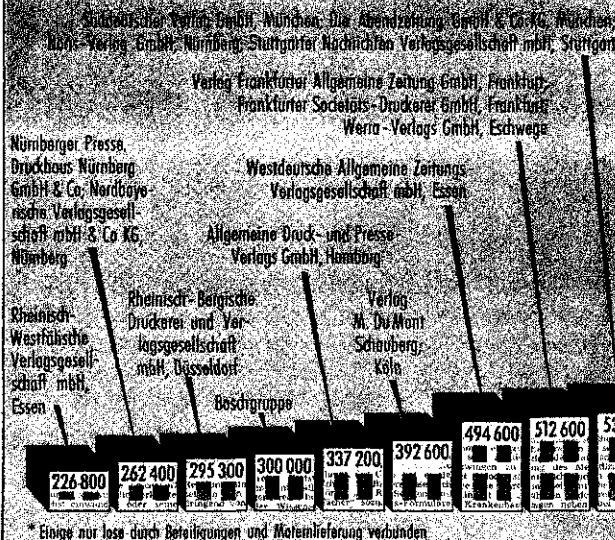
die 45 größten der rund 1200 Zeitungen:
15 301 100 = 72,7%



Boulevardzeitungen: 8 797 391 = 41,8%



Die zehn größten westdeutschen Tageszeitungsverlage und Verlagsgruppen (nach Auflagenhöhe)



schon eher einem Krüppelgehölz, aus dem sich nur wenige beherrschende Mammutbäume erheben.

Die Vielzahl kleiner und kleinster Zeitungsverlage ist kapitalschwach. Für sich allein sind die Unternehmer meist nicht mehr in der Lage, den steigenden Aufwand für Technik und Redaktion zu schaffen. Oft verzetteln sie ihre Mittel in nutzlosen Konkurrenzkämpfen, etwa durch die Einrichtung von Bezirksausgaben am Erscheinungsort einer anderen Zeitung, auch wenn das Kampfblatt Verlust bringt.

Standortpresse-Chef Dr. Ehmer kritisierte den „Wahnsinn“ viel zu hoher Werbepremien, mit denen Zeitungen einander die Abonnenten wegschnap-

bald mit dem Gedanken gemeinsam betriebener Technik... befreunden müssen. Diese Zusammenarbeit auf breiter Ebene... trägt aber ohne Zweifel eine Neigung zur Konzentration in sich.“

Dr. Ehmer predigt die Kooperation zwischen Zeitungen, wie sie die Mitglieder seiner Standortpresse GmbH betreiben. Sie geben, so Ehmer, „jede ein Stückchen ihrer absoluten Selbstständigkeit auf... weil der einzelne, völlig auf sich gestellt, seine Selbstständigkeit auf die Dauer doch nicht bewahren könnte“.

Diese Schwäche der westdeutschen Zeitungen wurde vollends im Krisenjahr 1967 deutlich, als die Werbe-Einnahmen schrumpften. Es zeigte sich,

wie nahe am Verlust die Zeitungsverlage operieren müssen.

Sie sind gezwungen, ihre Produkte weit unter Wert zu verkaufen: Der Preis einer Tageszeitung deckt nur noch rund ein Drittel (vor 40 Jahren: knapp zwei Drittel) des Aufwands, den Herstellung und Vertrieb verursachen. Angemessene Preiserhöhungen aber verbieten sich, weil dadurch Käufer verlorengelassen würden.

Zwar gibt die deutsche Normalfamilie heute für den Konsum von Information, Meinung und Unterhaltung mehr aus als je zuvor, aber ihre Gunst gehört vor allem Rundfunk und Fernsehen, Illustrierten, Programm-, Frauen- oder Soraya-Zeitschriften. Was für Tageszeitungen übrigbleibt, schöpft häufig „Bild“ ab: 3,4 Millionen erwachsene Westdeutsche lesen es als einzige Tageszeitung (siehe Graphik Seite 50).

Ausschlaggebend für die Existenz der Zeitungen wurden somit die Einnahmen aus dem Anzeigengeschäft. Sie flossen im stetigen Konjunkturaufschwung reichlich genug, so reichlich, daß sie die Strukturmängel der deutschen Tagespresse verschleierten.

Axel Springer: „Vor zwölf Monaten noch konnten Sie häufig Verleger treffen, die sagten: ‚Es geht uns ganz gut, wir haben einen hervorragenden Anzeigenteil.‘ Aber wenn man diesen hervorragenden Anzeigenteil untersuchte, mußte man feststellen, daß ein wesentlicher Teil der Inserate Stellenanzeigen waren.“

Stellenanzeigen füllten zusammen mit Gelegenheitsinseraten und örtlicher Werbung die Anzeigenteile der Tagesblätter zu rund drei Viertel. Als im vergangenen Jahr die Krise kam und Arbeitskräfte auch ohne Suchanzeige wieder zu finden waren, schlug der Blitz in die üppige Plantage: Die Zeitungen verloren seither bis zu einem Drittel ihrer Stellenanzeigen. Sogleich stellte sich finanzielle Kurzatmigkeit ein.

Lauter als je empörten sich Verleger über die Werbesendungen von Fernsehen und Rundfunk. Führender Protestsänger war Axel Springer: „Die im Besitz einer Monopolstellung befindlichen, von Steuern befreiten und zudem mit vielen Privilegien ausgestatteten Anstalten sind... auf breiter Front in die Bereiche der freien Wirtschaft eingebrochen.“ Ihre Werbesendungen, so Springer, „werden aus genau jener Kasse bestritten, mit deren Inhalt auch die Anzeigen in den Zeitungen und Zeitschriften bezahlt werden“.

Dabei schädigt die Werbe-Konkurrenz der öffentlich-rechtlichen Sender die Tageszeitungen am wenigsten. Auf den Bildschirmen flimmert fast ausschließlich Markenartikel-Werbung, im letzten Jahr für 538 Millionen Mark; das waren nur rund vier Prozent des gesamten Werbeaufwands.

Auch wenn die Fernsehblendungen ganz wegfielen, müßten die Marken-Anzeigen in Tageszeitungen (1966: für 661 Millionen Mark) nicht zwingend zunehmen. Denn die beiden



Springer-Förderer Huijsman
Seit der Stunde Null...

Werbe-Arten sind wesensverschieden und nicht wahlweise austauschbar. Das Frankfurter Divo-Institut hielt in einer Untersuchung das „Nichtbestehen einer Konkurrenz“ zwischen Werbefernsehen und Zeitungen mit regionaler sowie lokaler Verbreitung für „hinlänglich“ erwiesen.

Allenfalls, so Divo, könnten überregionale Zeitungen sowie Boulevardblätter die Konkurrenz der Mattscheibe spüren, „jedoch kam dieser Wettbewerb nie zum Tragen, weil das Werbefernsehen sein Angebot an Werbezeit aus rechtlichen Gründen nicht der Nachfrage anpassen konnte“.

In Wahrheit sind es vor allem die illustrierten Publikumszeitschriften mit Massenaufgaben und Vierfarbtiefdruck, die der deutschen Tagespresse in direkter Konkurrenz Marken-Anzeigen wegschnappen. Die Zeitschriften kassierten im vergangenen



Springer-Partner Betz
... dem rechten Leitstern gefolgt

Jahr 1,36 Milliarden Mark für Markenwerbung, mehr als doppelt soviel wie die Tageszeitungen.

Bei denen wiederum profitieren die auflagenstärksten auf Kosten der kleineren: Die bundesweit verbreiteten Blätter und die jeweils größten Zeitungen einer Stadt oder eines weiteren Gebiets fangen den Hauptteil der Markenartikel-Werbung ein. Sie wird mehr und mehr zur Domäne einiger Großverlage.

429 Millionen Mark, das waren zwei Drittel der gesamten Markenwerbung in der Tagespresse, vereinnahmte im letzten Jahr eine Gruppe von nur 37 Verlagsunternehmen mit 46 Zeitungen. Die vier überregionalen allein („Welt“, „Frankfurter Allgemeine“, „Süddeutsche Zeitung“, „Bild“) buchten 134 Millionen Mark oder mehr als ein Fünftel der Gesamtsumme. Im Krisenjahr 1967 nimmt die Konzentration der Werbeeinnahmen weiter zu.

Axel Springer, der unermüdlich den „Zeitungstod“ beklagt (Hellmut Girardet, Präsident des Zeitungsverleger-Verbands: „Ein falsches, sogar bedenkliches Schlagwort“) und rühmend verbreiten läßt, seine Berliner Blätter etwa betrieben das Anzeigengeschäft „mit der Betulichkeit einer Krankenschwester, um den Markt zu schonen“, leistet Sterbehilfe. In Berlin weiteten seine Zeitungen die Marken-Insertion von 1960 bis 1964 fast um die Hälfte aus, bei den Konkurrenzblättern sank sie um 15 Prozent.

„Bild“ hat in Frankfurt, Hamburg und Remscheid sowie in allen westdeutschen Bundesländern die jeweils höchste, in weiteren 41 Großstädten die zweithöchste Auflage und nutzt das ganz unbetulich aus.

„Bild“ eröffnet Inserenten die Möglichkeit, jeweils nur in einem von fünf Teilgebieten zu werben, und beschneidet damit den regional verbreiteten Zeitungen und oft sogar den Lokalblättern das Geschäft. „Bild“ kalkuliert den Anzeigenpreis so, daß Inserenten für eine Millimeterzeile je 1000 Exemplare nur 0,78 Pfennig zahlen; bei den übrigen Tageszeitungen kostet das von 1,6 bis über sieben Pfennig. Ergebnis im letzten Jahr: Markenartikel-Anzeigen für fast 70 Millionen Mark im „Bild“. Auch Springers Programm-Zeitschrift „Hör zu“ (Auflage: 3,9 Millionen) bietet neuerdings die „Teilbelegung“ an, die regional begrenzte Werbung im Wettbewerb mit Regionalzeitungen.

„Die expansiven Presse-Imperien der Großstadt“, kommentierte die „Landeszeitung für die Lüneburger Heide“ (Auflage: 22 000), „bedrängen mit ihren Millionenaufgaben die Heimatzeitungen bis in das letzte Heidedorf.“ Das sei „gefährlicher als das Werbefernsehen“.

Die Gefahr kommt allein von Springers Imperium, denn kein anderer Zeitungsverlag kann Millionenaufgaben vorweisen. Springer, der büßenwirksam um die vielgestaltige Zeitungslandschaft bangt und „eine Art Fürsorgepflicht vor allem für die Heimatzeitung“ empfindet, hilft die Viel-

falt erdrücken. Er hat die Presse-Konzentration weit über das wirtschaftlich Notwendige und das politisch Zumutbare hinaus getrieben. Und er begann damit früh und zielstrebig.

Der verschwommen-gefühlige Mann, der sich selbst bemitleidet („Ich bin verteuftelt worden... ich bin beschimpft worden“), dramatisiert („Wir haben bereitwillig die Sorgen der ganzen deutschen Presse auf uns geladen“), verklärt („Verleger sein bedeutet auch Mäzen sein“) — als Manager handelte er immer kalt und klug.

Vor allen anderen, „beim dürftigen Schein einer Unschlittkerze im stromknappen Jahre 1947“ (Springer) hatte der Sohn des Verlegers der „Altonaer Nachrichten“ den rechten Leitstern entdeckt: „... daß wir alle Chancen wahrnehmen müßten, das Unternehmen auf mehrere Säulen zu stellen.“ Zeitungen, so habe er frühzeitig gelernt, seien „auf leichtem Sand gebaut“: „In leichten Sand aber muß man starke Pfähle treiben.“

So errichtete er unermüdlich Säulen und Pfähle: elf Verlage bis heute, ein Reisebüro, Beteiligungen am Schallplatten- und Arzneimittelhandel, an der Papierfabrikation, an der hannoverschen Urlaubsfabrik Hummel-Reisen, einen Konzern mit Jahresumsätzen zwischen 800 Millionen und einer Milliarde Mark. Kein anderes deutsches Verlagsunternehmen erreicht auch nur von fern die Gesamtauflage aller 18 periodischen Springer-Veröffentlichungen (fünf täglich, acht wöchentlich, fünf monatlich oder seltener): über 16 Millionen Exemplare (siehe Graphik).

Der Hamburger war schon in der Stunde Null erfolgreicher als die anderen. Er entlockte dem britischen Presseoffizier Major Huijsman zwei ungeteilte Lizenzen (darunter für „Hör zu“), während sich gemeinhin mehrere Verleger in eine Lizenz teilen mußten.

Springer besetzte von Anfang an Marktlücken, die von seinen Verleger-Konkurrenten übersehen worden waren. Er bescherte deutschen Menschen

- ▷ die Großstadt-Zeitung als anspruchslose Unterhaltungs-Postille („Hamburger Abendblatt“);
- ▷ knalligen Ersatz für die nach dem Kriege fortgefallenen Sonntagsausgaben der Tagespresse („Bild am Sonntag“);
- ▷ die Un-Zeitung „Bild“.

Springers Fazit: „Jede weitere Zeitung, die wir ins Leben riefen oder wieder auf die Beine brachten, hat es uns erlaubt, das Risiko zu verteilen und uns die Kostenvorteile nutzbar zu machen, die ein Großunternehmen nun einmal hat.“

Frühzeitig erkannte der Presse-Manager auch, daß Tageszeitungen ein immer riskanteres Geschäft wurden. Der Düsseldorf „Mittag“, den Springer 1963 gemeinsam mit Dr. Betz erwarb, blieb seine bislang letzte Zeitungs-Akquisition.

Es war auch die einzige, die er wieder abstieß: In der letzten Woche stellte Springers „Mittag“ sein Erscheinen ein. Das Boulevardblatt verursachte jährliche Verluste von mehreren Millionen Mark, vor allem aber hatte dieser erste Stützpunkt Springers in der Provinzpresse angesessene Verleger vergrämt. So konnte der freiwillige Rückzug zu einer Zeit, als Springers Konzernmacht zunehmend scharf kritisiert wurde, publikumswirksam Selbstbescheidung demonstrieren.

Ohnehin hat sich Springer längst dem lukrativen Zeitschriftenmarkt zugewandt, etwa mit dem Erfolgsblatt „Eltern“, mit „Bravo“ oder „Kicker“. Im März nächsten Jahres kommt die erste Springer-Frauenzeitschrift „Jasmin“ („Die Zeitschrift für das Leben zu zweit“) auf den Markt. Sein Zeitungsimperium kann der Hamburger

getrost dem unaufhaltsamen Wachstum des Stärksten überlassen.

Springer-Zeitungen haben in West-Berlin und Hamburg je rund 70 Prozent, in der Bundesrepublik wochentags 30 Prozent und sonntags über 90 Prozent der Gesamtauflagen erobert. Von den fünf Millionen Zeitungen, die täglich überregional verbreitet werden, kommen 90 Prozent aus dem Hause Springer. Elf Millionen Deutsche, mehr als ein Viertel der erwachsenen Bevölkerung, lesen täglich 4,3 Millionen Exemplare von „Bild“.

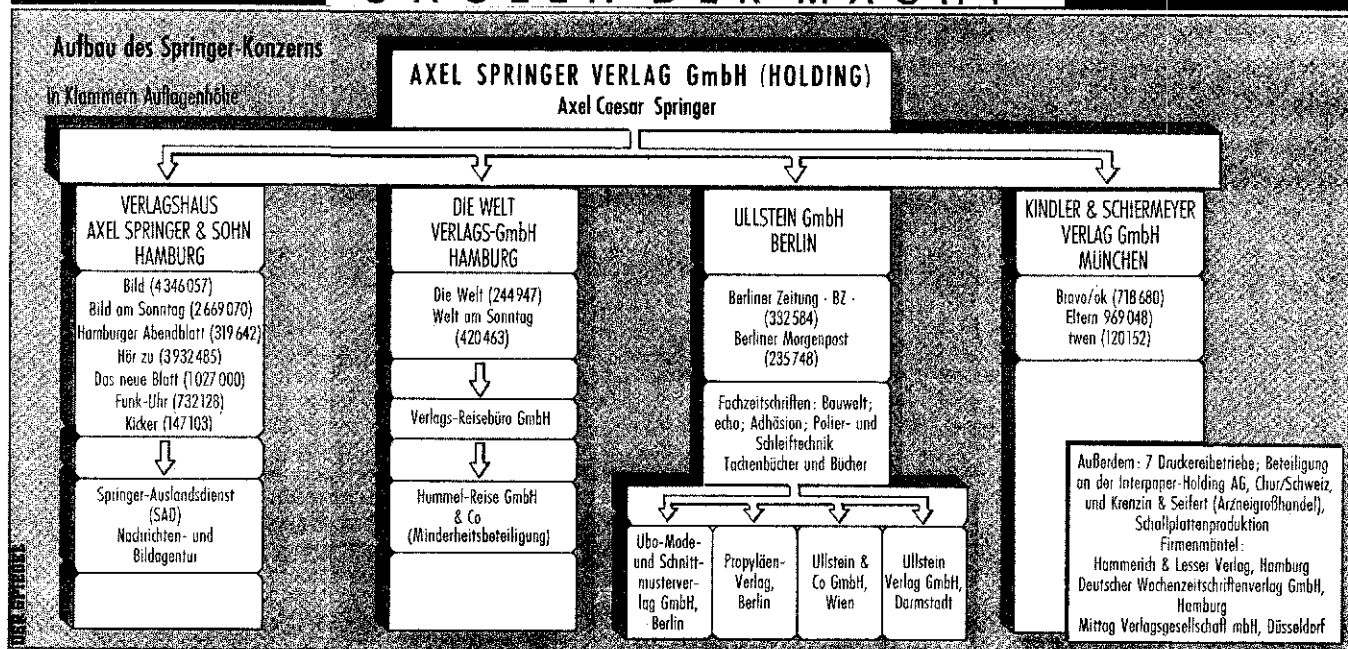
In keinem anderen demokratischen Land besitzt ein einzelner auch nur annähernd vergleichbare Pressenmacht. Und kein anderer Zeitungs-Tycoon, etwa Lord Thomson oder Cecil King in England, benutzt seine Blätter so konsequent wie Springer dazu, geordnete Meinungen auszutrommeln.

In Springers Blättern erscheinen Liberalität und Toleranz als Verfallszeichen, herrscht Mißtrauen gegen Intellektuelle, Gammler und demonstrierende Studenten, werden eiferner Antikommunismus und Nationalismus verbreitet. Bundesdeutsche Abgründigkeit, die NPD-nahe Mentalität etwa oder Zustimmung für prügeln und schießende Polizei, kann sich immer auf Springer-Zeitungen berufen.

Zum auflagenstärksten Meinungsbildner ist der clevere Primitiv-Journalismus der „Bild-Zeitung“ geworden, und „Bild“-Verleger Springer preist ihn als Wohltat: „Ich glaube, es steht fest, daß die Kaufzeitungen das Verdienst haben, Menschen zum Lesen zu bewegen, die zuletzt bei der Konfirmation ein Buch vor Augen hatten.“

Gegen das Verdienst, das „Bild“ mit Groschenromanen oder Mickymausheften teilt, kann laut Springer nur der „Hochmut der Gebildeten“ blind sein: „Diese Herren wollen ihn offen-

SAULEN DER MACHT



Als
Unternehmer
muß man
das Können
anderer
kennen.

Nicht nur die Leistungen der Konkurrenz. Die werden Sie sicherlich kennen. Nein, vor allem Können, das Sie kaufen können, das sich im Wettbewerb bereits bewährt hat, das Sie Ihrer eigenen Leistung gewinnbringend hinzufügen können.

Wir sind Getriebehersteller, besser gesagt, Spezialisten der Antriebs-technik. Das heißt: Wir bauen nicht nur Getriebe, mit denen Sie dann irgendwie zurecht kommen müssen. Sie bekommen von uns das Getriebe, das Sie brauchen, ab Vorratslager — oder als Prototyp einer neuen Serie, wenn Sie eine neue Serie brauchen. Selbstverständlich auch als maßgeschneidertes Einzelstück — wenn es erforderlich ist. Was wir können, sollten Sie kennen —

Schalten Sie FLENDER ein!



A. FRIEDR. FLENDER & CO. 429 BOCHOLT



Springer-Schreiber Walden
„Der Verleger kann ...“

bar dumm halten, den kleinen Mann. Er soll sich dem gedruckten Wort in devoter Haltung nähern.“

Springer weiß, daß die Warnungen vor Konzentration und Meinungsmonopol in der Presse vor allem auf seinen Konzern gemünzt sind und daß ihm das gefährlich werden kann. Deshalb behauptet er, ein Großverleger sei überhaupt nicht in der Lage, eine einheitliche Linie in seinen Blättern durchzusetzen:

„Keiner der Redakteure, die für die Blätter unseres Hauses arbeiten, braucht zu kuschen, und die Vorstellung ist aberwitzig, daß ich die Peitsche über 800 geistig unabhängige Menschen schwingen könnte oder auch nur wollte.“

Aber Springer bekennt sich ausdrücklich dazu, „daß der Verleger für die Grundeinstellung seiner Zeitungsgruppe der Öffentlichkeit gegenüber die Verantwortung tragen muß“, daß er „nicht ohne eine politische Konzeption auskomme“ und „Zeichen auf-



Springer-Schreiber Mohler
„Keiner der Redakteure ...“

richten“ könne. Er leugnet nicht, daß er seine Blätter „ständig mit neuen Anregungen versorgt“.

Seinen Anregungen kann er auch ohne Peitsche Gehör verschaffen. Er kann sich darauf verlassen, daß selbst beiläufige Empfehlungen auf dem langen Instanzenweg des Großkonzerns dienstwillig zu knappen Chef-Anweisungen umformuliert werden.

Auch mit Personalpolitik können Verleger ihre Meinung durchsetzen. „Journalisten, die diese Meinung teilen, werden sie immer finden“, schrieb Paul Sethe, ehemaliger „Welt“-Journalist, der Springers Meinung nicht teilte und ging. Springer aber fand den ihm gleichgestimmten „Bild“-Chef Peter Boenisch, er fand für die „Welt“ die rechtsorientierten Schreiber Hertz-Eichenrode, Mohler, Martini und Walden, für „Welt am Sonntag“ William Schlamm.

„Der Verleger“, so konstatierte der liberale Oberlandesgerichtspräsident a. D. Richard Schmid, „ist auf alle Fälle der erste Inhaber und Nutznießer der Pressefreiheit... Die privatrechtlichen und arbeitsrechtlichen Mittel, mit denen die Kontrolle durch die Verleger ausgeübt wird, sind... so mannigfaltig und so wirksam, gleichzeitig aber so sehr der öffentlichen Sichtbarkeit entzogen, daß meiner Meinung nach hier der eigentliche Schwerpunkt des Problems der Pressefreiheit liegt.“

Das gilt nicht nur für Springer, und der Hamburger zeigt gern auf andere, wenn vor allzu mächtigen Großverlegern gewarnt wird. Er nennt die Hamburger Gruppe Gruner + Jahr, obwohl sie keine Tageszeitung herausgibt und ihre einzigen politischen Meinungsblätter „Zeit“ und „Stern“ zusammen ungefähr elf Millionen Leser erreichen — pro Woche etwa so viel, wie „Bild“ allein täglich. Er nennt den Hamburger Bauer-Verlag, der Unterhaltungsware wie „Neue Revue“, „Quick“ oder „Praline“ im Programm hat.

Er nennt die Konzentration GmbH mit 13 SPD-orientierten Tageszeitungen in einer Gesamtauflage von 1,2 Millionen Exemplaren; aber nicht die Konzentration ist Verleger der Zeitungen und somit „erster Inhaber und Nutznießer“ von deren Pressefreiheit, sondern die Zeitungsverlage sind anteilig Besitzer der Konzentration und benutzen sie unter anderem zum gemeinsamen Einkauf von Zeitungspapier.

Wie wenig die Konzentrations-Blätter, im Gegensatz zu denen von Springer, Richtung halten, zeigte sich in diesem Sommer: Zwei von ihnen, die Bielefelder „Freie Presse“ (Mitverleger: SPD-Schatzmeister Alfred Nau) und die „VZ-Kieler Morgenzeitung“ (Leitartikler: Schleswig-Holsteins SPD-Vorsitzender Joachim Steffen), schlossen sich mit rechtsbürgerlichen Gazetten in Bielefeld und Lübeck zusammen.

Springer nennt sogar die Zusammenschlüsse der Kleinen und Klein-

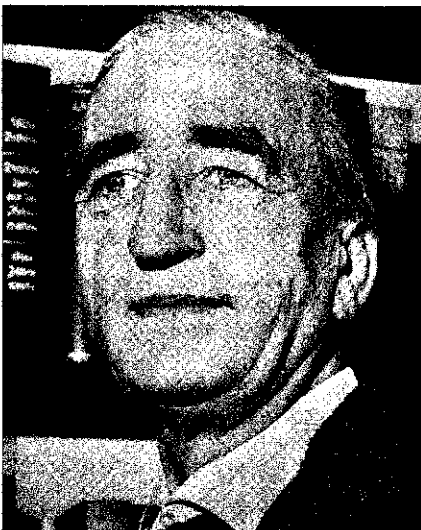


Springer-Schreiber Schlamm
... Zeichen aufrichten"

sten, die Standortpresse GmbH und die Redaktionsgemeinschaften, in einem Atemzug mit seinem Konzern. Unerwähnt läßt er dagegen die Arbeitsgemeinschaft „Regionalpresse“, der 80 Zeitungen mit durchschnittlich 110 000 Auflage angehören und die sich unter anderem um einen noch höheren Anteil der Großen am Anzeigengeschäft bemüht. Zwei Springer-Blätter sind Mitglieder des Klubs.

Ernster als Springers Beispiele müssen jene Fälle genommen werden, in denen Verleger still und zielstrebig regionale Vormachtstellungen aufbauen. Zwerge im Vergleich zu Springer, können sie doch die Konkurrenz für ihren Bereich wirksam ausschalten — mit Ausnahme, natürlich, der „Bild-Zeitung“.

So ist beispielsweise die Stuttgarter Industriellen-Familie Bosch seit längerem mit der Errichtung eines „Springerle“-Modells (Heinz Schlegel, früher Vorsitzender des Südwestdeutschen Journalistenverbandes) be-



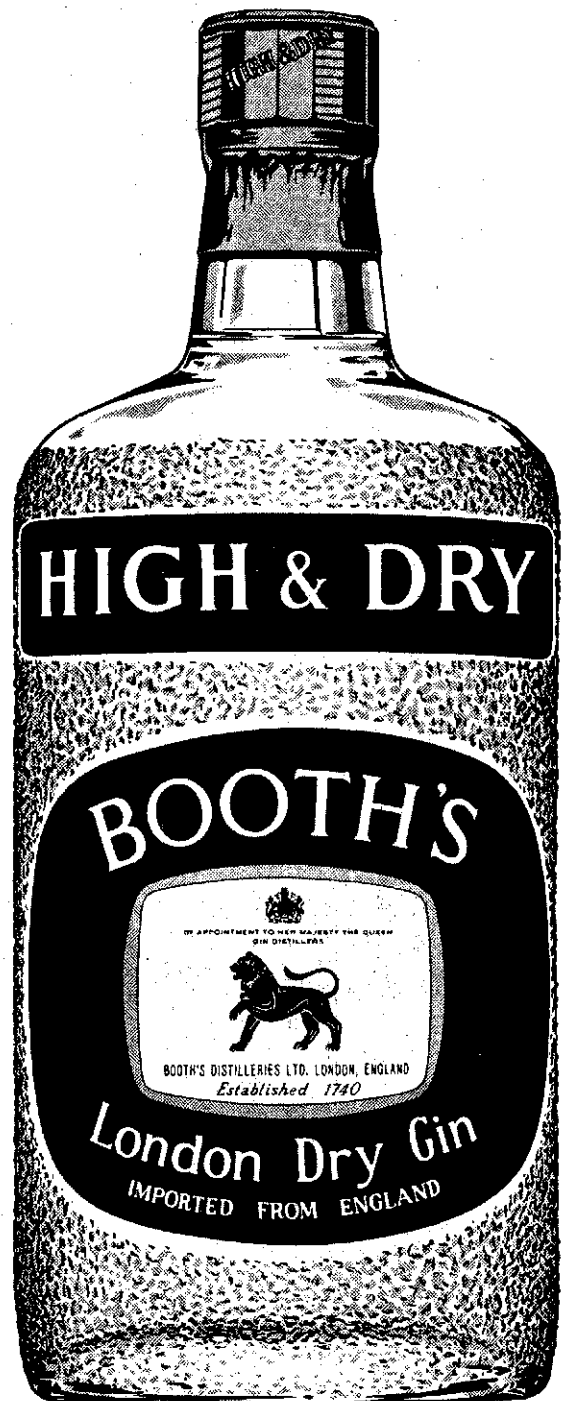
Springer-Schreiber Martini
... braucht zu kuschen"

»HIGH« IN QUALITY AND EXTREMELY »DRY« IN TASTE

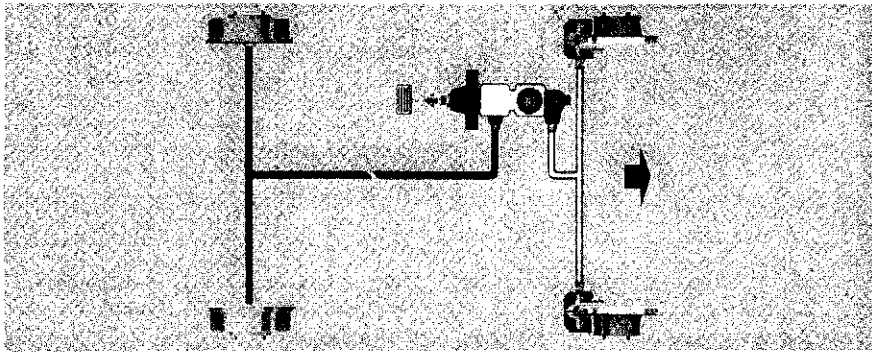


BY APPOINTMENT
TO HER MAJESTY THE QUEEN
GIN DISTILLERS
BOOTH'S DISTILLERIES LTD.

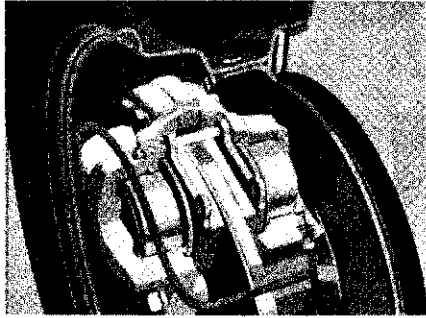
GLEICHERMASSEN IDEAL FÜR HOCH-
WERTIGE COCKTAILS UND
ERFRISCHENDE LONGDRINKS, WIE BOOTH'S-TONIC



Allein-Import und Vertrieb: MARTINI & ROSSI Aktiengesellschaft Bad Kreuznach



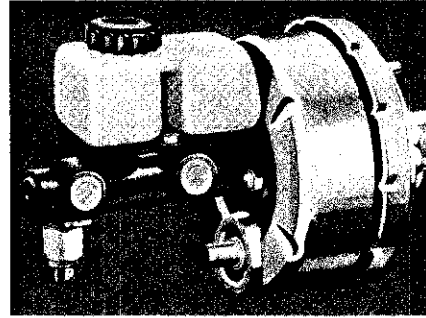
Damit Sie das Temperament dieses schönen neuen Ford 17M Hardtop in jeder Situation sicher zügeln können, haben wir viel für die Sicherheit getan. Dieser Wagen hat jetzt ein Zweikreis-Bremssystem



starke Ford Scheibenbremsen vorn und große Trommelbremsen hinten. Die Scheibenbremsen stellen sich selbst nach, sind wartungsfrei und ermüden nicht. Sie halten den Wagen auch bei einer Vollbremsung sicher in der Spur.

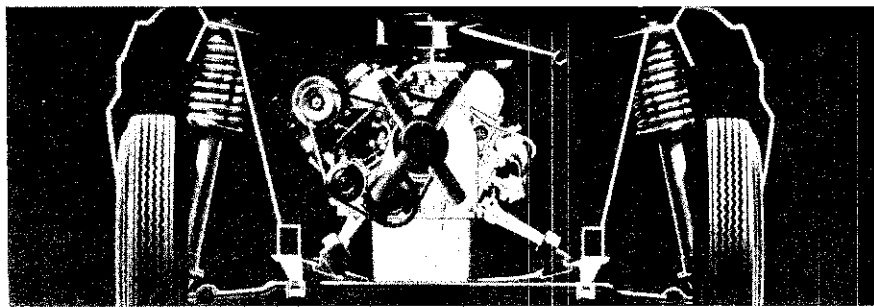
Zu den neuen Sicherheitsvorkehrungen innen gehören das oben und unten gepol-

stem mit serienmäßiger Servo-Unterstützung. Das ist eine wichtige technische Neuerung, die Ihrer noch größeren Sicherheit dient. Zu dem neuen Zweikreis-Bremssystem gehören selbstverständlich wieder



sterte Armaturenbrett mit den blendfreien Instrumenten und den versenkten Schaltknöpfen. Bedienungselemente sind aus Weichplastik. Vorn und hinten im Innenraum haben wir Halterungen für 3-Punkt- bzw. 2-Punkt-Sicherheitsgurte eingebaut. Der Innenspiegel ist so installiert, daß er schon bei einem Stoß einfach wegkippt.

Wir haben viel getan, damit Sie sein Temperament immer sicher auf die Straße bringen



Die bewährte Breitspur gibt auch dem neuen 17M Hardtop das sichere Fundament. Das bedeutet, daß der Wagen breit und sicher auf der Straße liegt. Und zur sicheren Breitspur gehören lange McPherson-Federbeine, die beide Vorderräder

genau führen. Und außerdem weit außen stehende Räder mit großvolumigen Reifen, deren griffige Laufflächen sicher auf der Straßenoberfläche haften. Kraft und Temperament haben Sie deshalb jederzeit sicher in der Hand.

Ford — die Linie der Vernunft

Ford 17M Hardtop

schäftigt. Über verschachtelte Beteiligungen, die in einem 51-Prozent-Anteil an der Deutschen Verlags-Anstalt (DVA) münden, halten die Boschs je 50 Prozent der „Stuttgarter Zeitung“ und der „Neuen Württembergischen Zeitung“ in Göppingen, die wiederum mit 16 südwestdeutschen Blättern eng zusammenarbeitet. Gesamtauflage: 300 000.

Andere süddeutsche Gebiete nahm der katholisch-konservative Georg Fürst von Waldburg zu Zeil unter seine Obhut. Er versammelte um seine „Schwäbische Zeitung“ in Leutkirch einen Kranz von Satellitenblättern, stieg beim „Allgäuer“ in Kempten ein und kann heute bestimmen, was die Leute in Oberschwaben und im Allgäu in der Zeitung lesen sollen. Gesamtauflage der Waldburg-Presse: 225 000.

Schon heute erscheint in 129 der 563 westdeutschen Kreise nur noch eine örtliche Zeitung.

Die kleinen Blätter gerieten immer mehr ins Hintertreffen. Ihre Bemühungen, mehr Anzeigen zu erhalten, hatten wenig Erfolg. Den Auftraggebern erschien die Insertion in wenigen Großobjekten einfacher und wirkungsvoller. Außerdem bemängeln sie, wie das Divo-Institut ermittelte, oft die Druck-Qualität, oder sie halten überhaupt das Image der meisten Tageszeitungen für „etwas alt, verstaubt, unmodern“ (Divo-Untersuchung).

Laut Springer „ist die Technik der Zeitung hoffnungslos veraltet. Wir sind — genau genommen — bei Gutenberg stehengeblieben“. Daran stimmt, daß die technische Revolution der jüngsten Vergangenheit die Zeitungsbranche noch kaum berührt hat. Den meisten Verlagen ist sie zu teuer, und deshalb gehören zum Beispiel weder Automation noch Datenverarbeitung zur Standardausrüstung.

Dr. Anton Betz hält „die Nachrichten-Konkurrenz des Fernsehens auf die Dauer für viel gefährlicher als die Konkurrenz bei der Werbung“. Denn: Deutsche Zeitungen sind bis heute kaum in der Lage, zum Frühstück neuere Nachrichten zu servieren als acht Stunden zuvor die Spätausgabe der Tagesschau.

Etliche liefern nicht einmal die. Wer sich etwa in Hamburg, München oder Stuttgart aus dem Prestigeblatt „Frankfurter Allgemeine“ informieren will, für den endet das Zeitgeschehen jeweils am Vortag um 18 Uhr. So früh muß die „Zeitung für Deutschland“ ihre erste Bundesausgabe redaktionell abschließen, damit der umständliche Apparat von Satz, Druck und Versand das Produkt bis zum nächsten Morgen an den Leser bringt.

Etwa die Hälfte aller deutschen Zeitungsverlage verfügt bis jetzt über die Möglichkeit, im herkömmlichen Hochdruckverfahren Farben zu verwenden. Aber die Vorbereitungszeit für den Buntdruck ist zu lang, als daß aktuelle Photos farbig veröffentlicht werden könnten, und die Qualität liegt

Wir suchen für verschiedene Mandanten

INDUSTRIELLE NEUHEITEN

mit oder ohne Patentschutz, welche technisch zu entwickeln oder auf den Markt zu bringen sind, sowie

INVESTITIONSMÖGLICHKEITEN

in Unternehmungen, die die Fabrikation neuer Produkte entweder projektieren oder bereits in Angriff genommen haben.

Einige dieser Mandanten verfügen über ansehnliche technische Mittel, große finanzielle Möglichkeiten sowie über gut eingeführte Vertriebsstellen auf internationaler Ebene auf folgenden Gebieten:

PRÄZISIONSMECHANIK

ELEKTRO-MECHANIK

Kontakt: BUGNION,
CH 1211 Genève 2 • Telex 23459

weiches Wasser kann mehr...



Nicht nur die Wäsche bleibt zart, das Geschirr so brillant... Kessel oder Boiler auf Hochleistung (keine Steinbildung) — weiches Wasser pflegt den Teint. Das Haar wird so leicht, so locker... Regenweiches Wasser bringt der KARAT I. Ein echter Weichwasserautomat, der über 1000 l weiches Wasser in jeder Stunde spendet. Fragen Sie bei Ihrem Sanitär- oder Heizungsfachmann nach dem KARAT I.

Cillichemie Ernst Vogelmann
Wasseraufbereitung, 71 Heilbronn



unter dem, was Leser und Werber von den Illustrierten gewohnt sind.

Freilich: Es gibt fortgeschrittene Zeitungstechnik. Computer können sekundenschnell Archivmaterial für Artikel zusammenstellen oder vollautomatisch eine Setzmaschine steuern. Anstelle von Bleisatz, bei dem jede Zeile aus den Matrizen der einzelnen Buchstaben zusammengefügt und dann gegossen wird, gibt es schon den Photosatz, der bis zu 1000 Buchstaben pro Sekunde schafft und damit über hundertmal schneller arbeitet als eine konventionelle Maschine.

Für den Buntdruck bietet sich das bereits weit entwickelte Rollen-Offset-Verfahren an, bei dem nicht von Metallplatten, sondern indirekt von Gummi gedruckt wird. Die Farbqualität von Offset-Bildern kann die von Tiefdruck-Bildern erreichen, wie sie in den Illustrierten erscheinen.

Der Zeitungs-Rotationsdruck, er dauert bei großen Auflagen mehrere Stunden, läßt sich durch immer schneller laufende Pressen beschleunigen. Statt geprägte Matrizen von der Zentrale zeitraubend an verschiedene Druckorte zu transportieren, können Verlage die fertigen Seiten elektronisch übermitteln.

Abzusehen ist schon, daß Zeitungen überhaupt nicht mehr in Millionen von Exemplaren auf Tausende von Tonnen Papier gedruckt und über lange Vertriebswege kostspielig zugestellt werden müssen. In den USA richteten Fernsehgesellschaften eine Aufnahmekamera auf den Fernschreiber, der ständig die neuesten Meldungen einer Nachrichtenagentur ausspuckte, und die Bürger konnten daheim an ihren Bildschirmen mitlesen.

Es war die Urform der elektronisch ins Wohnzimmer gelieferten Zeitung. Nach diesem Verfahren könnte ein Presseorgan Seite für Seite gesendet und bei den Abonnenten durch ein Bild-Speichergerät, den Video-Recorder, zur beliebigen Lektüre aufgezeichnet werden. Dr. Betz: „Ja, das kommt auf uns zu.“

Aber im finanzschwachen deutschen Zeitungsgewerbe können nur wenige Verlage das Investitionskapital aufbringen, das zur Bewältigung der technischen Revolution nötig ist. Die modernste Rotationsmaschine mit vier Farbwerken zum Beispiel, die 64 Seiten gleichzeitig bedrucken kann, kostet rund zwei Millionen Mark; die entsprechende Rollen-Offset-Rotation mehr als doppelt soviel.

Die teuren Ungetüme arbeiten zudem bei kleinen Auflagen hoffnungslos unrentabel, und selbst bei Massenauflagen stehen sie die längste Zeit untätig herum und kosten Geld. Deshalb, so der bei Springer angestellte Günter Bödcker, „drehen sich in der großen Mehrzahl der deutschen Rotationssäle in gemächlichem Tempo museale Maschinen“.

Vieles an der westdeutschen Tagespresse mutet museal an. Sie ist im

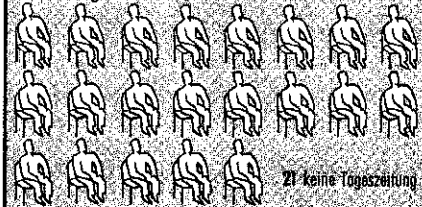
* Günther Bödcker: „20 Millionen täglich“. Gerhard Stalling Verlag, Oldenburg und Hamburg; 224 Seiten; 19,80 Mark.

Kampf ums Überleben immer weniger in der Lage, auch nur der steigenden Nachrichtenfülle Herr zu werden. Der Inhalt der über 1200 Blätter rechtfertigt nicht die immer neu beschworenen Bilder von bunter Vielfalt. Die Funktionen demokratischer Presse — Information, Kontrolle, Meinungsbildung — verkümmern.

Die scheinbar noch ausreichend hohe Zahl von 157 politischen Redaktionen täuscht Vielfalt nur vor. Nur die wenigsten von ihnen beschäftigen noch eigene Auslandskorrespondenten oder können es sich auch nur leisten, gelegentlich einen Redakteur zu fernen Ereignissen zu entsenden. Etliche, auch auflagenstarke Zeitungen teilen sich mit anderen Blättern in die Berichte gemeinsam finanzierter Korrespondenten, die übrigen benutzen die Einheitstexte der Nachrichtenagenturen.

WAS DIE DEUTSCHEN LESEN

Von je 100 erwachsenen Bundesbürgern lesen



30 eine Boulevardzeitung, davon:

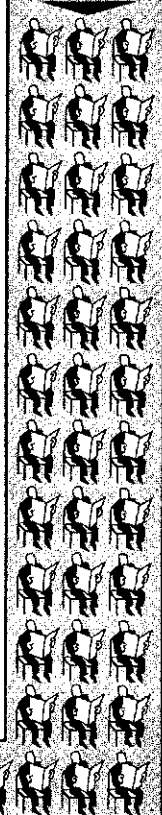


19 lesen neben der Boulevardzeitung noch eine andere Tageszeitung

17 ausschließlich eine Lokal- oder Regionalzeitung, deren Auflage unter 50.000 liegt



37 ausschließlich eine Tageszeitung, deren Auflage über 50.000 liegt und die vorwiegend abonniert wird



DER SPIEGEL

Auch über die Inlands-Berichterstattung breitet sich Einheitsgrau aus, weil viele Redaktionsetats nicht einmal mehr den Aufwand für ständige Eigenkorrespondenten etwa in Bonn erlauben. Karl-Hermann Flach, 38, stellvertretender Chefredakteur der „Frankfurter Rundschau“: „Das Bild, das die Öffentlichkeit der Bundesrepublik von Bonn erhält, wird vielleicht von hundert Journalisten gezeichnet... und das auch nur, wenn man großzügige Maßstäbe anlegt.“

Die Deutschland-Nachrichten kleiner und mittlerer Zeitungen sind bereits weitgehend genormt. Sie stammen überwiegend von der Deutschen Presse-Agentur (dpa) oder von Gemeinschaftskorrespondenten.

Den meisten Redaktionen fehlen die Voraussetzungen, Nachrichten für das Verständnis oder die bessere Information des Lesers aufzubereiten. Sie haben unzulängliche Archive und verfügen auch nicht über versierte Spezial-Journalisten, weil sie nur mäßige Gehälter zahlen können. Die tariflich festgelegte Gehaltsskala reicht derzeit von 637 Mark monatlich (Redakteur im ersten bis vierten Berufsjahr bei einer Zeitung bis 5000 Auflage, Ortsklasse A) bis 1897 Mark (Redakteur mit mehr als 15 Berufsjahren und „besonderen Kenntnissen und Fähigkeiten“, dem ein oder mehrere Redakteure unterstellt sind, bei einer Zeitung über 30 000 Auflage, Ortsklasse S).

Journalist Flach: „Gelegentlich ist es peinlich zu erleben, welche unqualifizierten Fragen die Veranstalter einer Pressekonferenz ausgesetzt sind. Das ständig notwendige Bemühen, zumindest auch die großen Zusammenhänge zu begreifen, steht nicht bei allen Journalisten im Vordergrund.“

Information schneidet bei Westdeutschlands Publizisten schlecht ab. Selbst in den überregionalen Renommee-Blättern nehmen die politischen Nachrichten erheblich weniger Raum ein als etwa in der „New York Times“ oder der „Times“ in London, mit denen sich „Frankfurter Allgemeine“ und „Welt“ gern vergleichen.

Und bei der Masse der Zeitungen ist die politische Information auf eine Handvoll kurzer Meldungen geschrumpft, die sich auf den ersten beiden Seiten zwischen Bildern, Kommentaren und Unpolitischem mühsam behaupten. Die Presse gleicht sich der „Bild-Zeitung“ an.

Kontrolle der öffentlichen und privaten Mächte übt die Tagespresse kaum. Denn Mißstände aufzudecken erfordert meist langwierige und teure journalistische Recherchen, zu denen die Zeitungen nicht in der Lage sind. Außerdem müssen finanziell schwache Verlage das Risiko scheuen, Leser, Inserenten und andere Mächte zu provozieren.

Kaum eine der großen politischen Enthüllungen (etwa: Fibag, Leihwagen-Affäre, Telephon-Affäre) kam auf das Konto der Tagespresse. „Im

* Karl-Hermann Flach: „Macht und Elend der Presse“, v. Hase & Koehler Verlag, Mainz; 224 Seiten; 18,80 Mark.

neu

Noch nie barg eine Kapsel mehr Jugendkraft als diese

Vorzeitiger Leistungsabfall und Altersbeschwerden sind heute an kein bestimmtes Lebensalter mehr gebunden. Nicht mehr die Zahl der Jahre bestimmt das Altern, sondern die Härte des Lebens. Deshalb leiden — oft schon vom 40. Lebensjahr ab — Millionen Männer und Frauen unter dem Nachlassen von Vitalität und Spannkraft, unter Reizbarkeit und Schlafstörungen, verminderter Konzentration und Gedächtnisschwäche. Ebenso häufig sind Kreislaufstörungen, Altersdepressionen sowie Angst- und Spannungszustände.

Unsere Empfehlung für Sie heißt:

PRÄPARAT 28 — ein Kombinationspräparat mit mehrschichtigem Wirkungsmechanismus, das die vier Organkreise: *Gehirn und Nerven, Herz, Kreislauf, Verdauung und Stoffwechsel* günstig beeinflusst.

Original-Packung mit 30 Kapseln: DM 10,75

Präparat 28

**PRÄPARAT 28 ist unsere Antwort auf
den erhöhten Verschleiß im heutigen Lebenskampf.
PROF. DR. MED. MUCH AG**

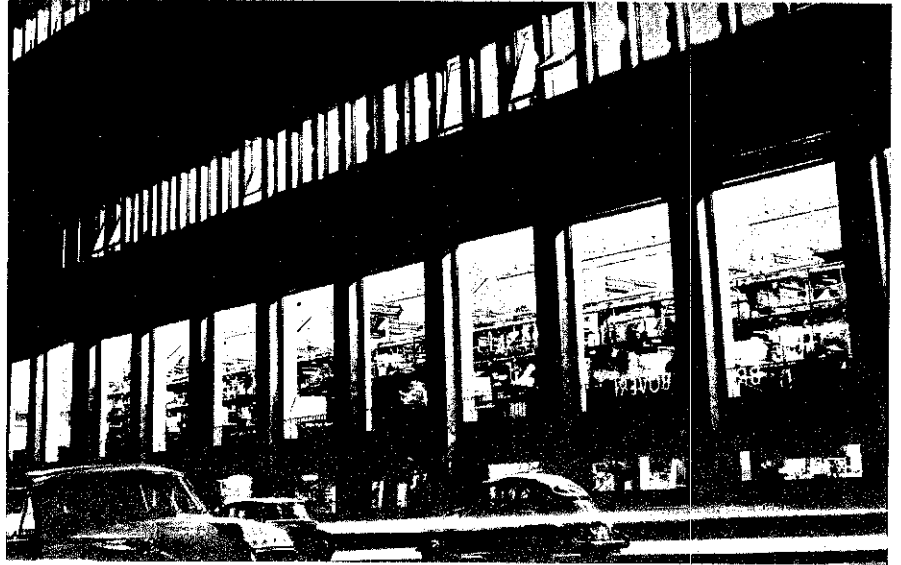
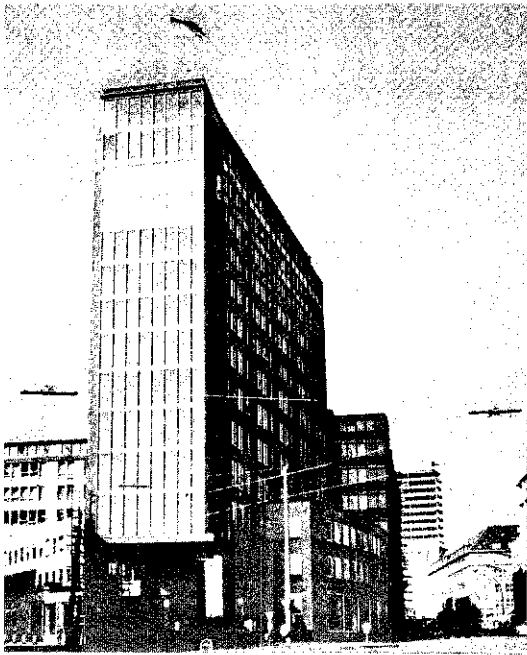
PRÄPARAT 28 beruht auf den modernsten Erkenntnissen der Geriatrie

(Wissenschaft vom Altern.) Es besteht aus dem bewährten Dimethylamino-äthanol in Verbindung mit speziellen Nerven-Vitaminen (neurotrope Vitamine) und anderen lebenswichtigen Vitaminen.

Schon nach der ersten Einnahme beginnt PRÄPARAT 28 seine Wirkung zu entfalten: tiefere Atmung bringt dem Körper mehr Sauerstoff, das Herz beginnt kraftvoller zu schlagen, die Durchblutung verbessert sich.

Bei regelmäßiger, kurgemäßer Einnahme verspürt man bald ein neues Lebensgefühl: neue jugendliche Frische und Vitalität.

Rezeptfrei in allen Apotheken, wo auch ausführliches Informationsmaterial erhältlich ist.



Springer-Haus, Springer-Rotation in Hamburg: „Das Gros der Heimatverleger ...

Vergleich zu dem angelsächsischen Journalismus“, so Karl-Hermann Flach, „ist der deutsche windelweich... Der kämpferische Journalismus, der sich als notwendigen Gegenspieler der Obrigkeit begreift, gehört zur Ausnahme.“

Ähnliches gilt aus ähnlichen Gründen auch für die Meinungsspalten. Es fehlt an Fach-Schreibern, die eine kritische Meinung zu den verwickelten Tatbeständen etwa der Finanz-, Sozial- oder Militärpolitik vortragen und begründen könnten. Überdies wird Kritik als riskant empfunden.

Besondere Vorsicht geziemt den Leitartiklern in Zentralredaktionen, die den politischen Einheits-Mantel für große Gruppen von Zeitungen schneiden. Was etwa in der Frankfurter „Redaktionsgemeinschaft Deutscher Heimatzeitungen“ an Meinung produziert wird, muß 56 Kleinverlegern und einer von Niedersachsen bis Bayern und Rheinland-Pfalz verbrei-

teten Provinzleserschaft behagen. Beziehen der „Main-Spitze“ in der Opeltstadt Rüsselsheim genauso wie denen der „Traben-Trarbacher Zeitung“ im katholischen Winzerstädtchen an der Mosel.

Die Zentralredaktion der Südwest-Presse GmbH in Tübingen (13 Mitgliedszeitungen) hatte im vorigen Jahr eine gewerkschaftskritische Karikatur in den politischen Teil aufgenommen. Als die Gewerkschaften eine Protestaktion ihrer Mitglieder ankurbelten, wurde der verantwortliche Redakteur eilends gefeuert, sein Abgang in Verbandszeitungen öffentlich mitgeteilt.

Flach: „Die Folge dieser Zustände ist, daß sich... der Konformismus breitmacht. Obwohl die Pressefreiheit durch äußere Einflüsse nicht wesentlich bedroht ist, gibt es einen freiwilligen Gleichschaltungsprozeß, der bedenklich stimmt.“

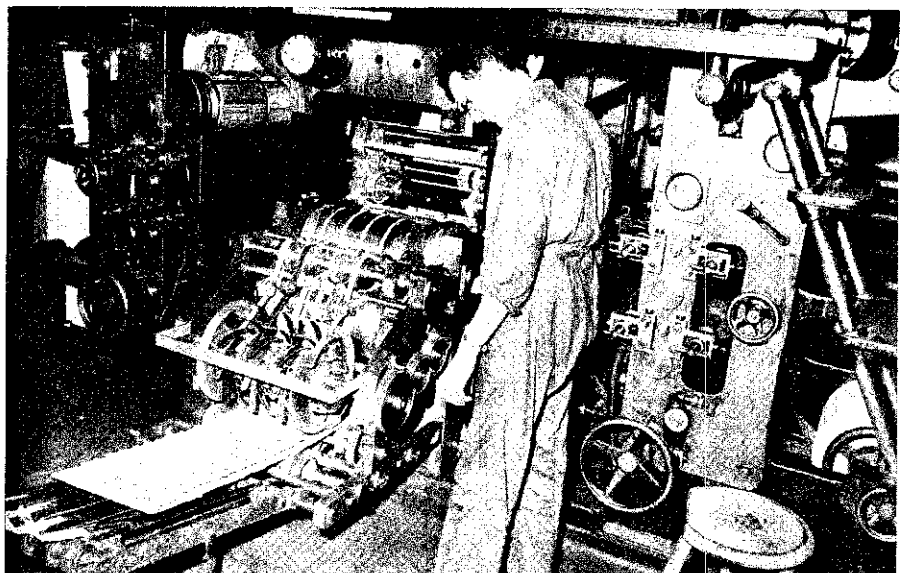
Axel Springer empfiehlt als Gegenmittel die Konzentration, die zu

„starken Verlagen“ führt: „Ich glaube... daß das Heranwachsen größerer Zeitungsunternehmen die Presse insgesamt schließlich freier machen wird, selbstbewußter, aggressiver. Zeitungen können sich nur dann aus dem Würgegriff der Mächtigen befreien, Einschüchterungsversuche und Drohungen mißachten, wenn sie stark sind, wenn ihr wirtschaftliches Fundament breit und unerschütterlich ist.“

Er hat es vorgemacht, so gut, daß nun sein Pressekonzern selbst zu den Mächtigen gehört. Weil er zu groß wurde, ist die Konzentration zu größeren Verlagseinheiten schlechthin verdächtig geworden.

Als in diesem Jahr die Misere der westdeutschen Tagespresse Gesprächsstoff wurde, wagte niemand außer Springer, die Konzentration offen als Heilmittel zu empfehlen.

Statt dessen hagelte es andere Vorschläge zur Nothilfe. Sie reichen von dem Plan, die Zeitungen durch staat-



... ist müde geworden“: Haus der „Landeszeitung“ in Lüneburg, Druck einer Heimatzeitung

„UNGEHEURES ÖDLAND“

Helmut Arndt über Verleger-Fernsehen

Professor Dr. Dr. Helmut Arndt, 56, Nationalökonom an der Freien Universität Berlin und Verfasser der Analyse „Die Konzentration in der Presse und die Problematik des Verleger-Fernsehens“, schreibt in dem Hamburger „Wirtschaftsdienst“:

Mit zunehmender Pressekonzentration verringert sich die Freiheit in der Gesellschaft. Was aber nützt die Freiheit der Presse gegenüber dem Staat und damit die äußere Pressefreiheit, wenn die innere Pressefreiheit verlorengeht? Nicht nur der Staat, sondern auch privates Eigentum und private Macht können die Freiheit der Presse gefährden, einschränken und im Extremfall aufheben.

Kann nun ein Verleger-Fernsehen diese Gefahren mindern? Sicherlich würde es die wirtschaftlichen Gefahren für andere Zeitungen nicht verringern. Insofern ist Axel Springer zuzustimmen, der die Meinung vertreten hat, der Konzentrationsprozeß in der Presse würde durch ein Verleger-Fernsehen nicht aufgehalten. Es ist im Gegenteil damit zu rechnen, daß das Tempo dieses Prozesses zunimmt, da sich die Fernsehwerbung — in einem ausschließlich durch Werbung finanzierten Fernsehen — auf Kosten der Anzeigen in den Zeitungen noch stärker ausbreiten würde.

Auch den Journalisten böten sich keine größeren Auswahlmöglichkeiten unter verschiedenen, voneinander unabhängigen Arbeitgebern; die Chancen für einen Stellenwechsel würden sich wahrscheinlich eher noch verringern. Ein Wechsel von der Presse zu Rundfunk und Fernsehen ist nicht so einfach wie innerhalb der Presse selbst.

Ein Verleger-Fernsehen birgt selbst dann staatspolitische Gefahren, wenn es neben unabhängigen Rundfunk- und Fernsehanstalten besteht. Denn je mehr sich das Werbefernsehen beim Publikum durchsetzt, um so geringer wird das Gegengewicht des öffentlich-rechtlichen Fernsehens gegenüber den Einflüssen einer — mehr oder minder konzentrierten — Presse sein.

Die kulturpolitischen Gefahren sind kaum zu überschätzen. Wer das Fernsehen in den Vereinigten Staaten oder in anderen Ländern kennt, weiß, daß das kommerzielle Fernsehen die kulturellen Aufgaben nicht mehr erfüllen kann und wird, die heute noch in der Bundesrepublik von Rundfunk und Fernsehen der öffentlich-rechtlichen Anstalten

übernommen werden. Der Vorsitzende der amerikanischen „Federal Communications Commission“, N. N. Minow, bezeichnete im Jahre 1961 das amerikanische Fernsehen, das ein rein kommerzielles Fernsehen ist, als „ungeheures Ödland“.

Es finden sich „sponsors“ für „Krimis“, Freistilringen und ähnliches, aber nicht für Oper oder Schauspiel. Für die Werbung sind solche Sendungen uninteressant. Um es mit den Worten eines Direktors der englischen „Southern Television“ zu sagen: Operaufführungen sind unwirtschaftlich, weil sie keinen Werbeerfolg bringen. Ein kommerzielles Fernsehen richtet sich nach dem Werbeeffect, wenn der Gewinn maximiert werden soll.



Arndt

Wettbewerb kann Leistungs - Wettbewerb sein, aber nicht jeder Wettbewerb ist Leistungs - Wettbewerb. Wenn die Anwärter bei dem Erwerb des Führerscheins ihren Prüfer frei wählen können, werden sie sich in der Regel für den entscheiden, der am leichtesten prüft. Die Verkehrssicherheit wird durch diese Art des Wettbewerbs sicher nicht erhöht. Auch bei Zeitungen und beim Fernsehen führt der Wettbewerb zu einer negativen Auslese, wenn politische Leitartikel durch Sensationsmeldungen oder kulturell wertvolle Sendungen durch Kriminalfilme verdrängt werden.

Eine solche Entwicklung ist in England im Wettbewerb zwischen den Fernsehgesellschaften BBC und ITV zu beobachten gewesen. BBC verlor den größten Teil ihrer Zuschauer an ITV, deren Sendungen stärker auf „Sensationen“ abgestellt waren. Um die Abwanderung der noch verbliebenen Zuschauer zu verhindern, mußte die BBC ihre Programme qualitativ verschlechtern und denen der ITV anpassen. Dieses Beispiel illustriert, daß wirtschaftlicher Wettbewerb kein Mittel ist, kulturelle oder politische Aufgaben zu lösen.

Somit ergibt sich: Mit Hilfe des Verleger-Fernsehens kann die Pressekonzentration nicht aufgehalten werden. Ebenso wenig ist von ihm eine Verbesserung der politischen Information oder eine Hebung des kulturellen Niveaus zu erwarten. Das Gegenteil wird der Fall sein. Vielleicht ist das Verleger-Fernsehen ein Weg zu größerer Macht, aber es ist kein Weg, um die durch die Konzentration gegebenen Gefahren zu beseitigen.

lichen Verzicht auf Steuern zu subventionieren, bis zur Idee des Berliner Studenten Rudi Dutschke, Axel Springer zu enteignen; von Bemühungen, der Presse die Werbepfunde des Fernsehens zu erschließen, bis zu der Vorstellung, Verlegermacht durch Mitbestimmung der Redakteure zu brechen.

Nur der Subventionsplan hat bislang einige Aussichten auf Verwirklichung. Die Zeitungs-Verleger wollen unter anderem ermäßigte Umsatzsteuer für Anzeigen-Einnahmen sowie steuerfreie Rücklagen, Zinszuschüsse und Sonderabschreibungen für Investitionen.

Solche Subventionen würden zwar die Zeitungsverlage finanziell stärken, das Geld würde sich aber vorwiegend bei den Großverlegern sammeln. Denn kleine Presse-Unternehmen haben geringe Werbeeinnahmen und kaum Kapital für Investitionen.

Sowohl Bonn als auch die Landesregierung von Nordrhein-Westfalen wollen den Zeitungsverlagen eine Alimentierung aus dem Werbefernsehen freikämpfen. Die Bonner Version: Aus den Einnahmen der sender-eigenen Werbegesellschaften soll ein Teil — etwa zehn Prozent — einem Sonderfonds für Zeitungen zufließen. Die Version des NRW-Ministerpräsidenten Kühn: ein Drittel der Einnahmen für mittlere Tageszeitungen, außerdem Zuschüsse für die Fortbildung von Journalisten.

Dazu Verleger Dr. Betz: „Um Gottes willen, wir hängen uns doch nicht bei irgend jemand an und lassen uns ernähren.“

Viele Verleger, allen voran Springer, wollen sich aus eigener TV-Kasse nähren. Fünf von ihnen gründeten am 16. Juni dieses Jahres „treuhänderisch“ für die Gesamtheit der Zeitungsverleger eine Presse-Rundfunk-AG Saarbrücken.

Sie soll, das neue saarländische Rundfunkgesetz erlaubt es, privates Fernsehen samt Werbung ausstrahlen. Die fünf: Dr. Anton Betz, Otto Wolfgang Bechtle (drei württembergische Zeitungen, Drucker eines Teils der „Bild“-Auflage), Arno Scholz (zwei Berliner Zeitungen), Heinz Möller („Schleswig-Holsteinische Landeszeitung“) und Axel Springer.

Verleger-Fernsehen, wie immer es organisiert wird, kann aber der Presse insgesamt nicht entscheidend nützen; im schlechtesten Fall wird es ihr schaden.

Falls die Verleger das Werbefernsehen selbst betreiben, statt nur an den Einnahmen der bestehenden Sender teilzuhaben, schädigen sie nach ihren eigenen Angaben ihre Zeitungen. Denn, so das Springer-Argument, mehr Fernsehwerbung bedeutet mehr Anzeigenschwund in der Presse. Und der würde die Regionalzeitungen härter treffen als die überregionalen, die kleinen mehr als die großen.

Die zusätzlichen Einnahmen aber können, wenn sie auf eine Vielzahl von Zeitungsverlagen verteilt werden, keinem ein nennenswertes Plus brin-



Verleger Springer, Kanzler Kiesinger beim Hamburger Jahrestreffen des Verlegerverbandes*: „Nie registrierter Höhepunkt“

gen. Kommen nur wenige Verlage zum Zug, so fördert das die Konzentration.

Standortpresse-Chef Dr. Ehmer: „Das Verleger-Fernsehen liegt keinesfalls im Interesse der mittleren und kleinen Zeitungen.“ Es kann ihnen, so Helmut Pleß von der „Landeszeitung für die Lüneburger Heide“, „kaum Luft schaffen. Aber es wird mit Sicherheit die Mächtigen noch mächtiger, noch unangreifbarer machen“.

Die Ohnmächtigen können sich am Springer-Angriff auf das Fernsehen schon deshalb nicht beteiligen, weil ihnen dazu das Geld fehlt. Investitionen von mehr als 100 Millionen Mark, die das Fernseh-Unternehmen erfordern würde, können sich nur wenige Große leisten. Die Kleinen sind oft froh, wenn sie einen Käufer für ihre Mini-Zeitungen finden.

Schrieb die „Recklinghäuser Zeitung“: „Das Gros der Heimatverleger ist müde geworden... und nicht zuletzt lockt das Geld. Wer kann schon Angeboten, die den üblichen Schätzwert weit übertreffen, widerstehen?“

Konzentration, die den Zwergwuchs in der westdeutschen Tagespresse lichtet, muß nicht Notstand bedeuten. Notstand droht allein von der erdrückenden Vormacht Springers, und gegen die will bislang niemand zu Felde ziehen.

Die FDP-Bundestagsabgeordnete Dr. Emmy Diemer-Nicolaus stellte schon im Sommer letzten Jahres die Frage, „welche Maßnahmen die Bundesregierung zu ergreifen beabsichtigt, um Zeitungsmonopole zu verhindern beziehungsweise zu beseitigen“. Sie erhielt darauf keine Antwort.

An ein Gesetz, das etwa nach dem Vorbild der amerikanischen Anti-

trust-Gesetze den zulässigen Marktanteil eines einzelnen Konzerns begrenzen würde, traut sich auch die SPD nicht heran, obwohl ihr Schatzmeister Alfred Nau verkündet hat: „Die Freiheit der Meinung geht uns Sozialdemokraten vor der Freiheit des Wettbewerbs.“

Es fehle an Mut, so argwöhnte der FDP-Abgeordnete Josef Ertl im Bundestag, weil „hinter einer gewissen Presse vielleicht sehr viel Macht steht, mit der man sich nicht anlegen will“.

Die Arroganz der Springer-Macht erfuhr der Präsident des Bundeskartellamts und Vorsitzende der Bonner Pressekommission, Dr. Eberhard Günther. Schon als Günther von Bundesinnenminister Lücke mit dem Kommissions-Vorsitz betraut wurde,

hatte Springer beim Minister Unmut zu Protokoll gegeben. Er fürchtete, daß Günther die übermächtige Markstellung des Springer-Konzerns attackieren würde.

Das tat der Kartellwächter auch. Er schlug der Kommission vor zu prüfen, ob und wie die Marktanteile einzelner Presse-Unternehmen begrenzt werden sollten. Springer kündigte dem Minister Lücke schriftlich die Mitarbeit in der Kommission auf, die nun die Folgen der Pressekonzentration ohne den Chef-Konzentrierer weiter berät.

Zweifelhaft bleibt, ob Günthers Vorstoß auf eine Auflagenbegrenzung in Bonn Unterstützung finden wird. Die Große Koalition, die in den Blättern des Hamburger Konzerns bislang ihre beste Presse hatte, wird sich kaum mit Springer anlegen wollen.

Staatssekretär Dr. Werner Ernst vom Bundesinnenministerium hält nichts davon, daß Bonn „gewisse Konzentrationen verbietet oder unter Genehmigungsvorbehalt stellt“; er sieht darin nur ein „Kurieren an Symptomen“.

Das Springer-Symptom breitet sich derweil unaufhaltsam aus. Die neueste Marktuntersuchung aus Allensbach, abgeschlossen im April dieses Jahres, ergab für „Bild“ einen „nie registrierten Höhepunkt“. Es habe sich „im Laufe des letzten Jahres vor allem in Dörfern und Kleinstädten bemerkenswert ausgebreitet“.

„Bild“ beging das Notstandsjahr der Presse auf seine Weise: Die Auflage kletterte um sieben Prozent, viermal so schnell wie die Gesamtauflage der übrigen deutschen Tageszeitungen.

* Rechts: Verbandspräsident Hellmut Girdardet.



Simplicissimus

„Keinen Tag länger Redakteur an Ihrem Wurschtblatt! Ich geh zum ‚Expreß‘!“ — „Habe ich gestern gekauft.“