
50 Jahre Bundesverband
Deutscher Zeitungsverleger

50 Jahre Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger

Von Volker Schulze

Unter den 4.600 in Berlin registrierten Interessenvertretungen zählt er, wenn es nach der Zeitschrift „Politik & Kommunikation“¹ geht, zu den hundert wichtigsten und einflussreichsten: der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), die Spitzenorganisation der Tages- und politischen Wochenzeitungen in Deutschland. In seiner Zentrale „Haus der Presse“ an der Markgrafenstraße im alten Berliner Zeitungsviertel, in dem auch die Organisationen der Zeitschriftenverleger und der Anzeigenblätter residieren, laufen die Informationen aus den deutschen Verlagen zusammen und werden, verbunden mit Anregungen, Wünschen und Forderungen, gezielt an die Politik herangetragen. Am 15. Juli 1954, am selben Tag, als mit dem Flug der Dash 80, der späteren Boeing 707, von New York nach Hamburg das Zeitalter des Düsenflugs begann, wurde der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger in Bonn, der provisorischen Hauptstadt der Bundesrepublik Deutschland, ins Leben gerufen.

Der BDZV ist um einige Jahre jünger als andere Dachverbände von Wirtschaft und Kultur. Die Gründe dafür liegen vor allem in der alliierten Pressepolitik und der von den Besatzungsmächten in den ersten Nachkriegsjahren gesteuerten Presseentwicklung, die seit 1949

durch Zeitungswieder- und -neugründungen aufgebrochen wurde.

Stunde null der deutschen Presse

Die Beseitigung der nationalsozialistischen Herrschaft und der von ihr gesteuerten Medien durch die Siegermächte im Jahr 1945 bereitete den Weg für ein freiheitlich-demokratisches Kommunikationswesen im westlichen Deutschland vor. Nach einem zunächst für alle Deutschen geltenden grundsätzlichen Verbot jeglicher Form von öffentlicher Kommunikation erteilten die Alliierten einigen wenigen politisch unbelasteten Personen die Erlaubnis, Zeitungen herauszugeben. Die Besatzungsmächte verstanden die Lizenzerteilung als „positiven Auftrag mit politischen Aufgaben“: Die von ihnen zugelassenen Zeitungen sollten das zwölf Jahre vom Nationalsozialismus indoktrinierte deutsche Volk zur Demokratie zurückführen.

Über die meisten jener Verleger, die ihre Blätter noch bis in die Kriegsjahre hinein retten konnten, war praktisch Berufsverbot verhängt. Viele mussten, insbesondere im amerikanischen Kontrollgebiet, ihre Druckereien an Lizenzträger verpachten, die diese freilich erst nach Beseitigung teilweise erheblicher Kriegsschäden in Betrieb

nehmen konnten. Seit 1948 wurde dieses Zwangspachtverfahren durch den Abschluss regulärer Pachtverträge allmählich abgelöst. Die britische Besatzungsmacht begnügte sich von vornherein zumeist mit dem Nachweis gesicherter Druckverträge, während die Franzosen mit der Lizenzvergabe häufig keinerlei Auflagen verbanden.

Über den Freiheitsspielraum der Lizenzträger, die ihre Zeitungen unter den Kautelen der jeweiligen Besatzungsmacht herausgeben konnten, resümiert der Lizenzverleger Hans J. Reinowski in einem zeitgeschichtlichen Rückblick: „So wenig die sogenannten Altverleger unter der Hitlerherrschaft frei gewesen waren, so wenig waren die neuen Zeitungsverleger, die Lizenzträger, unter der Besatzungsmacht völlig frei. Allerdings lag der Unfreiheit ein entscheidender Unterschied zugrunde. Während die nicht-nationalsozialistisch gesinnten Altverleger das Joch der Hitlerherrschaft in der trostlosen Gewissheit hatten ertragen müssen, bei einem Sieg der hitleitrischen Ideologie immer tiefer in den Sog der Staatssklaverei zu geraten und schließlich völlig entrechtet und enteignet zu werden, waren die Lizenzträger mit den Besatzungsbehörden einig in der Gewissheit, dem Aufbau einer rechtsstaatlichen Ordnung und in ihr dem Aufbau einer freien demokratischen Tagespresse auf deutschem Boden zu dienen.“²

Die Lizenzträger waren zunächst nicht Eigentümer, sondern Treuhänder „ihrer“ Zeitungen, bezogen ein Gehalt und unterlagen der treuhänderischen Vermögenskontrolle der Besatzungsmächte. Die neuen Verleger sahen diese Stellung durchweg als unbefriedigend und auf Dauer als nicht tragbar an. Sie arbeiteten darauf hin,

die volle Verfügungsgewalt über die Zeitungsbetriebe zu erlangen – und zwar als Eigentümer. Die westlichen Besatzungsmächte unterstützten im Grunde diese Bestrebungen und erteilten Versuchen, den privaten Erwerbscharakter der Zeitungen dadurch auszuschalten, indem Verlage als gemeinnützige Stiftungen organisiert wurden, eine Absage. Damit war im Westen die privatwirtschaftliche Organisationsform der Presse, wie sie schon zuvor in Deutschland bestanden hatte, auch für die Zukunft vorgezeichnet. Demgegenüber war die Entwicklung der Presse in der sowjetischen Besatzungszone von Anfang an dadurch gekennzeichnet, dass Zeitungslicenzen nicht an Private, sondern nur an Parteien und Massenorganisationen erteilt wurden. Auch nach Gründung der Deutschen Demokratischen Republik durften Zeitungen, Zeitschriften und Bücher nur mit Lizenz des Presseamts beim Vorsitzenden des Ministerrats herausgegeben werden, der die Presse nicht nur kontrollierte, sondern ihr auch Weisungen erteilte. Eine journalistisch eigenständige Informationsauswahl und Berichterstattung sowie Meinungsbildung waren darum kaum möglich.

Rohstoffe, Papier und Farbe

Die westdeutsche Presse stand anfangs vor einer Fülle von Problemen, die von Einzelpersonen nicht lösbar schienen. Dazu zählten vor allem die Beschaffung von Rohstoffen, Papier und Farben sowie von Maschinen und schließlich auch die Einführung von Gehaltstarifverträgen und einer Sozialversicherung für die in den Zeitungsunternehmen Tätigen. Zur Erörterung und Durchsetzung dieser Aufgaben bildeten die Lizenzträger

zunächst lockere Vereinigungen, aus denen nach und nach berufsständische Presseorganisationen hervorgingen: schon Mitte 1945 in der amerikanischen und in der britischen Zone und seit 1946 auch in den französisch besetzten Gebieten. In Berlin entstand 1946 eine Arbeitsgemeinschaft, der bis zur Teilung der Stadt Zeitungsverleger aus allen vier Sektoren angehörten.

Die Alliierten genehmigten diese Zusammenschlüsse, da sie Organisationen der Selbstverwaltung als notwendige Elemente eines werdenden demokratischen Staatswesens ansahen; auch aus taktischen Gründen schienen ihnen diese Organisationen nützlich, da sie die Zusammenarbeit zwischen Militärbehörden und Zeitungsverlegern vereinfachen sollten.

Zweck und Aufgabe der Verbände waren nahezu in allen Satzungen gleich lautend mit „Vertretung der beruflichen und wirtschaftlichen Interessen“ beschrieben. Diese abstrakte Formel deckte einen ganzen Katalog vordringlicher Aufgaben ab. Es galt zunächst, gemeinsam mit den Militärregierungen die für die Zeitungsherstellung notwendigen Rohstoffe zu beschaffen beziehungsweise an deren Zuteilung mitzuwirken. Nachrichtenagenturen und Versorgungseinrichtungen für die Angehörigen im Zeitungsgewerbe mussten aufgebaut oder wiederbelebt werden. Es war ferner notwendig, gegenüber den Besatzungsbehörden durchzusetzen, dass das unwürdige Zwangspachtverfahren abgelöst, die Papierbewirtschaftung und damit auch die vorgeschriebene Beschränkung des Anzeigenteils aufgehoben und die Höhe der Bezugspreise den Bedürfnissen der Zeitung angepasst würden.

Erste Organisation der Altverleger

Aufhebung des Lizenzzwangs und Verfügungsrecht über ihre eigenen Zeitungsbetriebe waren das zentrale Ziel der Aktivitäten mehrerer Gruppen von Verlegern, die dem alten –1894 gegründeten – Verein Deutscher Zeitungsverleger (VDZV) angehört hatten. Schon bald nach dem Zusammenbruch hatten sie untereinander Führung aufgenommen und sich seit 1947 in den Zonenländern zu Zweckvereinigungen zusammengeschlossen. Die Organisationen einigten sich darauf, einer Arbeitsgemeinschaft für Pressefragen e.V. mit Sitz in Bergisch Gladbach, der rund 150 Verlage angehörten, die „Führung in allen grundsätzlichen Fragen des Pressewesens und der altverlegerischen Reaktivierung“³ zu überlassen.

Nachdem Anfang September 1948 der Parlamentarische Rat in Bonn die Beratungen für ein Grundgesetz aufgenommen hatte, hielt die Arbeitsgemeinschaft der Altverleger den Zeitpunkt für gekommen, ihre Forderung nach Beseitigung des Lizenzsystems, nach Wiederherstellung der Pressefreiheit und damit auch „freies Spiel der Kräfte“ bei der Herausgabe von Zeitungen in aller Öffentlichkeit zu propagieren⁴: „Es gibt keine Demokratie ohne wirkliche Pressefreiheit. Die Kennzeichen des heutigen Zustandes sind die Beschränkung der öffentlichen freien Meinungsäußerung durch die Presse auf einen kleinen von den Besatzungsmächten ausgewählten Kreis von einigen hundert Lizenzträgern ... Die Verwirklichung der Pressefreiheit in diesem Sinne bedingt vor allem die Beseitigung der Lizenzierung und damit des Monopols.“ Das Manifest, das 46

Persönlichkeiten des politischen Lebens unterzeichneten, darunter Konrad Adenauer und Carlo Schmid, und hinter das sich auch eine Reihe von Lizenzträgern stellte, wurde an die Besatzungsmächte in den Westzonen verteilt und den Mitgliedern des britischen Unterhauses zugeleitet.

Aufhebung des Lizenzzwangs: Pressefreiheit in Westdeutschland

Als im Frühjahr 1949 das Staatsgebilde „Bundesrepublik Deutschland“ immer deutlichere Konturen annahm, begannen die Besatzungsmächte, das System der Reglementierung, das parallel mit der Lizenzvergabe eingerichtet worden war, nach und nach abzubauen. Am 23. Mai 1949 wurde das Grundgesetz, das im Artikel 5 die Pressefreiheit garantiert, verkündet. Schon zuvor waren in drei Ländern des amerikanischen Kontrollgebiets, in Bremen, Württemberg-Baden und in Hessen, Gesetze über die Freiheit der Presse verabschiedet worden. Am 21. September 1949 trat das von der Alliierten Hohen Kommission erlassene Gesetz Nummer 5 „Über die Presse, den Rundfunk, die Berichterstattung und die Unterhaltungsstätten“ in Kraft, das jedem in der Bundesrepublik lebenden Deutschen (mit Ausnahme ehemaliger Nationalsozialisten, die von den Spruchkammern als „Hauptschuldige“ oder als „belastet“ eingestuft worden waren) das Recht zubilligte, ohne vorherige Genehmigung Periodika und Einzelschriften zu veröffentlichen. Binnen weniger Wochen erschienen hunderte neuer Zeitungen, die hauptsächlich von Altverlegern herausgegeben wurden beziehungsweise von Personen, die keine Lizenz er-

halten hatten. Ein „erbitterter Auflagenkrieg“⁵ zwischen Lizenzzeitungen und neuen Blättern war die Folge. Mit der Situation auf dem umkämpften Zeitungsmarkt hatten sich seit dem Spätsommer 1949 die Berufsvertretungen beider bundesweit tätigen Verlegergruppen zu befassen.

Der Verein Deutscher Zeitungsverleger

Als im Spätsommer des Jahres 1949 der Fortfall der Lizenzpflicht in greifbare Nähe gerückt war, stand der Gründung einer alle Kreise und Gruppen der Altverleger umfassenden Organisation nichts mehr im Weg.⁶ Am 1. September wurde die Wortführerin all dieser Gruppen, die Arbeitsgemeinschaft für Pressefragen e.V., der zuletzt 220 Verleger angehörten, in Verein Deutscher Zeitungsverleger umbenannt. So hatte bereits die 1894 gegründete Interessenvertretung der Zeitungsverleger geheißen, die sich zu Beginn des Dritten Reichs weigerte, Organ der Nationalsozialisten zu werden und sich daher auflöste. „Der Verein will in Fortsetzung der Bestrebungen der bisherigen Arbeitsgemeinschaft für Pressefragen e.V. eine wahre demokratische Pressefreiheit im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland durchsetzen. Hierbei übernimmt er die Tradition des bis 1933 führenden Vereins Deutscher Zeitungsverleger (Herausgeber der deutschen Tageszeitungen) e.V. als des Gestalters der von der Gesamtverantwortung für die Zeitung getragenen Persönlichkeit des deutschen Zeitungsverlegers“, hieß es in der noch vom Vorstand der Arbeitsgemeinschaft am 28. Mai 1949 ausgearbeiteten Satzung.

Der Gesamtverband der Deutschen Zeitungsverleger

Am selben 1. September 1949, als sich die Altverleger zu einer einheitlichen Interessenvertretung zusammenfanden, versammelten sich in Bielefeld, am Sitz des Nordwestdeutschen Zeitungsverlegervereins, Vertreter sämtlicher Lizenzträgerverbände der Westzonen und Westberlins, um ihre bisherige Arbeitsgemeinschaft aufzulösen und durch eine Spitzenorganisation zu ersetzen. „Erfüllt von der Aufgabe, eine freie demokratische Presse im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland zu fördern und zu festigen, haben sich heute die Verlegervereine der Westzonen und West-Berlins zu einem Gesamtverband der Deutschen Zeitungsverleger e.V. zusammengeschlossen. Sein Zweck ist die gemeinsame Arbeit für die unabhängige Presse“, heißt es im Gründungsprotokoll, das die Unterschrift der Repräsentanten von zehn Landes- beziehungsweise Zonenverbänden trägt.⁷

Im Gegensatz zur zentralistischen Konstruktion des VDZV sollte der Gesamtverband, entsprechend dem Aufbau der Bundesrepublik Deutschland, föderalistisch gegliedert sein. Die Mitgliederversammlung, das wichtigste Entscheidungsgremium im Sinne des Vereinsrechts, sollte demnach ein Länderausschuss sein, zusammengesetzt aus einer bestimmten Zahl gewählter Vertreter der Landesvereine.

Knapp zwei Monate nach der Gründungsversammlung des Gesamtverbands, am 28. Oktober 1949, verabschiedete der Länderausschuss auf seiner konstituierenden Sitzung in Frankfurt am Main die Satzung und führte die Wahlen für die Vereinsgremien durch.

Fusionsbestrebungen der Verlegerverbände

Der unerfreuliche Gegensatz zwischen Altverlegern und – ehemaligen – Lizenzträgern, der sich in dem Dualismus der Spitzenorganisationen ausdrückte, brachte, wie Hans J. Reinowski formulierte, „die verantwortlich im Verbandswesen der Tagespresse tätigen Männer sehr bald zu der Einsicht, dass es auf die Dauer kein Gegenüber einander zwischen den beiden Verlegergruppen, sondern nur ein Miteinander, ein gemeinsames Wirken zum Wohle der neuen freiheitlichen Ordnung in Staat und Gesellschaft, aber auch zum Wohle aller demokratischen Zeitungsverleger, unbeschadet ihrer politischen Einstellung, geben dürfe“.

Schon im November 1949 hatte der Vorstand des VDZV Richtlinien ausgearbeitet, in denen der Wille zu einem Zusammenwirken der Verbände ausgedrückt war. In Form von Arbeitsgemeinschaften kamen seit Anfang 1950 die ersten offiziellen Kontakte auf Landesebene zwischen ehemaligen Lizenzträgern und Altverlegern zustande, zunächst in Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Württemberg-Baden. Die Arbeitsgemeinschaften befassten sich nicht allein mit praktischen Fragen, indem sie Regeln für das Anzeigen- und Vertriebsgeschäft ausarbeiteten und, wie in Nordrhein-Westfalen, gemeinsame Fachausschüsse für Anzeigen- und Vertriebsfragen gründeten – auch die Möglichkeiten einer Fusion der Verbände wurden hier schon diskutiert.

Auf Spitzenebene wurden Arbeitsgemeinschaften zur weiteren Verfolgung grundsätzlicher und dringlicher Angelegenheiten, zunächst in der Pa-

pierfrage, sodann in anderen gemeinsamen Anliegen für das Pressewesen – wie zum Beispiel der Abschluss von Tarifverträgen, Verhandlungen über Presserecht, Fragen der Werbewirtschaft – angestrebt. Im Dezember 1950 wurde ein gemeinsamer Papierausschuss ins Leben gerufen. Gemeinsam verhandelten auch die Verlegerverbände mit dem Deutschen Journalistenverband (DJV) über ein Tarifwerk für Redakteure an Tageszeitungen, das am 15. August 1951 in Bonn unterzeichnet werden konnte.

Auf das Drängen einzelner Landesvereine hin, namentlich der beiden nordrhein-westfälischen Verbände, trafen Vertreter der Spitzenorganisationen seit Anfang 1951 erneut zu Fusionsgesprächen zusammen. Ein im März 1951 erzielter Kompromiss bot schließlich die Grundlage zu weiteren offiziellen Verhandlungen, die sich über drei Jahre erstreckten.

Die immer wieder ergebnislosen Verhandlungsschritte forderten die Kritik der fusionswilligen Landesverbände heraus, die inzwischen längst über ihre Arbeitsgemeinschaften hinausgehende Formen gemeinsamen Wirkens gefunden hatten. Bereits am 7. Februar 1952 hatten die in Baden und Württemberg bestehenden Verbände einen Gründungsausschuss gewählt, am 4. Juni 1952 veröffentlichte die Arbeitsgemeinschaft der nordrhein-westfälischen Verbände die Erklärung, dass die Zeitungsverleger in ihrem Bundesland beabsichtigten, sich zu einem einheitlichen Verband zusammenzuschließen. Dieser Rheinisch-Westfälische Zeitungsverleger-Verein hat seinen Sitz in Düsseldorf.⁸

Die erste Fusion auf Landesebene erfolgte im Südwesten: Am 24. Januar 1953 fand in Baden-Baden die Gründungsversammlung des Vereins

Südwestdeutscher Zeitungsverleger statt. 14 Tage später beschlossen die Mitglieder der beiden hessischen Verlegerverbände die Gründung eines Verbands Hessischer Zeitungsverleger, der später dem Bundesverband beitreten sollte. Am 17. März 1953 gab eine Mitgliederversammlung in Nordrhein-Westfalen der praktisch vollzogenen Fusion der Verbände die rechtliche Grundlage. Die von diesen Landesverbänden geschaffene Situation zwang die Spitzenorganisationen zu entschlossenerem Vorgehen: Mitte des Jahres 1953 bekundeten VDZV und Gesamtverband anlässlich ihrer fast zum gleichen Zeitpunkt einberufenen Jahreshauptversammlungen nochmals ihre grundsätzliche Bereitschaft zum Zusammenschluss. Die wenigen noch strittigen Fragen – es ging vor allem um Aufteilung und personelle Besetzung der Arbeitsgebiete – sollten von den Präsidien beider Verbände geklärt werden. Dennoch dauerte es noch ein volles Jahr, bis unter die Verhandlungen ein Schlussstrich gezogen werden konnte.

14. Juli 1954

Am 14. Juli 1954 trafen in (dem heute zu Bonn gehörenden) Bad Godesberg als dem künftigen Verbandssitz, auf den sich Gesamtverband und VDZV geeinigt hatten, die Bevollmächtigten beider Dachverbände zusammen, um ein letztes Mal das in langwierigen Verhandlungen erarbeitete Konzept einer endgültigen Prüfung zu unterziehen. Das Ergebnis der Aussprache lautete „Übereinstimmung in den beiderseitigen Auffassungen“⁹. Auf diesem festen Fundament gründete die seit langem ins Auge gefasste und auf den nächsten Tag terminierte Delegiertenkonferenz den Bundesverband Deutscher Zei-



Dr. Hugo Stenzel, BDZV-Präsident von 1954 bis 1962

tungsverleger als nunmehr alleinige Spitzenorganisation der deutschen Zeitungsverleger. Einmütig nahm die Gründungsversammlung die kurz zuvor noch einmal von den Verhandlungskommissionen abgestimmte Satzung an. Die paritätische Präsenz der beiden Verlegerorganisationen in der Delegiertenversammlung war gewährleistet durch Kompromiss: Danach sollte sich die Zahl der von den Mitgliedsverbänden für die Delegiertenversammlung zu bestellenden Vertreter nach der Höhe der Auflage und der Zahl der Mitgliedsverlage des Landesvereins beziehungsweise der Landesgruppe richten. Auf je 500.000 Auflage sollte ein Vertreter, auf je 30 Mitgliedsverlage ein weiterer entfallen. Nicht in der Satzung festgelegt, wohl aber zwischen den beiden Verbänden vereinbart, war die Besetzung des Präsidiums mit je zwei Vertretern des VDZV und des Gesamtverbands. Die von ih-

ren Organisationen vorgeschlagenen Persönlichkeiten wurden in einem Wahlgang – einstimmig – gewählt: zum Präsidenten Dr. Hugo Stenzel („Frankfurter Neue Presse“, Frankfurt am Main) und zu seinen Stellvertretern Emil Groß („Freie Presse“, Bielefeld), Lambert Lensing („Ruhr-Nachrichten“, Dortmund) und Dr. Fritz Blume („Jeversches Wochenblatt“). Der bis dahin amtierende Vorsitzende des VDZV, Dr. Walther Jänecke, wurde vereinbarungsgemäß zum – hauptamtlichen – Bevollmächtigten des Präsidiums bestellt, zum „Mittler zwischen Präsidium und Geschäftsführung, zwischen Bundesverband und Landesverbänden“.

Am 1. Oktober 1954 nahmen der Bevollmächtigte des Präsidiums und die Geschäftsführung in Bad Godesberg die Arbeit auf. Noch im selben Jahr konstituierten sich, teilweise auf bereits bestehenden Gremien gründend, mehrere Fachausschüsse des Bundesverbands. Ihre Tätigkeit erstreckte sich auf die Bereiche Anzeigen und Vertrieb, Soziales, Papier- und Wirtschaftsfragen. Die im Lauf der Jahre zunehmenden Einzelaufgaben des BDZV gaben den Anstoß zur Bildung weiterer Spezialausschüsse zu den Arbeitsfeldern Presserecht, Rundfunk und Fernsehen (später Presse und Elektronik, schließlich „Arbeitsgruppe Medien“), ferner für Publizistik und Wissenschaft sowie für Öffentlichkeitsarbeit. Die Satzung des BDZV erwies sich in ihrer grundsätzlichen Konzeption als sinnvoll und praktikabel. Insbesondere das Verhältnis zwischen Bundesverband und Landesverbänden gestaltete sich komplikationslos. Die Landesverbände sind – wie in ihren Satzungen ausdrücklich hervorgehoben – „in bezug auf ihre Verbandsführung und auf die Wahrnehmung ihrer regionalen

Interessen selbständig“¹⁰. Ihnen gehören – nach dem Prinzip der Freiwilligkeit – die Verlage der in den jeweiligen Verbandsgebieten erscheinenden Zeitungen an; zum Zeitpunkt der Gründung des BDZV zählten die Landesverbände insgesamt 508 Mitgliedszeitungen, die eine Auflage von 13,7 Millionen Exemplaren repräsentierten. Der föderalistischen Struktur des Verbands trägt auch ein Gremium Rechnung, das sich aus den Mitgliedern des Präsidiums und den Vorsitzenden der Landesverbände zusammensetzt: das Erweiterte Präsidium, das 1963 an die Stelle des so genannten Hauptausschusses trat. Dem Erweiterten Präsidium obliegen insbesondere Unterbreitung von Vorstellungen des Präsidenten und seiner Stellvertreter, die Vorschläge an die Delegiertenversammlung für die Benennung von Vertretern in nicht verbandseigenen Gremien, die Entscheidung über Anstellung und Entlassung von Geschäftsführern; zwischen den einzelnen Delegiertenversammlungen ist das Gremium in allen Fragen, die einen Aufschub nicht zulassen, zuständig und beschlussfähig.

Aufgaben und Ziele des BDZV

Die Aufgaben, die die Gründer dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger aufgetragen und in der Satzung niedergelegt haben, basieren auf den Erfahrungen, Bestrebungen und Zielen seiner Vorläuferorganisationen. Der BDZV bezweckt die Wahrung und Vertretung der gemeinsamen ideellen und wirtschaftlichen Interessen der Verlage. Sein vorrangiges Ziel ist es, die Unabhängigkeit der demokratischen deutschen Zeitungen zu wahren, für die publizistischen Aufgaben der deutschen Zeitungsverle-



Dr. Anton Betz, BDZV-Präsident von 1963 bis 1967

ger einzutreten, die Verlage gegenüber allen politischen Instanzen zu vertreten und für fairen Wettbewerb innerhalb der Branche Sorge zu tragen. Zu den wichtigen Aufgaben des Verbands gehören darüber hinaus die Führung von Verhandlungen in sozialrechtlichen Angelegenheiten, der Abschluss von Tarifverträgen und die Förderung des Nachwuchses in Verlag und Redaktion. Traditionell zählt auch die „Pflege internationaler Beziehungen“ zur Verbandsarbeit. Der in der Gründungsversammlung beschlossene Aufgabenkatalog entspricht, mit einigen notwendigen Ergänzungen, die im Lauf der Jahre in der Satzung fixiert wurden, den Anforderungen der Zeitungsverleger an ihre berufsständische Vertretung.

Um die Leistungen des Verbands verstehen und werten zu können, muss man sich vergegenwärtigen, dass sich die Presse in der Bun-



Dr. Hellmut Girardet, BDZV-Präsident von 1968 bis 1970

desrepublik nahezu gleichzeitig mit verschiedenen essenziellen und existenziellen Problemen konfrontiert sah:

- der wirtschaftlichen Behauptung und Sicherung der Zeitungen nach ungleichen Startbedingungen,
- der Bewältigung des durch die neue Wettbewerbssituation seit 1949 ausgelösten Konzentrationsprozesses,
- der Verteidigung der Pressefreiheit,
- der Herausforderung durch die Konkurrenz der elektronischen Medien, vor allem im Hinblick auf die Werbung,
- und als Konsequenz: einer angemessenen Positionierung der Presse im entstehenden neuen Mediensystem.

Engagement für Pressevielfalt

Die Aufhebung der Lizenzpflicht 1949 hatte es den Altverlegern ermöglicht, nach langer Zwangs-

pause ihre Zeitungen, die zum großen Teil im Dritten Reich stillgelegt werden mussten, wieder herauszugeben. Eine Welle von Zeitungswieder- und -neugründungen nahm ihren Anfang, die im April 1950 ihren Höhepunkt erreichte und dann bis 1952/53 wieder abebbte. Bereits seit der zweiten Hälfte der 50er Jahre war die Entwicklung der deutschen Presse durch eine wachsende Zahl von Konzentrationsvorgängen bestimmt, von denen vor allem kleinauflagige, später auch größere Zeitungen erfasst waren. Der BDZV betrachtete zunächst Stilllegungen und Fusionen als Zeichen eines Konsolidierungsprozesses, der nach den stürmischen Gründerjahren notwendigerweise eintreten musste. Als sich aber zeigte, dass

- die Zahl der Konzentrationsvorgänge zunahm,
- kleinere Verlage beim Verband konkrete Hilfe, zumindest aber Orientierung suchten,
- in der Öffentlichkeit eine breite Diskussion über Konzentrationsfolgen, insbesondere einen möglichen Verlust an Vielfalt, einsetzte und
- von Parteien, Gewerkschaften und anderen Gruppierungen Vorschläge zur Konzentrationsbekämpfung auch mittels Eingriffen von staatlicher Seite zur Diskussion gestellt wurden, wurde der BDZV aktiv: Er gab Empfehlungen zur Selbsthilfe, entwickelte wettbewerbliche Selbstbindungs- und Kontrollmechanismen, unterbreitete der Politik Vorschläge für wirtschaftliche Erleichterungen zugunsten der Presse und setzte sich für eine verfassungsrechtliche Überprüfung der öffentlich diskutierten Antikonzentrationenmaßnahmen ein.

Die Hauptverantwortung für die Existenzsicherung sah der BDZV bei den Verlagen selbst – in konsequenter Rationalisierung und Kooperation,

um die Vorteile größerer Einheiten zu nutzen. Im Interesse eines vielfältigen publizistischen Angebots empfahl und konkretisierte der Verband Kooperationen in den außerredaktionellen Bereichen, also bei der Anzeigenakquisition und -verwaltung, in der technischen Herstellung und im Vertrieb. Die vom BDZV aufgestellten Richtlinien zur Selbstbindung der Verlage nahmen in Wettbewerbsregeln Gestalt an, die beim Bundeskartellamt eingetragen wurden.

Gleichzeitig wurde die Satzung ergänzt; dies ermöglichte dem Verband, gegen wettbewerbswidriges Verhalten von Verlagen vorzugehen. Im Interesse der kleineren Verlage setzte sich der Verband auch für eine Presseförderung ein, wandte sich aber gegen gezielte staatliche Hilfen zugunsten einzelner Verlage mit der Begründung, dadurch ließen sich Strukturprobleme, zum Beispiel Wettbewerbsnachteile, nicht dauerhaft beseitigen; außerdem berge jede Einzelförderung die Gefahr staatlicher Einflussnahme auf die begünstigten Zeitungen.

Der Erhalt einer vielfältigen Presse war – und ist – für den BDZV zentrales Anliegen und gesellschaftspolitisches Postulat zugleich; doch beharrte der Verband darauf, dass dieses Ziel nicht um den Preis der Pressefreiheit und der Informationsfreiheit des Bürgers angestrebt werden dürfe. Ebenso wenig konnte der Verband – auch nicht im Interesse einer Sicherstellung von Vielfalt – Eingriffe in die Rechte der Verlage in Gestalt von Marktanteils- und Auflagenbeschränkungen akzeptieren, wie sie von Parteien und anderen Gruppierungen vorgeschlagen wurden. Verfassungsrechtliche Untersuchungen namhafter Juristen bestätigten die Rechtsauffassung des BDZV.



Dr. Johannes Binkowski, BDZV-Präsident von 1970 bis 1980

Auch die von der damaligen Bundesregierung mit Nachdruck betriebene pressenspezifische Fusionskontrolle bewertete der Verband als Sonderregelung für die Presse, die mit dem Artikel 5 des Grundgesetzes schwer in Einklang zu bringen sei. Wenn aber auf diesem Weg, der zumindest keine „Eingriffe“ in gewachsene Strukturen zulasse, die gewünschte Vielfalt gesichert werden könnte, wollte sich der Verband einer solchen Regelung nicht verschließen, und so begleitete der BDZV das Gesetzgebungsverfahren, das 1974 aufgenommen wurde, mit konstruktiver Kritik. Dass sich seit etwa Mitte der 70er Jahre die Konzentrationsvorgänge verlangsamt haben, ist indes in erster Linie Folge eines lang anhaltenden Wirtschaftsaufschwungs, von dem auch kleine und mittlere Verlage profitierten. Hinzu kam, dass Kooperationen in verlags-



Rolf Terheyden, BDZV-Präsident von 1984 bis 1992

wirtschaftlichen Bereichen, soweit sie die 1976 in Kraft getretene Pressefusionskontrolle noch zuließ, kleine und mittlere Verlage über Jahrzehnte wirtschaftlich absichern konnten.

Verteidigung der Pressefreiheit

Wiederholt hatte der Verband in dieser Zeit alle Kräfte aufzubieten, die im Grundgesetz zwar garantierte, aber durch zahlreiche Gesetzesinitiativen und behördliche Maßnahmen aufs Spiel gesetzte Pressefreiheit zu verteidigen: Erhebliches Befremden bei Journalisten und Verlegern gleichermaßen hatte bereits 1952 der Entwurf eines Presserechtsrahmengesetzes ausgelöst, das unter anderem die Installierung einer Pressekontrolle auf Landesebene vorsah. Gemeinsam gelang es den Presseorganisationen, das Innenministerium zur Rücknahme des Gesetzentwurfs zu bewegen. Aufgrund des massiven Protests

des BDZV und des Deutschen Journalisten-Verbands musste auch eine 1958 im Bundestag eingebrachte Gesetzesinitiative, die durch Änderungen und Ergänzungen des Bürgerlichen Gesetzbuchs den Persönlichkeits- und Ehrenschutz in einem Gesetz zivilrechtlich neu zu regeln versuchte, ad acta gelegt werden. Auch auf die später immer wieder laut werdenden Forderungen nach einem stärkeren Persönlichkeitsschutz von Politikern haben Verleger wie Journalistenorganisationen übereinstimmend ablehnend reagiert.

Die heftigste Attacke auf die Pressefreiheit leitete sich der Staat in der so genannten „Spiegel-Affäre“. Im Oktober 1962 hatte das Hamburger Nachrichtenmagazin einen Beitrag über die Schwächen der Bundeswehr veröffentlicht, der im Wesentlichen auf allgemein zugänglichen Quellen beruhte. Knapp zwei Wochen nach Erscheinen des Artikels ließ die Bundesanwaltschaft den Herausgeber, Rudolf Augstein, und einige seiner Mitarbeiter wegen des Verdachts auf Landesverrat verhaften. Einen Monat lang durchsuchte sie die Redaktions- und Verlagsräume und beschlagnahmte umfangreiches Archiv- und Redaktionsmaterial. Die Anklage hielt jedoch der Bundesgerichtshof für so unbegründet, dass er das Hauptverfahren nicht eröffnete. 1966 wies der Erste Senat des Bundesverfassungsgerichts eine Verfassungsbeschwerde des Spiegel-Verlags gegen die Untersuchung und Beschlagnahme sowie die Haftbefehle gegen Mitarbeiter des Verlags zurück.

Die über den konkreten Fall hinausgehende Bedeutung des Urteils liegt in dessen Ausführungen zu Artikel 5 des Grundgesetzes und zum Verhältnis von Presse und Staat: „Eine freie,

nicht von der öffentlichen Gewalt gelenkte, keiner Zensur unterworfenen Presse ist ein Wesenselement des freiheitlichen Staates; insbesondere ist eine freie, regelmäßig erscheinende politische Presse für die moderne Demokratie unentbehrlich.“ Die grundgesetzlich verankerte Pressefreiheit schließe auch das Recht zur freien Wahl der Organisationsform von Presseverlagen mit ein: „Presseunternehmen müssen sich im gesellschaftlichen Raum frei bilden können. Sie arbeiten nach privatwirtschaftlichen Grundsätzen und in privatrechtlichen Organisationsformen. Sie stehen miteinander in geistiger und wirtschaftlicher Konkurrenz, in die die öffentliche Gewalt grundsätzlich nicht eingreifen darf ...“¹¹, stellte das höchste deutsche Gericht fest.

Presserechtsrahmengesetz

Dessen ungeachtet arbeitete die Bundesregierung seit 1969 an dem Entwurf für ein Presserechtsrahmengesetz des Bundes, das unter anderem zum Ziel hatte, die „Kompetenzen“ der in den Presseverlagen Tätigen genau zu definieren und gegeneinander abzugrenzen. Bereits in der Regierungszeit des ersten SPD/FDP-Kabinetts zirkulierten mehrere Entwürfe von Mitarbeitern des federführenden Bundesinnenministeriums. Welche Dimensionen die Presseregelung via Gesetz freilich annehmen sollte, dokumentierte ein Referentenentwurf des Bundesinnenministeriums Anfang August 1974. Die Realisierung dieses Entwurfs hätte zur Folge gehabt, dass der Verleger den Einfluss auf den Textteil seiner Zeitung, also auf die Produktgestaltung, verloren hätte. Publizistisch wäre ihm nur noch das Recht verblieben, die grundsätzliche Haltung



Prof. Alfred Neven DuMont, BDZV-Präsident von 1980 bis 1984

seiner Zeitung festzulegen. Auf die künftige Linie seines Blattes hätte er kaum noch Einfluss nehmen, geschweige denn die notwendigen Kurskorrekturen vollziehen können; dies nicht einmal über den Umweg von Personalentscheidungen, da diese dem Verleger durch extensive Mitbestimmungsrechte der Redaktionsvertretung streitig gemacht werden sollten.

„Die Fragwürdigkeit des Entwurfs liegt nicht zuletzt in seinem Wortreichtum, mit dem alles und jedes geregelt werden soll, zum Teil in ebenso perfektionistischen wie oft unscharfen Definitionen und praxisfremden Ge- und Verboten“, urteilte der Journalist Ernst Müller-Meinigen jun. in der „Süddeutschen Zeitung“¹². Der BDZV bezeichnete in seiner Stellungnahme legislatorische Vorschriften über die Binnenstruktur der Presse „aus praktischen verfassungsrechtlichen Erwägungen für überaus problematisch“. Es ge-



Wilhelm Sandmann, BDZV-Präsident von 1992 bis 2000

höre zu den „elementarsten Prinzipien eines freien Pressewesens, dass es auch über seine internen Verfahren in Freiheit selbst bestimmt“¹³. Die Versuche, den Spielraum der Medien einzunengen, reichen bis in die jüngste Zeit hinein. Jüngstes Beispiel: das Gesetz zur Verbesserung des Anlegerschutzes, das der Deutsche Bundestag ohne Berücksichtigung der Einwendungen von Seiten der Verleger- und der Journalistenorganisationen sowie des Deutschen Presserats im Juli 2004 verabschiedet hat. Das Gesetz erlaubt ausdrücklich der staatlichen Finanzaufsichtsbehörde, die Qualität journalistischer Berufsregeln und damit indirekt die Berichterstattung zu bewerten. „Das Gesetz schießt damit verfassungsrechtlich über das Ziel hinaus. Denn Presse und Rundfunk unterstützen ja gerade über journalistische Information und Analyse den Anlegerschutz. Sie informieren über Entwicklungen und bieten Hintergrundberichte an. Dies erfordert eine unabhängige, von staatlicher Auf-

sicht freie Medienarbeit“, reklamiert Lutz Tillmanns, Geschäftsführer des Deutschen Presserats, in der „Financial Times Deutschland“ vom 15. Juli 2004. Das Gegenteil ist der Fall, wenn das Gesetz Anwendung fände. Der BDZV wird auf Änderung des Gesetzes, das den Bundesrat noch nicht passiert hat, drängen.

Werbeverbote

Eine neue Variante, nicht nur die Pressefreiheit, sondern die Kommunikationsfreiheiten insgesamt einzuschränken, geht von der Werbefeindlichkeit der EU aus. Nach einem Tabakwerbeverbot, das in einigen Mitgliedsstaaten schon als Vorbild für ein Alkoholwerbeverbot gilt, hat 2004 die EU-Kommission den Entwurf einer Verordnung vorgelegt, der gesundheitsbezogene Werbeaussagen in der Lebensmittelwerbung weitgehend einschränkt oder verbietet. Allen Regelungsversuchen dieser Art, die das Informationsbedürfnis der Bürger, das Äußerungsrecht, die Pressefreiheit, untergraben und zugleich auch die Finanzierungsgrundlagen der privatwirtschaftlich organisierten Medien aufs Spiel setzen, tritt der BDZV – im Verein auch mit anderen Medienorganisationen – energisch entgegen.

Die politische Wende im Herbst 1989 und die deutsche Wiedervereinigung schufen die Grundlage für ein freiheitliches Pressewesen auch im Osten Deutschlands: Nach zwölf Jahren Nazi-Terror und 44 Jahren staatssozialistischer Indoktrination und Kontrolle konnten Journalisten wieder unbehindert berichten und ohne Furcht vor Repressalien ihre Meinung zu Papier bringen. Zahlreiche Zeitungen wurden neu gegründet.

Zeitungen aus grenznahen Gebieten versuchten, ihre Verbreitungsgebiete nach Ostdeutschland auszuweiten, westdeutsche Zeitungskonzerne sanierten und übernahmen etablierte Titel der SED-Bezirkszeitungen und Blätter der DDR-Blockparteien. Ähnlich wie nach dem Zeitungsboom 1949 in Westdeutschland reduzierte sich im Osten bereits innerhalb kurzer Zeit nach der Wende die Zahl selbstständiger Zeitungen drastisch. Doch hat die Presse in den neuen Bundesländern mit den Blättern im Westen eines gemeinsam: Sie ist ebenso politisch unabhängig und in der journalistischen Gestaltung frei – ein Gewinn für die Bürger im Osten.

Noch gehört nur ein Teil der ostdeutschen Verlage über drei Landesverbände dem BDZV an. Die übrigen Verlage vom Nutzen des Berufsverbands und der Notwendigkeit einer gemeinsamen Interessenvertretung der Zeitung in Deutschland zu überzeugen, ist eine wichtige Aufgabe, die vorrangig bewältigt werden muss.

Statt Zensur und Staatsaufsicht: Selbstkontrolle

Wenn sich der Verlegerverband zeit seines Bestehens für ein freies Pressewesen engagiert, wenn er die „Wahrung der Unabhängigkeit der Zeitungen“ als seine primäre Verbandsaufgabe sieht, so hat er gleichermaßen seine Zielsetzung immer darin gesehen, die Presse an ihre besondere politische Verantwortung, an die Achtung vor der Wahrheit, zu erinnern. In dieser Einschätzung stimmt der Verband auch mit den Organisationen der Journalisten überein. 1956 gründeten BDZV und Deutscher Journalistenverband als „Organ der Eigenverantwortung der



Helmut Heinen, BDZV-Präsident seit 2000

Presse“ den Deutschen Presserat. Das Gremium, das inzwischen von einem Verein getragen wird, dem paritätisch auch Vertreter des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger und der dju in ver.di angehören, entwickelte unter dem Begriff „Pressekodex“ Grundregeln journalistischer Arbeit. Sie stellen keine rechtlichen Haftungsgründe dar, sondern sollen der Wahrung der Berufsethik dienen. „Achtung vor der Wahrheit und wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberstes Gebot der Presse.“¹⁴ Als unverzichtbare Voraussetzung für eine unabhängige Presse hat der BDZV – in Anknüpfung an die Politik des Vereins Deutscher Zeitungsverleger – die Absicherung des Tendenzschutzes im Betriebsverfassungsgesetz gesehen. Der Tendenzschutz, so argumentierte der Verband, ist das Ergebnis einer Güterabwägung zwischen den Grundrechten – insbesondere der Pressefreiheit – und dem Interesse der Arbeitnehmer

an Mitbestimmung. Eine freie und unabhängige Presse verträge keine die Tendenz berührende, erst recht keine tendenzfremde Mitbestimmung. Diesen Vorstellungen trug der Gesetzgeber im 1972 novellierten Betriebsverfassungsgesetz weitgehend Rechnung: Im Gegensatz zu den Vorschlägen der IG Druck und Papier wurden Presseverlage ausdrücklich in den Geltungsbereich des Tendenzschutzparagrafen aufgenommen. In seiner Entscheidung vom 6. November 1979 bestätigte das Bundesverfassungsgericht die in der Auseinandersetzung um den Tendenzschutz vom BDZV eingenommene Position.¹⁵ Folgerichtig wirkte der Verband darauf hin, dass der Tendenzschutz auch in die EG-Gesetzgebung verankert wurde. Im Frühsommer 1994 wurde die Regelung in die Richtlinie zur Bildung „Europäischer Betriebsräte“ aufgenommen.

Konflikt um Einführung neuer Zeitungstechnik

Ein für die Zukunft der Zeitungen bedeutsamer technischer Wandel vollzog sich seit den frühen 70er Jahren – ein Wandel, den umwälzende technische Neuerungen ausgelöst hatten. Schreib- und Setzmaschinen wurden durch Bildschirmterminals und Computer, das Blei, einst Charakteristikum der Zeitungsherstellung, zunehmend durch Elektronik ersetzt. Die Einführung der neuen Zeitungstechniken war keine Frage der Verlagsgröße. Die Anwendung rechnergesteuerter Textsysteme bot gerade auch kleinen und mittleren Verlagen Chancen zur Rationalisierung, auf die sie im Interesse ihrer Existenzfähigkeit angewiesen sind. Letztlich wirk-

te sich die neue Technik nicht, wie die Gewerkschaften unterstellten, Konzentrationsfördernd aus, sie trug vielmehr eindeutig zur Erhaltung der Pressevielfalt bei.

Die sozialen Probleme, die mit der Einführung rechnergesteuerter Textsysteme in Presseunternehmen verbunden sind, waren vom BDZV frühzeitig erkannt worden. Auf seine Anregung hin trafen sich die von der Entwicklung betroffenen Arbeitgeber- und Arbeitnehmer-Verbände Ende 1976, um die Möglichkeiten und Chancen gemeinsamer Verhandlungen auszuloten. Die Tarifverhandlungen, die Anfang 1977 aufgenommen wurden, gestalteten sich äußerst schwierig und zäh und standen bald unter dem Druck gewerkschaftlicher Kampfmaßnahmen, die 1978 zu einem harten und langwierigen Tarifkonflikt führten. Die Arbeitskämpfmaßnahmen der Druckgewerkschaft gipfelten in gezielten Schwerpunktstreiks gegen einzelne Verlagshäuser. Um die bedrängten Verlage aus der Umklammerung der Gewerkschaft zu lösen, waren die Arbeitgeber gezwungen, sich mit Ausspernung zu wehren.

Am 20. März 1978 konnte nach 13 Monaten ein Schlussstrich unter die Verhandlungen gezogen werden: Mit dem „Tarifvertrag über Einführung und Anwendung rechnergesteuerter Textsysteme“ gelang es, einerseits dem technischen Fortschritt nicht die Tür zu versperren und andererseits die soziale, gesellschaftliche und wirtschaftliche Stellung der Arbeitnehmer zu sichern. Noch unter dem Eindruck des Arbeitskamps beschloss die Delegiertenversammlung des BDZV am 17. Oktober 1978, einen Solidaritätsfonds ins Leben zu rufen, der zum einen die durch Schwerpunktstreiks am stärksten betroffenen

Verlage finanziell entlasten, zum anderen aber auch Vorsorge für künftige Tarifkonflikte treffen sollte. Der Fonds wurde in der Satzung des BDZV verankert. Weitere Satzungsänderungen stellen sicher, dass ein geschlossenes und solidarisches Handeln der Zeitungsverlage in Tarifauseinandersetzungen gewährleistet ist.

Zugang zu den elektronischen Medien

Naturgemäß ist die Verlegerverbandspolitik darauf gerichtet, die Wettbewerbsposition der Zeitungen im Markt zu sichern. Der „Markt der Medien“ – das war zur Zeit der Gründung des BDZV ein fast unüberschaubares Angebot von Tages- und Wochenzeitungen und Zeitschriften, mit einem knappen Dutzend Hörfunksendern und einem einzigen Fernsehprogramm. Das Verhältnis zwischen Presse und öffentlich-rechtlichem Rundfunk war frei von Spannungen; die Existenz von Hörfunk und Fernsehen wurde von den Zeitungen „allenfalls als Anspruch zu höherer Leistung empfunden“¹⁶. Doch verschlechterten sich die Beziehungen, als die Rundfunkanstalten Vorkehrungen trafen, Hörfunkwerbung einzuführen beziehungsweise auszuweiten.

Durch die Betätigung der Rundfunkanstalten auf dem Werbemarkt sahen die Verleger ihre Interessen direkt betroffen. Als „gefährlich“ werteten sie den Wettbewerb um das Werbegeschäft vor allem darum, weil er unter ungleichen Voraussetzungen geführt wurde: Während die Presse ihre wirtschaftliche Grundlage täglich neu zu erkämpfen und zu sichern hatte, konnten sich die Rundfunkanstalten, wie der BDZV wiederholt darlegte, auf eine von vornherein verfügbare technische Infrastruktur und feste Gebührenein-

nahmen stützen. Der BDZV machte deutlich, dass für die Rundfunkanstalten Einnahmen aus Werbesendungen lediglich subsidiärer Natur, für die Zeitungen Anzeigenaufträge hingegen lebenswichtig sind. Die Situation spitzte sich zu, als der Bayerische Rundfunk im Mai 1956 die Einführung des Werbefernsehens beschloss. Nun klagte der BDZV zusammen mit der Nürnberger Presse GmbH gegen die Rundfunkanstalten und ihre Werbetochter auf Unterlassung der Werbesendungen. Doch wurde die Klage in zweiter Instanz mit dem Argument zurückgewiesen, angesichts des geringen Umfangs der Werbesendungen könne von einer Gefährdung der Presse nicht gesprochen werden.

Als die Rundfunkanstalten in der Folge die Wirtschaftswerbung stärker ausweiteten und von politischer Seite die Gründung neuer öffentlich-rechtlich verantworteter Programme betrieben wurde, setzte sich innerhalb des BDZV die Forderung nach einer Beteiligung der Verlage an den Funkmedien durch. Die Beteiligungsabsicht der Verleger begründete der BDZV hauptsächlich wettbewerbspolitisch: Rundfunk und Presse konkurrierten um einen begrenzten Werbemarkt, eine Ausweitung der Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk beziehungsweise der Marktzutritt neuer – werbefinanzierter – Programme mindere das Anzeigenaufkommen der Zeitungen. Nur eine Beteiligung der Presse könne Verluste aus dem Anzeigengeschäft der Zeitungen kompensieren. Wichtig war für den BDZV auch ein anderes Argument: Im intermediären Wettbewerb sei die Presse als aktuelles Informationsmittel auf die Nutzung der effektivsten Übertragungs- und Verbreitungstechniken angewiesen.

Rasch aufeinander folgende technologische Entwicklungen (elektronische Textsysteme, Kabel- und Satellitentechnik), damit einhergehende Veränderungen in Medienpolitik und Rechtsprechung sowie die zunehmend größer gewordenen Erwartungen der Wirtschaft (Erweiterung der Werbemöglichkeiten) führten zu einer Öffnung des Rundfunks. Seit Mitte der 80er Jahre schufen die Länder die rechtlichen Grundlagen für privaten Hörfunk und privates Fernsehen.

Privater Rundfunk

Bei der Entstehung der Landesmediengesetze war der BDZV von Anfang an bestrebt, auf eine Rundfunkorganisation hinzuwirken, die dem wirtschaftlichen Schutzbedürfnis der Zeitungen Rechnung tragen sollte. Wo die Mediengesetzgebung seinen Vorschlägen folgte, entstand ein wirtschaftlich leistungsfähiger, den Bestand der Presse nicht gefährdender Privatrundfunk. Noch bevor die Zeitungsverlage die Möglichkeit hatten, im Hörfunkbereich tätig zu werden, hatte der BDZV die Beteiligung der Presse an dem ersten in der Bundesrepublik möglichen, privaten Fernsehprogramm durchgesetzt, aus dem später das Programm SAT 1 hervorgehen sollte: 165 Zeitungsverlage – davon 125 lokale und regionale Zeitungen – zeichneten am 28. Februar 1984 Kapitalanteile an der neu gegründeten Gesellschaft Aktuell Presse-Fernsehen, die sich zum Ziel gesetzt hatte, als Gemeinschaftsbeitrag der Zeitungen die tägliche Nachrichtensendung „APF Blick“ auszustrahlen. Später ging dieser Beitrag im Gesamtprogramm von SAT 1 auf. Die APF ist mit 20 Prozent Gesellschafter von SAT 1 und wirkt im Programmbeirat des Senders mit.

Das durch die Einführung privaten Rundfunks stark vermehrte Angebot an Fernseh- und Hörfunkprogrammen hatte natürlich Auswirkungen sowohl auf das Mediennutzungsverhalten des Publikums als auch auf den Werbemarkt. So stiegen Reichweite und Nutzungszeit von Fernsehen und Hörfunk seit 1985, während Reichweite und Nutzung der Zeitungen, allerdings bei stabilen Auflagen, leicht zurückgingen. Nachweislich verringerten sich seit Einführung des privaten Rundfunks die Werbezuzwachsrate der Zeitungen. Die gleiche Entwicklung wäre eingetreten, wenn in Deutschland nicht die duale Rundfunkordnung eingeführt worden wäre, die öffentlich-rechtlichen Anstalten aber – wie geplant – fortwährend neue werbefinanzierte Hörfunk- und Fernsehprogramme geschaffen hätten. Eine wirtschaftliche und auch publizistische Beteiligung der Zeitungen am privaten Rundfunk war daher für den BDZV eine logische Konsequenz gemäß seinem Satzungsauftrag, die Unternehmen wirtschaftlich zu sichern. So hat der Verband auch darauf hingewirkt, dass die Verlage an den neueren medientechnologischen Entwicklungen – Stichworte: Electronic Publishing, Multimedia – in geeigneter Weise teilhaben können. Mitte der 90er Jahre starteten die ersten deutschen Zeitungsverlage ihre Online-Projekte. 2004 waren Angebote von praktisch allen Zeitungen im Netz. Längst vorbei ist die Zeit des schlichten Experimentierens; Nutzer und Werbekunden erwarten von allen Anbietern professionelle Web-Auftritte. Im schier grenzenlosen Internet steht das Angebot des lokalen Zeitungsverlags in direkter Konkurrenz zum Web-Auftritt des großen Internetanbieters. Die Verlage hier frühzeitig über alle technischen und medienpolitischen

Entwicklungen zu informieren, ihnen Orientierung und Hilfestellung zu geben, hat sich der BDZV von Anfang an zur Aufgabe gemacht.

Das Ziel, die Zeitungen an allen geeigneten elektronischen Medien zu beteiligen, ist für den BDZV immer Schutzpolitik für die Zeitung gewesen. Doch uneingeschränkt im Mittelpunkt der Aktivitäten der Verlage wie auch des Verbands steht das Druckmedium „Zeitung“.

Marketing für die Gattung „Zeitung“

„In der medienpolitischen Diskussion der letzten Jahre ist häufig übersehen worden, dass die elementaren Interessen der Verlage auf die Erhaltung und Sicherung des Druckmediums ‚Zeitung‘ gerichtet sind. Manchmal frage ich mich, ob nicht wir – die Interessenvertretung der Verlage – durch unsere offensive Strategie, die Zeitungen an den elektronischen Medien zu beteiligen, zu diesem Eindruck beigetragen haben.“ Der sich so selbstkritisch zur Arbeit des BDZV äußerte, war niemand anderer als der Präsident des Verbands, Rolf Terheyden. Bei der Eröffnung des Zeitungskongresses in Travemünde (1987) forderte er zu einer stärkeren Konzentration auf das „ureigene Medium der Verleger“ auf und regte verbandliche Maßnahmen zu einer langfristigen Festigung der Zeitungspressen im intermedialen Wettbewerb an.

Diese Initiative löste eine breite Verbandsdiskussion aus, die sich zu einer gemeinsamen Überzeugung verdichtete: Die Zeitung braucht zur Verteidigung ihrer Position als „Werbeträger Nummer eins“ eine überzeugende Gattungsvertretung durch eine zentrale Marketingorganisation. Das Ergebnis dieser Überlegungen war die

Gründung der Zeitungs Marketing Gesellschaft mbH & Co KG (ZMG) am 1. Juli 1997, in der die verschiedenen Marketingaktivitäten der Zeitungen in einer Organisation zusammengeführt wurden, um durch diese Bündelung der Kräfte Synergieeffekte auszunutzen und an Schlagkraft zu gewinnen. Träger der Zeitungs Marketing Gesellschaft ist der BDZV, der diese Aufgabe treuhänderisch für die in seinen Landesverbänden organisierten Zeitungsverlage übernommen hat. Die ZMG bietet Marketing und Service für den größten Werbeträger in Deutschland und fungiert als Mittler zwischen Kunden oder Agenturen auf der einen und den Verlagen auf der anderen Seite. Mit umfangreichem Service – unter anderem strategische Mediaplanung, Kreation, Handling – werden Anzeigenkunden bei der individuellen Kampagnenplanung und Mediabelegung unterstützt. Begleitende Forschung bietet den Kunden eine fundierte Erfolgsbewertung und ein effizientes Marketing-Controlling. Zugleich unterstützt die ZMG Verlage und Verlagsvertretungen bei ihren Verkaufsaktivitäten und ergänzt deren Marketingmaßnahmen auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene.

25 Jahre „Zeitung in der Schule“

Um den Stellenwert der Zeitung zu stärken, hielt es der Verband darüber hinaus für erforderlich, das Kommunikationsverhalten der Bevölkerung genauer zu untersuchen und die tatsächlichen Informationsbedürfnisse der Leser zu ermitteln sowie Marktnischen auszuloten. Besonderes Augenmerk richtete der Verband auf die Zielgruppe „junge Menschen“. Wenn es gelänge – so die Überzeugung des BDZV –, Schülerinnen und

Schüler für die Lektüre der Zeitung zu gewinnen, dürfte daraus eine dauerhaft positive Beziehung zur Zeitung erwachsen. Denn in der Schule würden junge Menschen den persönlichen Nutzen erfahren, den ihnen die Zeitung bringt. Eine Analyse der Rahmenrichtlinien, die der BDZV bereits in den 70er Jahren erarbeitete, hatte ergeben, dass praktisch in allen Bundesländern in der Sekundarstufe I eine Beschäftigung mit den Medien als Gegenstand wie auch als Mittel des Unterrichts vorgesehen war. Und von Seiten der Kultusministerien bestanden keine Einwände, die Zeitungslektüre in den Schulunterricht einzubeziehen, wenn auf direkte Werbung für das Medium verzichtet werde und Zeitungen vergleichend und kritisch genutzt würden.

Da ein Verbandsmodell kaum Realisierungschancen gehabt hätte, setzte der BDZV auf Kooperation und fand in dem in Fragen angewandter Medienpädagogik erfahrenen Aachener Institut zur Objektivierung von Lern- und Prüfungsverfahren (IZOP) einen kreativen Partner. IZOP entwickelte ein übertragbares Projekt, das bei jungen Menschen das Interesse wecken sollte, Zeitung zu lesen, Information zu finden, zu verstehen, zu selektieren und zu bewerten. Vor 25 Jahren, im Schuljahr 1979/80 wurde „Zeitung in der Schule“ mit dem Zeitungsverlag Aachen erstmals in Düren – erfolgreich – getestet.

Das Projekt hat drei medienpädagogische Säulen: die Zeitung als Unterrichtsmaterial, die Langzeitarbeiten mit der Zeitung, das Recherchieren und Schreiben für die Zeitung. Während des Projekts wird die Zeitung in unterschiedlichen Fächern zum wichtigsten Unterrichtsmaterial. Die Jugendlichen lernen, wie die Zeitung aufge-

baut ist, wie man sie durch selektives Lesen den eigenen Interessen entsprechend als Informationsmedium nutzen kann, wie Zeitungen je nach Typ und Tendenz ein Thema anfassen und woher sie ihre Informationen erhalten. Bei der selbstständigen Anfertigung von Langzeitarbeiten erfahren die Schüler, dass die Zeitung – anders als das Schulbuch – kontinuierlich und aktuell über die neuesten Entwicklungen in allen Lebensbereichen berichtet. Die Zeitung kommt aber nicht nur in die Schule, sondern die Schule kommt auch in die Zeitung. Durch das Recherchieren und Schreiben gewinnen die Schüler Einblicke in gesellschaftliche Lebensbereiche, mit denen sie im schulischen Lernen sonst kaum in Berührung kommen.

„Zeitung in der Schule“ wurde ursprünglich für die Arbeit mit Tageszeitungen in den Klassen 8 bis 10 aller Schulformen entwickelt; noch heute nimmt der größte Teil der Schüler an dieser klassischen Form des damals mit IZOP entwickelten Projekts teil. Die Erfahrungen sprechen für eine Laufzeit von zwölf Wochen; denn nur ein mehrmonatiger Zeitraum bewirkt bei den Schülern eine Gewöhnung an die Zeitung, und erst diese Gewöhnung macht eine Gewinn bringende Nutzung dieses Mediums möglich und erfahrbar.

Die mittel- und längerfristigen Auswirkungen sind durch empirische Untersuchungen des Instituts für Demoskopie Allensbach dokumentiert: Junge Leute, die nicht mehr im Elternhaus wohnen, lesen zu 78 Prozent täglich eine Tageszeitung, wenn sie einmal an „Zisch“ teilgenommen haben, aber nur zu 52 Prozent, wenn sie nicht daran teilgenommen haben. Bei Gründung eines eigenen Haushalts haben 65 Prozent derjenigen,

die an „Zisch“ teilgenommen haben, eine Tageszeitung abonniert; bei den „Nichtteilnehmern“ betrug die Quote lediglich 36 Prozent. Neben „Zeitung in der Schule“ entstanden in den letzten Jahren vielfältige Projekte, wie junge Menschen sich selbst fortentwickeln („Jugend schreibt“) oder mit der Zeitung gesellschaftspolitisch relevante Fragen erarbeiten: „Jugend und Umwelt“, „Jugend – Schule – Wirtschaft“ und andere. Daneben haben andere Institute¹⁷ und Verlage eigene Schulprojekte entwickelt. Bei der Arbeit mit jungen Menschen hatte das IZOP-Institut schon vor Jahren, also noch bevor die erschreckenden Ergebnisse der Pisa-Studie vorlagen, erkannt, dass Kinder und Jugendliche die Schule mit immer stärkeren Defiziten im Lesen durchlaufen, ohne dass von Seiten der organisierten Pädagogik gegengesteuert worden wäre. So wurde ein Leseförderungsprojekt entwickelt, das bereits bei Kindern ansetzt: „Zeitung in der Grundschule“. Die dabei gewonnenen Erfahrungen waren überall positiv.¹⁸

Förderung des Nachwuchses

In der Erkenntnis, dass nur qualifizierte Mitarbeiter gute Zeitungen gestalten können, baute der Verband planmäßig ein System fachlich geeigneter Aus- und Weiterbildungsangebote für Journalisten und Mitarbeiter in den Verlagen auf. Seit Ende der 60er Jahre bietet der BDZV Bildungsseminare an, die Journalisten Gelegenheit geben, ihr berufspraktisches Wissen zu ergänzen und Interesse für neue Fragestellungen zu wecken. 1987 riefen der BDZV und seine Landesverbände eine Arbeitsgemeinschaft Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage

(ABZV) ins Leben, die sich vor allem der praxisbegleitenden Volontärsausbildung widmete, zugleich aber auch als institutionelle Klammer für Aus- und Weiterbildungskurse einzelner Landesverbände wirkte. Inzwischen zählt die ABZV, die 1999 als Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage e.V. Eigenständigkeit erlangte, zu den wichtigsten journalistischen Bildungsstätten in der Bundesrepublik. Jahr für Jahr veranstaltet die Akademie ein gutes Dutzend mehrwöchiger Grundlagen- und Aufbaukurse, in denen Berufsanfänger lernen, umfassend und vorurteilsfrei zu recherchieren, Nachrichten und Reportagen zu schreiben, Interviews zu führen und ihre Meinungen in Kommentar und Glosse zu verdichten. Fotografieren, Layouten, Presserecht und Presseethik stehen ebenfalls auf dem Bildungsprogramm. Daneben bietet die Akademie Journalisten, die schon längere Zeit im Berufsleben stehen, weiterbildende Fachseminare an, beispielsweise Konzepte für kreatives Schreiben, Anregungen für die lokale Kultur- und Wirtschaftsberichterstattung, journalistische Darstellungsformen im Internet oder Mitarbeiterführung in der Redaktion.

Etwa gleichzeitig mit dem Aufbau der Akademie für Journalisten entwickelte der Verband ein Aus- und Weiterbildungsprogramm für den verlagskaufmännischen Nachwuchs, das von der Zeitungsverlag Service GmbH, einem Tochterunternehmen des BDZV, angeboten wird. Zielgruppen der überwiegend mehrtägigen Kurse sind junge Menschen, die zum Verlags- und Medienkaufmann/-kauffrau ausgebildet werden, und das mittlere Management in den Verlagen. Seit mehreren Jahren spricht die ZV GmbH mit Fachtagungen und Symposien auch das obere

Verlagsmanagement an. Eine zweite „Säule“ der ZV Zeitungsverlags Service GmbH ist die Edition von Fachliteratur für Verlag und Redaktion. Inzwischen liegen rund vier Dutzend Titel vor.

50 Jahre Rat und Service für die Zeitungen

50 Jahre nach Gründung des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger zählt Deutschland zu den Ländern mit der größten Pressevielfalt. Tag für Tag werden gut 22 Millionen Zeitungsexemplare abgesetzt. Hinzu kommen 6,2 Millionen Wochen- und Sonntagszeitungen. Drei von vier Bürgern über 14 Jahre informieren sich regelmäßig aus der Zeitung. Bei jungen Menschen mit Abitur, Fachhochschul- und Universitätsabschluss liegt die Zahl der Zeitungsläser noch weit höher. In Haushalten mit einem Netto-Einkommen von mehr als 2.500 Euro erreichen die Zeitungen 80 Prozent der Bundesbürger. Diese hohen Werte stärken auch die Qualität der Zeitung als größter Werbeträger. 347 Tageszeitungen in Deutschland mit 1.551 lokalen Ausgaben sind ein Zeugnis für Pressevielfalt, um die uns die meisten Länder der Welt beneiden. Pressevielfalt im Interesse der Bürger zu erhalten und zu stabilisieren, sind die Zeitungsverlage auch in wirtschaftlich schwachen Zeiten uneingeschränkt bestrebt. Dabei setzen sie nicht – wie viele andere Länder der Europäischen Union – auf staatliche Subventionen, sondern arbeiten nach dem Prinzip der Eigenwirtschaftlichkeit. Allerdings haben sich die ökonomischen Bedingungen der Zeitungsverlage in den letzten Jahren gewandelt – zum Teil grundlegend. Ausschlaggebend dafür ist zum einen die gesamtwirt-

schaftliche Lage: Die schon seit vier Jahren anhaltend schwache Konjunktur trifft alle am Wirtschaftsleben Beteiligten, vom Unternehmen bis zum Verbraucher. Sie lähmt Werbereibereitschaft und Kaufinteresse, wirkt sich damit auf beide Märkte der Zeitungen, den Anzeigen- wie den Lesermarkt, nachteilig aus. Diese Entwicklung trifft zum anderen die Verlage ausgerechnet in einer Phase weit reichender struktureller Veränderungen. Ihre Hauptfaktoren: zugespitzter Wettbewerb durch die Vervielfachung werbefinanzierter Hörfunk- und Fernsehprogramme öffentlich-rechtlicher und privater Herkunft und die unbegrenzt expandierenden Angebote im Internet und deren sprunghafte Akzeptanz in der Bevölkerung. Teilweise dadurch bedingt sind zugleich Veränderungen im Mediennutzungs- und Leserverhalten. Sich diesen Herausforderungen zu stellen, Entwicklungen nutzbar zu machen, anderen gegenzusteuern, verlangt mehr denn je Risikobereitschaft und weitsichtige Unternehmensplanung.

Diese in erster Linie individuellen Entscheidungen kann und wird der BDZV durch vielfältige Serviceleistungen unterstützen. Zugleich wird der Verband alles daransetzen, eine Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Verlage, dazu gehört auch eine Liberalisierung der Pressefusionskontrolle, zu erreichen. Immer war es das vorrangige Ziel des Verbands, die Unabhängigkeit der Zeitungen zu wahren, die wirtschaftliche Existenz der Zeitungsverlage zu sichern und den publizistischen Anspruch der Zeitungsverleger zu vertreten. Nur durch Bündelung lassen sich die vielfältigen Verlegerinteressen gegenüber der Politik, den Gewerkschaften und anderen gesellschaftlich relevanten

Gruppen durchsetzen; dies verlangt von den Mitgliedsverlagen ein erhebliches Maß an Solidarität. Nur ein BDZV, der die gesamte Branche repräsentiert, kann auch in Zukunft die Interessen der Zeitungspressen auf allen Ebenen – gegenüber Öffentlichkeit, Gewerkschaften und Politik – erfolgreich einbringen.

1. Ausgabe 17 vom Juni 2004, S. 44.
2. Hans J. Reinowski (1900 -1977), Verleger des „Darmstädter Echos“, von 1952 bis 1969 Vorsitzender des Verbands Hessischer Zeitungsverleger, Frankfurt am Main.
3. Heinrich Walter et al.: Presse als Aufgabe, Wiesbaden 1954, S. 191.
4. (Arbeitsgemeinschaft für Pressefragen e.V.): Pressefreiheit und Demokratie, Flugschrift, vervielfältigt; abgedruckt in: Heinrich Walter et al., a.a.O., S. 193 - 194.
5. Kurt Koszyk: Pressepolitik für Deutsche 1945 - 1949. Geschichte der deutschen Presse, Teil IV, Berlin 1986, S. 319.
6. Die Darstellung folgt, wo nicht anders erwähnt: Volker Schulze: Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, Düsseldorf 1985, S. 38.
7. Protokoll über die Gründungsversammlung des Gesamtverbands der deutschen Zeitungsverleger vom 1. September 1949 im Verlegerhaus Bielefeld (nebst Anlagen) aus Akten des BDZV.
8. Verein Rheinisch-Westfälischer Zeitungsverleger (Hrsg.): Jahresbericht für das Vereinsjahr 1962. Darin: 10 Jahre Rheinisch-Westfälischer Zeitungsverleger-Verein e.V., Düsseldorf 1963, S. 2.
9. Niederschrift der Besprechung zur Vorbereitung der Gründungsversammlung, Anlage zu dem Protokoll der Gründungsversammlung des BDZV (unveröffentlicht).
10. Dieser Passus findet sich gleichlautend in den Verbandssatzungen.
11. Bundesverfassungsgerichtsentscheide (hinfort abgekürzt: BVerfGE) 20, S. 162 - 230.
12. Zit. nach: Karl Hugo Pruy/Volker Schulze: Macht und Meinung. Aspekte der SPD-Medienpolitik, Köln 1975, S. 90 f.

13. Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.): Stellungnahme zu dem Referentenentwurf eines Bundes-Presserechtsrahmengesetzes vom 25. Juli 1974, maschinenschriftlich vervielfältigt, Bonn 1974.
14. Publizistische Grundsätze (Pressekodex) vom 12. Dezember 1973 in der Fassung vom 14. Februar 1990 (regelmäßig abgedruckt in: Jahrbuch des Deutschen Presserats).
15. BVerfGE 52, S. 283 ff.
16. Rolf Richter: Kommunikationsfreiheit – Verlegerfreiheit. Zur Kommunikationspolitik der Zeitungsverleger in der Bundesrepublik Deutschland 1945 - 1969, phil. Diss., München 1973. Dortmunder Beiträge zur Zeitungsforschung, Band 17, Pullach 1973, S. 148.
17. Institute s.S. 427 in diesem Jahrbuch.
18. Volker Schulze: Die Zeitung. Aachen 2001 – Brand, Eva; Peter Brand (Hrsg.): Die Zeitung im Unterricht. Aachen 2000 – Brand, Eva; Peter Brand (Hrsg.): Die Zeitung in der Grundschule. Aachen 2001 – IZOP-Institut; Stiftung Lesen (Hrsg.): Zeitung für die Schule. Aachen, Mainz 2002.