

Rede von Helmut Heinen, Präsident des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), beim Zeitungskongress am 16. September in Dresden

*Es gilt das gesprochene Wort*

Ich heiÙe Sie herzlich willkommen bei unserem Zeitungskongress 2013 in Dresden.

Wir tagen hier auf Einladung des in der Region, in Plauen, beheimateten Vogtland-Anzeigers. Ich darf, stellvertretend für die Gesellschafter, darum auch Herrn Verleger Wilfried Hub sehr herzlich begrüÙen.

Nach Leipzig und Warnemünde findet unser Kongress zum dritten Mal in den östlichen Bundesländern statt. Und ich freue mich, dass so viele von Ihnen nach Dresden gekommen sind, in diese beeindruckende Kulturstadt, die das Gesicht der gewaltfreien Revolution 1989 entscheidend prägte: nämlich durch neue Beispiele des Dialogs. Hier war es gelungen, innovative, in ihrer Mehrheit neuartige Formen der Willensbildung von unten zu finden, unter anderem durch die Rathausgespräche der „Gruppe der 20“.

Viele wissen nicht mehr, dass in Dresden eine Vorentscheidung für den friedlichen Ausgang der Leipziger Großdemonstration am 9. Oktober und für den Verlauf der Revolution in der damaligen DDR gefallen war. Hier waren, das sollte man nicht vergessen, im Dezember 1989 erste Forderungen nach der Wiedervereinigung laut geworden. Dresden hat seither in bewundernswerter Weise an seine reiche kulturelle Vergangenheit anknüpfen können, nicht zuletzt dank dem Engagement seiner Bürger.

Der berühmte italienische Autor Umberto Eco hat festgestellt: „Die Dresdner fragen einen gar nicht, ob einem die Stadt gefällt. Sie sagen es einem. Das bringt mich auf den Gedanken, dass man die Städte gewöhnlich in zwei Kategorien einteilen kann: in die selbstsicheren und die anderen.“ (Zitat Ende) Zu den ersteren, den selbstsicheren, gehört ohne Zweifel Dresden. Das bestätigt auch das Urteil von Erich Kästner. Der sagte, ich zitiere: „Wenn es zutreffen sollte, dass ich nicht nur weiß, was schlimm und hässlich, sondern auch was schön ist, so verdanke ich diese Gabe dem Glück, in Dresden aufgewachsen zu sein.“

Die sächsische Landeshauptstadt und unsere Branche verbindet der Wille, nach vorn zu schauen, ohne dabei das Bewährte hinter sich zu lassen; sich immer wieder neu zu erfinden.

Damit bin ich auch schon bei dem überwältigenden Thema unseres diesjährigen Kongresses, beim Wandel. Auch wir, die Zeitungen, sind eine Branche im Umbruch. Alles ist volatil geworden. Das gilt für Unternehmen, für Marken, für Banken, für die Politik. Das gilt auch für die Zeitungen. Darüber wollen wir heute reden.

Natürlich sind die Herausforderungen für alle Medien heute größer als vor zehn oder 20 Jahren. Das gilt schon angesichts der schier Masse des Angebots. Wir ringen miteinander um die Aufmerksamkeit - um die „Eye-Balls“ - unseres Publikums, das sich obendrein in seinen Bedürfnissen und Wünschen stark verändert hat.

Der scharfe Wettbewerb gehört zum Geschäft, Wehklagen ist nicht angebracht. Denn bei allen wirtschaftlichen Herausforderungen, denen wir uns insbesondere am Werbemarkt gegenüber sehen, erreichen unsere Zeitungen gedruckt, online und mobil mehr Menschen als je zuvor: 50 Millionen Männer und Frauen lesen oder nutzen täglich Zeitungs-Inhalte; das sind fast 80 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung über 14 Jahren. Sie verbringen im Schnitt eine gute halbe Stunde mit der Zeitungslektüre. Und obendrein sind unsere Zeitungen das Medium, das das höchste Vertrauen genießt. Ja, eine Studie der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien hat uns jüngst bescheinigt, dass das Printsegment seit 2012 durch seine Qualität bei der Meinungsrelevanz sogar noch zugenommen habe.

Umso weniger verstehe ich, dass sich in den vergangenen Wochen und Monaten etliche Zeitungen und Zeitschriften und ganz besonders ein Magazin geradezu darin überboten haben, die Zeitung als Auslaufmodell abzuschreiben und damit guten Nachrichtenjournalismus für überflüssig zu erklären.

Lassen Sie uns nur einmal für einen Moment vorstellen, wie es in einer anderen Branche zugeht, sagen wir, der Automobilindustrie. Bei einem höchst renommierten Unternehmen gehen die Verkaufszahlen zurück, weder durch neue Modelle noch durch Exporte können die fehlenden Einnahmen kompensiert werden ... Und schon marschieren die Entwickler, Vertriebsmanager, Autohändler los und erzählen Gott und der Welt, dass nichts mehr geht, die Autoindustrie am Ende ist und alternative Transportmittel die Zukunft ausmachen? - Undenkbar!

Aber genau so machen das unsere Zeitungen! Damit wir uns recht verstehen: Berichterstattung auch über das eigene Medium und die regelmäßige Selbstüberprüfung journalistischer Arbeit sind richtig und wichtig. Das sollte aber

nicht zu dieser manchmal maßlosen Selbstbespiegelung führen, für die sich allenfalls die Kollegen, nicht jedoch unsere Leser interessieren. Gar nicht zu reden von fahrlässig heraufbeschworenen Untergangsszenarios, die im Konkurrenzkampf um die Gunst des Publikums vor allem den Wettbewerber schädigen sollen. Ich sage: Schluss damit. Wir machen die besten Zeitungen der Welt - gedruckt, online und mobil - für das anspruchsvollste Publikum der Welt! Lassen Sie uns daran weiterarbeiten.

Was braucht man für die besten Zeitungen der Welt? Die wichtigste Voraussetzung ist Presse- und Meinungsfreiheit. Deutschland gehört zu den wenigen Ländern der Welt, in denen dies nicht nur im Grundgesetz verankert, sondern täglich gelebte Praxis ist. Und doch beschleicht mich beim Blick auf die Enthüllungen über die Ausspähungspraxis von NSA und dem britischen Geheimdienst GCHQ zunehmend Besorgnis.

Die Zeitungsverleger haben stets einen sensiblen Umgang mit Daten gefordert, ich erinnere an unsere Mahnungen im Zusammenhang mit der Vorratsdatenspeicherung. Für unsere Häuser ist ein optimaler Quellenschutz selbstverständlich, auch bezogen auf das Internet. Wir haben deshalb ein natürliches Interesse an einer glaubwürdigen Aufklärung über die Ausspähprogramme ausländischer Geheimdienste.

Die Antworten, die die Bundesregierung bislang gegeben hat, können uns nicht beruhigen. Selbstverständlich stehen wir, wenn es um die Abwehr terroristischer Gefahren geht, hinter den Grundprinzipien unseres Rechtsstaates. Es gehört allerdings zur Würde des Menschen, sich in Freiheit mit anderen Menschen austauschen zu können, auch über die modernen Kommunikationsmittel. Und für die journalistische Arbeit ist unabdingbar: Potenzielle Informanten müssen sicher sein, dass sämtliche Quellen geschützt bleiben. Nur so kann die Presse ihre Wächterfunktion auch im digitalen Zeitalter in vollem Umfang erfüllen.

Die Enthüllungen zeigen, dass Wachsamkeit gegenüber Gefahren für Pressefreiheit und Informantenschutz eine permanente Aufgabe ist. Nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts zur Vorratsdatenspeicherung 2010 ist die Bundesregierung gezwungen, ihr entsprechendes Gesetz nachzubessern. Auch wenn seither die Neuregelung aufgrund von Uneinigkeiten zwischen der deutschen

und der europäischen Gesetzgebung hakt, werden einige Zumutungen künftig sicher unterbleiben. Und nun droht von außen her ein viel massiverer Angriff auf die Vertraulichkeit der Kommunikation zwischen recherchierenden Journalisten und Informanten. Wer hätte das gedacht? Was wollen wir dagegen unternehmen?

Ich meine: Wir brauchen einen großen Diskurs über den Schutz bürgerlicher Freiheiten, einschließlich der Pressefreiheit, angesichts der besorgniserregenden Informationen über die Lauschaktivität von Nachrichtendiensten. Vielleicht bedarf es einer Art Magna Charta der Telekommunikation, in der globale, an den Freiheitsrechten orientierte Standards niedergeschrieben werden. Das wäre eine große Aufgabe auch für die deutsche Politik nach der Bundestagswahl am 22. September.

Zu einer solchen Magna Charta der Telekommunikation müssten dann aber auch technische Standards gehören, ich denke da insbesondere an die Sicherung der Netzneutralität. So hat die Deutsche Telekom erst in diesem Frühjahr die Bürger mit der Nachricht irritiert, über eine Datenbremse im Internet nachzudenken beziehungsweise mehr und schnellere Daten nur gegen zusätzliche Zahlung der Nutzer zu ermöglichen.

Die deutschen Verleger haben dazu von Anfang eine klare Position bezogen: Sie bestehen auf einen dauerhaften, diskriminierungsfreien Zugang zum Netz. Die Zukunft der Telekommunikationsunternehmen kann nicht darin liegen, Hürden für Teilnehmer am Netz-Geschehen zu errichten. Daher mein Appell: Es darf keine Mehrklassengesellschaft etwa nach Größe oder Finanzkraft der Inhalte-Anbieter geben. Wenn zusätzliche Investitionen in die Infrastruktur, zum Beispiel für den Ausbau der Kabelnetze, nötig sind, darf das nicht dazu führen, dass mittelfristig die Auffindbarkeit von und der Zugang zu Informationen eingeschränkt werden.

Damit schlage ich auch gleichsam den Bogen von der Pressefreiheit zu den wirtschaftlichen Grundlagen der Presse und den politischen Rahmenbedingungen. Wir verkennen nicht die Bemühungen in Bund und Ländern, für ein vielfältiges Medienangebot in Deutschland zu sorgen. Ich erinnere daran, dass der reduzierte Mehrwertsteuersatz für Zeitungen ernsthaft auf der Kippe stand - aber nicht zuletzt auch dank vieler Gespräche mit den politisch Verantwortlichen doch beibehalten wurde. Im zurückliegenden Jahr haben wir darüber hinaus die moderate Lockerung

der Pressefusionskontrolle erreicht. Das Presse-Grosso wurde gestärkt. Und wir haben ein Leistungsschutzrecht erstritten, um nur einige wichtige und besonders aufmerksamkeitsstarke Punkte zu nennen.

Es hat Mühe gekostet, dieses Leistungsschutzrecht, über das viele Jahre auch öffentlich erbittert debattiert wurde, politisch durchzusetzen. Dies war ein Anfang, das Gesetz ist nicht in allen Teilen zufriedenstellend ausgefallen. Aber es ist ein richtungweisendes Projekt. Ein Meilenstein auf dem Weg in eine von einem fairen Interessenausgleich bestimmte, digitale Zukunft.

Erstmals werden nun Leistungen der Verlage grundsätzlich anerkannt und rechtlich geschützt. Damit wurde einem, ich sage: „Selbstbestimmungsrecht der Verlage“ zum Durchbruch verholfen. Denn dieses Gesetz ermöglicht es der Presse, selbst zu entscheiden, unter welchen Bedingungen ihre ureigenen Inhalte von Suchmaschinen und Aggregatoren zu gewerblichen Zwecken verwendet werden dürfen. Es wird jetzt darum gehen, nachhaltige und gut durchdachte Wege für eine Verwertung zu finden. Hier geht Gründlichkeit vor Schnelligkeit.

Diese erfreulichen Erfolge dürfen allerdings nicht über unsere Erfahrung hinwegtäuschen, dass bei der Gesetzgebung zu anderen Themen Zeitungen und Zeitschriften immer wieder Kollateralschäden erleiden. Dazu gehören beispielsweise massive Einschränkungen beim Direktmarketing oder die Privilegierung der Deutschen Post gegenüber den neuen privaten Wettbewerbern. Dazu zählen nicht zuletzt Werberegulierungen, bei denen man sich ernsthaft wundert, dass dieselben Bürger, die von der Regierung als Verbraucher offensichtlich nicht für voll genommen werden, am kommenden Wochenende als Wähler heftig umworben sind.

Wir rechnen damit, dass in der nächsten Legislaturperiode Themen wie Urheberrecht, Telekommunikationsrecht, Steuern und Datenschutzrecht weiter zugespitzt werden. Besonders auf diesen Gebieten werden wir uns einbringen, um die Interessen der Verlagsunternehmen angemessen zu positionieren.

Keine Frage, es ist die Aufgabe der Verlage und nicht der Politik, auf die Entwicklungen am Markt die richtigen Antworten zu finden. Dazu brauchen wir faire Rahmenbedingungen, wir brauchen keine Überweisungen aus der Staatskasse. Wenn sich immer stärker auch die politischen Parteien an der Debatte beteiligen, wie

angesichts der schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen eine vielfältige, freiheitliche Presselandschaft in Deutschland bewahrt werden kann, kann ich das nur begrüßen. Doch erscheinen manche Vorschläge zwar gut gemeint - aber sie sind damit noch nicht gut. Das gilt vor allem für staatlich aufgelegte Stiftungsmodelle. Sie dürfen die Freiheit und Unabhängigkeit der Presse nicht gefährden. Ob derartige Stiftungen überhaupt geeignet sind, eine nachhaltige Sicherung der Pressevielfalt zu gewährleisten, darüber werden wir auch morgen hier in diesem Raum diskutieren.

Wenn von zukunftsorientierten Rahmenbedingungen die Rede ist, gehört dazu auch ein neues Tarifwerk für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen. Vor wenigen Wochen haben wir die Verhandlungen über einen neuen Gehalts- und einen neuen Manteltarifvertrag aufgenommen. Das Tarifwerk Zukunft, das wir anstreben, muss dem Umstand Rechnung tragen, dass sich unsere Branche, ich sagte es bereits, in einem tiefgreifenden Strukturwandel und einem völlig veränderten Wettbewerbsumfeld befindet.

Ein Abschluss liegt im Interesse aller Verhandlungspartner. Voraussetzung ist allerdings der Umbau des bestehenden Tarifsystems, das die Arbeitswirklichkeit in den Redaktionen nicht mehr widerspiegelt. Auch muss der Flächentarifvertrag die unterschiedlichen Lebensbedingungen in den verschiedenen Regionen Deutschlands abbilden. Eine solche Differenzierung ist keine Zumutung, sie ist die Konsequenz aus dem vorhandenen wirtschaftlichen Gefälle innerhalb unserer Landstriche.

Die Ausgestaltung des Tarifwerks Zukunft liegt in der gemeinsamen Verantwortung von Zeitungsverlegern und Gewerkschaften. Das ist eine höchst anspruchsvolle Aufgabe. Wenn es uns nicht gelingt, sie einvernehmlich zu lösen, dürfte das Ende eines bundesweit gültigen Tarifwerks eingeläutet sein.

Damit komme ich zurück zu unserem Kongress und seinem Motto „Branchen im Wandel“. Dabei wollen wir drei Felder in den Blick nehmen: Innovation - Kunde - Geschäftsmodell. Wenn es um unsere Kunden geht, und zwar die Leser ebenso wie die werbungstreibende Wirtschaft, sind wir in den vergangenen Jahren schon ein gutes Stück voran gekommen mit unseren Angeboten - aber wir sind noch meilenweit entfernt von dem, was wir in Zukunft brauchen werden und können

müssen und was in anderen Branchen längst gang und gebe ist, wenn es darum geht, die Wünsche und Bedürfnisse des Publikums zu erfüllen.

Das Gleiche gilt beim Blick auf Innovationen. Unsere Branche hat in den zurückliegenden Jahren auch in diesem Punkt ungeheuer aufgeholt. Wir sind schneller geworden, mutiger, kreativer. Aber wir wissen, dass andere noch viel weiter sind als wir. Deshalb haben wir in diesem Jahr auch ganz bewusst Vertreter anderer Branchen zu Gast, von denen wir lernen wollen. Dann wird es uns - Stichwort Geschäftsmodelle - auch gelingen, weiterhin wirtschaftlich erfolgreich zu sein.

In diesem Sinne freue ich mich auf unseren Kongress und bin gespannt auf die Erkenntnisse und Ergebnisse heute und morgen.