

**medienforum.nrw 10. Juni 2008**

**Verlagsindustrie im Umbruch – Strategien, Produkte, Geschäftsmodelle  
Einführung Clemens Bauer**

**Vorsitzender des Zeitungsverlegerverbandes Nordrhein-Westfalen**

*-Es gilt das gesprochene Wort!-*

*Sehr geehrter Herr Minister Krautscheid,  
liebe Kolleginnen und Kollegen,  
meine sehr geehrten Damen und Herren!*

Die gedruckte Zeitung als Medium und die Verlage als Wirtschaftsunternehmen stehen in einem sich inhaltlich und wettbewerblich stark verändernden Markt. Auslöser sind der digitale Umbruch und neue, durchaus interessante Medien-Angebote. Die Mediennutzung der Bürger wendet sich in einem raschen Umstellungsprozess vermehrt auch den elektronischen Medien zu. Gerade jüngere Menschen werden in ihrer Informationsaufnahme „elektronisch“ sozialisiert. Das Internet hat sich als wichtiges Informationsmedium etabliert - die Spatzen pfeifen es von den Dächern!

Mit dieser Veränderung sind für die Zeitungen, ja für alle Print-Medien, Reichweiten- und Anzeigenverluste verbunden. Diese Verluste durch neue Geschäftsfelder zu kompensieren ist die vordringliche Aufgabe der Verleger und ihrer Redaktionen. Wenn - neben der E-Mail-Kommunikation und der Informationsbeschaffung zur Bewältigung des täglichen Lebens - die Informationssuche über das lokale bis internationale Zeitgeschehen die dritthäufigste Onlineaktivität der Deutschen ist, dann steckt hier das Zukunftspotenzial, das alle Zeitungshäuser für ihre publizistische Aufgabe, ihre Refinanzierung und ihre Werbekunden brauchen und nützen müssen.

Die Verlage verändern ihre Geschäftsmodelle, werden crossmedial, multikanalfähig. Unsere Überzeugung ist dabei, dass sich die Zeitung als „Display-Medium“, durch ihre besondere Form der Aufbereitung von Nachricht, Meinung und Hintergrund bewährt hat. Das wird auch dann gelten, wenn die Zeitung einmal nicht mehr auf Papier gedruckt sein wird.

Zeitungen modifizieren ihre Angebote zur Online-Zeitung, nur so werden sie im digitalen Zeitalter bestehen. Web 2.0 hat die Gewohnheiten und Bedürfnisse der Menschen auch in ihrer Mediennutzung nachhaltig verändert. Auch auf diese Änderungen im Lebensstil und in der Altersstruktur müssen wir adäquat reagieren. Dabei liegen Stärken und Kompetenz der Zeitungshäuser in der seriösen Aufbereitung und Präsentation von Nachrichten, durch Hintergrundsberichte, Erklärungen, Analysen und Kommentare, aber auch Unterhaltung; ein wertvolles Startkapital. Diese Stärke und Kompetenz, aber auch die Kraft unserer Marken, gilt es auch auf unsere Online-Zeitungen zu übertragen. Das heißt: Durch das Zusammenspiel der Print- und der Onlinezeitung entstehen zwei sich ergänzende Produkte, herausgegeben von unseren Medien-Häusern mit ihrer langen publizistischen Tradition und ihrer geachteten Markenstärke. Sind nicht die gedruckten Medien unverändert die Träger der politischen Information, mit unverändert hoher Reichweite von über 70%?

Ob allerdings die Zeitungshäuser - im harten Wettbewerb auf dem Medienmarkt - von diesen Vorzügen auch in Zukunft Nutzen ziehen, und ob und wie sie sich in die neuen Geschäftsfelder einbringen können, hängt nicht nur vom jeweiligen verlegerischen Können, sondern ganz wesentlich auch von den medienpolitischen Rahmenbedingungen ab!

## 2. Der 12. RÄStV

Ein großes Thema, das unsere Verlage und die Rundfunkanstalten, aber auch die Politik beschäftigt und das auch unsere Journalisten und Verlagsmitarbeiter existenziell betrifft, ist der kontrovers diskutierte 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag. In seiner jetzigen Entwurfsfassung enthält der Text für die Zeitungen und Zeitschriften viele Elemente, die wir nur als entwicklungs-hemmend bezeichnen können - und er lässt viele Fragen offen!

Zunächst müssen wir in aller Klarheit feststellen:

Entgegen eigenen Bekundungen wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk im aktuellen Text des neuen Rundfunkstaatsvertrags in seinen Online-Aktivitäten NICHT oder fast nicht eingeschränkt. Im Gegenteil! Die Anstalten können in den Genuss einer institutionellen Absicherung für diese Aktivitäten kommen und profitieren gleichzeitig von deren Ausweitung.

Dahinter zeigt sich die Kontur einer völlig neuen medialen Dimension: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk erhält einen zusätzlichen Onlineauftrag als dritte Säule neben Fernsehen und Hörfunk. Nach jetziger Rechtslage kann er Internetangebote, die das Gesetz „Telemedien“ nennt, nur „programm-begleitend“ und nur „programm-bezogen“ einsetzen. Mit dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag könnten die Anstalten zu gebührenfinanzierten Online-Vollanbietern werden – einzigartig in dieser Welt von Google, Yahoo und T-online!

Erinnern wir uns: Hauptzweck und Begründung für einen aus Zwangsgebühren finanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk war die Grundversorgung der Bevölkerung mit Fernsehen und Hörfunk. Das Internet als Übertragungsweg und Mittel für ergänzende Dienste hat eigentlich akzessorischen Charakter. Die

nichtlinearen Dienste stehen zu den linearen Rundfunkangeboten in einem Verhältnis wie eine Nebensache oder ein Zubehör zur Hauptsache. Die neue und systemwidrige Rolle öffentlich-rechtlicher Internetangebote als dritter Hauptsache kann einem gebührenfinanzierten und damit wirtschaftlich risikolosen Expansionsstreben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Tür und Tor öffnen. Und das alles für einen Markt, dessen Angebot schon längst eine hohe, privatwirtschaftlich finanzierte Qualität und Diversität aufweist! Dies halten wir für systemwidrig und daher medienpolitisch unerwünscht.

Unverändert lautet daher unsere Forderung, in § 11 a den Angebotsauftrag anders zu formulieren: *„Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind Rundfunkprogramme (Hörfunk- und Fernsehen) und zu deren Unterstützung Telemedien ...“*. Online ist Zubehör und nicht Hauptsache!

Mittlerweile hat sich der Entwurfstext so verändert, dass nicht mehr klar ist, ob dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk das Angebot einer elektronischen Presse nur bei nicht sendungsbezogenen Angeboten untersagt ist, wie es der aktuelle Entwurf nahe legt oder auch bei sendungsbezogenen Angeboten, wie das noch beim Vorentwurf angenommen werden konnte. Wenn ein solches Verbot ernst gemeint wird, kann es sich nur auf das Gesamtangebot erstrecken. Der Fehler ließe sich leicht reparieren. Die Formulierung *„nicht sendungsbezogene Angebote elektronischer Presse sind unzulässig“* müsste einfach in *„Telemedien sind als elektronische Presse unzulässig“* umgewandelt werden.

Wie wirksam der Ausschluss der elektronischen Presse vom nichtlinearen Angebotsspektrum des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist, hängt ganz entscheidend von der begrifflichen Festlegung ab. Bisher gab es weder in der Gesetzgebung noch in der Rechtsprechung eine Definition der *„elektronischen*

*Presse*“. Immerhin erhält die Begriffsbestimmung im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag eine zukunftsprägende Funktion. Die im Entwurf vorgestellten Definitionsvarianten sind eine erste, aber noch unbefriedigende Annäherung. In Anlehnung an die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zu den für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zulässigen Druckwerken schlagen wir vor, elektronische Presse zu definieren als ein *„journalistisch-redaktionell gestaltetes Angebot aus Texten, Grafiken, Bildern und Tönen, das einer pressemäßigen Berichterstattung entspricht“*.

Ich bin dankbar, dass MP Rüttgers in seiner gestrigen Grundsatzrede festgestellt hat, dass elektronische Presse den Anstalten nicht erlaubt sei, wenn sie nicht sendungsbezogen erscheine und wenn sie journalistisch gestalteten Angeboten aus Text und Bild, wie sie nach Gestalt und Inhalt für Zeitungen und Zeitschriften typisch seien, entspräche. Damit könnte klargestellt sein, dass elektronische Presse im Sinne dieser Definition mehr ist als E-Paper.

E-Paper ist identisch mit einer gedruckten Tageszeitung als bildhafte Kopie der Zeitung im Netz. Der Gedanke, das Verbot elektronischer Presse nur auf E-Paper zu beschränken, erschiene abwegig, kaum ernsthaft vorstellbar. Wenn die von MP zitierte Formulierung allerdings doch so zu verstehen wäre, dass den Anstalten nur ein „E-Paper“ verboten und alles andere erlaubt wird, müssten unsere Verlage eine solche Argumentation als Affront empfinden. Schon die heutigen Nachrichten-Sites der Zeitungen sind kein E-Paper!

In einem **weiteren Punkt** sind die regionalen Tageszeitungen in ihrer ureigensten Funktion betroffen, sollte es bei der bisherigen Entwurfsregelung bleiben.

## **Das „Verbot“ einer flächendeckenden lokalen Berichterstattung in den öffentlich-rechtlichen Onlineangeboten erscheint löchrig wie ein Maschendrahtzaun!**

Wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk dabei für Online-Angebote die selbe Messlatte anlegt wie bei der terrestrischen Programmversorgung, wäre definitiv eine „Flächendeckung“ erst erreicht, wenn weit über 90 Prozent des Sendegebietes lokale Berichterstattung empfangen können. Bei sehr ausgreifenden regionalen und ballungsraumbezogenen Differenzierungen des Sendegebietes, wie das beispielsweise beim WDR zutrifft, ist die Berichterstattung ohnehin schon weitgehend lokaler Natur. Das geografische Kriterium „flächendeckend“ kann also nicht verhindern, dass öffentlich-rechtliche Internetangebote zu lokalen Telemedien und damit noch weiter zu unmittelbaren Konkurrenten der Lokalteile von Zeitungen werden, ob gedruckt oder in deren Online-Ausgabe.

Daher fordern wir, dass jedenfalls eine systematische und gezielte Lokalberichterstattung im Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ausgeschlossen wird.

In Brüssel ist man an diesen Themen schon näher dran. So sprach die EU-Medienkommissarin Viviane Reding in diesen Tagen klare Worte. Unabhängig von der Zuständigkeitsfrage drückte sie wohl die Grundhaltung der EU-Kommission aus. Es sei überhaupt nicht einzusehen, warum mit den vom Gebührenzahler eingezogenen Geldern privaten Verlagen im Internet „unlauterer“ Wettbewerb gemacht werden solle. Sie deutete an, die deutschen Rundfunkanstalten könnten abermals ins Visier von Brüssel geraten, bliebe es bei dem jetzt vorliegenden Textentwurf. Dann müsste die EU-Kommission „wohl oder übel in die nächste Runde gehen“, erklärt die Kommissarin.

In Anspielung auf die Äußerung von MP Beck, ARD und ZDF müssten im Internet die „Inseln der Qualität“ sein, wundert sich Frau Reding, warum einige Politiker in Deutschland, das bei seinen privaten Internetangeboten europaweit führend sei, so viel Vertrauen in ihren öffentlich-rechtlichen Rundfunk und zugleich so wenig Vertrauen in ihre freie Presse haben. Beklagen wir Verleger das nicht schon lange?

Die vorgesehene Onlinezuständigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beruht auf neuen Begriffen und Regelungen, deren Tauglichkeit für die Zielerfüllung sich erst in der Praxis erweisen muß. Deshalb schlage ich vor, in den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag eine Überprüfungs Klausel aufzunehmen. Diesen Weg haben die Länder beispielhaft beim Jugendmedienschutz-Staatsvertrag beschritten. Ein Sachverständigengremium, über dessen personale Zusammensetzung die Anstalten und die Verlegerverbände entscheiden, sollte zwei Jahre nach dem Inkrafttreten des Staatsvertrages den Ländern einen Bericht über die Durchführung der neuen Telemedienbestimmung (§ 11 d) vorlegen und danach wiederum alle zwei Jahre. Damit könnte ein objektives Entwicklungsbild entstehen.

### *3. Beteiligung der Zeitungen am lokalen Rundfunk*

Die Digitalisierung der Übertragungswege für Hörfunk und Fernsehen beschert dem Rundfunk eine Potenzierung der Übertragungskapazitäten und den Veranstaltern eine Minimierung der Übertragungskosten. Die Einstiegsbarriere für den Marktzugang ist also deutlich gesunken. Entsprechend erweitert sich das Programmangebot ständig und neue Akteure wie Kabelnetzbetreiber, Telekommunikationsunternehmen und Finanzinvestoren entdecken den Rundfunkmarkt Dieser digitale Vielfalts-Gewinn erfasst ebenso den lokalen und den regionalen Kommunikationsraum.

Benachteiligt sind auch dabei wieder die Zeitungen, hält doch die Medienregulierung mit dieser Entwicklung nicht Schritt. Für unsere Presseunternehmen, deren traditionelles Print-Geschäftsfeld ja erkennbar schrumpft, bestehen heute noch immer die selben Schranken, die einmal in der digitalen Vorzeit errichtet wurden.

**>> Dem Medienwandel muss daher auch der Gesetzeswandel folgen!**

Es besteht heute keine Rechtfertigung mehr, die nordrhein-westfälischen Tageszeitungsverlage daran zu hindern, bei Rundfunkveranstaltern eine größere Gesellschafterstellung einzunehmen als sie bisher erlaubt ist. Unseren Verlagen muss es generell möglich sein, in den audiovisuellen Lokalmärkten, insbesondere beim Lokalfernsehen, alle Entwicklungspotenziale nutzen zu können, auch in der Stellung eines Mehrheits-Gesellschafters.

Ein vermeintliches Zuviel an Einfluss kann durch ein gesetzliches Instrumentarium reduziert werden, wie es der Rundfunkstaatsvertrag beim Überschreiten des zulässigen Marktanteils eines Rundfunkunternehmens ja schon bereithält.

Auf Dauer ist auch die Erweiterung der publizistischen Aktivitäten der Zeitungshäuser unseres Landes die entscheidende Frage. Im lokalen und regionalen Medienmarkt wird der Wettbewerb ständig intensiver, härter und ungleicher. Dies gilt vor allem dann, wenn sich dort gebührenfinanzierte Rundfunkanstalten mit darauf zugeschnittenen Internetangeboten und global agierende Medienkonzerne audiovisuell betätigen dürfen - wir aber als heimische Medienunternehmen selbst daran gehindert werden, eine führende wirtschaftliche Rolle einzunehmen, obwohl nur diese Rolle es verantwortbar macht, dann auch die notwendigen hohen Investitionen zu tätigen.



Meine Damen und Herren, bestimmt kann ich für die meisten deutschen Zeitungsverlage sprechen wenn ich sage:

*„Unsere Enttäuschung über die Haltung der Landesregierungen gegenüber den Zukunftsfragen der crossmedialen Entwicklung unserer Verlage wächst immer mehr!“*

Oder einfacher formuliert:

*Wann folgen den Worten endlich auch die Taten?*

Meine Damen und Herren,

Im Laufe ihrer langen Geschichte hat die gedruckte Presse schon viele Herausforderungen bestehen müssen, wir haben unter unterschiedlichsten Bedingungen einen inhaltlichen und wirtschaftlichen Wandel durchgemacht. Mit dieser Anpassungsfähigkeit werden wir auch den digitalen Wandel bestehen, unsere hohe publizistische Qualität bewahren und neue Qualitäten und Produkte schaffen.

Dazu brauchen wir jedoch faire regulative Rahmenbedingungen! Nur diese fordern wir ein!

Unsere Zeitungen sind auch Kulturgüter!

Alle anderen Fragen lösen wir dann selbst und das nicht nur zur Freude unserer Leser, sondern auch zu deren Nutzen – schließlich sind es die Zeitungen, welche die Träger der politischen Information in unserem Land sind!

**medienforum.nrw 10. Juni 2008**

**Verlagsindustrie im Umbruch – Strategien, Produkte, Geschäftsmodelle  
Einführung Clemens Bauer**

**Vorsitzender des Zeitungsverlegerverbandes Nordrhein-Westfalen**

*-Es gilt das gesprochene Wort!-*

*Sehr geehrter Herr Minister Krautscheid,  
liebe Kolleginnen und Kollegen,  
meine sehr geehrten Damen und Herren!*

Die gedruckte Zeitung als Medium und die Verlage als Wirtschaftsunternehmen stehen in einem sich inhaltlich und wettbewerblich stark verändernden Markt. Auslöser sind der digitale Umbruch und neue, durchaus interessante Medien-Angebote. Die Mediennutzung der Bürger wendet sich in einem raschen Umstellungsprozess vermehrt auch den elektronischen Medien zu. Gerade jüngere Menschen werden in ihrer Informationsaufnahme „elektronisch“ sozialisiert. Das Internet hat sich als wichtiges Informationsmedium etabliert - die Spatzen pfeifen es von den Dächern!

Mit dieser Veränderung sind für die Zeitungen, ja für alle Print-Medien, Reichweiten- und Anzeigenverluste verbunden. Diese Verluste durch neue Geschäftsfelder zu kompensieren ist die vordringliche Aufgabe der Verleger und ihrer Redaktionen. Wenn - neben der E-Mail-Kommunikation und der Informationsbeschaffung zur Bewältigung des täglichen Lebens - die Informationssuche über das lokale bis internationale Zeitgeschehen die dritthäufigste Onlineaktivität der Deutschen ist, dann steckt hier das Zukunftspotenzial, das alle Zeitungshäuser für ihre publizistische Aufgabe, ihre Refinanzierung und ihre Werbekunden brauchen und nützen müssen.

Die Verlage verändern ihre Geschäftsmodelle, werden crossmedial, multikanalfähig. Unsere Überzeugung ist dabei, dass sich die Zeitung als „Display-Medium“, durch ihre besondere Form der Aufbereitung von Nachricht, Meinung und Hintergrund bewährt hat. Das wird auch dann gelten, wenn die Zeitung einmal nicht mehr auf Papier gedruckt sein wird.

Zeitungen modifizieren ihre Angebote zur Online-Zeitung, nur so werden sie im digitalen Zeitalter bestehen. Web 2.0 hat die Gewohnheiten und Bedürfnisse der Menschen auch in ihrer Mediennutzung nachhaltig verändert. Auch auf diese Änderungen im Lebensstil und in der Altersstruktur müssen wir adäquat reagieren. Dabei liegen Stärken und Kompetenz der Zeitungshäuser in der seriösen Aufbereitung und Präsentation von Nachrichten, durch Hintergrundsberichte, Erklärungen, Analysen und Kommentare, aber auch Unterhaltung; ein wertvolles Startkapital. Diese Stärke und Kompetenz, aber auch die Kraft unserer Marken, gilt es auch auf unsere Online-Zeitungen zu übertragen. Das heißt: Durch das Zusammenspiel der Print- und der Onlinezeitung entstehen zwei sich ergänzende Produkte, herausgegeben von unseren Medien-Häusern mit ihrer langen publizistischen Tradition und ihrer geachteten Markenstärke. Sind nicht die gedruckten Medien unverändert die Träger der politischen Information, mit unverändert hoher Reichweite von über 70%?

Ob allerdings die Zeitungshäuser - im harten Wettbewerb auf dem Medienmarkt - von diesen Vorzügen auch in Zukunft Nutzen ziehen, und ob und wie sie sich in die neuen Geschäftsfelder einbringen können, hängt nicht nur vom jeweiligen verlegerischen Können, sondern ganz wesentlich auch von den medienpolitischen Rahmenbedingungen ab!

## 2. Der 12. RÄStV

Ein großes Thema, das unsere Verlage und die Rundfunkanstalten, aber auch die Politik beschäftigt und das auch unsere Journalisten und Verlagsmitarbeiter existenziell betrifft, ist der kontrovers diskutierte 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag. In seiner jetzigen Entwurfsfassung enthält der Text für die Zeitungen und Zeitschriften viele Elemente, die wir nur als entwicklungs-hemmend bezeichnen können - und er lässt viele Fragen offen!

Zunächst müssen wir in aller Klarheit feststellen:

Entgegen eigenen Bekundungen wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk im aktuellen Text des neuen Rundfunkstaatsvertrags in seinen Online-Aktivitäten NICHT oder fast nicht eingeschränkt. Im Gegenteil! Die Anstalten können in den Genuss einer institutionellen Absicherung für diese Aktivitäten kommen und profitieren gleichzeitig von deren Ausweitung.

Dahinter zeigt sich die Kontur einer völlig neuen medialen Dimension: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk erhält einen zusätzlichen Onlineauftrag als dritte Säule neben Fernsehen und Hörfunk. Nach jetziger Rechtslage kann er Internetangebote, die das Gesetz „Telemedien“ nennt, nur „programm-begleitend“ und nur „programm-bezogen“ einsetzen. Mit dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag könnten die Anstalten zu gebührenfinanzierten Online-Vollanbietern werden – einzigartig in dieser Welt von Google, Yahoo und T-online!

Erinnern wir uns: Hauptzweck und Begründung für einen aus Zwangsgebühren finanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk war die Grundversorgung der Bevölkerung mit Fernsehen und Hörfunk. Das Internet als Übertragungsweg und Mittel für ergänzende Dienste hat eigentlich akzessorischen Charakter. Die

nichtlinearen Dienste stehen zu den linearen Rundfunkangeboten in einem Verhältnis wie eine Nebensache oder ein Zubehör zur Hauptsache. Die neue und systemwidrige Rolle öffentlich-rechtlicher Internetangebote als dritter Hauptsache kann einem gebührenfinanzierten und damit wirtschaftlich risikolosen Expansionsstreben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Tür und Tor öffnen. Und das alles für einen Markt, dessen Angebot schon längst eine hohe, privatwirtschaftlich finanzierte Qualität und Diversität aufweist! Dies halten wir für systemwidrig und daher medienpolitisch unerwünscht.

Unverändert lautet daher unsere Forderung, in § 11 a den Angebotsauftrag anders zu formulieren: *„Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind Rundfunkprogramme (Hörfunk- und Fernsehen) und zu deren Unterstützung Telemedien ...“*. Online ist Zubehör und nicht Hauptsache!

Mittlerweile hat sich der Entwurfstext so verändert, dass nicht mehr klar ist, ob dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk das Angebot einer elektronischen Presse nur bei nicht sendungsbezogenen Angeboten untersagt ist, wie es der aktuelle Entwurf nahe legt oder auch bei sendungsbezogenen Angeboten, wie das noch beim Vorentwurf angenommen werden konnte. Wenn ein solches Verbot ernst gemeint wird, kann es sich nur auf das Gesamtangebot erstrecken. Der Fehler ließe sich leicht reparieren. Die Formulierung *„nicht sendungsbezogene Angebote elektronischer Presse sind unzulässig“* müsste einfach in *„Telemedien sind als elektronische Presse unzulässig“* umgewandelt werden.

Wie wirksam der Ausschluss der elektronischen Presse vom nichtlinearen Angebotsspektrum des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist, hängt ganz entscheidend von der begrifflichen Festlegung ab. Bisher gab es weder in der Gesetzgebung noch in der Rechtsprechung eine Definition der *„elektronischen*

*Presse*“. Immerhin erhält die Begriffsbestimmung im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag eine zukunftsprägende Funktion. Die im Entwurf vorgestellten Definitionsvarianten sind eine erste, aber noch unbefriedigende Annäherung. In Anlehnung an die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zu den für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zulässigen Druckwerken schlagen wir vor, elektronische Presse zu definieren als ein *„journalistisch-redaktionell gestaltetes Angebot aus Texten, Grafiken, Bildern und Tönen, das einer pressemäßigen Berichterstattung entspricht“*.

Ich bin dankbar, dass MP Rüttgers in seiner gestrigen Grundsatzrede festgestellt hat, dass elektronische Presse den Anstalten nicht erlaubt sei, wenn sie nicht sendungsbezogen erscheine und wenn sie journalistisch gestalteten Angeboten aus Text und Bild, wie sie nach Gestalt und Inhalt für Zeitungen und Zeitschriften typisch seien, entspräche. Damit könnte klargestellt sein, dass elektronische Presse im Sinne dieser Definition mehr ist als E-Paper.

E-Paper ist identisch mit einer gedruckten Tageszeitung als bildhafte Kopie der Zeitung im Netz. Der Gedanke, das Verbot elektronischer Presse nur auf E-Paper zu beschränken, erschien abwegig, kaum ernsthaft vorstellbar. Wenn die von MP zitierte Formulierung allerdings doch so zu verstehen wäre, dass den Anstalten nur ein „E-Paper“ verboten und alles andere erlaubt wird, müssten unsere Verlage eine solche Argumentation als Affront empfinden. Schon die heutigen Nachrichten-Sites der Zeitungen sind kein E-Paper!

In einem **weiteren Punkt** sind die regionalen Tageszeitungen in ihrer ureigensten Funktion betroffen, sollte es bei der bisherigen Entwurfsregelung bleiben.

## **Das „Verbot“ einer flächendeckenden lokalen Berichterstattung in den öffentlich-rechtlichen Onlineangeboten erscheint löchrig wie ein Maschendrahtzaun!**

Wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk dabei für Online-Angebote die selbe Messlatte anlegt wie bei der terrestrischen Programmversorgung, wäre definitiv eine „Flächendeckung“ erst erreicht, wenn weit über 90 Prozent des Sendegebietes lokale Berichterstattung empfangen können. Bei sehr ausgreifenden regionalen und ballungsraumbezogenen Differenzierungen des Sendegebietes, wie das beispielsweise beim WDR zutrifft, ist die Berichterstattung ohnehin schon weitgehend lokaler Natur. Das geografische Kriterium „flächendeckend“ kann also nicht verhindern, dass öffentlich-rechtliche Internetangebote zu lokalen Telemedien und damit noch weiter zu unmittelbaren Konkurrenten der Lokalteile von Zeitungen werden, ob gedruckt oder in deren Online-Ausgabe.

Daher fordern wir, dass jedenfalls eine systematische und gezielte Lokalberichterstattung im Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ausgeschlossen wird.

In Brüssel ist man an diesen Themen schon näher dran. So sprach die EU-Medienkommissarin Viviane Reding in diesen Tagen klare Worte. Unabhängig von der Zuständigkeitsfrage drückte sie wohl die Grundhaltung der EU-Kommission aus. Es sei überhaupt nicht einzusehen, warum mit den vom Gebührenzahler eingezogenen Geldern privaten Verlagen im Internet „unlauterer“ Wettbewerb gemacht werden solle. Sie deutete an, die deutschen Rundfunkanstalten könnten abermals ins Visier von Brüssel geraten, bliebe es bei dem jetzt vorliegenden Textentwurf. Dann müsste die EU-Kommission „wohl oder übel in die nächste Runde gehen“, erklärt die Kommissarin.

In Anspielung auf die Äußerung von MP Beck, ARD und ZDF müssten im Internet die „Inseln der Qualität“ sein, wundert sich Frau Reding, warum einige Politiker in Deutschland, das bei seinen privaten Internetangeboten europaweit führend sei, so viel Vertrauen in ihren öffentlich-rechtlichen Rundfunk und zugleich so wenig Vertrauen in ihre freie Presse haben. Beklagen wir Verleger das nicht schon lange?

Die vorgesehene Onlinezuständigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beruht auf neuen Begriffen und Regelungen, deren Tauglichkeit für die Zielerfüllung sich erst in der Praxis erweisen muß. Deshalb schlage ich vor, in den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag eine Überprüfungs Klausel aufzunehmen. Diesen Weg haben die Länder beispielhaft beim Jugendmedienschutz-Staatsvertrag beschritten. Ein Sachverständigengremium, über dessen personale Zusammensetzung die Anstalten und die Verlegerverbände entscheiden, sollte zwei Jahre nach dem Inkrafttreten des Staatsvertrages den Ländern einen Bericht über die Durchführung der neuen Telemedienbestimmung (§ 11 d) vorlegen und danach wiederum alle zwei Jahre. Damit könnte ein objektives Entwicklungsbild entstehen.

### *3. Beteiligung der Zeitungen am lokalen Rundfunk*

Die Digitalisierung der Übertragungswege für Hörfunk und Fernsehen beschert dem Rundfunk eine Potenzierung der Übertragungskapazitäten und den Veranstaltern eine Minimierung der Übertragungskosten. Die Einstiegsbarriere für den Marktzugang ist also deutlich gesunken. Entsprechend erweitert sich das Programmangebot ständig und neue Akteure wie Kabelnetzbetreiber, Telekommunikationsunternehmen und Finanzinvestoren entdecken den Rundfunkmarkt Dieser digitale Vielfalts-Gewinn erfasst ebenso den lokalen und den regionalen Kommunikationsraum.



Benachteiligt sind auch dabei wieder die Zeitungen, hält doch die Medienregulierung mit dieser Entwicklung nicht Schritt. Für unsere Presseunternehmen, deren traditionelles Print-Geschäftsfeld ja erkennbar schrumpft, bestehen heute noch immer die selben Schranken, die einmal in der digitalen Vorzeit errichtet wurden.

**>> Dem Medienwandel muss daher auch der Gesetzeswandel folgen!**

Es besteht heute keine Rechtfertigung mehr, die nordrhein-westfälischen Tageszeitungsverlage daran zu hindern, bei Rundfunkveranstaltern eine größere Gesellschafterstellung einzunehmen als sie bisher erlaubt ist. Unseren Verlagen muss es generell möglich sein, in den audiovisuellen Lokalmärkten, insbesondere beim Lokalfernsehen, alle Entwicklungspotenziale nutzen zu können, auch in der Stellung eines Mehrheits-Gesellschafters.

Ein vermeintliches Zuviel an Einfluss kann durch ein gesetzliches Instrumentarium reduziert werden, wie es der Rundfunkstaatsvertrag beim Überschreiten des zulässigen Marktanteils eines Rundfunkunternehmens ja schon bereithält.

Auf Dauer ist auch die Erweiterung der publizistischen Aktivitäten der Zeitungshäuser unseres Landes die entscheidende Frage. Im lokalen und regionalen Medienmarkt wird der Wettbewerb ständig intensiver, härter und ungleicher. Dies gilt vor allem dann, wenn sich dort gebührenfinanzierte Rundfunkanstalten mit darauf zugeschnittenen Internetangeboten und global agierende Medienkonzerne audiovisuell betätigen dürfen - wir aber als heimische Medienunternehmen selbst daran gehindert werden, eine führende wirtschaftliche Rolle einzunehmen, obwohl nur diese Rolle es verantwortbar macht, dann auch die notwendigen hohen Investitionen zu tätigen.

Meine Damen und Herren, bestimmt kann ich für die meisten deutschen Zeitungsverlage sprechen wenn ich sage:

*„Unsere Enttäuschung über die Haltung der Landesregierungen gegenüber den Zukunftsfragen der crossmedialen Entwicklung unserer Verlage wächst immer mehr!“*

Oder einfacher formuliert:

*Wann folgen den Worten endlich auch die Taten?*

Meine Damen und Herren,

Im Laufe ihrer langen Geschichte hat die gedruckte Presse schon viele Herausforderungen bestehen müssen, wir haben unter unterschiedlichsten Bedingungen einen inhaltlichen und wirtschaftlichen Wandel durchgemacht. Mit dieser Anpassungsfähigkeit werden wir auch den digitalen Wandel bestehen, unsere hohe publizistische Qualität bewahren und neue Qualitäten und Produkte schaffen.

Dazu brauchen wir jedoch faire regulative Rahmenbedingungen! Nur diese fordern wir ein!

Unsere Zeitungen sind auch Kulturgüter!

Alle anderen Fragen lösen wir dann selbst und das nicht nur zur Freude unserer Leser, sondern auch zu deren Nutzen – schließlich sind es die Zeitungen, welche die Träger der politischen Information in unserem Land sind!

**medienforum.nrw 10. Juni 2008**

**Verlagsindustrie im Umbruch – Strategien, Produkte, Geschäftsmodelle**

**Einführung Clemens Bauer**

**Vorsitzender des Zeitungsverlegerverbandes Nordrhein-Westfalen**

*-Es gilt das gesprochene Wort!-*

*Sehr geehrter Herr Minister Krautscheid,*

*liebe Kolleginnen und Kollegen,*

*meine sehr geehrten Damen und Herren!*

Die gedruckte Zeitung als Medium und die Verlage als Wirtschaftsunternehmen stehen in einem sich inhaltlich und wettbewerblich stark verändernden Markt. Auslöser sind der digitale Umbruch und neue, durchaus interessante Medien-Angebote. Die Mediennutzung der Bürger wendet sich in einem raschen Umstellungsprozess vermehrt auch den elektronischen Medien zu. Gerade jüngere Menschen werden in ihrer Informationsaufnahme „elektronisch“ sozialisiert. Das Internet hat sich als wichtiges Informationsmedium etabliert - die Spatzen pfeifen es von den Dächern!

Mit dieser Veränderung sind für die Zeitungen, ja für alle Print-Medien, Reichweiten- und Anzeigenverluste verbunden. Diese Verluste durch neue Geschäftsfelder zu kompensieren ist die vordringliche Aufgabe der Verleger und ihrer Redaktionen. Wenn - neben der E-Mail-Kommunikation und der Informationsbeschaffung zur Bewältigung des täglichen Lebens - die Informationssuche über das lokale bis internationale Zeitgeschehen die dritthäufigste Onlineaktivität der Deutschen ist, dann steckt hier das Zukunftspotenzial, das alle Zeitungshäuser für ihre publizistische Aufgabe, ihre Refinanzierung und ihre Werbekunden brauchen und nützen müssen.

Die Verlage verändern ihre Geschäftsmodelle, werden crossmedial, multikanalfähig. Unsere Überzeugung ist dabei, dass sich die Zeitung als „Display-Medium“, durch ihre besondere Form der Aufbereitung von Nachricht, Meinung und Hintergrund bewährt hat. Das wird auch dann gelten, wenn die Zeitung einmal nicht mehr auf Papier gedruckt sein wird.

Zeitungen modifizieren ihre Angebote zur Online-Zeitung, nur so werden sie im digitalen Zeitalter bestehen. Web 2.0 hat die Gewohnheiten und Bedürfnisse der Menschen auch in ihrer Mediennutzung nachhaltig verändert. Auch auf diese Änderungen im Lebensstil und in der Altersstruktur müssen wir adäquat reagieren. Dabei liegen Stärken und Kompetenz der Zeitungshäuser in der seriösen Aufbereitung und Präsentation von Nachrichten, durch Hintergrundsberichte, Erklärungen, Analysen und Kommentare, aber auch Unterhaltung; ein wertvolles Startkapital. Diese Stärke und Kompetenz, aber auch die Kraft unserer Marken, gilt es auch auf unsere Online-Zeitungen zu übertragen. Das heißt: Durch das Zusammenspiel der Print- und der Onlinezeitung entstehen zwei sich ergänzende Produkte, herausgegeben von unseren Medien-Häusern mit ihrer langen publizistischen Tradition und ihrer geachteten Markenstärke. Sind nicht die gedruckten Medien unverändert die Träger der politischen Information, mit unverändert hoher Reichweite von über 70%?

Ob allerdings die Zeitungshäuser - im harten Wettbewerb auf dem Medienmarkt - von diesen Vorzügen auch in Zukunft Nutzen ziehen, und ob und wie sie sich in die neuen Geschäftsfelder einbringen können, hängt nicht nur vom jeweiligen verlegerischen Können, sondern ganz wesentlich auch von den medienpolitischen Rahmenbedingungen ab!

## 2. Der 12. RÄStV

Ein großes Thema, das unsere Verlage und die Rundfunkanstalten, aber auch die Politik beschäftigt und das auch unsere Journalisten und Verlagsmitarbeiter existenziell betrifft, ist der kontrovers diskutierte 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag. In seiner jetzigen Entwurfsfassung enthält der Text für die Zeitungen und Zeitschriften viele Elemente, die wir nur als entwicklungs-hemmend bezeichnen können - und er lässt viele Fragen offen!

Zunächst müssen wir in aller Klarheit feststellen:

Entgegen eigenen Bekundungen wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk im aktuellen Text des neuen Rundfunkstaatsvertrags in seinen Online-Aktivitäten NICHT oder fast nicht eingeschränkt. Im Gegenteil! Die Anstalten können in den Genuss einer institutionellen Absicherung für diese Aktivitäten kommen und profitieren gleichzeitig von deren Ausweitung.

Dahinter zeigt sich die Kontur einer völlig neuen medialen Dimension: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk erhält einen zusätzlichen Onlineauftrag als dritte Säule neben Fernsehen und Hörfunk. Nach jetziger Rechtslage kann er Internetangebote, die das Gesetz „Telemedien“ nennt, nur „programm-begleitend“ und nur „programm-bezogen“ einsetzen. Mit dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag könnten die Anstalten zu gebührenfinanzierten Online-Vollanbietern werden – einzigartig in dieser Welt von Google, Yahoo und T-online!

Erinnern wir uns: Hauptzweck und Begründung für einen aus Zwangsgebühren finanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk war die Grundversorgung der Bevölkerung mit Fernsehen und Hörfunk. Das Internet als Übertragungsweg und Mittel für ergänzende Dienste hat eigentlich akzessorischen Charakter. Die

nichtlinearen Dienste stehen zu den linearen Rundfunkangeboten in einem Verhältnis wie eine Nebensache oder ein Zubehör zur Hauptsache. Die neue und systemwidrige Rolle öffentlich-rechtlicher Internetangebote als dritter Hauptsache kann einem gebührenfinanzierten und damit wirtschaftlich risikolosen Expansionsstreben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Tür und Tor öffnen. Und das alles für einen Markt, dessen Angebot schon längst eine hohe, privatwirtschaftlich finanzierte Qualität und Diversität aufweist! Dies halten wir für systemwidrig und daher medienpolitisch unerwünscht.

Unverändert lautet daher unsere Forderung, in § 11 a den Angebotsauftrag anders zu formulieren: „*Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind Rundfunkprogramme (Hörfunk- und Fernsehen) und zu deren Unterstützung Telemedien ...*“. Online ist Zubehör und nicht Hauptsache!

Mittlerweile hat sich der Entwurfstext so verändert, dass nicht mehr klar ist, ob dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk das Angebot einer elektronischen Presse nur bei nicht sendungsbezogenen Angeboten untersagt ist, wie es der aktuelle Entwurf nahe legt oder auch bei sendungsbezogenen Angeboten, wie das noch beim Vorentwurf angenommen werden konnte. Wenn ein solches Verbot ernst gemeint wird, kann es sich nur auf das Gesamtangebot erstrecken. Der Fehler ließe sich leicht reparieren. Die Formulierung „*nicht sendungsbezogene Angebote elektronischer Presse sind unzulässig*“ müsste einfach in „*Telemedien sind als elektronische Presse unzulässig*“ umgewandelt werden.

Wie wirksam der Ausschluss der elektronischen Presse vom nichtlinearen Angebotsspektrum des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist, hängt ganz entscheidend von der begrifflichen Festlegung ab. Bisher gab es weder in der Gesetzgebung noch in der Rechtsprechung eine Definition der „*elektronischen*

*Presse*“. Immerhin erhält die Begriffsbestimmung im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag eine zukunftsprägende Funktion. Die im Entwurf vorgestellten Definitionsvarianten sind eine erste, aber noch unbefriedigende Annäherung. In Anlehnung an die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zu den für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zulässigen Druckwerken schlagen wir vor, elektronische Presse zu definieren als ein „*journalistisch-redaktionell gestaltetes Angebot aus Texten, Grafiken, Bildern und Tönen, das einer pressemäßigen Berichterstattung entspricht*“.

Ich bin dankbar, dass MP Rüttgers in seiner gestrigen Grundsatzrede festgestellt hat, dass elektronische Presse den Anstalten nicht erlaubt sei, wenn sie nicht sendungsbezogen erscheine und wenn sie journalistisch gestalteten Angeboten aus Text und Bild, wie sie nach Gestalt und Inhalt für Zeitungen und Zeitschriften typisch seien, entspräche. Damit könnte klargestellt sein, dass elektronische Presse im Sinne dieser Definition mehr ist als E-Paper.

E-Paper ist identisch mit einer gedruckten Tageszeitung als bildhafte Kopie der Zeitung im Netz. Der Gedanke, das Verbot elektronischer Presse nur auf E-Paper zu beschränken, erschiene abwegig, kaum ernsthaft vorstellbar. Wenn die von MP zitierte Formulierung allerdings doch so zu verstehen wäre, dass den Anstalten nur ein „E-Paper“ verboten und alles andere erlaubt wird, müssten unsere Verlage eine solche Argumentation als Affront empfinden. Schon die heutigen Nachrichten-Sites der Zeitungen sind kein E-Paper!

In einem **weiteren Punkt** sind die regionalen Tageszeitungen in ihrer ureigensten Funktion betroffen, sollte es bei der bisherigen Entwurfsregelung bleiben.

## **Das „Verbot“ einer flächendeckenden lokalen Berichterstattung in den öffentlich-rechtlichen Onlineangeboten erscheint löchrig wie ein Maschendrahtzaun!**

Wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk dabei für Online-Angebote die selbe Messlatte anlegt wie bei der terrestrischen Programmversorgung, wäre definitiv eine „Flächendeckung“ erst erreicht, wenn weit über 90 Prozent des Sendegebietes lokale Berichterstattung empfangen können. Bei sehr ausgreifenden regionalen und ballungsraumbezogenen Differenzierungen des Sendegebietes, wie das beispielsweise beim WDR zutrifft, ist die Berichterstattung ohnehin schon weitgehend lokaler Natur. Das geografische Kriterium „flächendeckend“ kann also nicht verhindern, dass öffentlich-rechtliche Internetangebote zu lokalen Telemedien und damit noch weiter zu unmittelbaren Konkurrenten der Lokalteile von Zeitungen werden, ob gedruckt oder in deren Online-Ausgabe.

Daher fordern wir, dass jedenfalls eine systematische und gezielte Lokalberichterstattung im Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ausgeschlossen wird.

In Brüssel ist man an diesen Themen schon näher dran. So sprach die EU-Medienkommissarin Viviane Reding in diesen Tagen klare Worte. Unabhängig von der Zuständigkeitsfrage drückte sie wohl die Grundhaltung der EU-Kommission aus. Es sei überhaupt nicht einzusehen, warum mit den vom Gebührenzahler eingezogenen Geldern privaten Verlagen im Internet „unlauterer“ Wettbewerb gemacht werden solle. Sie deutete an, die deutschen Rundfunkanstalten könnten abermals ins Visier von Brüssel geraten, bliebe es bei dem jetzt vorliegenden Textentwurf. Dann müsste die EU-Kommission „wohl oder übel in die nächste Runde gehen“, erklärt die Kommissarin.



In Anspielung auf die Äußerung von MP Beck, ARD und ZDF müssten im Internet die „Inseln der Qualität“ sein, wundert sich Frau Reding, warum einige Politiker in Deutschland, das bei seinen privaten Internetangeboten europaweit führend sei, so viel Vertrauen in ihren öffentlich-rechtlichen Rundfunk und zugleich so wenig Vertrauen in ihre freie Presse haben. Beklagen wir Verleger das nicht schon lange?

Die vorgesehene Onlinezuständigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beruht auf neuen Begriffen und Regelungen, deren Tauglichkeit für die Zielerfüllung sich erst in der Praxis erweisen muß. Deshalb schlage ich vor, in den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag eine Überprüfungs Klausel aufzunehmen. Diesen Weg haben die Länder beispielhaft beim Jugendmedienschutz-Staatsvertrag beschritten. Ein Sachverständigengremium, über dessen personale Zusammensetzung die Anstalten und die Verlegerverbände entscheiden, sollte zwei Jahre nach dem Inkrafttreten des Staatsvertrages den Ländern einen Bericht über die Durchführung der neuen Telemedienbestimmung (§ 11 d) vorlegen und danach wiederum alle zwei Jahre. Damit könnte ein objektives Entwicklungsbild entstehen.

### *3. Beteiligung der Zeitungen am lokalen Rundfunk*

Die Digitalisierung der Übertragungswege für Hörfunk und Fernsehen beschert dem Rundfunk eine Potenzierung der Übertragungskapazitäten und den Veranstaltern eine Minimierung der Übertragungskosten. Die Einstiegsbarriere für den Marktzugang ist also deutlich gesunken. Entsprechend erweitert sich das Programmangebot ständig und neue Akteure wie Kabelnetzbetreiber, Telekommunikationsunternehmen und Finanzinvestoren entdecken den Rundfunkmarkt Dieser digitale Vielfalts-Gewinn erfasst ebenso den lokalen und den regionalen Kommunikationsraum.

Benachteiligt sind auch dabei wieder die Zeitungen, hält doch die Medienregulierung mit dieser Entwicklung nicht Schritt. Für unsere Presseunternehmen, deren traditionelles Print-Geschäftsfeld ja erkennbar schrumpft, bestehen heute noch immer die selben Schranken, die einmal in der digitalen Vorzeit errichtet wurden.

**>> Dem Medienwandel muss daher auch der Gesetzeswandel folgen!**

Es besteht heute keine Rechtfertigung mehr, die nordrhein-westfälischen Tageszeitungsverlage daran zu hindern, bei Rundfunkveranstaltern eine größere Gesellschafterstellung einzunehmen als sie bisher erlaubt ist. Unseren Verlagen muss es generell möglich sein, in den audiovisuellen Lokalmärkten, insbesondere beim Lokalfernsehen, alle Entwicklungspotenziale nutzen zu können, auch in der Stellung eines Mehrheits-Gesellschafters.

Ein vermeintliches Zuviel an Einfluss kann durch ein gesetzliches Instrumentarium reduziert werden, wie es der Rundfunkstaatsvertrag beim Überschreiten des zulässigen Marktanteils eines Rundfunkunternehmens ja schon bereithält.

Auf Dauer ist auch die Erweiterung der publizistischen Aktivitäten der Zeitungshäuser unseres Landes die entscheidende Frage. Im lokalen und regionalen Medienmarkt wird der Wettbewerb ständig intensiver, härter und ungleicher. Dies gilt vor allem dann, wenn sich dort gebührenfinanzierte Rundfunkanstalten mit darauf zugeschnittenen Internetangeboten und global agierende Medienkonzerne audiovisuell betätigen dürfen - wir aber als heimische Medienunternehmen selbst daran gehindert werden, eine führende wirtschaftliche Rolle einzunehmen, obwohl nur diese Rolle es verantwortbar macht, dann auch die notwendigen hohen Investitionen zu tätigen.

Meine Damen und Herren, bestimmt kann ich für die meisten deutschen Zeitungsverlage sprechen wenn ich sage:

*„Unsere Enttäuschung über die Haltung der Landesregierungen gegenüber den Zukunftsfragen der crossmedialen Entwicklung unserer Verlage wächst immer mehr!“*

Oder einfacher formuliert:

*Wann folgen den Worten endlich auch die Taten?*

Meine Damen und Herren,

Im Laufe ihrer langen Geschichte hat die gedruckte Presse schon viele Herausforderungen bestehen müssen, wir haben unter unterschiedlichsten Bedingungen einen inhaltlichen und wirtschaftlichen Wandel durchgemacht. Mit dieser Anpassungsfähigkeit werden wir auch den digitalen Wandel bestehen, unsere hohe publizistische Qualität bewahren und neue Qualitäten und Produkte schaffen.

Dazu brauchen wir jedoch faire regulative Rahmenbedingungen! Nur diese fordern wir ein!

Unsere Zeitungen sind auch Kulturgüter!

Alle anderen Fragen lösen wir dann selbst und das nicht nur zur Freude unserer Leser, sondern auch zu deren Nutzen – schließlich sind es die Zeitungen, welche die Träger der politischen Information in unserem Land sind!