FORMATT
Institut
Forschung
Medien Aktuell
Technologie
TRANSFER

FORMATT-Institut · Baroper Straße 310b · 44227 Dortmund

Landtag NRW
Medienausschuss
Birgit Hielscher Ref. I.1
Postfach 10 11 43

40002 Düsseldorf

LANDTAG
NORDRHEIN-WESTFALEN
13. WAHLPERIODE

ZUSCHRIFT
13/ 1594
A21

rö/jac

26. April 2002

Anhörung zum LMG NRW

Sehr geehrte Frau Hielscher,

anbei schicke ich Ihnen unsere Stellungnahme zum LMG NRW für die Öffentliche Anhörung am 06.05.2002.

Ich werde an der Öffentlichen Anhörung des Medienausschusses teilnehmen.

Mit freundlichen Grüßen

Horst Röper

Geschäftsführer:
Horst Röper

Telefon: 0231 - 75 61 57
Telefax: 0231 - 75 69 75
Email: formatt-institut@t-online.de

Bankverbindung:
Dortmunder Volksbank

BLZ: 441 600 14
Kto.-Nr. 234 117 4200

Stellungnahme zum LMG NRW – Drucksache 13/2368

Öffentliche Anhörung am 06.05.2002

Mit Rücksicht auf die stattliche Zahl der eingeforderten Stellungnahmen und die sehr knapp bemessene Zeit zur Bearbeitung der Stellungnahme werde ich mich im Folgenden auf den § 33 Sicherung zur Meinungsvielfalt beschränken.

§ 33 Sicherung der Meinungsvielfalt

Mit diesem Paragraphen wird der Versuch unternommen, im Wesentlichen für landesweiten oder in Teilen des Landes veranstalteten Rundfunk Beteiligungsgrenzen festzulegen, um die Meinungsvielfalt zu sichern bzw. der Agglomeration publizistischen Einflusses Einhalt zu gebieten. Im Absatz 2 geht es dabei um Rundfunkveranstalter und in den Absätzen 3 und 4 um Verlagsunternehmen.

Zum Absatz 2:

Die Begrenzung der Beteiligung von Rundfunkveranstaltern an regionalen bzw. subregionalen Rundfunkprogrammen ist gerechtfertigt. Der private Sektor im dualen Fernsehmarkt Deutschlands ist bereits hochgradig konzentriert. Die beiden Unternehmensgruppen Kirch-Konzern und Bertelsmann-Konzern erreichen mit ihren jeweiligen Beteiligungssendern jeweils Marktanteile oberhalb von 20 Prozent. Bei einem Marktanteil der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Höhe von insgesamt ca. 40 Prozent verbleiben demnach für sämtliche übrigen Anbieter im deutschen Markt nur rund 10 Prozent. Die Dominanz der beiden sog. Senderfamilien Kirch und Bertelsmann ist enorm groß. Eine Erweiterung ihres Einflusses auf die öffentliche Meinungsbildung durch Beteiligung an landesweiten bzw. subregionalen Rundfunkprogrammen ist nicht wünschenswert.

Dies gilt insbesondere mit der Erwartung, dass der regionale Rundfunkmarkt in Nordrhein-Westfalen aus ökonomischen Gründen eine Vielzahl von zusätzlichen Programmen nicht erlauben wird. Der hiesige Werbemarkt wird insbesondere nicht ausreichen, im Bereich des Fernsehens mehrere Sender zu finanzieren. Entsprechend wird die Bedeutung der einzelnen realisierten Programme auf die öffentliche Meinungsbildung groß sein. Da dieser Einfluss im Sinne des vom Bundesverfassungsgericht ausgewiesenen außenpluralen Modells demnach kaum relativiert werden wird,

sind vorsorgliche Begrenzungen sachlich begründet und angemessen. Dies gilt auch für das festgesetzte Quorum in Höhe von mindestens 20 Prozent beim Zuschaueranteil im bundesweiten Fernsehen.

Zum Absatz 3

Die Begrenzung der Beteiligung von Presseunternehmen an Rundunkveranstaltern, deren Verbreitungsgebiet mit jenen von marktbeherrschenden Zeitungen im Wesentlichen übereinstimmt, ist sachgemäß. Der Zeitungsmarkt in Nordrhein-Westfalen zeichnete sich über Jahrzehnte durch eine größere Angebotsdichte aus als in den meisten anderen Bundesländern. Inzwischen ist aber die Pressekonzentration im nordrhein-westfälischen Zeitungsmarkt so weit fortgeschritten, dass auch hierzulande sowohl die Anbieter- als auch die Angebotsstruktur hochgradig konzentriert ist. Trotz des hohen erreichten Niveaus muss davon ausgegangen werden, dass sich diese Konzentration auch in den nächsten Jahren fortsetzt.

Da viele der einstmals eigenständigen Kleinverlage inzwischen von größeren Verlagen bzw. Verlagsgruppen aufgekauft worden sind, wird die Pressekonzentration in den nächsten Jahren wohl insbesondere die Angebotsstruktur betreffen. Das heißt, dass Verlage Lokalteile mit nachrangiger Marktstellung aufgeben werden. Diese ohnehin vorhandene Tendenz zu Gebietsarrondierungen dürfte auch hierzulande gesteigert werden durch die bundesweit zu beobachtende Tendenz zu wechselseitigen Arrondierungen jeweils zu Gunsten des Marktführers. Betriebswirtschaftliche Gründe sind dafür maßgeblich. Das Ergebnis wird eine steigende Monopolisierung des lokalen und regionalen Tageszeitungsmarktes sein. Im Rahmen von Studien für die LfR haben wir mehrfach den Tageszeitungsmarkt in Nordrhein-Westfalen untersucht. Im Jahr 1990 gab es bereits Angebotsmonopole in 3 Großstädten und 44 Gemeinden. Insgesamt hatten damals gut 1,5 Mio. Einwohner keine Wahl mehr zwischen unterschiedlichen Tageszeitungen mit lokaler Information. Bis Anfang diesen Jahres sind diese Monopolgebiete erheblich gewachsen. Inzwischen sind gut 2 Mio. Einwohner von derartigen Monopolen betroffen. Der Zuwachs liegt bei rund einem Drittel.

Die Vermachtung des Tageszeitungsmarktes ist noch viel stärker ausgeprägt, wenn man sie auf der Ebene der Anbieter, also der Verlage, darstellt. Da gerade in Nordrhein-Westfalen mehrere Verlagsunternehmen gleich mehrere Tageszeitungen mit

teilweise identischem Verbreitungsgebiet beherrschen, sind die Anbietermonopole, also Verbreitungsgebiete, in denen Tageszeitungen nur noch von einem Verlagsunternehmen angeboten werden, noch viel größer als die Angebotsmonopole. In Verbreitungsgebieten mit einem Anbietermonopol wohnen – ohne Berücksichtigung von Monopolgebieten – knapp 4,2 Mio. Einwohner.

Fasst man diese Anbieter- und Angebotsmonopole zusammen, so sind von diesen Strukturen inzwischen 6,2 Mio. Einwohner betroffen.

Hinzu kommt, dass in Nordrhein-Westfalen gerade die Verlage mit einem Anbietermonopol auch stark engagiert sind in der Branche der Anzeigenblätter. Einzelne Verlage halten dabei Anteile an Anzeigenblattverlagen, die auch außerhalb der Verbreitungsgebiete ihrer Tageszeitungen aktiv sind. Im Wesentlichen werden die Anzeigenblätter von Zeitungsverlagen bzw. deren Tochter- und Beteiligungsunternehmen aber gerade in den Verbreitungsgebieten ihrer Tageszeitungen verteilt. Dabei erreichen die Anzeigenblätter aus Zeitungsverlagsgruppen fast regelmäßig in diesen Gebieten die Marktführerschaft. Zum Teil erscheinen die Blätter sogar konkurrenzlos, das heißt die Verlagsunternehmen haben ein Monopol sowohl im Zeitungs- als auch im Anzeigenblattmarkt. Gerade in den letzten Jahren hat sich auch in der Anzeigenblattbranche der Durchsetzungswille und die Durchsetzungsfähigkeit der Zeitungsunternehmen auf Kosten von zumal kleineren Anzeigenblattverlagen gezeigt. Eine Tendenz zur Konzentration ist bei den Anzeigenblättern unverkennbar. Bei dieser Entwicklung haben sich Zeitungsunternehmen in ihren jeweiligen Verbreitungsgebieten als strukturell begünstigt und damit als durchsetzungsfähig erwiesen.

Letztlich haben zumindest einzelne Zeitungsverlagsunternehmen ihre Aktivitäten auch auf den Markt von regionalen Zeitschriften ausgedehnt. Auch in diesen Fällen kommt unter publizistischen Aspekten erschwerend hinzu, dass auch diese Aktivitäten auf ihre jeweiligen Kernverbreitungsgebiete konzentriert sind.

Insgesamt bleibt festzustellen, dass gerade der Medienmarkt mit lokaler Information in einer stattlichen und zudem zunehmenden Zahl von Regionen beherrscht wird von Zeitungsverlagsunternehmen. Wenn sich nun durch die Rundfunkentwicklung die Chance ergibt, diese konzentrierten Medienmärkte mit neuen Angeboten zu berei-

chern, so muss mit dem Ziel der Wiedererlangung publizistischer Vielfalt in jedem Fall der Einfluss von marktbeherrschenden Tageszeitungen beschränkt werden. Im Sinne der publizistischen Vielfalt wäre sogar ein Beteiligungsverbot von Verlagsunternehmen mit marktbeherrschender Stellung an Rundfunkunternehmen im Verbreitungsgebiet dieser Tageszeitungen sachgerecht.

Da inzwischen selbst von nordrhein-westfälischen Verlagsunternehmen zu hören ist, dass eine Beschränkung ihrer Beteiligungsmöglichkeiten zu Umgehungstatbeständen verleite, sollte über die jetzigen Beschränkungen hinaus festgelegt werden, dass Verlagsunternehmen bzw. ihnen zuzurechnende Unternehmen in der Summe eine Beteiligungshöhe an landesweiten oder subregionalen Rundfunkanbietern von 49,9 Prozent am Stammkapital bzw. an den Stimmrechten nicht überschreiten dürfen. Dabei sollte die jeweilige Marktstellung der Unternehmen im Zeitungsmarkt unberücksichtigt bleiben.

Absatz 4

Sowohl Rundfunkanbieter als auch Verlagsunternehmen sind heute häufig keine monomedialen Unternehmen mehr. Aus betriebswirtschaftlichen Gründen haben sie ihre Aktivitäten diversifiziert. Bei der Rundfunkveranstaltung bedeutet dies, die Aktivitäten auch auf die Produktion auszuweiten. Auch dadurch wird der publizistische Einfluss dieser Unternehmen vergrößert.

Eine Begrenzung der Eigenproduktion im kleinräumigen Rundfunk kann zudem eine Unterstützung der politisch gewollten Förderung der unabhängigen Produzenten (vgl. § 14.3) bedeuten. Ihr Volumen dürfte freilich wegen der oben ausgeführten geringen Zahl und der betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten neuer Veranstalter begrenzt bleiben.