

27. September 2010

[www.kas.de](http://www.kas.de)  
[www.kas.de/mediendiskurs](http://www.kas.de/mediendiskurs)

## Herausforderung Internet

### 7. BERLINER MEDIEN DISKURS

*Es gilt das gesprochene Wort!*

Meine Damen und Herren, die Zeitungen und übrigens auch die Zeitschriften unterscheiden sich von den elektronischen Medien nicht nur dadurch, dass wir Papier bedrucken. Wir unterscheiden uns auch durch unser Geschäftsmodell. Im Einzelnen heißt das:

- 1) Als durchweg Privat-Unternehmen bekommen wir keine öffentliche Gebühr mit Steuercharakter.
- 2) Da Papier nicht knapp ist und die Vertriebswege durch das Grossosystem offen sind, unterliegen wir nicht der rechtlichen Regulierung wie der private und der öffentlich-rechtliche Rundfunk aufgrund der Frequenzknappheit.
- 3) Nach jahrhundertealtem Brauch zahlen die Leser unserer Medien einen finanziellen Beitrag für die Erstellung unseres Contents. Dies gewährleistet auch unsere Unabhängigkeit.

Diese drei Kernpunkte unseres Geschäftsmodells machten uns auch über viele Jahre relativ unabhängig von politischen Regulierungsentscheidungen.

Wir waren nur am Rande betroffen, weil den Zeitungsverlagen z. B. Beschränkungen im privaten Radio- oder Fernsehengagement auferlegt wurden.

Außerdem gibt es ein spezielles Pressekartellrecht, das aus einer Zeit stammt, als es zur Lokal-Information der Zeitungen keine Alternativen im Internet oder sonst wo gab.

Unsere Diskussionsfrage heute lautet:

Wie können sich Verlage inhaltlich, ökonomisch und strategisch erfolgreich positionieren?

Dabei ist mir um die inhaltliche Neu-Positionierung am wenigsten bange.

Wir glauben auch weiterhin an das Ausgabe-Medium Papier, das als netzloses Speichermedium, welches nach Gebrauch wegwerfen werden kann (und das aus nachwachsenden Rohstoffen und Recycling-Produkten gewonnen wird) ein hochmodernes Produkt ist. Darüber hinaus sind die Zeitungsverleger erfolgreich mit journalistischen Angeboten in Internet tätig:

Die deutschen Zeitungsverlage sind im Internet inzwischen mit 500 Zeitungs-Websites und 455 e-paper-Angeboten vertreten. Jeder fünfte Verlag bietet bereits Produkte für die mobile Nutzung, etwa auf dem Handy. Ebenso viele Verlage haben schon Apps entwickelt, die auf die technischen Möglichkeiten des i-Phones und des iPads ausgerichtet sind.

Wir richten uns darauf ein, dass wir unseren Qualitätsjournalismus vorzugsweise guten Lokal- und Regionaljournalismus im Netz und auf Papier anbieten werden.

Und dabei entsteht jetzt ein Problem mit politischen Aspekten.

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

BERLIN

CHRISTIAN NIENHAUS

27. September 2010

[www.kas.de](http://www.kas.de)

[www.kas.de/mediendiskurs](http://www.kas.de/mediendiskurs)

Unsere journalistische Leistungserstellung wird heute ganz überwiegend durch das Printmedium finanziert.

Online und auf mobilen Endgeräten müssen wir erst noch auf den Märkten dafür kämpfen, dass die Nutzer sich finanziell für die abgerufene Leistung erkenntlich zeigen.

Und hier kommen uns einige ganz große Fische in die Quere.

1) Unternehmen wie Google leben davon, uns systematisch unsere Inhalte abzugreifen. Deswegen brauchen wir ein Leistungsschutzrecht, um unser Eigentum zu schützen.

Ziel des Leistungsschutzrechts ist es, die Inhalte von Zeitungen und Zeitschriften vor dem gewerblichen Zugriff Dritter im Internet zu schützen. Dies ist dringend geboten und gerechtfertigt, da das Urheberrechtsgesetz durch die rasante Entwicklung des Internets die veränderte Wirklichkeit in diesem Bereich nicht mehr abbildet. Das Gesetz stammt aus dem Jahr 1965. Seit seiner Einführung hat es im Unterschied zu anderen Branchen für die Presse keine Anpassung an die veränderte Marktwirklichkeit gegeben, so dass heute ein unzureichender Schutz für die Leistungen von Verlagen besteht.

2) Der öffentlich-rechtliche Rundfunk, dem wir als Qualitätsmedium immer positiv gegenüberstehen und dem wir Gebühren zum Fernsehmachen auch selbstverständlich zubilligen, tritt uns im Netz und auf mobilen Endgeräten mit seinen 8 Mrd. Euro Gebührengeldern entgegen und macht uns dort mit Kostenlos-Angeboten, die für uns unbezahlbar sind, Konkurrenz! Der 3-Stufen-Test, des gerade erst 2009 eingeführten Rundfunkänderungsstaatsvertrages wird für i-phone-Apps glatt ignoriert. Die neue Medien-Haushaltsabgabe, die die GEZ-Gebühr ablösen wird, soll neue Höchstbeträge in die Kassen dieser ineffizienten Großorganisationen spülen. Ein unkritisches Durchwinken textlastiger Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Internet durch die Aufsichtsgremien beeinträchtigt nachhaltig die Entwicklungsperspektiven der privaten

Medien auf diesem Feld und es ist deshalb nicht mehr als ein Akt der Selbstverteidigung der Printmedien, hierauf in der gebotenen Form zu reagieren.

Es stellt sich die Frage, ob der vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk geführte Verdrängungswettbewerb mit dem verfassungsrechtlich gebotenen Funktionsauftrag der Presse in Einklang steht. Denn wie soll es den Verlagen gelingen, angesichts der Gratisangebote von ARD und ZDF im Internet Paid-Content-Modelle zu entwickeln, die es ermöglichen, wegbrechende Printerlöse mittelfristig durch Onlineumsätze auszugleichen.

Wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk nur eine Richtung kennt, nämlich die Expansion bei Einnahmen und Inhalten ohne Selbstbeschränkung, dann ist zu fragen, warum nicht auch private Qualitätsmedien an der neuen Haushaltsabgabe partizipieren sollen.

Schließlich erfüllen die Zeitungen im Netz auch die wichtige Rolle der Berichterstattung über das Lokale und als Printmedium leisten wir einen ganz entscheidenden Beitrag für die Vermittlung der Kulturtechnik „Lesen“!

Diese wichtige Rolle bei der Vermittlung von Lesefähigkeit und Teilhabe an der politischen und kulturellen Gestaltung der Kommunen ist übrigens auch das Kernargument für die Anwendung des ermäßigten MWSt-Satzes für Zeitungen.

Hier würden wir uns nach französischem Vorbild die Abschaffung der Mehrwertsteuer für Printprodukte wünschen. Ein Privileg, dass Herr Zumwinkel der Post erhalten konnte, sollte besser für Zeitungen gelten!

Aber, meine Damen und Herren, es gibt auch ein gutes Beispiel für sinnvolle Partnerschaft zwischen Land, EU und den Zeitungsverlagen:

Das Projekt „ZeitungsZeit“ das am Rande des letztjährigen Medienforums geboren wurde und um das sich der amtierende Ministerpräsident Jürgen Rüttgers und mein

[Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.](#)

**BERLIN**

CHRISTIAN NIENHAUS

**27. September 2010**

[www.kas.de](http://www.kas.de)

[www.kas.de/mediendiskurs](http://www.kas.de/mediendiskurs)

Vorgänger als ZVNRW-Vorsitzender Clemens Bauer sehr gekümmert haben.

Das Leseprojekt „ZeitungsZeit Nordrhein-Westfalen- Selbständigkeit macht Schule“, führen die Zeitungsverlage in Nordrhein-Westfalen in diesem und im kommenden Jahr gemeinsam mit dem Land NRW und der Landesmedienanstalt durch. Die „ZeitungsZeit Nordrhein-Westfalen“ ist das bundesweit bisher größte Zeitungsprojekt für Schulen. Sie richtet sich an die Schülerinnen und Schüler in den 9. Klassen aller Schulen des Landes. Machen alle mit, können wir bis zu 450.000 junge Menschen in NRW mit der Zeitung erreichen.