

## **Das Schwanken der Zeitungsverleger: Zwischen Ablehnung und Engagement**

Von Claus Detjen

Die Keimzelle des heutigen dualen Rundfunksystems lag in Ludwigshafen/Rhein in einer kleinen Mietwohnung in der Taubenstraße. Dort nahm vor zwanzig Jahren, im Juli 1982, die Anstalt für Kabelkommunikation des Landes Rheinland-Pfalz ihre Arbeit auf. Ihr Auftrag war es, im eng umgrenzten Kabelnetzgebiet des Pilotprojekts Ludwigshafen/Vorderpfalz neue, erstmals auch von privatwirtschaftlichen Anbietern erzeugte Hörfunk- und Fernsehprogramme zu ermöglichen und zu erproben. Ministerpräsident Vogel gehörte zu den wenigen, die das damals offen aussprachen: Es geht nicht mehr darum, ob es private Rundfunkveranstaltungen geben wird, sondern nur noch um das Wie. Das war auch für die Zeitungen die entscheidende Frage.

Vorausgegangen waren viele Jahre medienpolitischer Blockade der in den USA längst in der Praxis eingeführten sogenannten Neuen Medien. Konkret betraf die Blockade die Verbreitung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen in breitbandigen Kabelnetzen und via Satellit. SPD und öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten waren die Protagonisten des Versuchs, die medienrechtlichen und medienwirtschaftlichen Folgen von technischen Erfindungen und Entwicklungen in der Bundesrepublik Deutschland aufzuhalten. Als in Luxemburg Ende der siebziger Jahre die Ausstrahlung eines RTL-Satelliten-Fernsehprogramms reifte und bei deutschen Zeitungsverlagen konkrete Vorbereitungen getroffen wurden, sich daran zu beteiligen, zielte politischer Erfindergeist im Schmidt'schen Kanzleramt und im Gscheidle'schen Postministerium auf die technische und politische Verhinderung des Empfangs in der Bundesrepublik durch einen »Westwall im Äther«.

Auf einer Konferenz der internationalen Vereinigung für Kommunikationsforschung »Münchner Kreis« wurde 1980 festgestellt: »Auch auf diesem Gebiete zeigt sich, dass die Technik der Politik weit voraus ist. Sie hat die nationalen Grenzen überwunden. Der Versuch, der 1977 von der internationalen Satellitenkonferenz unternommen wurde, die Abstrahlungsgebiete möglichst eng auf die nationalen Grenzen zu konzentrieren, erweist sich bereits heute als nicht erfolgreich. Deshalb werden alle Überlegungen, Partizipation zu realisieren, den nationalen Gegebenheiten Rechnung tragen, zugleich jedoch die europäischen Dimensionen einschließen müssen. Die me-

dienpolitischen, die rechtlichen und die ökonomischen Probleme überlagern sich national und international.«<sup>1</sup>

Zeitungen und Union waren nicht naturgegebene Verbündete. Auch in der CDU und der CSU gab es viele Jahre lang erhebliche Vorbehalte gegen die Zulassung privater Rundfunkveranstalter. Im Rückblick erscheint es als ein dialektischer Prozess, dass den Unionsparteien vor dem Regierungswechsel vom Herbst 1982 in der Opposition die Rolle erleichtert wurde, die internen Widerstände gegen die Aufhebung des öffentlich-rechtlichen Rundfunkmonopols zu überwinden und die Forderung nach Partizipation privatwirtschaftlicher Unternehmen an der Nutzung der neuen Kommunikationstechniken zunächst politisch aufzugreifen und dann nach dem Amtsantritt des Kabinetts Kohl zu erfüllen. Mit dem Regierungswechsel 1982 lösten sich die politisch-administrativen Fesseln. Bundespostminister Schwarz-Schilling machte aus dem Verhinderungsapparat Bundespost einen Motor technischer und wirtschaftlicher Innovation.

Populär waren solche Positionen damals in der allgemeinen Öffentlichkeit nicht. In den öffentlich-rechtlichen Programmen und auch in den meisten Zeitungen dominierten die Gegner der technischen und medienwirtschaftlichen Innovation das Meinungsbild. In der Mehrzahl der Zeitungsredaktionen und in den Gremien des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger überwogen eher die skeptischen Stimmen gegen eine grundsätzliche Aufhebung der gewohnten Grenzen zwischen öffentlich-rechtlichem Rundfunk und privatwirtschaftlicher Presse. Das zunächst auf terrestrische Kabel beschränkte Pilotprojekt Ludwigshafen erhielt, weil es Satellitenprogramme lizenzieren konnte, nach dem Regierungswechsel 1982 eine neue Dimension: Unter Beteiligung der Aktuell Pressefernsehen GmbH, einer Gründung des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger, namhafter Einzelverlage und der von Genossenschaftsorganisationen aus dem DG-Bank-Bereich getragenen Programmgesellschaft für Kabel- und Satellitenrundfunk (PKS), entstand im Ludwigshafener Projekt das erste deutsche Satellitenfernsehprogramm, das später den Namen SAT 1 erhielt. Damit wird zugleich der Übergang der Aktivitäten bei der Nutzung der neuen Kommunikationssysteme von der verbandlich organisierten Gemeinschaft auf die Ebene der Unternehmen markiert.

Der Rückblick auf die Haltung der Zeitungsverlage zu den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Herausforderungen des technisch dynamisierten Medienwandels der Ära Kohl muss auf die vorausgegangenen Erfahrungen, zum Beispiel beim Streit um die Nutzung von Videotext und Bildschirmtext in den siebziger Jahren, bei der Vorgeschichte des ZDF im sogenannten Adenauer-Fernsehen oder weiter zurück bei der Einführung des Rundfunks in

---

<sup>1</sup> Claus DETJEN, *Modelle der Partizipation*, in: *Kommunikation über Satelliten*, hg. von Wolfgang KAISER/Ulrich LOHMAR, Berlin u.a. 1981.

Deutschland hinweisen, ohne dass hier im einzelnen darauf eingegangen werden soll. Eine visionäre Funktion hatte dabei immer Axel Cäsar Springer, der unablässig vor der Zurückdrängung der Marktspielräume der Zeitungen angesichts der wachsenden Anziehungskraft der elektronischen Medien warnte. Nicht weniger einflussreich war der Verleger Heinrich G. Merkel, der schon 1954 in seinem Blatt, den Nürnberger Nachrichten, schrieb: » Die Entwicklung des Fernsehens und des Fernhörens hat die Bild und Nachrichtenübermittlung derart revolutioniert, dass die Presse einer Auseinandersetzung mit der entstandenen Lage allmählich nicht mehr ausweichen kann.«<sup>2</sup>

Die Einsicht, dass nichts mehr bleibt, wie es ist, setzte sich durch. Aber die Konsequenzen daraus gingen bei den Zeitungen auseinander. Die einen glaubten eher an ein Modell der Eindämmung unerwünschter wirtschaftlicher Folgen durch ein Bündnis mit den Blockadekräften und den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die anderen drängten auf ungehinderte Öffnung des Rundfunkmarkts für die Zeitungen. Die Ambivalenz im Lager der Zeitungsverlage verlief in den gleichen Mustern wie die Diskussion in der Gesellschaft: Vorbehalte aus Angst vor den unkalkulierbaren Folgen des Wandels auf der einen Seite, Offenheit für technische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Innovation auf der anderen. Dieser Zwiespalt blieb ein zentrales Problem der Medienentwicklung in der Ära des CDU-Vorsitzenden und des Bundeskanzlers Helmut Kohl.

Der Wind des Fortschritts blies den Zeitungsverlagen in den Anfangsjahren der Auseinandersetzung um Kabel und Satelliten auch noch aus anderer Richtung ins Gesicht. Die Zeitungen in der Bundesrepublik Deutschland waren noch ganz darauf konzentriert, sich von der gewohnten Technik Gutenbergs zu verabschieden und in ihrer Arbeitsmethodik elektronische Medien zu werden – ein Prozess, der von heftigen Tarifikämpfen einschließlich ungewohnter Streikperioden begleitet war. Die Zeitungsverlage waren in der Auseinandersetzung mit technischer Innovation immer Akteure und Getriebene in gleichen Maßen. Ablehnung und Engagement führten zu internen und externen Spannungen – innerhalb der Zeitungsverlegerverbände in ihrer föderalen Struktur, zwischen kleinen und großen Verlagen, in der publizistischen Haltung zwischen dem Gebot unvoreingenommener journalistischer Pflicht und der Notwendigkeit, auch die eigenen Interessen öffentlich zu vertreten.

Damit hatte man Erfahrungen in einem Streit gesammelt, der heute wie eine Polit-Comedy erscheint. Als 1977 die Zeitungen auf der Funkausstellung in Berlin Videotext nutzen wollten, wurde ihnen das vom Senat zunächst untersagt. Es bedurfte eines Beschlusses der Ministerpräsidenten, um die Ausnahmegenehmigung für eine Rundfunkveranstaltung in einem geschlossenen

---

<sup>2</sup> Heinrich G. MERKEL, *Anmerkungen zum Rundfunkwesen – eine Auswahl aus 12 Jahren 1952 – 1964*, Bd. I, Nürnberg 1965, S. 17.

Raum zu erteilen. Es dauerte dann bis in die ersten achtziger Jahre, bis ein Staatsvertrag über Videotext zustande kam, mit einem Zugangsschlitz für Zeitungen. Die öffentlichen Aufregungen um diese heutige Nebensächlichkeit wurden leidenschaftlicher geführt als Auseinandersetzungen um die Rentensicherheit.<sup>3</sup>

Die ersten breit angelegten Bemühungen der Zeitungen um eine Beteiligung an einem neuen Massenmedium waren die Reaktion auf die Einführung der Rundfunkwerbung. Sie führte 1958 in die Gründung der Pressevereinigung für neue Publikationsmittel e. V. und der Freies Fernsehen GmbH; sie galt als aussichtsreichster Bewerber für die Veranstaltung des zweiten deutschen Fernsehprogramms, scheiterte dann aber in der Auseinandersetzung um das sogenannte Adenauer-Fernsehen. Auch die noch früheren Reaktionen, als zum ersten Mal die gewohnte Position der Zeitung als wirtschaftlich und publizistisch tonangebendes Medium Konkurrenz erhielt, waren defensiv. Dafür ist die Aussage typisch: »Die Tagespresse wird sich jedenfalls mit aller Gewalt dagegen wehren, dass auf ihrem Gebiet, für das sie allein zuständig und das sie auch allein zu beherrschen imstande ist, sich mehr und mehr der Rundfunk einnistet.«

Das erklärte 1924 das Verbandsorgan der Zeitungsverleger. Die damalige Einschätzung des unbekanntenen Autors, dass nämlich politische und wirtschaftliche Nachrichten im Rundfunk nur ein Notbehelf sein könnten, erwies sich als ein folgenschwerer Irrtum, ebenso wie die Voraussage, man werde es »wahrscheinlich schon in sehr kurzer Zeit miterleben, dass die Kaufmannschaft einsieht, dass die Reklamemöglichkeiten, die der Rundfunk bietet, äußerst beschränkt sind und bleiben müssen«. So kamen die Zeitungsverleger damals zu der gravierendsten Fehleinschätzung: »Ein wirklicher Wettbewerb zwischen Zeitungen und Rundfunk kann sich auf diesem Gebiete überhaupt nicht entwickeln.« Diese Kurzsichtigkeit geriet in Erinnerung, als die Medienpolitik der CDU das Ende des öffentlich-rechtlichen Rundfunkmonopols einläutete.

Zeitungen geben sich publizistisch gerne fortschrittlich, scheuen aber, wenn sie selbst davon erfasst werden, den Fortschritt oder das, was sich dafür aus gibt, wie gute Winzer die Plastikflasche.

Das führte in den siebziger Jahren bis in die achtziger zu ungewohnten politischen Konstellationen. Aus politischen Kontrahenten wurden potentielle Verbündete, von Verbündeten ging Gefahr aus. Ersteres trifft für das Verhältnis der Verlage zur SPD zu, die in presserechtlichen Auseinandersetzungen Gegner, in der Abwehr unerwünschten Wettbewerbs potentieller Verbündeter war.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Claus DETJEN, *Die Auseinandersetzung um die Bildschirmzeitung*, in: *Publizistik aus Profession – Festschrift für Johannes Binkowski*, Düsseldorf 1978.

<sup>4</sup> Vgl. Karl H. PRUYS/Volker SCHULZE, *Macht und Meinung – Aspekte der SPD-Medienpolitik*, Köln 1975.

Letzteres gilt für die CDU, die im Presserecht die Zeitungspositionen unterstützte, aber dann die Zeitungen ungewohntem, medienwirtschaftlichem Wettbewerb aussetzte. Vor dem Wechsel des Jahrzehnts waren gerade die heftigen Auseinandersetzungen um die sogenannte innere Pressefreiheit beendet. Die SPD wollte, assistiert von den Gewerkschaften, die publizistischen und wirtschaftlichen Bestimmungsrechte der Verleger beschränken und den Redakteuren zu Lasten der Verleger weitgehende Selbstbestimmungsrechte in redaktionellen Angelegenheiten einräumen. Die führenden Verleger und der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger stemmten sich mit ihrer Lobbyenergie und mit Gutachten kraftvoll dagegen – und hatten damit Erfolg. Die Unionsparteien und die unionsgeführten Länder standen auf der Verlegerseite – gegen einen Trend, der gesellschaftspolitisch als fortschrittlich galt.

Im Rückblick aus heutiger Sicht wird noch deutlicher, als es schon damals erkennbar war, dass neben der technischen Innovation durch Breitbandkabel und Satelliten in der Ära Kohl die zweite tiefgreifende Veränderung in der Medienindustrie nicht minder wichtig war: die schon oben erwähnte Einführung der elektronischen Produktionssysteme in allen Printmedien – gegen den heftigsten Widerstand der damaligen Industriegewerkschaft Medien. Ohne diese Rationalisierung der Zeitungsherstellung durch Elektronik wären Zeitungen heute wirtschaftlich nicht mehr lebensfähig. Sie wären auch ohne Chance geblieben, sich in den heutigen Online-Medien des Internets wirtschaftlich als Medienunternehmen zu betätigen.

In den USA hatten die Verantwortlichen der Zeitungsverlage in den siebziger und frühen achtziger Jahren auf ihren Erkundungstouren von den Kollegen erfahren, welche Folgen die Expansion der elektronischen Medien vor allem in den lokalen Märkten hatte: Rückgang der Auflagen, starke Einbrüche im Anzeigengeschäft der Zeitungen, Zersplitterung der Zielgruppen, Kapitalbedarf für Engagements in Radio und Fernsehen, Konzentrationsschübe in den Verlagsstrukturen. Die Verlage zogen daraus nach langen internen Diskussionen die Konsequenz, die über ihre Verbände in der Forderung an die Politik umgesetzt wurde: Wenn neue Techniken für neue Radio-, Fernseh- und Textangebote freigegeben werden, dann müssen die Zeitungen daran teilnehmen können.

Offen blieb dabei zunächst, unter welchen rechtlichen Voraussetzungen. Denn vor der Zustimmung der Verlegerverbände zur Einführung des privaten Rundfunks stand die Versuchung, dass Wunschenken in Erfüllung geht. Die Verführung ging von der sozialdemokratischen Blockade der Nutzung von Kabel- und Satellitentechniken aus. Eine Koalition mit dem Ziel, das Unerwünschte zu verhindern, bot sich an. Die SPD, die im Ringen um die sogenannte innere Pressefreiheit wenige Jahre zuvor noch Gegner war, hätte jetzt ein Verbündeter im Versuch werden können, die bestehenden Märkte gegen neue Konkurrenz abzuschotten. Insbesondere für die kleineren und mittleren Verlage war das eine attraktive Verlockung; sie verband sich mit der Vorstel-

lung, dass politische Protektion vor neuer elektronischer Konkurrenz indirekt auch Schutz vor wirtschaftlicher Expansion der Großverlage einschließt. Die Verschärfung des intramedialen Wettbewerbs fürchteten die Kleinverlage mehr als eine Ausweitung der Fernsehangebote.

Protektion offerierten auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Das war in besonderem Maße in den süddeutschen Ländern mit ihren zahlreichen kleinen und mittleren Zeitungen Anlass zu intensiven Kontakten, bei denen Kooperationsmöglichkeiten ausgelotet wurden. Sie versprachen eine Zurückhaltung der öffentlich-rechtlichen Anstalten in den lokalen und regionalen Medienmärkten, Verzicht auf Ausdehnung der Werbezeiten und Beteiligung der Zeitungen bei neuen Programmen unter der rechtlichen Verantwortung der Intendanten. Unter dem Intendantenhut erwarteten die Befürworter der Kooperation Schutz vor dem wachsenden Druck von Wirtschaftsverbänden, Technikunternehmen und der immer deutlicher werdenden Absicht der Unionsparteien, gegen den Widerstand der SPD und der Gewerkschaften die neuen technischen Entwicklungen von der Kette zu lassen.

Diese Modelle mündeten in heftige Grundsatzdiskussionen in den Landesverbänden und im Bundesverband der Zeitungsverleger. Die Frage hieß: Können es wirtschaftlich und publizistisch freie Zeitungsverlage mit ihrem Selbstverständnis und ihrem Verständnis des Artikels 5 des Grundgesetzes vereinbaren, ihren Anspruch auf unternehmerischen Zugang zu Hörfunk, Fernsehen und anderen neuen elektronischen Betätigungsfeldern einem öffentlich-rechtlichen Vorrang zu unterwerfen? Fast in jedem Land wurden Kooperationsmodelle zwischen Zeitungen und Rundfunkanstalten mehr oder weniger deutlich ausgeformt, unbeschadet vom Anlaufen der Kabelpilotprojekte. Eine einheitliche Linie auf Bundesebene war für den Bundesverband kaum mehr möglich, mit Ausnahme der Entscheidung für eine gemeinschaftliche Beteiligung der Zeitungsverlage am Pilotprojekt Ludwigshafen.

Für dieses verbandsgestützte Engagement in Rheinland-Pfalz, das der »Neue Medien GmbH« des Bundesverbands übertragen wurde, waren vier Faktoren ausschlaggebend:

Erstens: Nur das Land Rheinland-Pfalz gab durch die Politik seines Ministerpräsidenten Dr. Bernhard Vogel den Zeitungen eine Möglichkeit, unter eigener rechtlicher Verantwortung Hörfunk und Fernsehen sowie Kabeltextprogramme zu veranstalten. Diese Möglichkeit wollte aus ordnungspolitischen Gründen niemand im Verband ungenutzt verstreichen lassen.

Zweitens: Die Gespräche mit ARD und ZDF über ein Kooperationsmodell für ein deutsches Satellitenfernsehprogramm waren an der Ablehnung der öffentlich-rechtlichen Anstalten gescheitert. Das Modell sah vor, nach dem Vorbild der beim Südwestfunk von einem privatwirtschaftlichen Partner praktizierten Werbeprogramme den Verlagen eigenverantwortete Programmplätze einzuräumen.

Drittens: Die Verhandlungen mit RTL über eine gemeinsame Nutzung des luxemburgischen Fernsehsatelliten platzten an einer politischen Intervention der Regierung des Bundeskanzlers Helmut Schmidt beim französischen Präsidenten Giscard d'Estaing. Über den französischen Einfluss bei den Gesellschaftern von RTL wurde das Projekt gestoppt.

Viertens: Die Erfahrungen in den USA, dem Vereinigten Königreich und in den Verhandlungen mit RTL führten zu der Einsicht, dass die Nutzung der Kabel- und Satellitentechnik sowie die Erschließung neuer terrestrischer Frequenzen für Hörfunk und Fernsehen nicht zu verhindern ist, auch nicht durch ein Abwehrbündnis mit der SPD und den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.

Die Aufhebung der Technikblockade setzte die zuvor gebremsten Energien der Großverlage frei. Sie hatten, mit Ausnahme des Axel-Springer-Verlags, die Pilotprojekte mit herablassender Geringschätzung behandelt, legten dann aber einen Schnellstart nach Ludwigshafen ein, als dort die erste deutsche Satellitenfrequenz ausgeschrieben wurde. Bertelsmann klagte gegen den Lizenzgeber, als das größte deutsche Medienhaus nicht in das Ludwigshafener Satelliten-Konsortium aufgenommen wurde.

Am Beispiel SAT 1 werden die Grenzen des Leistungsvermögens der Zeitungen deutlich. Medienpolitisch war eine starke Beteiligung der Zeitungen am ersten privaten Satellitenprogramm der Bundesrepublik Deutschland erwünscht. Für ein konsequent Zuschauer orientiertes Programm fehlten ihnen jedoch die finanziellen und die programmlichen Ressourcen. Sie konzentrierten ihren Beitrag auf die Nachrichtensendungen der Aktuell Pressefernsehen GmbH – konsequent und ehrenvoll teuer im Bestreben um publizistische Leistung und Qualität, nicht entscheidend jedoch für die Herrschaft über den Erfolg im Markt. Der verlangte nach Stoffen und medialen Erlebnissen, mit denen Zeitungsverlage keine Erfahrungen hatten. Das Kirch-Angebot, den Zeitungen in der Startphase sozusagen für einen symbolischen Preis Filme und Serien zu liefern, war in den Verbandsgremien abgelehnt worden.

Mit den fließenden Übergängen der Pilotprojekte in eine – nach Ländergesetzgebung unterschiedliche – Öffnung der Märkte von Hörfunk und Fernsehen für neue Programme von privaten und öffentlich-rechtlichen Veranstaltern setzte sich Mitte der achtziger Jahre der unternehmerische Vorrang gegen den verbandlich gesteuerten Einfluss durch. Dabei konzentrierten sich die Zeitungsverlage – die überregionalen Blätter eingeschlossen – auf ihre lokale und regionale Kernkompetenz. Die meisten zogen sich aus den überregionalen Programmen zurück. Um so mehr engagierten sie sich, so weit es medienrechtlich möglich war, auf lokale und regionale Hörfunk- und Fernsehsender.

Die Achtziger waren für die Zeitungen das Jahrzehnt der Transformation vom Verlag, der in der Tradition der Gutenberg-Nachfolge steht, zum Medienunternehmen in hypertrophen Märkten. Das Lehrgeld für die Erfahrung, dass

ein erfolgreicher Wechsel von einem Medium ins andere unternehmerische, wirtschaftliche und inhaltliche Kompetenzen verlangt, die nicht unbedingt die gewohnten sind, war teuer. Wer heute als diversifiziertes Medienunternehmen, das aus einem Zeitungsverlag hervorgegangen ist, Gewinne in den elektronischen Medienmärkten macht, hat seinen Erfolg in der Regel auf den Humus von Irrtümern und Fehlern anderer und eigener Herkunft gepflanzt. In den achtziger Jahren konnten die Zeitungen lernen, dass sie viel mehr dem gesellschaftlichen Wandel unterliegen als dass sie ihn beeinflussen oder gar steuern können. Es gab viel mehr Erfahrung mit Medienohnmacht als mit Medienmacht.

Was Professor Elisabeth Noelle-Neumann im Abschlussbericht für das Pilotprojekt Ludwigshafen festgestellt hatte, hat sich bis heute fortgesetzt: Immer mehr Menschen glauben, ohne Zeitung auskommen zu können. Die Auflagen sinken. Das spricht nicht gegen die Zeitungen. Denn die haben in der Regel ihre Anstrengungen um Qualität in Inhalt und Form in den neunziger Jahren verstärkt, ebenso ihr Marketing.

Vielleicht war ja doch etwas mehr als purer Gruppenegoismus in der Ambivalenz, mit der sich die Zeitungen dem Fortschritt der achtziger Jahre öffneten. In ihrem Wesen sind Zeitungen konservativ, weil sie nicht auf Neuerung, sondern auf der Erfahrung der Kulturtechnik Lesen beruhen. Sie wissen, dass sie nie mehr werden, was sie einmal waren: Synonym für Neuigkeit. Die Zukunft, in der sie vielleicht Synonym für Beständigkeit des Wertvollen sind, liegt noch vor ihnen.

P.S: Ein Rückblick auf die Ära Kohl wäre unvollständig, wenn nicht auch ein gravierendes medienpolitisches Defizit registriert würde. Es wurde offenkundig, als 1989 die Revolution die SED stürzte und die Zeitungen der DDR zunächst der ostdeutschen, dann der gesamtdeutschen Treuhandanstalt übereignet wurden. Ein Konzept für die Neuordnung der Printmedien in der DDR, dann in den neuen Ländern, war nirgendwo vorbereitet. Die Treuhandanstalt verkaufte Zeitungen wie andere Wirtschaftsgüter, zum Beispiel Möbelfabriken oder Baustofflager. Die westdeutschen Käufer mussten sich verpflichten, das Personal der ehemaligen SED-Bezirkszeitungen weiterzubeschäftigen. Zu Recht wird heute kritisch nach den gesellschaftlichen und politischen Folgen gefragt. Zur Antwort gehört auch: In der Politik hat dazu keine der demokratischen Parteien eine Alternative rechtzeitig aufgezeigt und verwirklicht.