

Daniel Leisegang

Der Ausverkauf politischer Öffentlichkeit

Für erhebliche Aufregung in der deutschen Medienlandschaft sorgte jüngst die Ankündigung mehrerer Inhaberkfamilien der „Süddeutschen Zeitung“, ihre Anteile veräußern zu wollen. Zwei Gesellschafter, die Südwestdeutsche Medienholding und die Familie Friedmann, versuchen bislang noch, den Verkauf abzuwenden. Sie befürchten, dass Finanzinvestoren in das Verlagsgeschäft einsteigen könnten. Dennoch scheint eine Veräußerung kaum noch abwendbar.

Das Beispiel SZ ist dabei nur Symptom einer tiefen Krise, in der sich die Printmedien seit geraumer Zeit befinden. Das Internet und die damit einhergehenden Entwicklungen fügen dem Anzeigengeschäft der klassischen Printprodukte herbe Verluste zu. Die bange Frage zahlreicher Zeitungshäuser lautet daher, wie ihre ökonomische Zukunft aussehen mag.

Wer einen Ausblick auf die künftige deutsche Medienlandschaft erhalten möchte, sollte sich die Entwicklung der US-Branche anschauen. Dort findet bereits ein dramatischer Strukturwandel der Medienöffentlichkeit statt, mit der Folge einer ausgeprägten Konzentration der Märkte und Zunahme der Unternehmensverflechtungen. Immer stärker gefährden dabei Konzerninteressen auch das bislang hartnäckig verteidigte Geschäftsmodell der von Familien geführten Zeitungshäuser.

So unterbreitete Anfang Mai dieses Jahres Rupert Murdoch, Chef des mächtigen Medienkonzerns News Corp., der Eigentümerfamilie des Verlagshauses Dow Jones & Company unaufgefordert ein Angebot in Höhe von fünf Mrd. US-

Dollar – immerhin 65 Prozent über dem damaligen Börsenwert. Der Verlag gibt unter anderem das einflussreiche „Wall Street Journal“ heraus, das in den USA nicht nur als wirtschaftsliberales Republikanerblatt, sondern auch als eine Art „nationale Institution“ gilt. Ihres Einflusses sind sich die bisherigen Eigentümer, die sich offenbar weitgehend aus den redaktionellen Angelegenheiten heraushalten, noch bewusst: „Ohne das ‚Wall Street Journal‘ wären wir einfach nur irgendeine reiche Familie“, so einst ein Mitglied des Bancroft-Clans. Doch auch wenn eine knappe Mehrheit das Angebot vorerst ablehnte – Rupert Murdoch wird seine Kaufabsicht weiter hartnäckig verfolgen. Denn der Medienmogul plant, im Herbst dieses Jahres einen neuen Kabel-TV-Sender für Wirtschaftsnachrichten, den Fox Business Channel, ins Leben zu rufen – am liebsten mit dem „Wall Street Journal“ im Rücken.

Nicht nur Medientycoons greifen nach den „Juwelen der Presselandschaft“. Die großen US-amerikanischen Tageszeitungen wecken verstärkt auch das Interesse der Finanzinvestoren. Ein Beispiel für diese Entwicklung ist die liberale „New York Times“. Mit ihren 156 Jahren zählt sie zu den ältesten Zeitungen der USA; seit Beginn des 20. Jahrhunderts befindet sie sich im Besitz der Familie Ochs-Sulzberger. Diese muss ihre Anteilsmehrheit momentan gegen die Bestrebungen des Portfolio-Managers Hassan Elmasry – und mit ihm gegen das Wall-Street-Haus Morgan Stanley – verteidigen, der die Familie zu einem radikalen Sparkurs zu zwingen versucht. Auch wenn die Zei-

tion in den Händen der von der patriarchalen Verlegerfamilie dominierten New York Times Company liegt, gilt sie doch als zuverlässige Quelle relativ unabhängiger Berichterstattung. Der Clan aber kann sein Eigentum bislang nur schützen, weil die „Times“ zwei Klassen von Aktien kennt: Die Familie ist im Besitz der stimmberechtigten, die Banken und Investmentfonds im Besitz der nicht stimmberechtigten Anteile an dem Unternehmen. Die Familie Ochs-Sulzberger kontrolliert auf diese Weise mit nur 19 Prozent der Aktien den gesamten Konzern. Gelingt es Elmasry jedoch, diese Zweiklassen-Struktur auszuhebeln, würden Banken und Investmentfonds endgültig die Macht in dem Familienunternehmen übernehmen.

Ähnlich sieht es bei der „Washington Post“ aus: Dort wachen bislang die Grahams über die Washington Post Company. Allerdings steht ihnen der Investor Warren Buffett zur Seite,¹ dem 18 Prozent des Unternehmens gehören. Auch in diesem Fall benennt die Familie mit einer Mehrheit der sogenannten „A-Aktien“ zwei Drittel des Verwaltungsrates.

Bereits gescheitert ist die Chandler-Familie aus Kalifornien, lange Zeit Eigentümerin der „Los Angeles Times“. Vor sieben Jahren musste sie die Times Mirror Company, zu der auch zahlreiche kleinere Zeitungen und Radiostationen gehören, an die Tribune Company in Chicago verkaufen – die bis dahin größte Pressefusion in der Geschichte der USA. Im vergangenen Sommer wechselte die Tribune Company schließlich zum Immobilienmagnaten Samuel Zell – für 8,2 Mrd. US-Dollar.

Unabhängig von der grundsätzlichen Frage, welche gesellschaftlichen Auswirkungen eine Zeitungslandschaft hat, die privatwirtschaftlich organisiert ist und sich in den Händen weniger Familienclans befindet, lässt sich konstatieren, dass sich derzeit in den USA

eine tiefgreifende Umgestaltung der Zeitungsbranche vollzieht.

Umstrukturierung und Outsourcing

Demgegenüber wirken die deutschen Veränderungen auf den ersten Blick noch geradezu harmlos. Allerdings hat die rasante Entwicklung des Konkurrenzmediums Internet die Printmedien auch in der Bundesrepublik tief in die Krise gestoßen. Vor allem die Tages- und Wochenzeitungen haben sich in den vergangenen Jahren auf völlig veränderte Bedingungen einstellen müssen. Um die Verluste durch wegbrechende Anzeigeneinnahmen zu kompensieren, zielen die Sanierungsmaßnahmen der Verlage jedoch zumeist – und mehr als bereits zuvor – auf eine breite Marktkonformität der Printprodukte – mit verheerenden Auswirkungen auf die ohnehin schon ausgedünnte Pressevielfalt der Medien und Qualität der Berichterstattung.

Die Luft für alternative und redaktionell unabhängige Berichterstattung wird dabei immer dünner: Aufgrund der angespannten Marktsituation hat eine Zeitung heute nur dann noch eine Chance zu überleben, wenn sie kostengünstig produziert und in möglichst hoher Auflage verkauft werden kann. Viele Nischenprodukte und redaktionelle Extras, wie Supplements und Beilagen, bleiben währenddessen auf der Strecke. Und kritische Analysen sind nicht erst im Zuge der jüngsten Krise zum Unternehmensrisiko geworden, da sie potentielle Anzeigenkunden verprellen können.²

Hier zeigt sich, dass Pressefreiheit und -vielfalt keineswegs erst dann in Gefahr geraten, wenn „Heuschrecken“ in das ohnehin schon privatwirtschaft-

1 Dem Wirtschaftsmagazin „Forbes“ zufolge immerhin der zweitreichste Mensch der Welt.

2 So strich der Lebensmittel-Discounter Aldi im April 2004 prompt seine Anzeigen für die „Süddeutsche Zeitung“, nachdem diese kritisch über das Unternehmen berichtet hatte. Offiziell war damals lediglich von einem „geänderten Werbekonzept“ die Rede.

lich organisierte und hart umkämpfte Verlagsgeschäft einsteigen. Im Gegenteil: Unter dem steigenden Konkurrenzdruck werden auch in traditionellen Häusern bereits radikale interne Umstrukturierungen vorgenommen. Denn die ökonomischen Zwänge gebieten nur eines: Am Ende müssen schwarze, möglichst tiefschwarze Zahlen herauskommen.

Vor allem das Outsourcing, also die Ausgliederung von Unternehmensteilen wie zum Beispiel Produktionsprozesse, technische Dienste oder Vertriebsleistungen, ist ein beliebtes Mittel zur Kosteneinsparung. Selbst das Auslagern redaktioneller Kerntätigkeiten ist längst kein Tabu mehr.

Das Outsourcing im Verlagsgewerbe dient vorrangig dem Zweck, die tarifvertraglichen Vereinbarungen für die Beschäftigten zu unterlaufen.³ Zum Beispiel bilden der Springer Verlag wie auch die WAZ-Mediengruppe in ihren Redaktionen Volontäre aus den hauseigenen Journalistenakademien aus, um diese untertariflich bezahlen zu können. Auch die Einstellung von Leiharbeitern gehört bei Tageszeitungen inzwischen zur Routine: Die „Sächsische Zeitung“ beispielsweise greift dafür auf die „SZ Sachsen GmbH“ zurück. Gleichzeitig sind ihre sämtlichen Redaktionen in Gesellschaften ausgelagert, und Neueinstellungen erfolgen weit unter den üblichen Redakteurstarifen. In einer Vielzahl von Fällen werden auch Fotografen gedrängt, sich selbstständig zu machen.⁴

Ein Beispiel für eine besonders konfrontative „Umstrukturierung“ lieferte kürzlich die Geschäftsführung der „Münsterschen Zeitung“ (MZ). Das Dortmunder Medienhaus Lensing, das

neben der MZ auch die „Ruhr-Nachrichten“ und fünf weitere Tageszeitungen herausgibt, tauschte Mitte Januar in einer Nacht- und Nebel-Aktion die komplette Lokalredaktion aus. Diese war bereits Wochen zuvor – angeblich wegen Renovierungsarbeiten – in ein anderes Gebäude ausgelagert worden. Währenddessen wurde die neue Redaktion eines externen Dienstleisters, der Media Service GmbH & Co. KG, ein Tochterunternehmen des Medienhauses Lensing, zu untertariflichen Konditionen aufgebaut.

Auch die wirtschaftlich angeschlagene „Frankfurter Rundschau“ – seit wenigen Wochen im Tabloid-Format – arbeitet mit einem „externen Pressedienstleister“ zusammen, der die Mitarbeiter untertariflich entlohnt.⁵ Ende 2005 hatte der neue Geschäftsführer Karl-Heinz Kroke noch betont, dass es mit ihm kein Outsourcing geben werde: „Alles, was wir tun, wird in Übereinstimmung mit den Tarifverträgen geschehen.“ Schließlich müsse man zur Kenntnis nehmen, dass die FR „eine besondere Tradition und Kultur“ habe.⁶ Kurz darauf wurden nicht nur erneut betriebsbedingte Kündigungen im Rahmen eines fortlaufenden Sanierungsprogramms ausgesprochen, sondern auch Teile der Verwaltung, der Druckerei wie auch der Redaktion ausgelagert. Sie arbeiten nun in der Pressedienst Frankfurt GmbH, um auf diese Weise die Fertigungskosten zu senken.⁷

„Europa erobern“

Bei alledem zeigt sich, dass die hiesigen Entwicklungen von den US-amerikanischen nicht mehr allzu weit entfernt sind. Monopolisierung und strukturelle Ausdünnung – beileibe keine Entwicklung der letzten Jahre – prägen dabei

3 Dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger zufolge, halten sich gegenwärtig nur noch etwa 80 Prozent der deutschen Zeitungsverlage an den Flächentarifvertrag. Weitere Redaktionen drohen, aus dem Verband auszutreten, um den Tarifvereinbarungen zu entgehen.

4 Die diversen Sparmaßnahmen werden durch den Deutsche Journalisten-Verband (DJV) auf www.djv.de protokolliert.

5 Zwischen 2000 und 2005 war die Zahl der Mitarbeiter des links-liberalen Traditionsblattes bereits von 1650 auf 720 gesunken.

6 „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, 22.11.2005.

7 „Die Welt“, 1.10.2006.

mehr und mehr auch das Bild der hiesigen Medienlandschaft.

Hierfür ist der Fall der „Süddeutschen Zeitung“ exemplarisch.⁸ An ihr zeigen sich zum einen große Medienunternehmen interessiert. So legten bereits der Holtzbrinck-Verlag, der unter anderem das „Handelsblatt“ und den Berliner „Tagesspiegel“ produziert, aber auch der Verlag DuMont Schauberg ihre Kaufabsichten offen. DuMont ist seit dem vergangenen Jahr Eigentümer der „Frankfurter Rundschau“, nachdem er für etwa 35 Mio. Euro bereits die Mehrheit am Frankfurter Verlag kaufte. Daneben nennt DuMont bereits den „Kölner Stadt-Anzeiger“, die „Kölnische Rundschau“, den „Express“ und die „Mitteldeutsche Zeitung“ aus Halle sein eigen. Mit dem Erwerb der „Süddeutschen“ dürfte der Verlag vor allem an der Bündelung der Kräfte in den beiden großen liberalen deutschen Tageszeitungen FR und SZ interessiert sein.

Gleichsam ist es möglich, dass im Bieterwettbewerb statt eines konkurrierenden Verlages ein Finanzdienstleistungsunternehmen das Rennen machen wird. Dann könnte es der SZ am Ende ähnlich ergehen wie der „Berliner Zeitung“. Der Berliner Verlag wurde im Herbst 2005 von der Verlagsgruppe Holtzbrinck für geschätzte 150 bis 180 Mio. Euro an die Investoren der britischen Mecom und der amerikanischen Firma Veronis Suhler Stevenson verkauft, welche darin nur den Beginn weiterer Expansion sehen: „Wir wollen von Berlin aus ganz Europa erobern. Wir sind sehr entschlossen, weitere Aquisitionen auf deutscher, vielleicht auf gesamteuropäischer Ebene zu tätigen.“⁹

Steigen jedoch Finanzinvestoren in ein Medienunternehmen ein, wird dieses – über die ohnehin bestehende wirtschaftliche Konkurrenz hinaus – endgültig zum Objekt kurzfristiger

Renditebegehren. Was passiert, wenn sich das „Geschäftsmodell Zeitung“ eines Tages als nicht ausreichend rentabel herausstellt, kann man sich indes leicht vorstellen.

Wie auch immer das Tauziehen um die „Süddeutsche Zeitung“ ausgeht: Auf jeden Fall droht es noch eintöniger in der deutschen Presselandschaft zu werden. Gleichzeitig müssen sich die Leserinnen und Leser ernsthaft die Frage stellen, woher sie in Zukunft ihre unabhängigen Informationen erhalten.

Wie brisant die Frage nach der Informationsversorgung von morgen bereits heute ist, zeigt die – sich schon seit Jahrzehnten vollziehende – Entwicklung der lokalen Presse. Hier ist die Zeitungslandschaft und mit ihr die Meinungsvielfalt mittlerweile so weit ausgedünnt, dass Wahlmöglichkeiten oft gar nicht mehr vorhanden sind. So existieren heute nur noch in etwa zehn Prozent aller Kreise oder kreisfreien Städte mehr als zwei lokale Titel. Knapp 48 Prozent der Auflage der regionalen Abonnementpresse stammen außerdem von Allein Anbietern. Versteht man die Medien – und allen voran die Tageszeitungen – aber als Initiator des öffentlichen Meinungsstreits und somit als einen Ort der politischen Kommunikation, dann haben diese auf regionaler Ebene ihre Rolle als gesellschaftspolitische Instanz längst verloren.

Gleiches droht nun auch den überregionalen Zeitungen. Wie die derzeitigen Entwicklungen veranschaulichen, wären die Folgen dramatisch: Denn wenn sich in Bälde das magere Angebot der überregionalen deutschen Tageszeitungen an einer Hand abzählen lässt und sich zudem noch monopolähnliche Medienstrukturen herausbilden, ist diese Entwicklung nur schwer wieder umkehrbar.

Damit aber spitzt sich die eigentliche Krise weiter zu: Denn die gegenwärtig beschleunigte Zersetzung der politischen Öffentlichkeit steht einer auf Meinungsvielfalt basierenden Demokratie diametral entgegen.

8 Vgl. Jürgen Habermas, Keine Demokratie kann sich das leisten, in: „Süddeutsche Zeitung“, 16.5.2007.

9 „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, 26.10.2005.