

- > NRW-Landesregierung will Rahmenbedingungen für die starke Pressevielfalt in ihrem Bundesland verbessern
- > NRW-Medienminister gegen Abschaffung der Mehrwertsteuer auf Presseerzeugnisse
- > Sowohl eine Reform des Pressefusionsrechts als auch des Medienfusionsrechts werden von NRW unterstützt

„Es muss uns gelingen, Vielfalt zu sichern, ohne kreatives Engagement zu behindern“

> Interview mit Andreas Krautscheid, Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien in Nordrhein-Westfalen



> Andreas Krautscheid

Geboren: **11. Februar 1961**
Studium der Rechtswissenschaften, Rechtsanwalt
1991 Stellv. Sprecher der CDU Deutschland
1994 Mitglied des Deutschen Bundestages
Ab **1999** Führungsaufgaben in der Industrie u.a. Leiter nationale Politik der Deutschen Telekom AG
2006 Regierungssprecher und Staatssekretär für Medien des Landes Nordrhein-Westfalen
Seit **Oktober 2007** Übernahme des neu zugeschnittenen Ministeriums für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien in Nordrhein-Westfalen

Die NRW-Landesregierung hat als Antwort auf eine große Anfrage der SPD-Landschaftsfraktion in NRW eine ausführliche Analyse des Zeitungsmarktes dieses Bundeslandes vorgelegt. So erreichen die Zeitungen in NRW noch immer drei von fünf Einwohnern, aber nur noch zwei von fünf der unter 30-Jährigen. 2002 war es noch jeder Zweite. Die WAZ-Gruppe büßte innerhalb der letzten vier Jahre fast 150.000 Leser ein und verkaufte im vergangenen Jahr insgesamt 852.000 Exemplare ihrer vier NRW-Tageszeitungen. Die Auflage des „Kölner Stadtanzeiger“ sank im gleichen Zeitraum um 40.000 auf 345.000 Exemplare. Während die „Bild“-Zeitung in den letzten zwei Jahren über 40.000 Leser verlor, konnten überregionale Abo-Zeitungen wie „Süddeutsche Zeitung“, „Zeit“, WamS und FAS Leser hinzugewinnen.

promedia: Herr Krautscheid, warum befassen Sie sich mit der Zeitungslandschaft in NRW?

Krautscheid: Wir haben eine sehr gründliche Analyse in Auftrag gegeben, weil wir in NRW über eine wohl einzigartige Vielfalt in der Zeitungslandschaft verfügen: Über 40 Tageszeitungen erscheinen hier und es existiert eine große Zahl lokaler Redaktionen. In diesem Bereich ist einiges in Bewegung geraten, weshalb wir uns darum kümmern müssen, den Kulturträger Zeitung in seiner Vielfalt weiter zu erhalten. Deswegen war diese Strukturanalyse besonders hilfreich.

promedia: Immer weniger junge Menschen lesen Zeitung. Welche Konsequenzen befürchten Sie aus dieser Entwicklung?

Krautscheid: Dieser Trend, der sich durch andere Untersuchungen schon abgezeichnet hat, wird auch in unserer Analyse bestätigt. Wir sehen für 2008 wiederum einen Rückgang bei den Zeitung lesenden Jugendlichen um fünf Prozent. Diese strukturelle Entwicklung macht in der Tat Sorge, weil damit auch ein Rückgang des Interesses an gesellschaftlichen Prozessen insgesamt einhergeht. Wir beobachten, dass immer mehr Kinder und Jugendliche in Haushalten aufwachsen, in denen eine Tageszeitung völlig unbekannt ist.

Das bedeutet einen kulturellen Verlust, einen Verlust an Medienkompetenz und ein Nachlassen der Lesefähigkeit. Das sind Entwicklungen, bei denen die Medienpolitik natürlich hinschauen muss.

promedia: Hinschauen ist das eine. Was kann man konkret unternehmen um gegenzusteuern?

Krautscheid: Die Frage ist: Haben sich nur die Konsumgewohnheiten verändert und holen sich junge Leute die Inhalte statt aus der Zeitung vielleicht aus den Internetangeboten z.B. der Verleger? Wir verlieren Sie oft wohl ganz, egal ob als Leser oder User. Wir sind derzeit in Gesprächen mit unseren nordrhein-westfälischen Verlegern darüber, wie wir schon bestehende Initiativen etwa an den Schulen flächendeckend ausbauen können.

Ich möchte erreichen, dass wir jungen Leuten die Tageszeitung wieder als selbstverständliche Lebensgewohnheit nahe bringen können; die Schule hat hier eine wichtige Aufgabe.

promedia: Die Politik spielt hierbei den Moderator zwischen Schulen und Verlagen?

Krautscheid: Die Verleger und wir haben ein gemeinsames Interesse; bei den Gesprächen sind auch eine ganze Reihe von Ministerien mit am Tisch, weil die Schulaktivitäten zu einem Gesamtpaket gehören, mit dem wir Verlegern mehr Unterstützung zukommen lassen wollen. Es gibt ja in den Zeitungen gute Beispiele genug, wie etwa bei der NRZ, die jeden Tag eine Kinderseite mit eigener Redaktion unter Einbeziehung von Eltern bringt.

promedia: Wie bewerten Sie die gegenwärtige wirtschaftliche Lage der Verlage Ihrer Region?

Krautscheid: Die „Zeitungskrise“ ist ja kein nordrhein-westfälisches oder deutsches Phänomen. Wir lesen fast täglich Hiobsbotschaften aus den USA, Großbritannien oder Frankreich. Die Verlage in NRW sind in unterschiedlicher Intensität von der Krise betroffen und suchen jetzt nach Möglichkeiten, um z. B. auf der Kostenseite wieder Boden unter die Füße zu bekommen.

promedia: Es existiert neben der konjunkturellen aber auch eine strukturelle Krise.

Krautscheid: Richtig, die Verlage geraten von zwei Seiten unter Druck: Strukturell durch veränderte Medienkonsumgewohnheiten und konjunkturell durch sinkende Werbeeinnahmen bzw. Abozahlen. Die Probleme müssen also unterschiedlich angepackt werden: Betriebswirtschaftlich durch Kostensenkung, wobei jeder Verlag darauf achten muss, dabei nicht Äste abzusägen, die für die Zukunft noch wichtig werden können. Die strukturellen Probleme werden auf vielfältige Weise adressiert, etwa durch verstärkte crossmediale Aktivitäten. Hier ist in einigen Themen wegen der Rahmenbedingungen auch die Politik gefordert.

promedia: Verlage reagieren z. B. mit der Entlassung von Mitarbeitern sowie der Schließung von Lokalredaktionen. Inwieweit ist die Meinungsvielfalt in NRW in Gefahr?

Krautscheid: Da wir noch nicht alle Einzelmaßnahmen aller Verlage kennen, ist diese Frage derzeit schwierig zu beantworten. Nicht immer folgt der Schließung einer Lokalredaktion auch die Einstellung der Berichterstattung über die Region. Ich glaube aber, dass die Verleger sehen, dass die lokale Berichterstattung das stärkste emotionale Bindeglied zwischen dem Leser und seiner Zeitung darstellt. Gerade in den unübersichtlichen Zeiten der Globalisierung kommt es den Lesern immer mehr auf Hintergründe und die Erklärung von Zusammenhängen an. Die schnelle Aktualität wird wohl ins Netz abwandern, aber die klassische Tageszeitung wird in verändertem Gewand auch in Zukunft gebraucht werden. Klar ist: Qualitätsjournalismus mit verlässlichen Informationen bleibt gefragt, im Netz wie im Print. Und das gilt auch für die Lokalberichterstattung.

promedia: Muss das Land aber nicht dafür eine wirtschaftliche Unterstützung leisten?

Krautscheid: Ich teile die Bedenken vieler Verleger gegen eine staatliche Finanzspritze aus sehr grundsätzlichen Überlegungen, die Grenze zur Verzerrung im publizistischen Wettbewerb wäre schnell überschritten. Wir beobachten die Vorgänge etwa in Frankreich sehr genau. Es handelt sich dort oft um Maßnahmen, die einen Zustand herstellen sollen, wie wir ihn längst haben, z.B. bei den Verteilsystemen.

promedia: Im Gespräch ist derzeit, die ermäßigte Mehrwertsteuer abzuschaffen oder auch eine Stiftung für dpa einzurichten.

Krautscheid: Bei der Mehrwertsteuer kann ich mich noch sehr genau an die Diskussionen vor der letzten Bundestagswahl erinnern, ob denn der reduzierte Mehrwertsteuersatz überhaupt noch gerechtfertigt sei. Derzeit erleben wir

aufgrund der liberalisierten EU-Vorgaben eine heftige Debatte zwischen Hundefutter und Babynahrung, mit der Lobbygruppen versuchen, den leider kaum noch zu verstehenden Katalog der Produkte mit reduzierter Mehrwertsteuer zu erweitern; da muss aufgeräumt werden. Ich selbst werde mich dafür einsetzen, dass wir den ermäßigten Mehrwertsteuersatz für Zeitungen als klares Signal für das Kulturgut Zeitung erhalten, weil ich davon ausgehe, dass diese Diskussion im Zuge der Erstellung von Wahlprogrammen in Kürze wiederkommen wird.

Bei dpa diskutieren die Eigentümer gegenwärtig, wie das Unternehmen zukunftssicher gemacht werden kann. Da ist die Stiftungslösung nur eine Möglichkeit. Die Berufung des neuen Chefredakteurs ist ein Signal für einen Neuanfang. Für die Kunden der dpa wird es dabei bleiben: Die Qualität entscheidet. Deren Inhalt wird aber im Zeitalter von twitter und Google Alerts neu zu definieren sein. Mein persönlicher Eindruck ist auch, dass die große Zahl der Verleger im Grundsatz weiter hinter dem Gemeinschaftsprojekt dpa steht.

promedia: Sie wollen in NRW die Initiative der Verleger für eine Änderung des Pressefusionsrechtes unterstützen. Warum?

Krautscheid: Es handelt sich hier zwar überwiegend um Bundesrecht, allerdings werden wir uns massiv an dieser Debatte beteiligen, etwa mit einem Symposium am 30. März in Berlin, an dem u.a. Matthias Döpfner, Kartellamtspräsident Bernhard Heizer und Dieter Dörr teilnehmen. Unser Bundesland mit seiner Zeitungsichte hat ein hohes Interesse an einer Beschleunigung dieser Debatte, übrigens auch um letztlich Meinungsvielfalt durch leistungsfähige Verlage dauerhaft zu sichern.

promedia: Parallel gibt es eine Arbeitsgruppe der Länder zum Medienfusionsrecht. Ist dennoch eine Änderung des Pressefusionsrechtes notwendig?

Krautscheid: Es geht um zwei verschiedene Bereiche: Auf der länderrechtlichen Seite geht es insbesondere um den § 26 des Rundfunkstaatsvertrages, der schon länger kontrovers diskutiert wird, sowohl von Wissenschaftlern wie von Praktikern. Die gedankliche Konstruktion ist sehr auf die Wahrung „Fernsehen“ ausgerichtet, was nicht mehr unseren sich schnell verändernden Medienmärkten entspricht. Nach meinem Eindruck ist in den Medienunternehmen die Rechtsunsicherheit groß. Gewichungen und Schwellenwerte sind nur schwer zu erfassen. Die Entwicklungen der Medienwelt werden in dieser Norm nicht mehr angemessen abgebildet, weshalb die Arbeitsgruppe der Länder hierfür Lösungsansätze erarbeiten soll.

Das andere Thema ist das klassische Pressefusionsrecht, also das Kartellrecht. Hier scheint die gegenwärtige Krise den Druck im Markt deutlich zu erhöhen. Man muss sich auch hier überlegen, ob die Vorgaben etwa bei der „Nachbarschaftsregelung“, noch tragen. Natürlich bestehen dazu auch innerhalb der Verlegerschaft unterschiedliche Ansichten, die konsolidiert werden müssen, da man eine Änderung dieser Normen nur auf Grundlage eines breiten Konsenses anpacken sollte.

promedia: Was würde geschehen, wenn das Pressefusionsrecht nicht geändert würde?

Krautscheid: Der Druck wächst und es gibt eine Reihe von Verlegern, die sich vorstellen können, sich von diesem oder jenem Geschäft zu trennen. Es sind oft sinnvolle Lösungen denkbar, die rechtlich aber noch nicht machbar sind, weil wir hehre Grundsätze weiter sehr hoch halten. Darüber muss man vorbehaltlos reden können, da wir sonst erleben werden: Operation beendet, Kartellrecht verteidigt, Patient tot.

promedia: Die Diskussionen um das Medienfusionsrecht berühren auch die Aufgaben der KEK.

Krautscheid: Natürlich spielt die KEK im bisherigen System eine ganz dominante Rolle. Sie ist, wenn ich die Literatur dazu richtig verfolge, mit dem einen oder anderen Ansatz, den unsere bayrischen Kollegen formuliert haben, noch nicht glücklich. Wir werden in einem zukünftigen System diese besonderen Kenntnisse und Einschätzungen der Märkte weiter benötigen. Es geht also nicht darum, Institutionen zu schleifen, sondern darum, für die Marktteilnehmer die Dinge berechenbarer zu machen und die sich ohnehin abzeichnende Marktveränderung offensiv zu gestalten.

promedia: Sie reformieren gegenwärtig Ihr Landesmediengesetz. Darin sollen die Bedingungen für Verlage verbessert werden, sich an regionalen TV-Sendern zu beteiligen. Warum halten Sie diese Möglichkeit für dringend?

Krautscheid: Wir haben in der Tat eine umfangreiche Novellierung des Landesmediensrechts in Arbeit; die Landesregierung hält es für richtig und unterstützenswert, dass sich Verlage zu Medienhäusern weiterentwickeln und sich im Internet oder im lokalen TV-Bereich engagieren.

Die bisherige restriktive Regelung im Gesetz wollen wir deutlich liberalisieren, aber es ist eine Selbstverständlichkeit, dass es für marktbeherrschende Verlage zur Begrenzung der Meinungsmacht Vielfalt sichernde Auflagen geben muss. Vielfalt sichern ohne kreatives Engagement zu behindern, das Kunststück muss uns gelingen. (HH)