

Medienpolitische Grundsätze

— der dfv Mediengruppe —

Präambel

Die freiheitlich und demokratisch verfasste Gesellschaft braucht politisch und wirtschaftlich unabhängige Medien. Eine vielfältige Medienlandschaft sichert den Menschen den Zugang zu verlässlichen Informationen; dazu gehören auch hochwertige Fachmedien, die den Verantwortlichen in Wirtschaft und Unternehmen Grundlagen für ihre Entscheidungen liefern.

Private Medien, öffentlich-rechtliche Anstalten und digitale Plattformbetreiber (Intermediäre) genießen den Schutz der Meinungsfreiheit. Sie sind zugleich Wettbewerber um die Aufmerksamkeit des Publikums sowie um die Budgets der Werbungtreibenden und Medienkonsumenten. Aufgabe der Europäischen Union und des nationalen Gesetzgebers ist es, die Freiheit der Kommunikation und fairen Wettbewerb zu garantieren.

Medienpolitische Entscheidungen sollten sich an diesen Prinzipien orientieren. Staatliche Regulierung ist kein Selbstzweck, sondern sie sichert den gleichberechtigten Marktzugang von Anbietern, wo technische Restriktionen herrschen oder die Dominanz einzelner Marktteilnehmer den Wettbewerb gefährdet. Und sie gewährleistet, dass Gesetze und Vorschriften auch in Zeiten von Digitalisierung und Globalisierung für alle Medien gleichermaßen gelten.

Freiheit der Kommunikation statt Werbeverbote

Wer legale Waren und Dienstleistungen anbietet, soll dafür auch werben dürfen. Werbeverbote schränken die Berufs- und Meinungsfreiheit ein. Sie sind kein zulässiges Mittel, um politische Ziele zu erreichen, sondern allenfalls in seltenen Ausnahmefällen zu rechtfertigen, etwa zum Schutz von Kindern und Jugendlichen. Werbefreiheit ist der Grundsatz; Werbeverbote haben eine Ausnahme zu bleiben.

Von der werbungtreibenden Wirtschaft erwarten wir, dass sie mit ihrem Recht auf ungehinderte Kommunikation verantwortungsbewusst umgeht. Sie unterstützt die Verbraucher darin, eigenständig angemessene Entscheidungen für ihr Alltagsleben zu treffen. Selbstkontrolle und Selbstverpflichtungen haben in der werblichen Kommunikation Vorrang vor staatlichen Einschränkungen.

Für ein Recht, das fairen Wettbewerb sichert

Die fortschreitende Digitalisierung verändert den Wettbewerb in der Medienbranche nachhaltig. Wir begreifen die Digitalisierung und den damit einhergehenden Wandel auch für klassische Medienhäuser als große Chance. Um diesen Wandel jedoch nachhaltig gestalten und voranbringen zu können, müssen die Anforderungen des Kartellrechts mit den sich verändernden Marktbedingungen Schritt halten.

Analoge und digitale Medien, traditionelle Verlage und neue Anbieter konkurrieren um die Budgets der Werbungtreibenden ebenso wie um die Medienbudgets der Konsumenten. Eine kleinteilige Parzellierung des Medienmarktes, die den unternehmerischen Spielraum insbesondere von Verlagshäusern einschränkt, halten wir für falsch.

Die Schwellenwerte, die maßgeblich dafür sind, ob ein Zusammenschluss beim Kartellamt angemeldet werden muss, sind den neuen Realitäten anzupassen. Der sogenannte Pressemultiplikator, der Fusionen auf dem Medienmarkt besonders restriktiv regelt, darf nicht verhindern, dass Verlage und andere Medienunternehmen wirtschaftlich notwendige Betriebsgrößen erreichen.

Staatliche Institutionen wie Ministerien, Verwaltungen und öffentliche Betriebe treten selbst als Akteure auf dem Medienmarkt auf. Als Auftraggeber müssen sie jeden Anschein von Diskriminierung vermeiden, insbesondere kleiner, regionaler oder fachspezifischer Medien. Ein fairer Zugang zu den öffentlichen Werbebudgets ist zu gewährleisten.

Als Medienanbieter haben staatliche Stellen Zurückhaltung zu üben. Informationsangebote im Internet, die aus öffentlichen Mitteln finanziert werden, dürfen die wirtschaftliche Basis der privaten Medienhäuser nicht gefährden. Die Verbreitung amtlicher Printprodukte, etwa auf kommunaler Ebene, darf nicht in Konkurrenz zu den journalistisch geprägten Anbietern treten.

/ Keine Diskriminierung durch Tech-Plattformen

Einige wenige internationale technikbasierte Kommunikationsplattformen dominieren die digitale Weltordnung. Sie haben den Menschen neue Zugänge zu Informationen verschafft und der werbungstreibenden Wirtschaft neue Möglichkeiten eröffnet, ihre Kunden zu erreichen. Google, Facebook und Co sind wichtige Bestandteile unseres Kommunikations-Systems geworden.

Damit marktdominante Plattformen ihre Macht nicht missbrauchen, müssen sie einer Regulierung unterliegen. Wettbewerber dürfen nicht diskriminiert werden, weder bei der Distribution von Inhalten noch bei der Präsentation werblicher Formate oder bei der Nutzung kommerziell relevanter Daten. Medienanbieter haben einen Anspruch auf faire Vergütung, sofern die Tech-Plattformen deren Content nutzen. Zur Wettbewerbsgleichheit gehört auch, dass diese Unternehmen durch Steuerzahlungen einen angemessenen Beitrag zum Gemeinwohl in jenen Ländern leisten, in denen sie ihre Wertschöpfung erwirtschaften.

Nicht nur Medien, sondern auch Tech-Plattformen tragen Verantwortung dafür, dass Menschen Zugang zu verlässlichen Informationen haben und dass die Regeln einer zivilisierten Debatte auch in kontroversen politischen und gesellschaftlichen Debatten beachtet werden. Fake News und Hate Speech dürfen nicht die Basis des wirtschaftlichen Erfolgs sein. Legale Inhalte dürfen andererseits nicht gelöscht werden, auch wenn diese der Auffassung des Betreibers der Plattform oder der überwiegenden Auffassung der Bevölkerung nicht entsprechen.

/ Angemessener Schutz für Urheber und Verlage

Die Leistungen von Urhebern und Verlagen bedürfen eines angemessenen Schutzes und einer angemessenen Vergütung, insbesondere im Hinblick auf die Nutzung ihrer Inhalte im digitalen Kontext. Wir begrüßen die Entwicklungen in Sachen Leistungsschutzrecht für Presseverleger ausdrücklich.

Die Existenz dieses Rechts ist allerdings nicht ausreichend. Die Rechteinhaber müssen nun fair für die Nutzung ihrer Inhalte vergütet werden und diskriminierungsfreien Zugang zu den großen Plattformen erhalten. Um den Interessenausgleich zwischen Inhalteanbietern und Plattformen zu sichern, ist eine Verhandlungslösung zwischen den Marktpartnern einer staatlichen Regulierung vorzuziehen. Für alle Inhalteanbieter müssen letztlich die gleichen Konditionen gelten.

/ Keine Subventionen, Presseförderung nur als Ausnahme

Publizistische und wirtschaftliche Unabhängigkeit von Medien gehen Hand in Hand. Es gehört zu den Stärken unserer Medienhäuser, dass sie selbstbewusst auf staatliche Subventionen verzichten. Von der finanziellen Unterstützung des Staates zur inhaltlichen Einflussnahme seitens der Politik führt ein direkter Weg.

Eine staatliche Subventionierung von Medien lehnen wir deshalb grundsätzlich ab. Ausnahmen sind allenfalls dann gerechtfertigt, wenn ohne diese Unterstützung der Zugang der Menschen zu Informationen eingeschränkt würde. Eine Presseförderung, die den flächendeckenden Vertrieb von gedruckten Presseprodukten in der gesamten Bundesrepublik sichert, kann eine solche Ausnahme sein. Allgemeine Hilfen, die Medienunternehmen die digitale Transformation erleichtern sollen, gehören nach unserem Verständnis dagegen nicht dazu.

Doch trägt der Bund – über die staatseigene Förderbank KfW mit rund 20,5 Prozent größter Aktionär der Deutschen Post, dem wichtigsten Vertriebspartner der Verlage – eine besondere gesellschaftspolitische Mitverantwortung dafür, dass Zeitschriften und andere Presseprodukte zu vertretbaren Kosten an Leserinnen und Leser gestellt werden können.