

Konzentrationsförderung statt Konzentrationskontrolle

Die Konkordanz von Medienpolitik und Medienwirtschaft

Es steht schlecht um die Konzentrationskontrolle (KK) im Medienbereich. Von allen Seiten wird sie attackiert. Dabei herrscht eine paradoxe Situation: Die Medienunternehmen sehen ein *Zuviel* an Kontrolle, zum Beispiel die Bertelsmann AG, die mit Hinweis auf eine Gefährdung der Meinungsvielfalt durch die „Medienbürokraten“ in Staatskanzleien und Landesmedienanstalten (LMA) vor einer „Anti-Konzentrations-Hysterie“¹ warnt. Viele sehen dagegen ein *Zuwenig* an Kontrolle und kritisieren deshalb die Kontrolleure als „Papiertiger“², so daß die Landesmedienanstalten schon um ihr existentielles Überleben fürchten. Unbestreitbar hohe Konzentrationsgrade im Presse- und Rundfunkbereich³ geben den Kritikern des Zuwenig recht: Es sieht ganz so aus, als gäbe es keine Konzentrationskontrolle.

I. Zur Kritik der Konzentrationskontrolle

Wer ist nun schuld an der kritikwürdigen Situation der KK in Deutschland? Oder wissenschaftlich gefragt: Wie läßt sich dieser Zustand erklären, was sind die Ursachen hierfür? Zur Beantwortung dieser Frage möchte ich mich zunächst mit den in der öffentlichen Diskussion hauptsächlich genannten Ursachen und Erklärungen auseinandersetzen. Darüber hinausgehend folgen einige Überlegungen zu meiner These, daß das offensichtliche Fehlen einer *effektiven* KK vor allem auf das weitgehende Fehlen eines *politischen Willens* zu einer effektiven KK zurückzuführen ist. Die KK ist demnach vor allem deshalb ineffektiv, weil eine effektive, Konzentration verhindernde KK kein wesentliches Ziel der praktischen Medien- und Medienwirtschaftspolitik ist und vermutlich auch in Zukunft nicht sein wird. Insofern steht - so meine weitergehende These - in der Regel *Konzentrationsförderung* statt *Konzentrationskontrolle* im Mittelpunkt des Interesses, wobei der Begriff *Konzentrationsförderung* aus legitimatorischen Gründen in der Öffentlichkeit meistens nicht explizit benutzt, sondern hinter dem Ziel der Stärkung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und der internationalen Wettbewerbsfähigkeit verborgen wird. Diese *Konzentrationsförderung* wird im

gemeinsamen wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Interesse in enger Koordination von Politik und Medienwirtschaft betrieben.

Im Gegensatz dazu wird die Auffassung verbreitet, daß die Ursachen der Misere beim kritikwürdigen Verhalten (Inkompetenz, Nicht-Handeln) der *Angestellten der LMA* zu suchen seien. In der Tat werden selbst von Seiten der LMA eigene Versäumnisse eingestanden, aber insgesamt gesehen kann hier keineswegs der eigentlich Schuldige im Sinne einer erklärenden Ursache für das Elend der KK gefunden werden. Denn die LMA haben als ausführende Organe weitgehend das getan, was sie konnten. Sie haben im Rahmen ihrer begrenzten gesetzlichen und organisatorischen Möglichkeiten unbestreitbar Aktivitäten in Sachen KK vorzuweisen. Das Problem ist, daß sie kaum das tun konnten, was im Sinne einer effektiven KK notwendig gewesen wäre. Sie müssen vor allem mit dem Widerspruch leben, daß sie mit ihrer auftragsgemäßen Haupttätigkeit, der Lizenzierungs-, Standort- und Parteipolitik, tatkräftige Gehilfen der Konzentrationsförderung sind. Als solche sind sie „Kinder der Medienpolitik und (haben) deren Schwächen geerbt“, wie es Hans Hege, der aus Protest zurückgetretene ehemalige Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) in seinem kritischen Rückblick sieht.

Die „Schuldigen“ sind also nach Kenntnis dieses erfahrenen Insiders der KK schon eher bei den verantwortlichen *Politikern* zu suchen, die die Grundsatzfrage „Was nützt es der Medienpolitik, wenn sie Medienkonzentration bekämpft?“ für sich negativ beantworten müssen: „Der Karriere des einzelnen Politikers schadet es eher, zu Wählerstimmen führt es kaum, weil es den meisten Bürgern doch gleichgültig ist, wem die Medien gehören. Die kritische Öffentlichkeit ist klein.“ Die Probleme der KK wären also so gesehen nur ein Unterfall der allgemeinen Probleme der Medienpolitik in diesem Land, die hauptsächlich auf individuelle, subjektive Interessenlagen und opportunistisches Verhalten von Politikern zurückzuführen wären. Diese Erklärungsweise beinhaltet eine inadäquate Reduzierung der Probleme auf das subjektive Interesse von Individuen; schon der konstruierte Widerspruch - Wille zur Konzentrationskontrolle versus Zurückhaltung aus Karriereinteresse - ist weitgehend fiktiv. In Wirklichkeit haben die meisten Politiker einen wohlkalkulierten politischen Willen zur Konzentrationsförderung, weil ein Erfolg auf diesem Gebiet als förderlich für die Bestandssicherung des politisch-ökonomischen Systems und darüber auch als karrierefördernd angesehen wird.

Als Beleg für diese These können die als Grundlage für die KK geltenden Gesetze dienen. Hier ist meines Erachtens der politische Wille deutlich zu

erkennen und die wichtigste Ursache für das bisherige Scheitern der KK zu finden. Die *Defizite der Gesetze, Vorschriften und Konzepte* zur KK sind in der öffentlichen Diskussion nahezu unbestritten. Detailliert wurden diese Defizite als Ursache einer nicht effektiven KK jüngst von den LMA benannt, die es aus eigener Praxis am besten wissen können: Im DLM-Bericht von 1995 wird das Medienkonzentrationsrecht zusammenfassend als kompliziert, unübersichtlich und unklar, vor allem aber als defizitär in dem Sinn charakterisiert, daß es sich in unvollkommener Weise auf Probleme horizontaler Konzentration im Rundfunkbereich beschränkt und dabei Probleme vertikaler und diagonalen Konzentration („cross-ownership“) vernachlässigt, ebenso internationale Konzentrationsvorgänge und mögliche Konzentrationsprobleme im Zusammenhang mit der Verbreitung neuer Kommunikationstechnologien.⁵

Der DLM-Bericht zeigt auch in aller Deutlichkeit: Nicht einmal die bereits als unzureichend kritisierten Ziele und Konzepte der KK können in ausreichendem Maße umgesetzt werden, weil es in eklatanter Weise an geeigneten Durchsetzungsmitteln fehlt, insbesondere an Auskunfts- und Untersuchungsrechten zur Feststellung von Konzentrationstatbeständen als Voraussetzung einer effektiven KK. Die deshalb notwendige freiwillige Kooperationsbereitschaft der zu kontrollierenden *Medienunternehmen* ist bislang denkbar gering. Nicht einmal im Rahmen der bestehenden, für sie recht harmlosen gesetzlichen Vorschriften sind sie zu Auskünften bereit. Gegen Vorschläge von Maßnahmen, die über die bestehenden Vorschriften hinausgehen, zeigen sie offenen Widerstand.

Ausdruck des öffentlichen Eingeständnisses der Untauglichkeit der bisherigen Mittel und Instrumente bzw. der Defizite der Konzepte und des Verfahrensrechts⁶ sind auch die neueren Vorschläge der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten zur *Novellierung des Rundfunkstaatsvertrags* vom 17. September 1994 (Lübecker Beschlüsse). In ähnliche Richtung gehen die Beschlüsse der SPD-Medienkommission vom 8. März 1995 zur Rundfunkstaatsvertragsdebatte.⁷ Mit der Vorlage derartiger Papiere ist jedoch wenig gewonnen. Aus nachvollziehbaren Gründen werden alle Modelle mit jeweils überzeugenden Argumenten immanent kritisiert, weil sie nicht effizient sind und/oder mit nahezu unüberwindbaren Meßproblemen behaftet sind. Unabhängig davon herrscht allgemein Skepsis hinsichtlich der Realisierung der Vorschläge.⁸

Das eigentliche Problem ist jedoch meines Erachtens darin zu sehen, daß alle Vorschläge sich im vorgegebenen eingeschränkten Rahmen bewegen. Das bedeutet: Selbst wenn sie verwirklicht würden, wäre damit noch keine effektive KK erreicht. Der Streit um die verschiedenen Modelle wie der um Binnenplurali-

täts- versus Außenpluralitätsmodell, Beteiligungs- versus Marktanteilsmodell, Zuschauer- versus Werbemarktanteilsmodell, Landes- versus Bundeskompetenz, Rundfunk- versus Wettbewerbsrecht etc. erfüllt durch den damit demonstrierten „Reformwillen“ eine - allerdings im medienpolitischen Kontext bedeutsame - Alibi- und Ablenkungsfunktion, wodurch das Grundproblem einer schon im Ansatz konzeptionell defizitären und deshalb ineffektiven KK unberührt bleibt.⁹

II. Theoretische Erklärungen zur Situation der Konzentrationskontrolle

Die Rundfunkentwicklung in Deutschland steht generell schon seit Beginn der 80er Jahre unter dem Einfluß eines *Paradigmawechsel*¹⁰, der durch einen politischen Zielwechsel weg von einem kultur- und gesellschaftspolitisch orientierten Rundfunkrecht hin zu einem *wirtschaftspolitisch* dominierten Medienwirtschaftsrecht gekennzeichnet ist. Recht wird damit auch zu einem wichtigen Medium *symbolischer Politik* und *Konsenssicherung*. Im Rahmen dieser besonderen Spielart einer rechtlich und politisch abgesicherten Dominanz des Ökonomischen über die Kultur¹¹, werden Markt und Wettbewerb als zentrale wirtschaftliche und gesellschaftliche Koordinationsmechanismen gepriesen. In der Praxis wird jedoch erfolgreiche Konzentrationsförderung als bewußte Beschränkung des Wettbewerbs auf mindestens sechs Arten betrieben:

1. durch die sichtbar effektive Lizenzierungs-, Standort-, Struktur- und Industriepolitik der LMA,
2. durch das Fehlen wirkungsvoller gesetzlicher Anti-Konzentrations-Vorschriften für vertikale und diagonale (multimediale) Konzentration,
3. durch das Fehlen wirkungsvoller gesetzlicher Anti-Konzentrations-Vorschriften für die Verflechtung von Telekommunikation, Datenverarbeitung und Massenmedien,
4. durch die Beschränkung von Anti-Konzentrations-Vorschriften auf den wirtschaftlichen Bereich unter Ausblendung des publizistischen Bereichs,
5. durch bestehende Vorschriften der KK, die zum Beispiel durch das angewandte Prinzip der Anbietergemeinschaft unter dem Deckmantel der KK Konzentration und Verflechtungen eher begünstigen als behindern, wie der gegenwärtige Stand der Konzentration zeigt,
6. durch die direkt konzentrationsfördernde Politik auf EU-Ebene.

Diese ausgeprägte Praxis der Konzentrationsförderung statt Konzentrationskontrolle kann zweifach erklärt werden:

- mit den vorherrschenden wirtschafts- und medienpolitischen Leitbildern sowie

- mit dem gegenwärtigen grundsätzlichen Verhältnis von Wirtschaft und Politik.

Vorherrschende wirtschafts- und medienpolitische Leitbilder

Daß in den gesetzlichen Grundlagen zur KK wichtige Regelungsfelder ausgeklammert sind, die bestehenden Bestimmungen nicht umsetzbar oder allzu anspruchlos sind, wobei sich „der Gesetzgeber in ein kompliziertes Geflecht von programmatischen Appellformen, organisatorischen Gestaltungsoptionen und Vielfaltsfiktionen (flüchtet)“¹², kann nur als Ausdruck eines fehlenden politischen Willens zur effektiven Konzentrationskontrolle gewertet werden. Auch das Versagen der KK, wie sie von den LMA durchgeführt werden soll, ist als politisch gewollt anzusehen. Dies ist sowohl aus der vorherrschenden allgemeinen Wirtschaftspolitik, die zunehmend auch auf den Medienbereich angewandt wird, als auch aus den allgemeinen medienpolitischen Grundsätzen erklärlich. Medienpolitik ist sichtbar, gerade von seiten der Landesmedienanstalten, in erster Linie *Medienwirtschaftspolitik*, und zwar als sektorale Wirtschaftsstrukturpolitik¹³ für den Mediensektor, als regionale Industriepolitik, Standortpolitik, Technologiepolitik, Infrastrukturpolitik, Modernisierungspolitik etc. Nach den vorherrschenden Leitbildern der Wirtschaftspolitik heißt dies vor allem: Wirtschaftsförderungspolitik im Sinne einer Konzentrationsförderungspolitik, somit das krasse Gegenteil von KK. Diese Zielsetzung wird zunehmend, vor allem auch auf EU-Ebene, mit dem Hinweis auf die Notwendigkeit von Großunternehmen, Konzernen oder strategischen Netzwerken zur Sicherung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit europäischer Medienunternehmen gegenüber der Konkurrenz aus USA und Japan gerechtfertigt.¹⁴

Konzentrationsförderung als Förderung großer Unternehmenseinheiten ist im vorherrschenden wettbewerbspolitischen Konzept des *funktionsfähigen* Wettbewerbs schon seit langem eine zentrale Aufgabe des Staates.¹⁵ Innerhalb dieses Konzeptes findet folgerichtig auch auf seiten des Staates die von den Medienunternehmen vorgebrachte Behauptung, nur große Medienunternehmen könnten Medienvielfalt sichern, große Zustimmung. Die Zurückhaltung in der KK ist in Ergänzung hierzu auf eine noch immer bedeutsame Orientierung der Wirtschaftspolitik an *neoklassischen* Wirtschaftskonzepten zurückzuführen, in denen die selbstregulierenden Kräfte des Marktes in den Vordergrund gerückt werden und dem Staat nur eine Rolle als Garant einer allgemeinen Markt- und Wettbewerbsfreiheit zugewiesen wird.

Es gibt aber auch eine *medienpolitische* Begründung für das Versagen der KK bzw. die Untätigkeit des Staates. Medienpolitik ist traditionell eher Laissez-faire-Politik. Staatsinterventionen im Medienbereich werden zumeist als Bedrohung

der Pressefreiheit, als Verletzung des Gebots der Staatsferne der Medien oder gar als Umgehung des Zensurverbots diskriminiert.¹⁶ In diesem medienpolitischen Kontext werden bereits seit langem Interventionen im Pressebereich unterlassen, und in diesen Kontext fügt sich auch die KK im Rundfunkbereich ein. Eine auf die Wahrung oder Herstellung einer *inhaltlichen* Medienvielfalt gerichtete KK gibt es nicht, sie wird auch in der Debatte um die KK weitgehend ausgeklammert.

Grundsätzliches Verhältnis von Wirtschaft und Politik

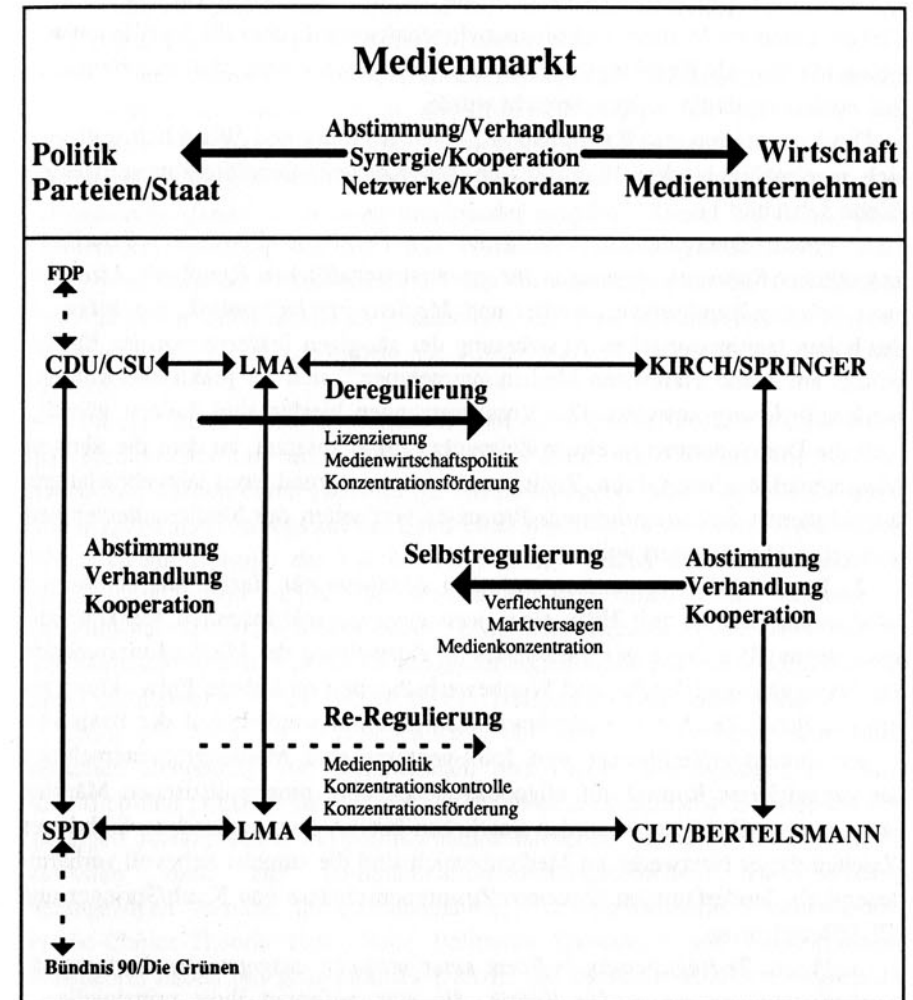
Das Verhältnis von Wirtschaft und Politik ist gegenwärtig generell durch einen Trend zur Ökonomisierung der Politik mit einer engen Verflechtung von Politik und Ökonomie bestimmt.¹⁷ Die Politik orientiert sich an ökonomischen „Zwängen“ der Unternehmen, insbesondere unter dem Gesichtspunkt technologischer und wirtschaftlicher Konkurrenzfähigkeit auf dem Weltmarkt. Wie in Schaubild 1 schematisch dargestellt wird, ist deshalb nicht - wie meistens behauptet oder gewünscht wird - von einem grundsätzlichen Gegensatz von Staat (Kontrollleur) und Medienwirtschaft (Kontrollierte) auszugehen. An die Stelle dieser traditionellen - weiterhin öffentlich verlautbarten - Vorstellung von der zentralen Entscheidungs- und Kontrollfunktion des Staates einerseits und dem Marktmodell für die Wirtschaft andererseits ist die Praxis einer Logik von Verhandlungssystemen von Policy-Netzwerken¹⁸ getreten.

Ziel des auch im Medienbereich angestrebten Strukturwandels ist die Realisierung *synergetischer* Lösungen, die „ein hohes Maß an Kooperation zwischen wirtschaftlichen und politischen Akteuren sowie ein Denken und Handeln in komplementären oder gemeinsamen Zusammenhängen“¹⁹ erfordern. Voraussetzung für einen erfolgreichen Strukturwandel ist das Funktionieren von *Netzwerken* von Unternehmenskooperation einerseits und Kooperation politischer Akteure andererseits, eine Form von Kartellbildung mit einer massiven Beschränkung von wirtschaftlichem und politischem Wettbewerb. Das Verhältnis von Politik und Wirtschaft wird hierbei von einer umfassenden gegenseitigen *Abstimmung* und *Koordination* der Interaktionen von öffentlichem und privatem Sektor bestimmt. An die Stelle der offiziell propagierten Kontrollfunktion des Staates tritt die *Verhandlung* von Spitzenpolitikern (inklusive administrativen Vorsitzenden, Direktoren, Kanzleien usw.) mit Spitzenmanagern oder Eigentümern von Großunternehmen.

Das Versagen der KK kann folglich auch nicht als Ausdruck eines *Staatsversagens*, wohl aber als Ausdruck eines *Marktversagens* gewertet werden. Da eine effektive KK politisch nicht gewollt ist, kann eine bewußte Nicht-Intervention des Staates auch nicht als Versagen interpretiert werden. Im Gegenteil: Sein

Konkordanz Medienpolitik - Medienwirtschaft

Schaubild 1



eigentliches Ziel, die Konzentrationsförderung, erreicht der Staat mit beachtlicher Durchsetzungskraft, wie man unschwer an der Konzentrationsentwicklung in den verschiedensten Industrien und Branchen erkennen kann. Von einem Marktversagen kann man dagegen durchaus sprechen, da hier das vielbeschworene erklärte Ziel der aktuellen Medien- und Medienwirtschaftspolitik, über die Installation des freien Marktes als Regelungsmechanismus Wettbewerb herzustellen, offensichtlich noch niemals zieladäquat erreicht wurde.

Die Kooperation und Koordination zwischen Politik und Wirtschaft vollzieht sich regelmäßig in drei Haupt-Phasen des Konzentrationsförderungsprozesses (siehe Schaubild 1):

1. Phase: *Deregulierung von seiten der Politik* in Form von Schaffung gesetzlicher Rahmenbedingungen für privatwirtschaftlichen Rundfunk, *Lizenzierung* privater Rundfunkveranstalter und *Medienwirtschaftspolitik*, die aufgrund der hohen legitimatorischen Absicherung der gängigen Präferenznormen für die bereits am Markt etablierten Medienunternehmen²⁰ sich als praktische *Konzentrationsförderung* auswirkt. Die Voraussetzungen hierfür sind äußerst günstig, weil die Deregulierung zu einem Zeitpunkt (1985) ansetzte, zu dem die übrigen Medienmärkte (Presse, Film, Buch usw.) bereits aufgrund eines jahrzehntelangen ungehinderten *Selbstregulierungs*-Prozesses von seiten der Medienunternehmen weitgehend konzentriert waren.

2. Phase: *Selbstregulierung auf dem Medienmarkt durch die etablierten Medienunternehmen* mit Hilfe eines *wettbewerbsbeschränkenden Marktverhaltens*, dessen *Marktergebnis* die intendierte Ausweitung der *Medienkonzentration* ist. Nach gängigen Markt- und Wettbewerbstheorien muß diese Entwicklung als ein deutliches Zeichen von *Marktversagen* gewertet werden. Auf der Basis von *Unternehmensverflechtungen* und *Joint-ventures* sind Mediengroßunternehmen als organisiertes Kapital auf oligopolistischen oder monopolistischen Märkten tätig, die jeweils bilateral mit den staatlichen Institutionen verhandeln. Sichtbares Zeichen dieser Netzwerke im Medienbereich sind die zumeist liebevoll verharmlosend als *Senderfamilien* titulierten Zusammenschlüsse von Kirch/Springer und CLT/Bertelsmann.

3. Phase: *Re-Regulierung in Form einer schwach ausgeprägten Konzentrationskontrolle von seiten der Politik*, die sich aufgrund ihrer prinzipiellen - politisch gewollten - konzeptionellen und verfahrensrechtlichen Mängel im Endeffekt, in ähnlicher Weise wie die Deregulierung und Selbstregulierung, als *Konzentrationsförderung* auswirkt. Der Formierung auf seiten der Medienwirtschaft entspricht in dieser Phase eine darauf bezogene Formierung der Medien-

politik als *Medienwirtschaftspolitik*. Ausdruck dessen ist unter anderem, daß - bei grundsätzlicher Gemeinsamkeit in Sachen KK - die CDU/CSU „ihre“ Senderfamilie Kirch/Springer und die SPD „ihre“ Senderfamilie CLT/Bertelsmann nach besten Kräften fördert, was wiederum von seiten der Medienkonzerne mit vor allem publizistischen Gegenleistungen honoriert wird.²¹

Staatliche Kontrolleure und die zu kontrollierenden Wirtschaftsunternehmen agieren auch im Medienbereich als Policy-Netzwerke auf der Basis von *dauerhaften Kooperationen* und *strategischen Allianzen* von staatlichen Institutionen und einzelnen Großunternehmen, die bei Bedarf auch *netzwerk- und systemübergreifende Koalitionen* miteinander eingehen. Dieser als *Konkordanz* bezeichnete Politiktyp ist als eine Weiterentwicklung *pluralistischer* oder *neokorporatistischer* Politik anzusehen, bei der immerhin noch die Koordination des Staates mit Unternehmer-Organisationen, nicht nur mit einzelnen Großunternehmen, sowie die Koordination mit Arbeitnehmer-Organisationen eine Rolle spielten.²²

Konsens und Kompromiß werden sowohl auf seiten der Politik und auf seiten der Medienwirtschaft als auch zwischen Politik und Medienwirtschaft im politischen Tausch durch gegenseitige Abstimmung, Verhandlung und Kooperation hergestellt, allerdings auf der Basis einer *Asymmetrie der Machtverhältnisse*. Wie man am Beispiel der KK erkennen kann - setzen sich überwiegend die *partikularen Interessen* einzelner Mediengroßunternehmen durch, während ein *gemeinwohlorientierter Systemnutzen*, etwa eine Sicherung von Informations- und Meinungsvielfalt, nur in dem eingeschränkten Maße erreicht wird, wie er für die Großunternehmen von Nutzen ist (zum Beispiel als Produktdiversifikation).

Trotz der auch im Medienbereich mehr und mehr sichtbar werdenden zentralen Bedeutung von Unternehmen und Unternehmensgruppen als wirtschaftlich und politisch einflußreiche Akteure sind erstaunliche Defizite bei den gängigen ökonomischen und politikwissenschaftlichen Theorien festzustellen, die zuweilen auch zur kommunikationswissenschaftlichen Theoriebildung herangezogen werden: Institutionentheorie, Pluralismustheorie, Systemtheorie, Public-Choice-Theorie bzw. Neue Politische Ökonomie und Neokorporatismustheorie haben ein gemeinsames Defizit: die konzeptionelle wie empirische *Nichtexistenz des Unternehmens bzw. der Firma*.²³ Angesichts der zum Teil schon europa- und weltweit operierenden politisch-ökonomischen Netzwerke von Politik, Staat und Mediengroßunternehmen, deren Handlungen und Strategien weder einer neoklassischen Marktlogik noch einer neokorporatistischen Verbandslogik folgen, erscheint die Entwicklung einer kommunikationswissen-

schaftlichen „Theorie der Medienunternehmung“ sachadäquat und dringlich zu sein.

III. Prognosen zur Entwicklung der Konzentrationskontrolle

Aufgrund meiner Analyse und Erklärung der Situation der KK sehe ich keine Anhaltspunkte dafür, daß sich die Situation der KK in Richtung einer effektiven Sicherung von Informations- und Meinungsvielfalt in Zukunft wesentlich verbessern wird. Denn die als weitgehend *konstant* anzusehenden wirtschafts- und medienpolitischen Rahmenbedingungen stehen einer Verbesserung der KK grundsätzlich im Wege. Diese Rahmenbedingungen, verbunden mit der Verhandlungslogik der systemübergreifenden Allianzen von Medienwirtschaft und Medienpolitik, lassen unter anderem auch aufgrund der Asymmetrie der Machtverhältnisse zugunsten der Medienwirtschaft keine effektive KK zu. Für diese Einschätzung sprechen auch die Erfahrungen und Marktgegebenheiten im Pressebereich. Für den gesamten Medienbereich gilt, was schon vor einiger Zeit von wissenschaftlicher Seite für den Pressebereich treffend festgestellt wurde, „daß der in der Pressekonzentration ... sich abbildende sozio-ökonomische Wandel in der Tat in einem nicht behebbaren Maß irreversible Strukturbildung einschließt“.²⁴

Davon und von den gegenwärtig diskutierten Reformmodellen ausgehend kann man das zur Zeit „optimistischste“ Szenario für das wahrscheinlichste Ergebnis einer im aufgezeigten politischen Zusammenhang „erfolgreichen“ KK in folgender Weise prognostizieren: Unter der Annahme, das zur Zeit von vielen als Verbesserungsvorschlag favorisierte *Marktanteilsmodell* würde verwirklicht, gäbe es höchstwahrscheinlich - abhängig davon, auf welchen Kompromiß zwischen Zuschauer- und Werbemarktanteil mit welchen Beteiligungsgrenzen und Berechnungsmethoden man sich einigt - folgende Marktstruktur-Alternativen im Fernsehbereich:

- ein „Senderfamilien“-*Trio* mit je maximal 35 Prozent Marktanteil oder
- ein „Senderfamilien“-*Quartett* mit je maximal 25 Prozent Marktanteil.

Man kann sich leicht vorstellen, welche der bekannten „Senderfamilien“ auch eine nach den vorliegenden Modellen novellierte Konzentrationskontrolle besonders gut überleben werden. Mit der Verwirklichung des Kontrollziels „Senderfamilien“-*Quartett* könnte das Ergebnis der KK sogar so perfektioniert werden, daß jedes der vier wichtigsten Familienmitglieder (Kirch, Springer, CLT und Bertelsmann) zur Förderung des Familienfriedens und der Ruhe im Staat

jeweils einen eigenen Sender ganz für sich alleine hätte. Damit wäre dann auch die von vielen gegenwärtig favorisierte Lösung der Konzentrationsproblematik, die Anwendung des Modells *one man one show*, in geradezu perfekter Weise realisiert.

Spätestens dann, wenn ein derartiges „Ideal“-Modell verwirklicht wäre, könnten sich Medienpolitiker und Konzentrationskontrolleure mit neuer Kraft in Ruhe auf eine wichtige Aufgabe konzentrieren, zu der die verantwortlichen Politiker von der Bertelsmann AG höchst machtvoll aufgefordert sind: „der in Deutschland zu beobachtenden Anti-Konzentrationshysterie entgegenzutreten“.²⁵ Würde dieser Aufforderung nicht Folge geleistet, könnte es womöglich noch so weit kommen, daß auch die Konzentrationskontrolle in Deutschland - wie schon die 100 Jahre alte Konzentrationskontrolle im Muster-Land USA - als „eine Geschichte der Vertuschungen und Umgehung von Begrenzungstatbeständen seitens der Unternehmen“²⁶ in die Geschichte eingeht.

Anmerkungen

- 1 „epd / Kirche und Rundfunk“, Nr. 67 vom 27. August 1994, S. 14 f.
- 2 Hans Hege: Die Aufgabe der Medienpolitik. Thesen zum Verhältnis von Medienpolitik, Medienwirtschaft und Landesmedienanstalten. In: „Rundfunk und Fernsehen“, 42. Jg. 1994/Heft 2, S. 248.
- 3 vgl. hierzu beispielhaft aktuelle Analysen zur Medienkonzentration: Europäisches Medieninstitut: Bericht über die Entwicklung der Meinungsvielfalt und der Konzentration im privaten Rundfunk gemäß § 21, Abs. 6, Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland. In: Die Landesmedienanstalten (Hrsg.): Die Sicherung der Meinungsvielfalt. Berichte, Gutachten und Vorschläge zur Fortentwicklung des Rechts der Medienkonzentrationskontrolle vom Herbst 1994. Berlin 1995, S. 127-220; Horst Röper: Formationen deutscher Medienmultis 1994/95. Veränderungen, Pläne und Strategien der größten deutschen Medienunternehmen. In: „Media Perspektiven“, Nr. 7/1995, S. 310-330; Jürgen Heinrich: Keine Entwarnung bei Medienkonzentration. Ökonomische und publizistische Konzentration im deutschen Fernsehsektor 1993/94. In: „Media Perspektiven“, Nr. 6/1994, S. 297-310.
- 4 Hans Hege: a.a.O., S. 247.
- 5 vgl. Victor Henle: Erfahrungsbericht der Landesmedienanstalten zur Sicherung der Veranstalter- und Beteiligungsvielfalt im bundesweit verbreiteten Rundfunk (DLM-Konzentrationsbericht). In: Die Landesmedienanstalten (Hrsg.): a.a.O., S. 9-126.
- 6 vgl. Dieter Dörr: Kontrolle braucht Durchsetzungsbefugnisse. Defizite des Verfahrensrechts bei der Medienkonzentrationskontrolle. In: „Media Perspektiven“, Nr. 2/1995, S. 42-47; Thomas Kleist: Medienmonopoly im Konzentrationsprozeß. Hat die Kontrolle versagt? In: „ZUM - Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht“, Nr. 11/1993, S. 503-509; Christoph Wagner: Konzentrationskontrolle im privaten Rundfunk. Verantwortungsbereiche und Instrumente der Kartell- und Landesmedienbehörden. In: „Rundfunk und Fernsehen“, 38. Jg. 1990/Heft 2, S. 165-182; Christoph Wagner: Die Landesmedienanstalten. Organisation

- und Verfahren der Kontrolle privater Rundfunkveranstalter in der Bundesrepublik Deutschland. Baden-Baden 1990.
- 7 vgl. „Lübecker Beschlüsse“, abgedruckt in: Die Landesmedienanstalten (Hrsg.): a.a.O., S. 485-497; Beschlüsse der SPD-Medienkommission abgedruckt in: Beilage zum „IW-Medienspiegel“, 19. Jg. 1995/Nr. 14 vom 3. April 1995, S. 13-17.
 - 8 vgl. Friedrich Kübler: Argumente für ein Werbemarkanteilsmodell. Konzentrationskontrolle in der Sackgasse. In: „Media Perspektiven“, Nr. 2/1995, S. 48-57; Marie-Luise Kiefer: Konzentrationskontrolle: Bemessungskriterien auf dem Prüfstand. Mechanismen der Medienkonzentration ökonomisch betrachtet. In: „Media Perspektiven“, Nr. 2/1995, S. 58-68; Claus Morhart: Lübecker Marzipan. Die Landesmedienanstalten nach ihrer Gesamtkonferenz. In: „epd / Kirche und Rundfunk“, Nr. 75 vom 24. September 1994, S. 3-4; Volker Lilienthal: Dammbbruch. Die SPD-Medienpolitik und eine Bertelsmann-Tagung. In: „epd / Kirche und Rundfunk“, Nr. 74 vom 21. September 1994, S. 3-6.
 - 9 Die Vorschläge der Günther-Kommission zur Marktanteilsbegrenzung im Pressebereich von 1968, auf die sich die Befürworter der neuen Marktanteilsmodelle im Rundfunkbereich gerne berufen, wurden ebenfalls niemals im Ansatz realisiert.
 - 10 vgl. Wolfgang Hoffmann-Riem: Rundfunkrecht und Wirtschaftsrecht - ein Paradigmawechsel in der Rundfunkverfassung? In: „Media Perspektiven“, Nr. 2/1988, S. 57-76; Bernd-Peter Lange: Das duale Rundfunksystem in der Bewährung. Geregelter Wettbewerb oder ruinöse Konkurrenz? In: „Media Perspektiven“, Nr. 1/1991, S. 8-17.
 - 11 vgl. Marie-Luise Kiefer: Die Dominanz des Ökonomischen. Kann der öffentlich-rechtliche Rundfunk überleben? In: „epd / Kirche und Rundfunk“, Nr. 63 vom 13. August 1994, S. 3-9.
 - 12 Wolfgang Hoffmann-Riem: a.a.O., S. 63.
 - 13 vgl. Roland Czada: Wirtschaftsstrukturpolitik: Institutionen, Strategien, Konfliktlinien. In: Klaus von Beyme/Manfred G. Schmidt (Hrsg.): Politik in der Bundesrepublik Deutschland. Opladen 1990, S. 283-308. Der Autor weist darauf hin: „Staatliche Strukturpolitik führt häufig zu politisch geförderten Unternehmenszusammenschlüssen“ (ebenda, S. 294).
 - 14 vgl. Europäisches Medieninstitut: a.a.O., S. 209; Christoph Wagner: Konzentrationskontrolle im Medien-Binnenmarkt der EG. Wettbewerbsrechtliche und medienspezifische Ansätze. In: „Archiv für Presserecht“, Nr. 1/1992, S. 8.
 - 15 vgl. Manfred Knoche: Einführung in die Pressekonzentrationsforschung. Theoretische und empirische Grundlagen - Kommunikationspolitische Voraussetzungen. Berlin 1978, S. 229-255.
 - 16 Meines Erachtens trifft hierzu noch immer meine Einschätzung zu, daß die empirische Überprüfung, ob publizistische Vielfalt konkret verwirklicht ist, leicht in den Verdacht gerät, in nicht zulässiger Art „systemverändernd“ wirken zu wollen; vgl. Manfred Knoche: Die Meßbarkeit publizistischer Vielfalt. In: Siegfried Klaue/Manfred Knoche/Axel Zerdick (Hrsg.): Probleme der Pressekonzentrationsforschung. Ein Experten-Colloquium an der Freien Universität Berlin. Baden-Baden 1980, S. 128.
 - 17 vgl. Roland Czada: a.a.O., S. 301 f.
 - 18 vgl. Renate Mayntz: Policy-Netzwerke und die Logik von Verhandlungssystemen. In: Adrienne Héritier (Hrsg.): Policy-Analyse. Kritik und Neuorientierung. Opladen 1993, S. 39-56.
 - 19 Franz Lehner: Grenzen der Wettbewerbsdemokratie: Der Wandel politisch-ökonomischer Konfliktstrukturen in westlichen Industriegesellschaften. In: Beate Kohler-Koch (Hrsg.): Staat und Demokratie in Europa. 18. Wissenschaftlicher Kongreß der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft. Opladen 1992, S. 172.

- 20 vgl. Gerd G. Kopper: Der sozio-historische und politisch-ökonomische Hintergrund der Pressekonzentration. In: Siegfried Klaue/Manfred Knoche/Axel Zerdick: a.a.O., S. 228. Ein eindrucksvolles Beispiel für die Feststellung Koppers ist nicht nur die Förderung von Mediengroßunternehmen durch die Landesmedienanstalten, sondern auch die massive Förderung von Mediengroßunternehmen und damit die Konzentrationsförderung durch die Treuhandanstalt in der ehemaligen DDR nach 1989; vgl. Beate Schneider: Die ostdeutsche Tagespresse - eine (traurige) Bilanz. In: „Media Perspektiven“, Nr. 7/1992, S. 428-441.
- 21 vgl. Hans J. Kleinstüber: Rundfunksteuerung durch Rundfunkrecht. Thesen zur weiteren Entwicklung. In: Otfried Jarren/Frank Marcinkowski/Heribert Schatz (Hrsg.): Landesmedienanstalten - Steuerung der Rundfunkentwicklung? Jahrbuch 1993 der Arbeitskreise „Politik und Kommunikation“ der DVPW und der DGPK. Münster und Hamburg 1993, S. 40 ff. Begünstigt werden hierbei über Partei- und Standortgrenzen hinweg große Koalitionen in der Art „tust du meinem Kirch nichts, schon ich deinen Bertelsmann“ (Hans Hege: a.a.O., S. 246).
- 22 Zu den Unterschieden von Pluralismus, (Neo)Korporatismus und Konkordanz vgl. Hiltrud Naßmacher: Vergleichende Politikforschung. Eine Einführung in Probleme und Methoden. Opladen 1991, S. 123 ff.
- 23 vgl. Frieder Naschold: Politik und politische Institutionen in neokorporatistischen und Public-Choice-Ansätzen - Anmerkungen zu einem Theorieprogramm. In: Hans-Hermann Hartwich (Hrsg.): Macht und Ohnmacht politischer Institutionen. 17. Wissenschaftlicher Kongreß der DVPW 12. bis 16. September 1988 in der Technischen Hochschule Darmstadt. Tagungsbericht. Opladen 1989, S. 210-221. Einen Überblick über die verschiedenen Theorieansätze gibt u. a. Hiltrud Naßmacher: a.a.O.
- 24 Gerd G. Kopper: a.a.O., S. 224.
- 25 Bertelsmann AG: Positionspapier „Die medien-, kommunikations- und technologiepolitische Position des Hauses Bertelsmann“ vom Oktober 1994. In: Hermann Kresse (Hrsg.): Pluralismus, Markt und Medienkonzentration: Positionen. Berlin 1995, S. 128.
- 26 Europäisches Medieninstitut: a.a.O., S. 208.

Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Claudia Mast (Hg.)

Band 23

Markt - Macht - Medien

Publizistik im Spannungsfeld
zwischen gesellschaftlicher Verantwortung
und ökonomischen Zielen



Berichtsband der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) vom 14. bis 16. Juni 1995 in Stuttgart zum Thema „Markt - Macht - Medien: Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen“.

Für die inhaltliche und organisatorische Mitgestaltung der Tagung danke ich dem Vorstand der DGPK - Walter Hömberg, Barbara Mettler-v. Meibom, Heinz Pürer - sowie den Leiterinnen und Leitern der Unterplena Hans J. Kleinsteuber, Wolfgang R. Langenbacher, Michael Schenk und Ulla Wischermann.

Besonderer Dank gilt Walter J. Schütz, der die Redaktion des Bandes übernommen hat, und meinen Mitarbeiterinnen Julia Klöpfer und Dagmar Mugele, die an der Produktion des Buches mitgewirkt haben.

Die Herausgeberin

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

Markt - Macht - Medien: Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen /

Claudia Mast (Hg.). - Konstanz : UVK Medien, 1996

(Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ; Bd. 23)

ISBN 3-89669-128-7

NE: Mast, Claudia [Hrsg.]; GT

ISBN 3-89669-128-7

(früher: ISBN 3-88295-240-7)

1. Auflage 1996

Herausgeberin: Univ.-Prof. Dr. Claudia Mast

Druck: Legoprint, Trento

© UVK Medien

Verlagsgesellschaft mbH

Tägermoosstr. 1

D-78462 Konstanz

Telefon: (0 75 31) 90 53-0

Telefax: (0 75 31) 90 53-98

Alle Rechte vorbehalten.