

**Stellungnahme der Bundesrepublik Deutschland
zum Arbeitspapier der EU-Kommissionsdienststellen
„Verstärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Europäischen Verlagsbranche
– die Rolle der Medienpolitik“ vom 22. September 2005**

Die Bundesrepublik Deutschland begrüßt die Initiative der Kommissionsdienststellen, die wirtschaftliche Situation der europäischen Verlagsbranche systematisch zu analysieren. Dies gilt umso mehr, als die tatsächliche Datenlage in diesem Bereich – wie im Arbeitspapier an mehreren Stellen zutreffend festgestellt wird – nicht zufrieden stellend ist. Die von den Kommissionsdienststellen initiierte europaweite Befragung der betroffenen Akteure dürfte daher ein Erfolg versprechender Ansatz sein, um die notwendigen Erkenntnisse zu gewinnen. Die Bundesrepublik Deutschland sieht mit dem im Arbeitspapier enthaltenen Fragenkatalog in erster Linie die Verbände und Unternehmen der Verlagsbranche angesprochen und beschränkt sich daher in der folgenden Stellungnahme auf einige grundsätzliche Bemerkungen. Sie geht ferner davon aus, dass die Kommissionsdienststellen die gewünschten Informationen auch in späteren Verfahrensstadien unmittelbar bei den betroffenen Verbänden und Unternehmen einholen werden.

Bei der Auswertung der von den angesprochenen Verbänden und Unternehmen gegebenen Auskünfte sollte unbedingt darauf geachtet werden, dass zuvor ein methodisches Grundkonzept erarbeitet und mit den Mitgliedstaaten abgestimmt wird, das die Vergleichbarkeit und damit eine praktische Verwertbarkeit der Informationen gewährleistet. Diese methodische Voraussetzung lässt das von der Kommission vorgelegte Arbeitspapier noch nicht ausreichend deutlich werden.

Im Arbeitspapier wird zu Recht darauf hingewiesen, dass die Medienpolitik für die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Verlagsbranche eine wichtige Rolle spielt, der Medienpolitik aber zugleich die Rolle zufällt, die den wirtschaftlichen Interessen der Branche im Einzelfall entgegen stehenden öffentlichen Belange, insbesondere die Interessen der Nutzerinnen und Nutzer von Printmedien, zu wahren. Welche Rolle der Europäischen Union auf diesem Politikfeld zukommen soll, lässt das Arbeitspapier indessen nicht klar erkennen. Die Bundesrepublik Deutschland weist deshalb rein vorsorglich darauf hin, dass die Medienpolitik im Kern in die Zuständigkeit der

Mitgliedstaaten fällt. Dies gilt insbesondere insoweit, als die Medienpolitik nationale kommunikations- und kulturpolitische Ziele verfolgt.

Das Arbeitspapier wirft zu Recht die Frage auf, ob die vorhandenen, die Verlagsbranche betreffenden allgemeinen, insbesondere die wirtschafts- und verbraucherschutzrechtlichen Regulierungen angemessen sind oder verbessert werden können. Nach Auffassung der Bundesrepublik Deutschland sollten insoweit besonders die Werberegulierungen kritisch in den Blick genommen werden, welche die Europäische Union in den letzten Jahren geschaffen hat. Aus hiesiger Sicht wirken sich diese Regelungen besonders belastend auf die Verlagsbranche aus, ohne hierfür in jedem Fall überwiegende öffentliche Belange benennen zu können. Es sei daher an dieser Stelle daran erinnert, dass die Bundesrepublik Deutschland die EU-Tabakwerberichtlinie (2003/33/EG) unter anderem mit Blick auf die unverhältnismäßige Belastung der Verlagsunternehmen vor dem Europäischen Gerichtshof angegriffen hat.

Das Arbeitspapier beschreibt zutreffend, dass Zeitungen, Zeitschriften und Bücher zunehmend durch die konkurrierenden elektronischen Medienangebote, insbesondere im Online-Bereich, bedrängt werden. Nach hiesiger Einschätzung werden sich die Printmedien gegen diese Konkurrenz aber nur dann behaupten können, wenn sie auf Glaubwürdigkeit und Qualität setzen. Es besteht daher in der deutschen Verlagsbranche Einigkeit darüber, dass die im deutschen Presserecht verankerte strikte Trennung von Redaktion und Werbung auch in Zukunft unverzichtbar ist. Die Bundesrepublik Deutschland teilt diese Haltung ausdrücklich und warnt nachdrücklich vor einer Debatte, die darauf abzielt, Schleichwerbung, Product- oder Themenplacement als geeignete zusätzliche Mittel zur Finanzierung von Printprodukten anzusehen. Sie verweist in diesem Zusammenhang ergänzend auf ihre Stellungnahme zur Novellierung der EU – Fernsehrichtlinie (siehe dort S. 17 / 18 zu Frage 4).

Ihrer Zuständigkeit folgend fokussieren die Kommissionsdienststellen besonders die Frage der grenzüberschreitenden Wettbewerbsfähigkeit der Verlagsunternehmen. Das Arbeitspapier lässt allerdings nicht hinreichend erkennen, dass sämtliche Printmärkte – auch im Hinblick auf die Konkurrenz der elektronischen Medienangebote - aufgrund besonderer kultureller Gegebenheiten und sprachlicher Barrieren im Wesentlichen national und regional strukturiert sind, mithin auch die Frage nach der branchenspezifischen Wettbewerbsfähigkeit der Verlagsunternehmen im Kern nicht auf europäischer, sondern auf nationaler Ebene zu behandeln ist. Der Europäischen Union kann insoweit also nur eine ergänzende Rolle zukommen.