



Verband Deutscher  
Zeitschriftenverleger

Haus der Presse  
Markgrafenstraße 15  
D-10969 Berlin  
Tel.: 0049 30 72 62 98 120



Haus der Presse  
Markgrafenstraße 15  
D-10969 Berlin  
Tel.: 0049 30 72 62 98 200

## **“Strengthening the Competitiveness of the EU Publishing Sector – The role of media policy: Questions for the sector, civil society and public authorities**

### **Commission Staff Working Paper, Pre-Release, 22.9.2005**

Der VDZ – Verband Deutscher Zeitschriftenverleger ist die Dachorganisation der deutschen Zeitschriftenverleger und ihrer Online-Angebote. Ihm gehören mehr als 400 Verlage an, neben international bekannten Verlagshäusern eine Vielzahl kleiner und mittelständischer Unternehmen, die weit über 95 % der Mitgliedschaft ausmachen. Die Mitglieder des VDZ geben insgesamt über 3000 Zeitschriftentitel heraus und verkörpern damit rund 90 % des deutschen Zeitschriftenmarktes. Dabei steigt der Anteil ergänzender elektronischer Ausgaben sowie eigenständiger elektronischer Angebote kontinuierlich an.

Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. ist die Spitzenorganisation der Zeitungsverlage und deren Online-Angebote in Deutschland. Über seine elf Landesverbände sind dem BDZV mehr als 300 Tageszeitungen sowie 14 Wochenzeitungen angeschlossen. Gemessen am Umsatz repräsentieren die BDZV-Mitgliedsverlage 85 Prozent des deutschen Zeitungsmarktes.

Die deutschen Zeitschriften- und Zeitungsverleger begrüßen die Möglichkeit, zu den im o. g. Arbeitspapier enthaltenen Fragen Stellung zu nehmen.

### **Weithin schützt gesetzgeberisches Unterlassen Wettbewerbsfähigkeit der Verlage – Urheberrechtsschutz wichtig – Konkreter Handlungsbedarf bei aktuellen EU-Projekten**

Das Arbeitspapier fragt nach der „Rolle der Medienpolitik“ als Faktor der „Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Verlage“ und damit der Presse in Europa. Es will ausdrücklich eine auf die Presse bezogene medienpolitische Agenda der EU vorbereiten (S. 29, 5. Absatz) und bittet, bei Antworten die Möglichkeit einer Ausdehnung der Aktivitäten der Politik der Kommission auf eine umfassendere Medienpolitik für die Presse zu berücksichtigen (S. 30, unter 7.). Letztlich geht es über alle vier Frageblöcke hinweg (Fragen 1 – 4 zum Arbeitspapier, 5 – 6 zum Meinungspluralismus, 7 und 9 zu einer medienübergreifenden Politik sowie 8 zu Werbebeschränkungen) um die Möglichkeit und etwaige Rolle einer EU-Medienpolitik für die Presse. Diese Frage steht bei unseren Anmerkungen im Vordergrund.

### **I. Eckpfeiler zur Sicherung einer wettbewerbsfähigen europäischen Presse im Informationszeitalter**

Dem Papier ist zuzustimmen, dass jede Evaluierung etwaiger Möglichkeiten pressebezogener EU-Politik voraussetzt, die für die Wettbewerbsfähigkeit der Presse relevanten tatsächlichen, gesellschaftlichen und rechtlichen Faktoren zu analysieren. Man muss das

Medium in seinen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und rechtlichen Strukturen kennen und ggf. kennen lernen. Wir begrüßen nachdrücklich den Wunsch der Kommission nach einem intensivierten Austausch mit den Verlagen und stehen für jeden vertiefenden Dialog sehr gerne zur Verfügung. Wir begrüßen ebenso nachdrücklich die Absicht der Kommission, die Wettbewerbsfähigkeit der Presse fördern zu wollen. Dabei teilen wir die von Frau Kommissarin Reding jüngst im „Spiegel“ erklärte Haltung der EU-Kommission zu den Printmedien:

„Die Kommission unter Präsident Barroso hat sich klar für einen Richtungswechsel in der Medienpolitik entschieden. Wir meinen: Die Printmedien lässt man am besten frei von Regulierung. Zeitungen und Zeitschriften sollen auch nicht durch indirekte Regeln belastet werden, die ihnen wirtschaftlichen Schaden zufügen, obwohl sie eigentlich für andere Branchen gedacht waren. Solche Belastungen wollen wir aufspüren und eliminieren.“ (Der Spiegel 46/2005, S. 58)

Um diese Politik mit Leben zu erfüllen und eine wettbewerbsfähige periodische Presse in Europa zu erhalten und zu fördern, sind nach unserer Auffassung insbesondere die folgenden Einsichten von grundlegender Bedeutung. Sie erhellen bereits die Mehrzahl der gestellten Fragen:

**Eigenschaft der Presse als Wirtschaftsgut und Demokratiebedingung unteilbar:** *Jeder Versuch, die besondere Bedeutung der Presse für die Demokratie und ihren besonderen Schutz in medienpolitische Überlegungen nicht vollwertig mit einzubeziehen, dürfte letztlich nicht weiterführen.* Ein solcher Ansatz würde zudem wesentliche Wettbewerbsbedingungen vernachlässigen. Der medienpolitischen Disposition entzogene Grundrechtsgehalte wie die Freiheit der Presse von jeder Lizenzpflicht oder ihr Schutz gegen binnenpluralistische Anforderungen setzen jeder Medienpolitik klare Grenzen und sind zugleich Wettbewerbsvorgaben. Presse hat auch bei einer wirtschaftlichen Betrachtung immer eine *doppelte* Rolle: als Wirtschaftsunternehmen *und* als Kommunikationsmedium, dessen Freiheit als Demokratiebedingung ebenso besonders ist wie der dafür zwingend nötige rechtliche Schutz *gegen staatliche Beschränkungen*.

**Pressefreiheit und positive sonstige Bedingungen sind Voraussetzungen wettbewerbsfähiger Presse:** *Dabei ist die gegenseitige Verzahnung von Freiheit und Wettbewerbsfähigkeit der Presse offensichtlich:* Eine freie und lebendige Presse ist existenziell sowohl auf die Pressefreiheit als auch auf funktionierende wirtschaftliche Rahmenbedingungen angewiesen. Ohne den klassischen Schutz der Presse von der Beschaffung der Information bis zur Verbreitung der Information und Meinung können die für eine erfolgreiche Presse nötigen geistigen Inhalte weder erstellt noch vervielfältigt oder verbreitet werden. Und wenn die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen beispielsweise die Finanzierung für mittelständische Verlage unmöglich machen oder die elektronische Presse infolge unzureichenden Urheberrechtsschutzes nicht überlebensfähig ist, hilft die beste Pressefreiheit für sich genommen wenig. Presse ist m. a. W. keine Ware (Papier) oder Dienstleistung (E-Paper und selbständige elektronische Formen) wie jede andere.

**Ein Großteil des Internet ist elektronische Presse:** *Der Wirtschaftssektor „Presse“ muss insbesondere bei jeder medienpolitischen Betrachtung um die ständig an Bedeutung gewinnende elektronische Presse erweitert werden.* Zum einen wird ein ständig zunehmender Anteil der bislang auf Papier gedruckten Presse elektronisch verbreitet. Dazu zählen inhaltlich papieridentische Ausgaben ebenso wie papierunabhängige Angebote. Bedeutung gewinnen daneben aber auch text- und bildgeprägte Presseangebote, die ergänzend audiovisuelle Sequenzen enthalten, gleichwohl aber ihrem Wesen

nach insgesamt Presseangebote sind. Die Entwicklung eines Geschäftsmodells der elektronischen Presse befindet sich in ihren Anfängen. Unabhängig von dem oder den letztlich realistischen Geschäftsmodellen ist sie wesentlicher Garant einer unabhängigen und vielfältigen Meinungsbildung im Internet. Damit ist sie grundlegender Baustein sowohl für ein freies und demokratisches als auch für ein als Wissensgesellschaft wirtschaftlich erfolgreiches Europa. Ebenso grundlegend ist der identische Schutz der Freiheit der Presse unabhängig davon, welcher Anteil ihrer Auflage auf Papier bzw. elektronisch verbreitet wird.

**Die Pressemärkte in Europa sind nach wie vor im Wesentlichen national bzw. regional strukturiert:** *Die Lesermärkte, d. h., die relevanten Märkte für Zeitschriften und Zeitungen sind im Wesentlichen regional und national strukturiert. Das gilt trotz der technisch leichteren Grenzüberschreitung weithin auch für die elektronische Presse. Auch aus diesen Gründen sind insbesondere inhaltliche Regulierungen sachlich richtig auf der Ebene der Mitgliedsstaaten verortet. Unterschiede im Äußerungsrecht, im Jugendschutzrecht oder auch im Werberecht, die in den verschiedenen Mitgliedsstaaten vorkommen, sind nicht als zu beseitigende Fehler, sondern als elementarer Ausdruck der unterschiedlichen Kulturen und Gesellschaften zu betrachten, die die Gemeinschaft zu achten und zu fördern hat.*

**Die Pressefreiheit ist besonders und insbesondere anders als die Rundfunkfreiheit:** *Die Presse und ihre Freiheit ist auch im Verhältnis zu anderen Medien besonders. Insbesondere Pressefreiheit und Rundfunkfreiheit unterscheiden sich erheblich. Die Pressefreiheit wird im Wesentlichen durch die Freiheit eines jeden Bürgers geprägt, frei von staatlicher Kontrolle Wort und Bild auf Papier (oder neuerdings auch elektronisch) zu vervielfältigen und zu verbreiten und für etwaige Gesetzesverletzungen nur nachträglich vor dem unabhängigen Richter verantwortlich zu sein. Dieser Gehalt der Presse ist für jede freie und demokratische Gesellschaft nach wie vor von essentieller Bedeutung; er muss ebenso und ohne Abstriche auch für die elektronische Presse gelten. Inhaltliche Grenzen der Freiheit sind die allgemeinen Gesetze, innerhalb derer jede Meinung, und sei sie noch so wenig erwünscht, mehrheitsfähig oder politisch korrekt, äußern darf. Die Pluralismussicherung erfolgt dadurch, dass es einem jeden frei steht, seine Meinung zu drucken und zu verbreiten, eine Freiheit, die mit der elektronischen Presse im Internet nunmehr auch tatsächlich für viele technisch effektiv zur Verfügung steht.*

Demgegenüber ist der Rundfunk jedenfalls bislang sehr viel intensiveren staatlichen Zugriffen ausgesetzt: Lizenzerfordernisse, staatliche Regulatoren mit Programmbeobachtungsfunktion, Verbote von Äußerungen im redaktionellen und werblichen Programmteil, die außerhalb des Rundfunks grundrechtlich geschützt sind, binnenplurale, d. h. den einzelnen Rundfunkveranstalter in seiner Freiheit beschränkende Ausgewogenheitsanforderungen etc. Die Unterschiede sind nicht bloße Tradition, sondern jedenfalls in der Frage der Freiheit der Presse grundrechtlich auch auf europäischer Ebene vorgegeben.

Demgemäß ist jede Ausdehnung der Rundfunkregulierung auf die Presse abzulehnen. Das gilt sowohl für engere rundfunkrechtliche Inhaltsschranken oder Pluralismusanforderungen als auch für die Einführung staatlicher Inhaltsaufsicht etc. Es gilt nicht weniger für staatliche Zugriffe auf Selbstverwaltungssysteme: Sollte eine staatliche Mitbestimmung der Strukturen der Rundfunkselfkontrolle möglich sein, ist sie dennoch für die Presse ausgeschlossen.

Insoweit ist auch eine integrierte Medienpolitik im Sinne medienübergreifender Regelungen nicht tragbar. Hingegen ist eine integrierte Medienpolitik im Sinne der Er-

kenntnis der Unterschiede zwischen den Medien und der Unterschiede ihres rechtlichen Schutzes zu begrüßen.

Als Folge aus dem Vorgesagten dürfte eine zu begrüßende Befreiung des Rundfunks von vorhandenen Beschränkungen und staatlichen Kontrollbehörden vielfach möglich sein.

**Die identischer Freiheit der Presse ist unabhängig von ihrer Verbreitung auf Papier oder über das Internet:** Das Internet ist nur ein weiterer Verbreitungsweg auch für die Presse. Die Konvergenz der Medien im Internet findet nicht statt. Es nutzen nur die verschiedenen Medien wie etwa die elektronische Presse mit ihrem skizzierten besonderen Schutz oder der Rundfunk mit seinem schwächeren Freiheitsgehalt das Internet als einen einheitlichen Verbreitungsweg. Das Internet ist ein Datennetz, das für fast beliebige Zwecke, vom Telefonat über die elektronische Post bis hin zur Verbreitung elektronischer Presse, zur Lieferung von Videos oder auch zur Verbreitung von Fernsehprogrammen genutzt werden kann. Eine Legitimation für ein einheitliches Medienrecht, das den Schutz der elektronisch verbreiteten Presse (mit oder ohne die oben beschriebenen audiovisuelle Elemente) gegenüber ihrer Papierschwester absenkt, existiert nicht.

Eine Ausdehnung von Regelungen aus der Rundfunkwelt auf andere Medien als Rundfunk auch via Internet (lineare audiovisuelle Dienste) ist problematisch und nicht angezeigt. Das gilt schon für die Ausdehnung auf nicht lineare audio-visuelle Dienste wie Filmangebote. Auch der Film außerhalb des Rundfunks ist stärker gegen staatliche Zugriffe geschützt als der Rundfunk. Jedenfalls aber muss die ansonsten in ihrer Entwicklung gefährdete elektronische Presse unter Einschluss ihrer audio-visuellen Elemente insgesamt von neuer Regulierung frei bleiben.

## **II. Kompetenzfragen und Fragen der adäquaten Regelungsebene – Europäischer Urheberrechtsschutz und DRM**

Die Frage, ob und inwieweit die EU-Kommission presserelevante Regelungen zur Förderung der Wettbewerbsfähigkeit der Presse initiieren sollte, hat sich in weiten Teilen aus der Einsicht in die unter 1. beschriebenen Strukturen ergeben. Es kommt aber noch die Frage der Kompetenzabgrenzung zu den Mitgliedstaaten hinzu.

Wir sind der Überzeugung, dass die Medienpolitik unter Einschluss etwaiger Pluralismus-sicherungen und in ganz besonderem Maße die Materie presserechtlicher Regelungen zu denjenigen Gebieten zählen, die den Mitgliedsstaaten vorbehalten sind. Das gilt insbesondere für die Bestimmung der oben beschriebenen Grenzen zwischen zulässiger und rechtlich verbotener Äußerung sowie die Fragen der staatlichen Kontrolle der Inhaltsgrenzen. Es gilt auch für die Frage, ob und wie der Staat in die Medienselbstkontrolle eingreifen darf, indem er Strukturvorgaben macht oder weitergehende Mitkontrolle übernimmt.

Die Wettbewerbsfähigkeit der Printmedien kann also in der überwiegenden Zahl der gestellten Fragen und darüber hinaus allein durch gesetzgeberisches Unterlassen gewahrt werden.

Ein Bereich außerhalb des unmittelbaren Presserechts, der als wirtschaftliche Bedingung der elektronischen Presse kaum zu unterschätzende Bedeutung erlangt, ist die Frage der hinreichenden Sicherung des Urheberrechts. Hier ist eine genaue Evaluierung der nötigen

und richtigen Regelungen zur effektiven Sicherung auch auf europäischer Ebene angezeigt und sinnvoll. Wir begrüßen in diesem Zusammenhang ausdrücklich die Entscheidung der Generaldirektion Binnenmarkt, den Erhalt der Richtlinie zum Schutz des sui generis Datenbankrechts nicht weiter in Frage zu stellen. Es ist sehr gut möglich, dass die künftigen Geschäftsmodelle der elektronischen Presse auch effektive DRM-Regelungen verlangen.

### **III. Dringender Handlungsbedarf zur Förderung der Wettbewerbsfähigkeit der Presse in aktuellen EU-Projekten – Abwehr von Gefahren für das Lesemedium der Informationsgesellschaft**

Einen wichtigen und dringenden Beitrag, den die Kommission zur Förderung der Wettbewerbsfähigkeit der klassischen und elektronischen Presse leisten kann, ist die genaue Durchsicht der anstehenden Projekte und Vorhaben auf etwaige Behinderungen der Presse und ihrer Freiheit. Es gilt zu erkennen, dass die demographische Entwicklung im Verein mit schwindender Lesefähig- und -willigkeit sowie strukturellen Schwächungen des Anzeigenmarktes die Refinanzierung eines lebendigen Lesemediums permanent erschweren. Deshalb ist es von umso größerer Bedeutung, dass die EU nicht durch existierende Projekte die Print-Medien als Bedingung einer demokratisch und wirtschaftlich erfolgreichen europäischen Wissensgesellschaft beschädigt. Dabei sind es ohne Anspruch auf Vollständigkeit wenigstens die folgenden Projekte, in denen die Kommission Behinderungen der Presse noch verhindern bzw. positive Effekte schaffen kann. Hier bestehen Handlungsbedarf und Handlungsoptionen, die wir im jetzigen Zeitpunkt für wichtiger halten als weitergehende Überlegungen zu neuen Projekten. Der jeweilige Bezug zu den o. g. Strukturen ergibt sich von selbst:

**Ausdehnung der Fernsehrichtlinie zu einer Richtlinie über audio-visuelle Bewegtbilder im Internet gefährlich:** Innerhalb der elektronischen Presse gewinnen text- und bildgeprägte Angebote an Bedeutung, die ergänzend audiovisuelle Sequenzen enthalten, gleichwohl aber ihrem Wesen nach insgesamt Presseäquivalente sind, für die jede rundfunkähnliche Regulierung unangemessen wäre. Selbstverständlich wäre auch ein neuer Regulierungsrahmen nur für die audiovisuellen Elemente bei gleichzeitiger anderweitiger Regelung der das Angebot prägenden nicht-audiovisuellen Elemente äußerst entwicklungshemmend. Die E-Commerce Richtlinie ist der Rechtsrahmen, auf dem sich die elektronische Presse einschließlich ihrer audiovisuellen Elemente und weitere neue Medien erfolgreich entwickeln konnten und weiter können. Ähnliches gilt für echte nicht-lineare audiovisuelle Angebote. Die Generaldirektion InfoSoc sollte deshalb auf jede Ausdehnung des Anwendungsbereichs der Fernsehrichtlinie über Fernsehprogramme i. S. linearer audio-visueller Angebote hinaus verzichten.

**Product Placement nicht zulassen – Gebot der Trennung von Werbung und redaktionellem Inhalt für alle Medien grundlegend:** Die Legalisierung von Product Placement gefährdet die Unabhängigkeit aller Medien, generiert aber keinerlei Werbeeinnahmen. Mit der geplanten Legalisierung von Product Placement würde das Gebot zur Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung aufgehoben, das seit jeher die redaktionelle Unabhängigkeit sichern hilft. Der Einkauf redaktioneller Inhaltsanteile zu Werbezwecken wird legalisiert, die Verteidigung der Redaktionen gegen die Wünsche der Werbungtreibenden massiv erschwert. Aufgrund des hochkonzentrierten Nachfragemarktes im Bereich der Media-Agenturen in Europa ist mit Sicherheit davon auszugehen, dass eine solche Lockerung erheblichen Druck auf alle anderen Medien ausüben würde. Die Gefahren für eine freie und unabhängige Medienlandschaft in Europa liegen auf der Hand.

Darüber hinaus würden minimale Kennzeichnungsanforderungen an jede Vermischung von Redaktion und bezahlter Werbung missachtet: Das bezahlte Placement müsste nicht einmal als solches während seiner Ausstrahlung deutlich und klar gekennzeichnet sein. Vielmehr soll ein Hinweis auf seine Existenz zu Programmbeginn genügen. Damit würde es im Widerspruch zu der für alle anderen Medien geltenden Richtlinie über unfaire Geschäftspraktiken (Anhang I Nr. 11) allein dem Fernsehen erlaubt, den Zuschauer über den Werbecharakter redaktioneller Inhalte im Unklaren zu lassen. Es kann aber nicht angehen, dass das Fernsehen als Medium mit der höchsten Suggestivkraft dennoch als einziges Medium von Dritten bezahlte Inhaltsanteile nicht zweifelsfrei als solche herausstellen muss.

Diesen gravierenden Nachteilen stehen keinerlei Vorteile für die Medienbranche insgesamt gegenüber. Höchstens werden Werbeausgaben aus klassischer Werbung (Blockwerbung im Fernsehen oder auch Werbung in Printmedien) abgezogen und zukünftig in Product Placement investiert. Eine Erhöhung der Werbeausgaben insgesamt ist nicht zu erwarten. Eine entsprechende Entwicklung hat in den USA bereits stattgefunden.

#### **Kein Zwang zu staatlichen Eingriffen in die Medien- und Werbeselbstkontrolle:**

Wir begrüßen jede Aufforderung an die Mitgliedsstaaten zur Stärkung von Selbstregulierungsmechanismen, wie sie der Entwurf zur Revision der Fernsehrichtlinie wohl enthalten soll. Es wäre jedoch verfehlt, *europarechtliche Vorgaben* für die Selbstkontrolle redaktioneller und werblicher audiovisueller Medieninhalte aufzustellen wie etwa das Erfordernis der breiten Akzeptanz interessierter Kreise oder Sanktionsmechanismen. Als gesetzliche und damit staatlich zu überwachende Vorgaben würden solche Eingriffe bereits existierende, sehr effektiv arbeitende echte freiwillige Selbstkontrollen wie etwa den Presserat oder den Werberat erheblich gefährden. Die damit verbundene europarechtliche Aufforderung zu staatlicher (Ko-)Regulierung der Medienselbstkontrolle würde ebenso wie die konkreten Vorgaben die bestehende Vielfalt effektiver Selbstregulierungssysteme in Europa missachten. Insbesondere die Einbeziehung redaktioneller Inhalte würde zudem in eine den Mitgliedsstaaten vorzubehaltende Materie eingreifen und in der Sache die Meinungs- und Pressefreiheit in unangemessener Weise verkürzen.

**Keine Ausdehnung rundfunktypisch strengerer Inhaltsschranken auf anderweitige audiovisuelle Medien.** Als weiteren aus unserer Sicht bislang nicht geklärten Themenkomplex im Rahmen einer Ausdehnung der Fernsehrichtlinie wollen wir mögliche negative Auswirkungen auf die Meinungsfreiheit ansprechen. Das sehr weite Begriffskonzept der audiovisuellen „kommerziellen Kommunikation“ lässt auch ein Abzielen auf eine bloß mittelbare Förderung kommerzieller Interessen genügen. Es leistet damit aus sich heraus keine klare Abgrenzung zu redaktionellen Inhalten, die aber unbedingt erforderlich ist. Zudem könnte die Ausdehnung rundfunktypisch strengerer Inhaltsschranken auf andere und neue Medien die Meinungsfreiheit beeinträchtigen (etwa Verbote kommerzieller Kommunikation, die ein für die Umwelt abträgliches Verhalten fördert).

**Verhinderung der Vorratsdatenspeicherung:** Der für die Pressefreiheit zentrale Informatenschutz ist weithin hinfällig, wenn zu jedem Zeitpunkt alle Internet-, Telefon- und Handydaten aller Journalisten des jeweils vergangenen Jahres bzw. halben Jahres für den Zugriff offen stehen. Erscheint bspw. ein mißliebiger Artikel, der Insiderkenntnisse nahe legt, kann der Staat alle Kontakte des Journalisten der entsprechenden Vergangenheit überprüfen, was auch potentielle Informanten wissen. Der abschreckende Effekt wird immens sein. Als praktikable und die Pressefreiheit ermöglichende Alternative dürfte allerhöchstens die einzelfallbezogene und befristete richterliche Anordnung zur

Vorratsdatenspeicherung erwogen werden. Gerade in Zeiten terroristischer Bedrohung ist eine freie Presse von überragender Bedeutung: Je weiter der Staat die Bürgerrechte beschränkt, desto wichtiger wird eine robuste Freiheit der Berichterstattung für den Erhalt einer freien und demokratischen Gesellschaft.

**Die Rom II Verordnung** könnte mit dem vom Europäischen Parlament in erster Lesung verabschiedeten Kompromiss die für die Pressefreiheit real existierenden Gefahren unverhältnismäßig hoher finanzieller Zahlungen für in ihrem Hauptbestimmungsland rechtmäßige Veröffentlichungen angemessen begrenzen. Dennoch scheint die Kommission den Vorschlag bislang nicht zu unterstützen.

#### **Ergänzungen zu den einzelnen Fragen:**

***(1) Does this paper accurately describe the main indicators for competitiveness across different publishing segments?***

***(2) Are there any further issues you would add in respect of publishing, notably with regard to the policy approaches set out in the Commission's recent i2010 communication?***

Die Fragen (1) und (2) gehören zusammen. Wichtige Grundpfeiler einer die Wettbewerbsfähigkeit der Presse sichernden Medienpolitik haben wir bereits oben unter I. und II. beschrieben. Einige von ihnen werden in dem Papier nicht hinreichend klar genannt. Wir dürfen auch auf den oben unter III. beschriebenen aktuellen Handlungsbedarf verweisen. Zu den schieren Fakten wollen wir noch anmerken, dass an einigen Punkten von Zeitungen und Zeitschriften, an anderen aber nur von Zeitungen die Rede ist, ohne dass klar würde, warum dieser Punkt nicht auch Zeitschriften betreffen soll.

***(3) Are current industry structures across all segments likely to survive the transition to electronic value chains? What are the major barriers and threats to publishers during the transition? What are the opportunities for publishers arising from new information and communications technologies?***

***(4) How will business models evolve and how far will Digital Rights Management systems be essential for their successful implementation?***

Die Fragen (3) und (4) gehören zusammen. Dass die Presse vor gewaltigen Herausforderungen steht, ist zweifelsfrei, aber auch nicht wirklich neu. Die oben unter I. genannten Eckpunkte werden unverändert bleiben: Schutz der Freiheit der Presse, elektronisch oder klassisch verbreitet, ist ebenso Bedingung einer wirtschaftlich erfolgreichen Presse wie der Erhalt positiver wirtschaftlicher Rahmenbedingungen. Nach wie vor ist der Inhalt das Hauptinvestment der Verleger.

Die Bedeutung der elektronisch verbreiteten Presse wird zunehmen. Dabei sind die künftigen Geschäftsmodelle und damit auch die nötigen Sicherungen ihrer wirtschaftlichen Rahmenbedingungen noch nicht klar. Hindernde Regulierungen müssen unterbleiben. Andererseits muss eine adäquate Stärkung des Urheberrechts erfolgen. Dabei kann dem DRM eine sehr wichtige Aufgabe zukommen.

Wir dürfen auf unsere zusammenhängenden Text oben unter I. und II. verweisen, aber auch auf den unter III. beschriebenen Handlungsbedarf, insbesondere zur Frage der Hindernisse für eine Entwicklung der Presse im digitalen Zeitalter.

- ***The nature of the link between diversity of ownership and diversity of content***

***(5) How far is there tension between the need for open outcomes in economic terms at a time of rapid technological change and the political desire to support democratic values including diversity?***

***(6) How far is diversity of content and ownership likely to be self-sustaining in fully electronic markets, given for instance lower entry barriers to citizens' direct participation (eg blogs)?***

Wie bereits oben unter I. erläutert, hat das Internet aus der Pressefreiheit als Recht eines jeden Bürgers die reale Möglichkeit für fast jeden Bürger gemacht, seine Meinung technisch nachhaltig zu verbreiten. Die womöglich früher bestehende „Gatekeeper“-Funktion der professionellen Massenmedien existiert nicht mehr. Die Vielzahl der meinungsbildenden Akteure ebenso wie die Vielzahl der nun jedermann zur Verfügung stehenden Quellen hat etwaige Sorgen um Meinungsvielfalt und Pluralismus entschärft. Schon zuvor wären Pluralismusanforderungen im Sinne von Anforderungen an Verleger bzw. Printprodukte nicht zu rechtfertigen gewesen: Die Freiheit der Presse zur Veröffentlichung von Inhalten innerhalb der Schranken der allgemeinen Gesetze ist die Essenz der Meinungsfreiheit wie der Demokratie. Mit den Möglichkeiten des Internet ist nun noch zweifelsfreier, dass die Vielzahl der Akteure auf dem Meinungsmarkt die Meinungsvielfalt sichert.

In jedem Fall besteht auf europäischer Ebene weder Veranlassung noch Grundlage, über das allgemeine Kartellrecht aus Art. 81 EGV ff. hinaus Medienmärkte zu regulieren. Wir unterstützen die entsprechende Position von DG InfoSoc vollumfänglich.

- ***... integrated media policy***

***(7) In converging markets, from the perspective of publishing, what approaches would you suggest for co-existence between the two different traditions of regulated, licensed broadcast media and unlicensed press?***

***(9) Integrated media policy: From the perspective of publishing, what are the main issues that an integrated media policy – i.e one that covers all media sectors – should address?***

Insbesondere Frage (7) ist missverständlich, könnte sie doch so verstanden werden als ob die Lizenzfreiheit der Presse allein auf Tradition zurückzuführen sei und nicht auf eine grundlegende Notwendigkeit jeder demokratischen Verfassung. Wir verweisen auf unsere ausführlichen Anmerkungen unter I.

Eine integrierte, alle Medien abdeckende Medienpolitik, muss ganz deutlich erkennen, dass die Medien offline wie online unterschiedlich sind und unterschiedlichen grundrechtlichen Schutz genießen. Insbesondere die Presse muss unabhängig von ihrer Verbreitungsform (Papier oder elektronisch) vollumfänglich geschützt werden.



Eine gemeinsame Regelung mit dem Rundfunk ist demnach in der Sache nicht möglich. Das – den Mitgliedsstaaten vorbehaltene – Presserechtsregime kann keine andere Lösung verfolgen als die von jeder Lizenzpflicht und anderen rundfunktypischen Regulierungen wie weitergehenden Inhaltsanforderungen und behördlicher Inhaltskontrolle freie Presse. Jedes Presserechtsregime muss die Freiheit eines jeden sichern, sich ohne staatliche Genehmigung frei äußern zu können und nur nachträglich vor dem unabhängigen Richter für Gesetzesverstöße verantwortlich zu sein. Das muss auch für die elektronische Presse gelten. Praktisch alle weltweit existierende Rundfunksysteme garantieren keine derartige Rundfunkfreiheit, sondern sehen Genehmigungserfordernisse, Inhaltsanforderungen, staatliche Überwachung etc. vor. Dieser Unterschied ist auch im Niveau des Grundrechtsschutzes anerkannt, explizit etwa in Art. 10 Abs. 1 EMRK, dessen Gehalt zum europäischen Primärrecht zählt.

Zu weiteren Einzelheiten in dieser wichtigen Frage dürfen wir auf unseren Text oben unter I. verweisen.

- **Advertising ...**

***(8) In relation to advertising regulation, what are your reasoned preferences in relation to the different instruments available, voluntary self-regulation, co-regulation and statute law?***

Insbesondere Werbeselbstkontrolle kommt in Europa in vielen verschiedenen und effektiven Systemen vor, die der jeweiligen Kultur und dem jeweiligen Rechtssystem angepasst sind. Europäische Regelungen der Selbstkontrolle sind unnötig, wenn sie diese Vielfalt effektiver Systeme nicht achten, sondern durch einheitliche Vorgaben beschädigen. Entscheidend ist also, dass auch echte freiwillige Selbstkontrolle, wie sie beispielsweise in Deutschland mit dem Deutschen Werberat für Werbung und mit dem Deutschen Presseerat für redaktionelle Inhalte seit Jahrzehnten effektiv praktiziert wird, möglich bleibt und anerkannt wird. Wir verweisen auf den konkreten Handlungsbedarf im Rahmen der Revision der Fernsehrichtlinie, beschrieben oben unter III. am Ende.

Zur näheren Begründung dürfen wir noch Folgendes ausführen: Tendenzen, die in den Mitgliedstaaten bestehenden Werbeselbstkontrollmaßnahmen anzuerkennen und zu stärken, begrüßen wir nachdrücklich. Es existiert eine Vielfalt effektiver Werbeselbstkontrollsysteme in den verschiedenen europäischen Mitgliedsstaaten. Dabei entspringen die Unterschiede in der jeweiligen Ausgestaltung vielfach den kulturellen, gesellschaftlichen und rechtlichen Eigenheiten des jeweiligen Mitgliedsstaat. Die Funktionalität eines Selbstkontrollsystems kann immer nur im Einzelfall innerhalb dieses Umfelds zutreffend beurteilt werden. Diese Systemvielfalt bei der Gestaltung der Inhaltskontrolle werblicher Kommunikation ist nichts Schädliches, sondern Ausdruck der kulturellen Vielfalt, die die Gemeinschaft zu achten und zu fördern hat.

Wir lehnen deshalb jedwede europäische Vorgabe von Organisationsmustern etc. für die nationalen Werbeselbstkontrollen ab. Das gilt erst Recht für jede Verpflichtung, Selbstkontrolle durch Elemente staatlicher Kontrolle, Sanktionierung etc. (Ko-Regulierung) ergänzen zu müssen. Die damit verbundene Kombination aus privater Kommunikationskontrolle und staatlicher Aufsicht birgt ganz erhebliche Gefahren für jede Kommunikationsfreiheit.

Vorgaben für die Ausgestaltung der Selbstkontrolle oder gar Verpflichtungen zur Ersetzung echter freiwilliger Selbstkontrolle durch staatlich – mehr oder weniger – gesteuerte Kontrolle (Ko-Regulierung) würden zudem vielfach bewährte und effektive Selbststeuerungsmechanismen gefährden. Sie liefen Gefahr, den Rückhalt der Regulierungsform in den betroffenen Wirtschaftskreisen nachhaltig zu gefährden.

Auch hier sind im Übrigen die Unterschiede zwischen Presse und Rundfunk zu beachten. Selbst wenn man meinte, die intensiveren staatlichen Befugnisse zu Inhaltskontrolle im Rundfunk würden auch Vorgaben für die Organisation der Werbeselbstkontrolle oder gar ko-regulierte Werbeselbstkontrolle erlauben, könnte diese Begründung doch keinesfalls entsprechende Eingriffe in die Selbstkontrolle der elektronischen Presse rechtfertigen.

***(9) From the perspective of publishing, what are the main issues that an integrated media policy – i.e one that covers all media sectors – should address?***

Siehe schon oben zusammen mit (7).

Berlin, 15. November 2005